

دستورالعمل تبلیغات شرکت‌های کارگزاری

در اجرای بند 2 ماده 7 « قانون بازار اوراق بهادار ج.ا.ایران دستورالعمل تبلیغات شرکت‌های کارگزاری» در ارتباط با امکان انجام تبلیغات توسط شرکت‌های کارگزاری، به شرح زیر است:

ماده 1 تعاریف: عبارات به کاررفته در این دستورالعمل به شرح ذیل تعریف می‌شوند:

تبلیغ: نوعی ارتباط است که کارگزار با مخاطبان برقرار می‌کند و هدف از آن معرفی کارگزاری و خدمات آن به مخاطبان یا به‌طور کلی بیان ویژگی‌ها، مزایا و توانمندی‌های بازار اوراق بهادار است. این ارتباط می‌تواند رودررو یا از طریق وسایل ارتباط جمعی باشد. مخاطب می‌تواند یک فرد، گروهی از افراد یا عموم مردم باشد.

آگهی تبلیغاتی: مجموعه اطلاعاتی است که در "تبلیغ" به مخاطب منتقل می‌شود و می‌تواند به صورت صوتی، نوشتاری یا تصویری باشد.

تبلیغ‌کننده: منظور شخصی است که "آگهی تبلیغاتی" به نام وی منتشر می‌شود.

سازمان: منظور سازمان بورس و اوراق بهادار موضوع ماده 5 قانون بازار اوراق بهادار مصوب آذرماه 1384 است.

بورس: منظور بورسی است که کارگزار عضو آن محسوب می‌شود و دارای مجوز رسمی از سازمان است.

ماده 2 شرکت‌های کارگزاری در "تبلیغات" خود موظفانند علاوه بر رعایت کلیه قوانین و مقررات وضع شده از طرف مراجع ذیصلاح کشور، مفاد این دستورالعمل را نیز رعایت کنند. مسئولیت تبلیغ توسط کارکنان کارگزاری به عهده کارگزار است.

ماده 3 شرکت‌های کارگزاری فقط می‌توانند خود و خدماتی را که ارائه می‌دهند یا در ارائه آن‌ها شرکت دارند، "تبلیغ" نمایند.

ماده 4 قید نام و آدرس و شماره تلفن "تبلیغ‌کننده" در "آگهی تبلیغاتی" الزامی است. تبصره 1: برای عدم درج اطلاعات موضوع این ماده، "تبلیغ‌کننده" می‌تواند "آگهی تبلیغاتی" را به سایت اینترنتی خود که در آن این اطلاعات به‌طور کامل درج شده‌اند؛ ارجاع دهد.

تبصره 2: در "آگهی‌های تبلیغاتی" که به‌صورت مشترک صادر می‌شوند، رعایت مفاد این ماده برای کلیه "تبلیغ‌کنندگان" الزامی است.

تبصره 3: آدرس باید محلی ثابت برای استقرار باشد؛ بنابراین، آدرس هتل‌ها، مهمانسراها و نظایر آن یا صرفاً ارائه شماره صندوق پستی کفایت نمی‌کند.

تبصره 4: آدرس و شماره تلفن موضوع این ماده باید به‌گونه‌ای باشند که مخاطب بتواند از طریق آن‌ها با فردی مسئول ارتباط برقرار نماید.

ماده 5 کارگزار باید بتواند ادعاها و اطلاعاتی را که در "آگهی تبلیغاتی" آورده شده‌اند، در صورت درخواست سازمان یا بورس از طریق ارائه مستندات و شواهد قابل قبول، اثبات نماید.

ماده 6 اگر توان‌مندی، مدارک علمی یا حرفه‌ای و یا مجوزهای متعلق به فردی در "آگهی تبلیغاتی" قید شود، باید قبلاً موافقت بورس و شخص موردنظر برای ارائه این اطلاعات در "آگهی تبلیغاتی" اخذ شود.

