



## MINIMUM ADVERTISED PRICE POLICY (Effective January 15, 2022)

This Policy is a unilateral statement of the requirements of Hayward Pool Products Canada, Inc., an affiliate of Hayward Industries, Inc. (“**Hayward**”), regarding certain advertising practices as described below. Hayward has determined that certain advertising practices undermine Hayward’s trade reputation, brands, and premium image within the target consumer population and discourage Hayward’s resellers from investing in the Hayward product lines and providing the best possible service and support to consumers. Accordingly, to protect the integrity of the Hayward brand, Hayward has adopted this unilateral Minimum Advertised Price Policy (the “**Policy**”), which applies to all authorized resellers with respect to all Hayward products (“**Covered Product(s)**”) in Canada.

This Policy is not a contract, nor an offer to form a contract. Hayward is not asking for, nor will it accept, any agreement about a reseller’s compliance with this Policy. Each reseller must independently choose whether to comply with the terms of this Policy. This Policy is not negotiable and will not be altered for any individual reseller. This Policy applies only to advertised prices and does not affect the prices that a reseller may charge for Covered Products.

IF ANY RESELLER CHOOSES NOT TO COMPLY WITH THIS POLICY, HAYWARD RESERVES THE RIGHT, AT ITS SOLE AND ABSOLUTE DISCRETION, TO (I) PLACE RESELLER’S ACCOUNT ON SHIPPING HOLD; (II) REVOKE ITS ACCEPTANCE OF RESELLER’S PENDING ORDERS; (III) CANCEL ANY PENDING SHIPMENTS TO RESELLER; (IV) TERMINATE RESELLER FROM ANY PROMOTIONAL, REBATE, OR DISCOUNT PROGRAM; (V) REVOKE ANY AND ALL PAST, CURRENT, OR FUTURE PROMOTIONAL ALLOWANCES, REBATES, AND/OR DISCOUNTS TO BE PAID TO RESELLER; (VI) REVOKE RESELLER’S STATUS AS A HAYWARD AUTHORIZED RESELLER; AND/OR (VII) TERMINATE ITS BUSINESS RELATIONSHIP WITH RESELLER.

Although Hayward is not directing any reseller to require that its customers comply with this Policy, a violation of this Policy by any such third party will constitute a violation by the reseller.

This Policy will be enforced by Hayward in its sole discretion and without notice. Resellers have no right to enforce the Policy.

Hayward may update, revise, suspend, terminate, reinstitute, or modify this Policy at any time in its sole discretion.

### **Minimum Advertised Price (MAP)**

This Policy applies to the minimum advertised price (“MAP”) established solely by Hayward for all **Covered Product(s)**. The MAP for each Covered Product is set forth on Hayward’s website at the following link: [www.haywardpool.ca/map](http://www.haywardpool.ca/map) (“**MAP Schedule**”), and may be amended by Hayward in its sole discretion at any time.

There is no further information you need to know in order to comply with this Policy, should you choose to do so. However, if there is a question regarding this Policy, it must be directed in writing to MAP Policy c/o of Legal, Hayward Industries, Inc., 400 Connell Drive, Berkeley Heights, NJ 07922. Hayward will not respond to oral questions. No Hayward employee or agent, including a reseller’s sales representative, is authorized to modify, interpret, or grant exceptions to this Policy; solicit or obtain the agreement of any person to this Policy; or otherwise discuss any aspect of this Policy with any reseller, including that reseller’s or any other reseller’s compliance with the terms of this Policy. Do not advise Hayward about resellers that are violating this Policy. Hayward will make those determinations on its own.

This Policy is effective January 15, 2022 and supersedes all prior Hayward policies and/or representations regarding minimum advertised prices or resale prices for Covered Products applicable to any reseller. To the extent that any provision, term, or agreement governing the relationship between Hayward and any

reseller may be construed in a manner that is inconsistent with the terms of this Policy, the terms of this Policy control.

This Policy applies to all activities of a reseller and/or any corporate name, d/b/a or assumed name and also applies to a brick and mortar reseller who operates (directly or indirectly) a website or other internet site under the same or a different name.

### **MAP Allowable and Prohibited Activities**

Hayward is solely responsible for establishing the MAP for each Covered Product and communicating the MAP to all resellers. While resellers remain free to advertise and sell all Covered Products at any price they deem appropriate, this Policy requires that any advertisement of a Covered Product must not be below the MAP established for that product, net of any discount, rebate or any other promotion.

