

<input type="checkbox"/>	Négociation - Dérivés sur taux d'intérêt	<input type="checkbox"/>	Back-office - Options
<input type="checkbox"/>	Négociation - Dérivés sur actions et indices	<input type="checkbox"/>	Technologie
<input type="checkbox"/>	Back-office - Contrats à terme	<input checked="" type="checkbox"/>	Réglementation
		<input checked="" type="checkbox"/>	MCeX

CIRCULAIRE
Le 3 septembre 2008

PUBLICITÉ, DOCUMENTATION COMMERCIALE ET CORRESPONDANCE

MODIFICATIONS AUX ARTICLES 8001 ET 8002 ET AJOUT DES ARTICLES 8003, 8004 ET 8005 À LA RÈGLE HUIT

Le Comité Spécial de la réglementation de Bourse de Montréal Inc. (la Bourse) a approuvé des modifications aux articles 8001 et 8002 et l'ajout des articles 8003, 8004 et 8005 à la Règle Huit de la Bourse. Les articles modifiés et ajoutés portent sur les exigences de la Bourse auxquelles doivent se conformer les participants agréés en matière de publicité, de documentation commerciale et de correspondance. Ces changements entrent en vigueur immédiatement.

Nature des modifications aux Règles de la Bourse

Les modifications apportées à la Règle Huit de la Bourse permettent d'étendre les exigences qui existaient déjà pour la publicité à la correspondance et d'intégrer aux Règles existantes des références spécifiques aux médias électroniques. Elles visent également à permettre aux participants agréés de mettre en place des politiques et des procédures d'approbation et de révision qui peuvent varier, tout en demeurant appropriées, en fonction des différents types de publicité ou de documentation commerciale. Elles contiennent aussi des exigences de conservation de la publicité, de la documentation commerciale et de la correspondance. Finalement, une nouvelle disposition a été ajoutée à l'article 8002 afin de préciser que les participants agréés doivent se conformer non seulement aux exigences de la Bourse, mais également à celles de toute autorité réglementaire ayant juridiction sur eux.

Les nouvelles règles élargissent la définition de l'expression « publicité » pour y inclure le matériel rendu disponible de façon électronique, tel que sur les sites Web. On y définit également ce qu'est la « correspondance » et on y précise quelles sont les interdictions en ce qui a trait à son contenu. Enfin, la définition de « documentation commerciale » a été élargie afin d'y inclure le matériel ayant trait à des recommandations relatives à une stratégie de négociation. Pour plus de clarté, une définition de l'expression « stratégie de négociation » a été également ajoutée à l'article 8001.

Circulaire no : 141-2008
Modification no : 006-2008

Les modifications apportées devraient permettre aux participants agréés d'avoir toute la latitude nécessaire pour développer et mettre en place des politiques et des procédures mieux adaptées à leur structure commerciale et à la nature du matériel distribué. Par conséquent, ceci devrait leur permettre de desservir leurs clients de façon plus efficace et plus productive tout en préservant l'intégrité et l'honnêteté du marché.

Le nouvel article 8003 maintient l'exigence d'avoir en place un processus de révision et d'approbation en ce qui a trait à la publicité et aux communications, mais il élimine l'exigence qu'une révision préalable de tout le matériel soit effectuée avant son utilisation en raison du fait qu'une telle révision préalable s'avère peu pratique. Toutefois, afin de faciliter l'interprétation et l'application des nouvelles règles, l'article 8003 précise, en les énumérant, quels sont les types de publicité ou de communications devant obligatoirement faire l'objet d'une approbation préalable. Par ailleurs, une exigence a été incorporée à l'article 8003 stipulant que lorsqu'une approbation préalable n'est pas requise, les participants agréés doivent inclure dans leurs politiques et procédures des dispositions prévoyant la formation et l'entraînement des personnes approuvées en ce qui a trait à ces politiques et procédures, ainsi que des suivis permettant de s'assurer que celles-ci sont respectées. Les nouvelles règles ont également été rédigées de façon à ce que les participants agréés aient la flexibilité voulue pour développer des politiques et procédures qui soient les mieux adaptées possible au type de matériel qui est distribué.

Quant aux articles 8004 et 8005 de la Règle, bien qu'il s'agisse de nouveaux articles, il importe de mentionner que les dispositions qu'on y retrouve existaient déjà dans l'ancienne version des articles 8001 et 8002 et que la Bourse n'a fait que les déplacer dans de nouveaux articles afin de faciliter la compréhension et l'interprétation des diverses dispositions de la Règle Huit portant sur la publicité, la documentation commerciale et la correspondance.

Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec Jacques Tanguay, vice-président, Division de la réglementation au 514-871-3518 ou par courriel à l'adresse jtanguay@m-x.ca.

Joëlle Saint-Arnault
Vice-présidente, Affaires juridiques

RÈGLE HUIT
PUBLICITÉ ET COMMUNICATIONS

Section 8001 - 8050

Publicité

(05.11.80, 01.04.82, 03.09.08)

8001 Définitions

(05.11.80, 27.04.82, 29.05.02, 03.09.08)

Aux fins de la présente Règle :

« **publicité(s) ou publicitaire** » s'entend des messages publicitaires ou des commentaires télédiffusés, radiodiffusés ou publiés dans les journaux et revues et de toute documentation publiée, y compris les documents diffusés ou disponibles par voie électronique faisant la promotion des affaires d'un participant agréé ou d'une personne approuvée.

