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.

Section 8025 - 8050
Identification d'un participant agréé
(26.06.03)

8025 Propriété d'un nom de commerce
(26.06.03)

Toutes les affaires conduites par un participant agréé ou par toute personne agissant pour le compte du participant agréé doivent l'être sous le nom de ce dernier ou sous un nom d'affaires ou de commerce appartenant au participant agréé, à une personne approuvée liée au participant agréé ou à une corporation qui leur est affiliée.

8026 Approbation d'un nom de commerce
(26.06.03)

Un nom de commerce ou un nom d'affaires est considéré appartenir à un participant agréé lorsque celui-ci a préalablement consenti par écrit à son utilisation et que ce nom de commerce ou ce nom d'affaires ne va pas à l'encontre des dispositions des lois du Québec et du Canada portant sur la publicité légale.

8027 Annonce d'un nom de commerce
(26.06.03)

Avant d'utiliser tout nom d'affaires ou de commerce autre que son nom légal, le participant agréé doit en aviser la Bourse.

8028 Transfert d'un nom de commerce
(26.06.03)

Avant de transférer un nom d'affaires ou de commerce à un autre participant agréé, le participant agréé doit en informer la Bourse et se conformer aux lois du Québec et du Canada sur la publicité légale.

8029 Usage unique d'un nom de commerce
(26.06.03)

Aucun participant agréé ou personne approuvée ne doit utiliser un nom d'affaires ou de commerce qui est utilisé par tout autre participant agréé, à moins qu'il y ait une entente de courtier remisier/chargé de compte en vertu de l'article 7470 avec cet autre participant agréé ou que les participants agréés soient des entreprises liées ou des corporations affiliées.

8030 Nom légal
(26.06.03)

Toute entente écrite conclue avec des clients doit être sous le nom légal complet du participant agréé.

8031 Nom de commerce qui accompagne le nom légal d'un participant agréé
(26.06.03)

Dans le matériel utilisé pour communiquer avec le public, le nom de commerce ou d'affaires d'un participant agréé ou d'une personne approuvée peut accompagner, sans toutefois remplacer, le nom légal du participant agréé. Une importance visuelle au moins égale doit être accordée, quant à la dimension, au nom légal du participant agréé par rapport au nom de commerce ou d'affaires utilisé.

Le «matériel» utilisé pour communiquer avec le public inclut, sans toutefois se limiter à, ce qui suit :

- en-tête de lettres ;
- cartes d'affaires;
- factures;
- avis d'opération;
- relevés mensuels;
- sites internet;
- rapports de recherche;
- publicité.

8032 Noms de commerce trompeurs
(26.06.03)

Aucun participant agréé ni aucune personne approuvée ne doit utiliser un nom de commerce ou d'affaires qui entraîne de la confusion ou qui est trompeur.

8033 Interdiction d'utiliser un nom de commerce
(26.06.03)

La Bourse peut interdire à un participant agréé ou à une personne approuvée d'utiliser un nom d'affaires ou de commerce qui est contraire aux Règles de la Bourse.