For purposes of this Policy, the terms “advertise” and “advertisement” include all promotional or pricing information displayed via any type of media, including, but not limited to, newspapers, catalogs, magazines, flyers, brochures, television, radio ads, billboards, signage, websites, blogs, social media, affiliate marketing networks/comparison shopping engines, reseller-initiated text messages or emails to customers or prospective customers, mobile/smart phone applications, banner ads, online product ads, paid search ads, pay-per-click ads, display ads, mobile ads, product listing ads, sponsored links, ads in any other media in a digital format that is communicated or conveyed via the Internet, and any other marketing or promotional materials, whether displayed online or through broadcast or other media.

From time to time, Hayward may announce MAP holidays or promotions that are applicable to all resellers, during which periods a reseller that advertises a Covered Product in accordance with the terms of the authorized promotion will not be deemed to have violated this Policy. Hayward will notify all resellers of any such authorized promotions, generally not fewer than 30 days in advance.

Any advertised price information of Covered Products on an internet website which can be accessed directly through any hypertext link or by any method which uses the hypertext transfer protocol (http) is considered to be advertising for purposes of this Policy. Notwithstanding the foregoing, pricing information displayed at the final online checkout stage of a transaction is not considered “advertising” under this Policy. The “final online checkout stage” is the stage when the Covered Product is put into a shopping cart that contains the customer’s name, shipping address, email address, and payment information. Pricing information in the “shopping cart” or “checkout” stages must be obscured technically so that it is not retrievable by shopping and pricing engines, and not displayed on search page results within the reseller’s own website.

Examples of advertisements that violate the MAP Policy include, but are not limited to:

- i. Offering coupons, discounts, reseller rebates, or other inducements that, when applied, result in a price lower than the MAP, including through use of a storewide sale, promotional code, or other similar provision that can be applied to Covered Products.
- ii. Bundling Covered Products with other products or services (whether made by or provided by Hayward or another entity) in a manner that implies below-MAP pricing for the bundled Covered Products.
- iii. Strikeouts or strikethroughs of pricing information, “see price in cart,” or other statements that suggest that a lower price for a Covered Product may be found at the final online checkout stage.
- iv. Permitting any third party to alter the advertised price for any Covered Product.

Direct or indirect attempts to circumvent this Policy also violate this Policy; however, it is not a violation to



advertise that a customer may “call for price,” “text for price,” or “email for price” as long as no price is listed and no automated call, text message, or “bounce-back” email is used in response.

As a reminder, Hayward Expert Line products may not be advertised or sold online, regardless of whether there is a MAP set for such products.

### Examples of Advertisements in Violation of MAP Policy

*These are not intended to be comprehensive:*

1. Manufacturer Rebate (where applicable) on a Covered Product may be advertised, but cannot net the product price below the MAP. **Example:** *Covered Product’s MAP is \$400 and reseller’s advertised price is \$400 with a \$100 Manufacturer rebate; this rebate has lowered the advertised price of the Covered Product below the MAP.*
2. Advertisement of a Manufacturer Rebate without citing the advertised dollar amount of the rebate is a violation of the MAP Policy. **Example:** *“Rebate offered with every purchase of a Covered Product”.* **Exception:** *If the advertisement states “Covered Product \$300 after rebate or \$400 before rebate” without citing the dollar value of the Manufacturer rebate.*
3. All advertisements of prices for Covered Products mentioning a rebate are a violation of the MAP Policy if they do not state the before and after rebate price. **Example of a structure that would not violate the Policy:** *Covered Product \$400 before rebate, \$300 after rebate.*
4. Advertising the dollar amount of the Manufacturer’s Rebate, without advertising the price of Covered Product is a violation of the MAP Policy. **Example:** *“\$100 rebate with the purchase of a Covered Product”.*
5. Use of phrases in advertisements such as the “lowest prices”, “too low to publish”, “best offer” or “click for pricing” are violations of the MAP Policy.
6. Advertising the use of a discount card or program that lowers the advertised price of a Covered Product below the MAP (after Manufacturer Rebate) is a violation. **Example:** *The offer of \$25 back for applying for a non-manufacturer affiliated credit and/or credit card.*
7. For bundled product advertising in respect of any Covered Product, resellers may not advertise implied savings below MAP, whether or not the price of both products is listed. Among other things, this includes advertising a free gift at the point of sale or a discount of any product (Covered Product or other products) to a customer who is buying a Covered Product advertised at its MAP. Any “gift with purchase” promotions must exclude Covered Products. **Example:** *Free chlorine with the purchase of a Covered Product, or one price for bundle of products, including a Covered Product.*
8. Any advertised use of “preferred” customer or other discount language, cards or programs that net Hayward’s product advertised price below the MAP (after Manufacturer Rebate) is a violation of the MAP Policy.
9. Any advertised program or promotion that is not a Hayward authorized promotion promising a free gift/product or price-reduced product that nets a Covered Product’s advertised price below the MAP (after Manufacturer Rebate) is a violation of the MAP Policy. **Example:** *“We offer a \$100 rebate and a free gift valued at \$10 with the purchase of a Covered Product—your cost after rebate \$299. This is a violation of the MAP Policy as the \$10 free gift lowers the price below the MAP.*
10. Any advertised program or promotion stating that a reseller will beat any competitor’s advertised price on a Covered Product is a violation of the MAP Policy.