« **documentation commerciale** » s'entend de toute communication écrite ou électronique, autre que les publicités et la correspondance, distribuée à un client actuel ou éventuel ou mise à sa disposition de façon générale, y compris toute recommandation à l'égard d'un titre ou d'une stratégie de placement. La documentation commerciale comprend notamment les enregistrements, les bandes magnétoscopiques et tout matériel semblable, les chroniques boursières, les rapports de recherche, les circulaires, les documents de séminaire de promotion, les transcriptions de télémarketing et les tirés à part ou extraits de toute autre documentation commerciale ou publication, à l'exception des prospectus provisoires ou définitifs.

« **correspondance** » s'entend de toute communication écrite ou électronique à caractère commercial préparée pour être remise à un seul client actuel ou éventuel et qui n'est pas conçue pour être diffusée à plusieurs clients ou au public en général.

« **stratégie de négociation** » s'entend d'une méthode de placement générale, y compris les questions visant l'utilisation de produits particuliers, l'effet de levier, la fréquence de négociation ou une méthode pour choisir des placements particuliers, à l'exclusion des recommandations à l'égard d'opérations ou de pondérations par secteur précises.

8002 Critères

(01.03.82, 29.05.02, 03.09.08)

Aucun participant agréé ou personne approuvée ne doit, à propos de ses affaires, diffuser dans le public de la publicité ou de la documentation commerciale ni adresser de la correspondance ni y associer sciemment son nom ou permettre que celui-ci soit utilisé dans une telle publicité, documentation commerciale ou correspondance qui :

- a) contient de fausses déclarations, omet des faits importants ou peut induire en erreur;
- b) contient des promesses non justifiées de résultats précis;
- c) utilise des statistiques non représentatives qui font entrevoir des résultats injustifiés ou exagérés ou fait défaut d'indiquer les hypothèses pertinentes permettant de conclure auxdits résultats;

- d) fait défaut d'identifier clairement comme telle toute opinion ou toute prévision d'événements futurs qui y est contenue;
- e) fait défaut d'informer le client des risques possibles;
- f) va à l'encontre des intérêts du public, de la Bourse ou de ses participants agréés; ou
- g) ne se conforme pas à toute législation applicable ou aux lignes de conduite, aux instructions ou aux directives de n'importe quel organisme de réglementation compétent.

8003 Politiques et procédures (03.09.08)

Chaque participant agréé doit élaborer des politiques et procédures écrites convenant à la taille, à la structure, aux activités et à la clientèle du participant agréé pour l'examen et la supervision de la publicité, de la documentation commerciale et de la correspondance visant ces activités. Ces procédures et politiques doivent être approuvées par l'organisme d'autoréglementation ayant juridiction sur le participant agréé.

Les politiques et procédures dont il est fait mention dans le paragraphe précédent peuvent prévoir que l'examen et la supervision seront effectués au moyen d'une approbation préalable à l'utilisation, d'un examen postérieur à l'utilisation ou d'un échantillonnage postérieur à l'utilisation, selon ce qui convient au type de documents. Toutefois, les types suivants de publicité, de documentation commerciale ou de correspondance doivent être approuvés, avant leur publication ou leur utilisation, par un associé, un administrateur, un dirigeant ou un directeur de succursale du participant agréé désigné pour approuver ce matériel :

- a) les rapports de recherche;
- b) les revues de marché;
- c) les transcriptions de télémarketing;
- d) les documents de séminaires de promotion (sauf les documents de séminaires éducatifs);
- e) les publicités originales;
- f) les épreuves de nouvelles publicités; et
- g) le matériel utilisé pour solliciter des clients et contenant des rapports ou sommaires de rendement.

Si les politiques et procédures du participant agréé ne requièrent pas l'approbation des publicités, de la documentation commerciale ou de la correspondance avant leur parution ou leur envoi, le participant agréé doit prévoir des mesures de formation des personnes inscrites et approuvées quant à ses politiques et procédures régissant ces documents et des mesures de suivi pour garantir qu'elles sont mises en application et respectées.

Des copies de toutes les publicités, de toute la documentation commerciale et de la correspondance ainsi que de tous les registres de supervision selon les politiques et procédures exigées en vertu du présent article doivent être conservées et être aisément accessibles aux fins d'inspection par la Bourse. Toutes les publicités et documentations commerciales et tous les documents s'y rapportant doivent être conservés pour une période de deux (2) ans à compter de la date de leur création et toute la correspondance et les documents s'y rapportant doivent être conservés pour une période de cinq (5) ans à compter de la date de leur création.

8004 Désignation des titres
(03.09.08)

Lorsqu'un participant agréé fait des recommandations écrites d'achat d'actions inscrites à la cote de toute bourse ne comportant pas de droits de vote, comportant des droits de vote subalternes ou comportant des droits de vote restreints, ces actions doivent y être désignées comme telles et ne doivent pas être décrites comme « ordinaires ».

8005 Défaut de se conformer
(03.09.08)

La Bourse, un participant agréé ou une personne approuvée peut, conformément à la procédure prévue dans les Règles et, plus particulièrement, aux articles 4101 et suivants, déposer une plainte contre un participant agréé ou une personne approuvée, les accusant d'avoir dérogé aux critères mentionnés ci-dessus.