ماده 7 اگر "آگهی تبلیغاتی" حاوی اطلاعاتی در مورد مدارک، مجوزها و تأییدیه‌های سازمان یا بورس باشد، باید حدود مسئولیت‌های سازمان یا بورس در این موارد به روشنی ذکر شود.

ماده 8 اگر در "آگهی تبلیغاتی" موردی تضمین شده باشد؛ باید مشخصات ضامن، شرایط تضمین و محدودیت‌های احتمالی آن در "آگهی تبلیغاتی" درج شود.

ماده 9 "تبلیغات" باید در مورد سایر رقبا و ارکان و فعالان بازار سرمایه منصفانه باشد و بنابراین نباید حاوی مطالبی برای بی‌اعتبار کردن، تشکیک در مورد درستی، امانت‌داری و اشتها سایرین یا حاوی مطالبی برای بی‌اعتبار کردن خدمات و کالاهای ارائه شده توسط دیگران باشد.

ماده 10 "آگهی تبلیغاتی" می‌تواند حاوی توانایی‌های کارکنان کارگزاری باشد مشروط بر این‌که رابطه استخدامی آنان با کارگزاری و میزان مشارکت، وظایف و مسئولیت آنان در فعالیت‌های کارگزاری به روشنی ارائه گردد.

ماده 11 "آگهی تبلیغاتی" نباید همراه‌کننده باشد. "آگهی تبلیغاتی" به صورت‌های زیر همراه‌کننده تلقی می‌شود:

(الف) حاوی اطلاعاتی غیرواقعی باشد.

(ب) حاوی همه اطلاعات مهم در خصوص موضوع مورد تبلیغ نباشد.

(ج) حاوی وعده انجام کاری باشد که قصد یا توانایی یا تعهدی برای انجام آن وجود نداشته است.

(د) برداشت نا صحیحی را القاء نماید.

ماده 12 "آگهی تبلیغاتی" نباید حاوی وعده انجام یا ترک عملی باشد که با قوانین و مقررات مغایرند.

ماده 13 "آگهی تبلیغاتی" نباید حاوی انجام یا ترک عملی از سوی شخصی غیر از آگهی‌دهنده باشد، که قبلاً رضایت وی در انجام یا ترک آن عمل اخذ نشده باشد.

ماده 14 در صورتی که ارائه خدمتی نیازمند کسب مجوز از سازمان یا بورس است، کارگزار نباید قبل از دریافت مجوز لازم ارائه آن خدمت را "تبلیغ" کند.

ماده 15 استفاده از علائم تجاری دیگران حتی اگر در مراجع ذیربط به ثبت نرسیده باشند، بدون اخذ موافقت کتبی آن‌ها در "آگهی تبلیغاتی" ممنوع است.

ماده 16 استفاده از همه وسایل ارتباطی نظیر تلفن، تابلو، اینترنت، پست، پوستر، اقلام تبلیغاتی، روزنامه، مجله، کتاب، رادیو، تلویزیون در محدوده قوانین موضوعه کشور برای "تبلیغ" مجاز است.

ماده 17 کارگزاران می‌توانند برای تشویق افراد به سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار به‌طور عام "تبلیغ" کنند، مشروط به این‌که همزمان خطرات این سرمایه‌گذاری را نیز در "آگهی تبلیغاتی" توضیح دهند.

تبصره 1: "تبلیغ" خرید یا فروش اوراق بهادار خاص توسط کارگزار ممنوع است، مگر این‌که کارگزار، خود متعهد پذیرهنویس آن اوراق بهادار باشد یا به‌موجب مقررات دیگری این نوع تبلیغات مجاز شناخته شده باشد.

تبصره 2: "تبلیغات" موضوع این ماده نباید صریحاً مخاطبان را به سرمایه‌گذاری کلیه دارایی‌های خود در اوراق بهادار ترغیب نماید.