11. Free Shipping is a violation of the MAP Policy if there is a dollar value mentioned that nets a Covered Product below the MAP.

12. Advertising a percentage off of a Covered Product or a group of Covered Products is a violation of the MAP Policy if the price of the Covered Product and the Manufacturer's Rebate is not mentioned. Stating a percentage off that will net the price of the Covered Product below the MAP is a violation. **Example 1:** *Advertisement: 20% Off of All Cleaners – not a violation because the rebate and retail price is not mentioned in the ad.* **Example 2:** *Advertisement: (Price listed for cleaners in ad): Covered Cleaner Product with MAP of \$400 is advertised at \$400 with 0-20% Off All Cleaners also advertised – is a violation; the final price to the consumer is \$320 for the Covered Product.* Although the Manufacturer Rebate is not mentioned, the final price to the consumer nets the Covered Product below the MAP.

13. Advertising a percentage off of a Covered Product or group of Covered Products is permissible provided the Covered Product price and the Manufacturer Rebate is mentioned and the final cost to the consumer does not net the Covered Product below the MAP. **Example:** *Covered Product with a MAP of \$380 is advertised at \$600 with 20% off all cleaners plus \$100 mail-in manufacturer rebate: Final cost to the consumer is \$380; promotion does not net the price below the MAP (\$380).*



## **POLITIQUE SUR LE PRIX MINIMUM ANNONCÉ**

**(Date d'entrée en vigueur : 15 janvier 2022)**

Cette politique est une déclaration unilatérale des exigences de Hayward Canada, une société affiliée de Hayward Industries Inc. (« Hayward »), concernant certaines pratiques publicitaires. Hayward a établi que certaines pratiques publicitaires nuisent à la réputation commerciale, aux marques et à l'excellente image de Hayward auprès de la population de consommateurs ciblés et décourage les revendeurs de produits Hayward à investir dans les gammes de produits Hayward et à donner le meilleur service et soutien possible aux consommateurs. Par conséquent, dans le but de protéger l'intégrité de la marque Hayward, Hayward a adopté cette Politique sur le prix minimum annoncé (la « politique ») qui s'applique à tous les revendeurs autorisés de produits Hayward au Canada.

Cette politique n'est pas un contrat ni une offre de conclure un contrat. Hayward ne demande ni n'acceptera aucune entente sur le respect de cette politique par un revendeur. Chaque revendeur doit choisir de manière indépendante de se conformer ou non aux conditions de cette politique. Cette politique n'est pas négociable et ne sera pas modifiée pour un revendeur individuel. Cette politique s'applique uniquement aux prix annoncés et n'affecte pas le prix qu'un revendeur peut exiger pour des produits Hayward.

SI UN REVENDEUR REFUSE DE RESPECTER CETTE POLITIQUE, HAYWARD SE RÉSERVE LE DROIT, À SA SEULE ET ABSOLUE DISCRÉTION, DE (I) CESSER L'EXPÉDITION DE PRODUITS ASSOCIÉS AU COMPTE DU REVENDEUR, (II) RÉVOQUER SON ACCEPTATION DES COMMANDES EN COURS DE TRAITEMENT DU REVENDEUR, (III) ANNULER TOUTE EXPÉDITION EN COURS DE TRAITEMENT AU REVENDEUR, (IV) RETIRER LE REVENDEUR DE TOUT PROGRAMME DE PROMOTION, DE RABAIS OU DE REMISE, (V) RÉVOQUER TOUS LES RABAIS OU REMISES PROMOTIONNELS PASSÉS, PRÉSENTS OU FUTURS À VERSER AU REVENDEUR, (VI) RÉVOQUER LE STATUT DE REVENDEUR AUTORISÉ DE HAYWARD OU (VII) METTRE FIN À SA RELATION COMMERCIALE AVEC LE REVENDEUR.

Bien que Hayward n'ordonne pas à un revendeur d'exiger que ses clients respectent cette politique, une violation de cette politique par une telle tierce partie constituera une violation par le revendeur.

Hayward mettra en application, à son entière discrétion et sans préavis, cette politique. Les revendeurs n'ont pas le droit de faire appliquer la politique.

Hayward peut, à tout moment et à sa seule discrétion, mettre à jour, réviser, suspendre, résilier, rétablir ou modifier cette politique.

### **Prix minimum annoncé (PMA)**

Cette politique s'applique au prix minimum annoncé (« PMA ») établi uniquement par Hayward pour tous les produits Hayward (le[les] « produit[s] couvert[s] »). Le PMA de chaque produit couvert est publié sur le site Web de Hayward à l'adresse [www.haywardpool.ca/map](http://www.haywardpool.ca/map) (« Grilles des PMA ») et Hayward peut, à tout moment et à sa seule discrétion, le modifier.

Vous ne devez connaître aucune autre information pour vous conformer à cette politique, si vous choisissez de le faire. Toutefois, si vous avez une question concernant cette politique, vous devez l'adresser par écrit à MAP Policy a/s Legal, Hayward Industries inc., 400 Connell Drive, Berkeley Heights, NJ 07922. Hayward ne répondra à aucune question verbale. Aucun employé ou agent de Hayward, y compris le représentant commercial d'un revendeur, n'est autorisé à modifier, à interpréter ou à accorder des exceptions à cette politique, à solliciter ou à obtenir l'accord de toute personne sur cette politique, ou, autrement, à discuter de tout aspect de cette politique avec un revendeur, y compris le respect des conditions de cette politique par ce revendeur ou tout autre revendeur. N'informez pas Hayward des revendeurs qui violent cette politique.

Hayward fera elle-même ces déterminations.

Cette politique entre en vigueur le 15 janvier 2022 et annule toute politique ou toute représentation ultérieure de Hayward en ce qui a trait aux prix minimums annoncés ou aux prix de revente des produits couverts applicables à tout revendeur. Dans la mesure où une disposition, une condition ou une entente régissant la relation entre Hayward et un revendeur peut être interprétée d'une manière qui est incompatible avec les conditions de cette politique, les conditions de cette politique prévaudront.

Cette politique s'applique à toutes les activités d'un revendeur ou d'un nom d'entreprise, d'un nom commercial ou d'un nom d'emprunt et s'applique également à un revendeur ayant un magasin physique qui exploite (directement ou indirectement) un site Web ou un autre site Internet sous le même nom ou sous un nom différent.

### **Activités permises et interdites en ce qui a trait au PMA**

Hayward est seule responsable de l'établissement du PMA pour chaque produit couvert et de la communication du PMA à tous les revendeurs. Bien que les revendeurs soient libres d'annoncer et de vendre tous les produits couverts à un prix qu'ils jugent approprié, cette politique exige que le prix annoncé d'un produit couvert ne soit pas inférieur au PMA établi pour ce produit, déduction faite de tout rabais, de toute remise ou de toute autre promotion.

Aux fins de cette politique, les termes « publicité » et « annonce » comprennent toutes les informations promotionnelles ou tarifaires publiées sur tout type de média, incluant, mais ne se limitant pas aux journaux, aux catalogues, aux magazines, aux dépliants publicitaires, aux brochures, aux annonces à la radio et à la télévision, aux panneaux publicitaires, aux affiches, aux sites Web, aux blogues, aux médias sociaux, aux réseaux de marketing de sociétés affiliées/moteurs de comparaison de prix, aux textos ou aux courriels envoyés par les revendeurs à des clients ou à des clients potentiels, aux applications pour téléphones mobiles/intelligents, aux bannières publicitaires, aux annonces de produits en ligne, aux référencement payants, aux annonces de paiement au clic, aux placards publicitaires, aux annonces pour téléphones mobiles, aux annonces détaillées de produits, aux liens commandités, aux annonces dans tout autre média dans un format numérique qui sont communiquées ou transmises sur Internet et tout autre matériel de marketing ou de promotion, qu'il soit affiché en ligne, diffusé ou publié dans d'autres médias.