ماده 18 ارائه پیش‌بینی‌های معقول در تبلیغات با ذکر همزمان عوامل مؤثر بر وقوع و احتمال عدم وقوع این پیش‌بینی‌ها و بیان میزان تأثیر آنها به‌طور روشن، مجاز است.

ماده 19 کارگزاران می‌توانند به‌صورت گروهی با خود یا دیگران ارائه خدمت یا خدماتی را "تبلیغ" کنند مشروط بر این‌که

الف) کلیه "تبلیغ‌کنندگان" در ارائه خدمت یا خدمات موضوع "تبلیغ" شرکت داشته باشند.

ب) حدود وظایف و مسئولیت‌های هر یک از "تبلیغ‌کنندگان" به‌روشنی در "آگهی تبلیغاتی" آورده شود.

ج) مشارکت در ارائه خدمت یا خدمات موضوع "تبلیغ" برای خارج کردن سایر رقبا از گردونه رقابت نباشد.

د) هرگونه روابط مهم بین "تبلیغ‌کنندگان" نظیر سرمایه‌گذاری در یکدیگر، انعقاد قراردادهای مرتبط با خدمت یا خدمات موضوع "تبلیغ" و روابط استخدامی به‌روشنی در "آگهی تبلیغ" توضیح داده شود.

تبصره: "تبلیغ‌کننده" می‌تواند برای عدم درج اطلاعات بند (ب) و (د) این ماده، مخاطب را به سایت اینترنتی خود که در آن این اطلاعات درج شده‌اند ارجاع دهد.

ماده 20 سازمان یا بورس می‌تواند جهت اطمینان از تطبیق "تبلیغات" کارگزاران با مفاد این دستورالعمل از آن‌ها توضیح خواسته یا مدارک لازم را مطالبه نماید. کارگزاران موظفاند در این زمینه همکاری نمایند.

ماده 21 در صورتی که سازمان یا بورس نسبت به عدم مطابقت "تبلیغات" کارگزاران با مفاد این دستورالعمل اطمینان حاصل کند، می‌تواند تا بررسی موضوع و اعلام نظر نهایی، دستور توقف انتشار "آگهی تبلیغاتی" مذکور را به کارگزار ارسال نماید. نظر نهایی سازمان یا بورس می‌تواند شامل توقف دائم یا موقت انتشار "آگهی تبلیغاتی" یا اجازه انتشار آن مشروط به انجام اصلاحاتی باشد. کارگزاران موظفاند دستورات سازمان یا بورس را در این زمینه مراعات نمایند.

ماده 22 سازمان یا بورس می‌تواند با بررسی "آگهی‌های تبلیغاتی" منتشرشده، چنانچه آن‌ها را گمراه کننده، حاوی اطلاعات غیرواقعی یا به هر نحوی مخالف این دستورالعمل تشخیص دهد، نتایج بررسی خود را طی بخشنامه‌ای به اطلاع کارگزاران برساند و آن‌ها را از انجام "تبلیغات" مشابه برحذر دارد. کارگزاران موظفاند به بخشنامه‌های صادره در این زمینه عمل نمایند.

ماده 23 در صورتی که کارگزاری در "تبلیغات" خود مفاد این دستورالعمل را رعایت نکند، براساس آیین‌نامه رسیدگی به تخلفات کارگزاری رفتار خواهد شد.

تبصره: سازمان یا بورس می‌تواند علاوه بر مجازات مذکور در این ماده کارگزار را مکلف کند برای رفع اثر "تبلیغات" خلاف مقررات، اقداماتی را انجام دهد.

ماده 24 برای اطمینان از تطابق تبلیغات خاص با مفاد دستورالعمل، کارگزاران مختارند موضوع را از بورس استعلام نمایند.

ماده 25 این دستورالعمل در 25 ماده و 8 تبصره در تاریخ 86/8/19 به تصویب هیئت‌مدیره سازمان رسید و از تاریخ تصویب لازم‌الاجرا است.