De temps à autre, Hayward peut annoncer des congés de PMA ou des promotions qui s'appliquent à tous les revendeurs et durant ces congés un revendeur qui annonce un produit couvert conformément aux conditions de la promotion autorisée ne sera pas considéré comme ayant violé cette politique. Hayward informera généralement tous les revendeurs de telles promotions autorisées au moins 30 jours à l'avance.

Aux fins de cette politique, toute information relative aux prix des produits couverts publiée sur un site Web qui peut être accédé directement par un lien hypertexte ou par une méthode utilisant le protocole de transfert hypertexte (HTTP) est considérée comme de la publicité. Nonobstant ce qui précède, l'information relative au prix qui est affichée à l'étape finale de paiement en ligne d'une transaction n'est pas considérée comme de la « publicité » au sens de cette politique. « L'étape finale de paiement en ligne » correspond à l'étape au cours de laquelle le produit couvert est placé dans un panier d'achats qui contient le nom du client, l'adresse de livraison, l'adresse courriel et les informations de paiement. L'information relative au prix lors des étapes de « panier » ou de « paiement » doit être masquée par un moyen technique afin qu'elle ne puisse pas être récupérée par les moteurs de comparaison des prix et affichée dans les résultats des pages de recherche sur le site Web du revendeur.

Les exemples de publicités qui enfreignent la politique sur le PMA comprennent, entre autres :

- i. Offrir des coupons, des rabais, des remises du revendeur ou d'autres mesures incitatives qui, lorsqu'elles sont appliquées, mènent à un prix inférieur au PMA, y compris par l'utilisation d'un





solde à l'échelle du magasin, d'un code promotionnel ou d'une autre disposition semblable qui peut être appliquée aux produits couverts.

- ii. Regrouper des produits couverts avec d'autres produits ou services (qu'ils soient fabriqués ou fournis par Hayward) d'une manière qui entraînent des prix inférieurs aux PMA pour les produits couverts regroupés.
- iii. Barrer des informations sur les prix, « voir le prix dans le panier » ou toute autre déclaration qui suggère qu'un prix inférieur pour un produit couvert peut être obtenu à l'étape finale de paiement.
- iv. Permettre à toute tierce partie de modifier le prix annoncé d'un produit couvert.

Les tentatives directes ou indirectes visant à contourner cette politique violent également cette politique. Cependant, le fait d'annoncer qu'un client peut « appeler pour obtenir un prix », « texter pour obtenir un prix » ou « envoyer un courriel pour obtenir un prix » n'est pas une violation, tant qu'aucun prix n'est indiqué et qu'aucun appel ou texto automatique ou courriel d'accompagnement n'est utilisé en réponse.

À titre de rappel, les produits de la gamme Expert Line de Hayward ne peuvent pas être annoncés ou vendus en ligne, qu'il existe ou non un PMA pour de tels produits.

### Exemples de publicités qui violent la politique sur le PMA

*Il ne s'agit pas d'une liste exhaustive.*

1. Un *rabais* du fabricant (le cas échéant) sur un produit couvert peut être annoncé, mais ne peut pas faire baisser le prix du produit sous le PMA. **Exemple** : *Le PMA du produit couvert est de 400 \$ et le prix annoncé par le revendeur est de 400 \$ avec un rabais du fabricant de 100 \$. Ce rabais fait baisser le prix annoncé du produit couvert sous le PMA.*
2. L'annonce d'un rabais du fabricant sans citer le montant en dollars du rabais annoncé est une violation de la politique sur le PMA. **Exemple** : *« Rabais offert à chaque achat d'un produit couvert ».* **Exception** : *Si la publicité indique « Produit couvert 300 \$ après rabais ou 400 \$ avant rabais » sans mentionner le montant en dollars du rabais du fabricant.*
3. Toutes les annonces de prix de produits couverts mentionnant un rabais constituent une violation de la politique sur le PMA si elles n'indiquent pas le prix avant et après le rabais. **Exemple d'une structure qui ne violerait pas la politique** : *Produit couvert 400 \$ avant le rabais, 300 \$ après le rabais.*
4. Annoncer le montant en dollars du rabais du fabricant, sans annoncer le prix du produit couvert, est une violation de la politique sur le PMA. **Exemple** : *« Rabais de 100 \$ à l'achat d'un produit couvert ».*
5. Utiliser des expressions dans les publicités telles que « les prix les plus bas », « trop bas pour être publié », « meilleure offre » ou « cliquez pour obtenir le prix » sont des violations de la politique sur le PMA.
6. Faire de la publicité pour l'utilisation d'une carte ou d'un programme de rabais qui abaisse le prix annoncé d'un produit couvert sous le PMA (après le rabais du fabricant) est une violation. **Exemple** : *L'offre d'une remise de 25 \$ pour une demande de carte de crédit non affiliée au fabricant ou d'une carte de crédit.*
7. Pour la publicité de produits groupés, les revendeurs ne peuvent pas annoncer des économies



implicites en dessous du PMA, que le prix des deux produits soit indiqué ou non. Cela inclut, entre autres, la publicité d'une offre d'un cadeau au point de vente ou d'un rabais sur un produit (Hayward ou autres produits) à un client qui achète un produit couvert annoncé au PMA. Toute promotion « cadeau avec achat » doit exclure les produits couverts. **Exemple** : *Chlore gratuit à l'achat d'un produit couvert ou un prix unique pour des produits groupés comprenant un produit couvert.*

8. Utiliser dans une publicité l'expression « client privilégié » ou un langage, des cartes ou des programmes de rabais qui fait en sorte que le prix annoncé du produit Hayward est inférieur au PMA (après le rabais du fabricant) est une violation de la politique du PMA.
9. Tout programme ou toute promotion annoncé qui n'est pas une promotion autorisée par Hayward promettant un cadeau, un produit gratuit ou un produit à prix réduit et qui fait en sorte que le prix annoncé d'un produit couvert est inférieur au PMA (après le rabais du fabricant) est une violation de la politique sur le PMA. **Exemple** : « *Nous offrons un rabais de 100 \$ et un cadeau d'une valeur de 10 \$ à l'achat d'un produit couvert. Votre coût après le rabais s'élève à 299 \$.* Il s'agit d'une violation de la politique sur le PMA, car le cadeau de 10 \$ abaisse le prix sous le PMA.
10. Tout programme ou toute promotion annoncé mentionnant qu'un revendeur peut offrir un meilleur prix que le prix annoncé par un concurrent pour un produit couvert constitue une violation de la politique sur le PMA.
11. La livraison gratuite est une violation de la politique sur le PMA si un montant en dollars est mentionné et ce dernier fait en sorte que le prix annoncé d'un produit couvert est inférieur au PMA.
12. Annoncer un pourcentage de réduction sur un produit couvert ou un groupe de produits couverts est une violation de la politique sur le PMA si le prix du produit couvert et le rabais du fabricant ne sont pas mentionnés. Annoncer un pourcentage de réduction qui abaissera le prix du produit couvert sous le PMA est une violation. **Exemple 1** : *Publicité : 20 % de rabais sur tous les robots nettoyeurs. Il ne s'agit pas d'une violation, car le rabais et le prix de détail ne sont pas mentionnés dans la publicité.* **Exemple 2** : *Publicité (les prix sont indiqués pour les robots nettoyeurs dans l'annonce) : Le robot nettoyeur couvert, dont le PMA est de 400 \$, est annoncé à 400 \$ avec un rabais de 0 à 20 % sur tous les robots nettoyeurs. Il s'agit d'une violation, puisque le prix final pour le consommateur est de 320 \$ pour le produit couvert.* Bien que le rabais du fabricant ne soit pas mentionné, le prix final pour le consommateur est inférieur au PMA du produit couvert.
13. Annoncer un pourcentage de rabais sur un produit couvert ou un groupe de produits couverts est permis à condition que le prix du produit couvert et le rabais du fabricant soient mentionnés et que le coût final pour le consommateur ne soit pas inférieur au PMA du produit couvert. **Exemple** : *Un produit couvert, dont le PMA est de 380 \$, est annoncé à 600 \$ avec 20 % de rabais sur tous les robots nettoyeurs et une remise postale du fabricant de 100 \$. Le coût final pour le consommateur est de 380 \$. La promotion n'abaisse pas le prix sous le PMA (380 \$).*

