HD9747
.C22
G814
QUEEN
c.2

IC

Lignes directrices relatives à la vente et à la commercialisation des diamants, des pierres précieuses et des perles

Industrie Canada Industry Canada

Canada

HD
9747
.C22
G814
Queen
c 2

Lignes directrices relatives à la vente et à la commercialisation des diamants, des pierres précieuses et des perles

Industry Canada
Library - Queen

AUG 14 1995
AOU

Industrie Canada
Bibliothèque - Queen

Industrie Canada Industry Canada

Canada

Lignes directrices relatives à la vente et à la commercialisation des diamants, des pierres précieuses et des perles

Préambule :

Les présentes lignes directrices ont été élaborées en 1994 par un comité spécial de Jewellers Vigilance Canada Inc., de concert avec l'Association canadienne des bijoutiers, la Canadian Gemmological Association, l'Association des gemmologistes professionnels du Québec, la Fondation canadienne de recherche en publicité et le gouvernement fédéral, représenté par le ministère de l'Industrie, avec pour objectif d'amener l'industrie à y adhérer volontairement plutôt que sous la contrainte d'un programme de conformité à un règlement.

Les premières lignes directrices sur les diamants ont été introduites par le ministère fédéral de la Consommation et des Corporations en 1986, avant d'être incorporées aux lignes directrices sur les pierres précieuses de couleur, les pierres fines et les perles, adoptées par Industrie Canada en 1994.

Les lignes directrices ci-haut mentionnées se divisent en trois sections : lignes directrices sur les diamants, lignes directrices sur les pierres précieuses de couleur et les pierres fines et lignes directrices sur les perles.

Portée :

Les principes et les lignes directrices repris dans le présent document ont été élaborés en fonction de la Loi sur la concurrence *(dont on trouvera un extrait à l'annexe un) qui formule des interdictions générales au sujet de la représentation fausse et trompeuse. En respectant la terminologie présentée dans ce document, on transmettra des renseignements utiles aux consommateurs et l'industrie assumera plus aisément ses obligations en ce qui concerne l'application de la loi.*

De par leur portée générale, les présentes lignes directrices s'appliquent aux représentations de toutes sortes, y compris à la publicité écrite ou radiodiffusée, aux représentations manuscrites ou orales, aux promotions audiovisuelles et aux illustrations.

Les exemples ne sont présentés qu'aux fins d'illustration et ne constituent pas une liste exhaustive des pratiques acceptables ou interdites. Rappelons aux annonceurs qui s'interrogent sur une éventuelle campagne de publicité qu'ils peuvent tirer parti du Programme des avis consultatifs du directeur des enquêtes et recherches, au Bureau de la politique de concurrence. Les points de vue exprimés dans les présentes lignes directrices n'ont d'autre but que d'aider les intéressés et n'engagent en rien le directeur des enquêtes et recherches.

Enfin, le lecteur ne devrait pas oublier que les dispositions de la Loi sur la concurrence *concernant la publicité trompeuse et les pratiques commerciales déloyales ne constituent qu'une partie de la législation pertinente du Canada. En effet, la plupart des provinces et d'autres ministères et organismes fédéraux appliquent des lois qui se rapportent également à la publicité et aux pratiques commerciales, et sur lesquelles les présentes lignes directrices ne fournissent aucun renseignement.*

Champ d'application :

Les présentes lignes directrices s'appliquent généralement à tous ceux qui s'occupent de la promotion directe ou indirecte (fourniture, utilisation, description et expertise) des pierres précieuses, des sculptures, des bijoux ou des oeuvres d'art incorporant des pierres précieuses, des pierres fines, des perles et des matériaux analogues.

Table des matières

LIGNES DIRECTRICES SUR LES DIAMANTS

PARTIE D1 - Définitions :

D1.1	GEMME	7
D1.2	DIAMANT	7
D1.3	NATUREL	7
D1.4	SYNTHÉTIQUE	7
D1.5	ASSEMBLÉ	7
D1.6	IMITATION - ARTIFICIEL	7
D1.7	ARTICLE DE BIJOUTERIE	7
D1.8	UNITÉS DE MESURE	7
D1.9	COULEUR	8
D1.9.1	COULEUR FANTAISIE	8
D1.10	PURETÉ	8
D1.11	TAILLE	8
D1.11.1	QUALITÉ DE LA TAILLE	8
D1.11.2	TYPE DE FACETTAGE	8
D1.12	FORME	8
D1.13	PROPORTION	8
D1.14	FINI	9
D1.15	PHÉNOMÈNES OPTIQUES	9
D1.16	TRAITEMENT ou AMÉLIORATION	9

PARTIE D2 - Abus terminologiques :

D2.1	GEMME	10
D2.2	DIAMANT	10
D2.3	NATUREL	11
D2.4	SYNTHÉTIQUE	11
D2.5	ASSEMBLÉ	11
D2.6	IMITATION - ARTIFICIEL	11
D2.7	UNITÉS DE MESURE	11
D2.8	COULEUR	12
D2.9	PURETÉ	13
D2.10	QUALITÉ GEMME	13
D2.11	PARFAIT	13
D2.12	QUALITÉ DE LA TAILLE	13
D2.13	TYPE DE FACETTAGE	14
D2.14	FORME	14
D2.15	PROPORTION	14
D2.16	FINI	14
D2.17	PHÉNOMÈNES OPTIQUES	15
D2.18	AUTHENTIQUE ou VÉRITABLE	15
D2.19	REPRODUCTION ou RÉPLIQUE	15
D2.20	LANGUE	15

PARTIE D3 - Divulgations :

D3.1	TRAITEMENT ou AMÉLIORATION	16
D3.2	GÉNÉRALITÉS	16
D3.3	LIEU D'ORIGINE	16
D3.4	SOIN et ENTRETIEN	16
D3.5	GARANTIE	16
D3.6	EMBALLAGE SCELLÉ et GARANTIE	17

LIGNES DIRECTRICES SUR LES PIERRES PRÉCIEUSES DE COULEUR ET LES PIERRES FINES

PARTIE C1 - Définitions :

C1.1	GEMME	18
C1.2	NOMS DE GEMMES	18
C1.3	NATUREL	18
C1.4	SYNTHÉTIQUE	18
C1.5	ORGANIQUE	18
C1.5.1	DE CULTURE ou CULTIVÉ	18
C1.6	ASSEMBLÉ	18
C1.7	IMITATION - ARTIFICIEL	18
C1.8	RECONSTRUIT ou RECONSTITUÉ	19
C1.9	ARTICLE DE BIJOUTERIE	19
C1.10	UNITÉS DE MESURE	19
C1.11	COULEUR	19
C1.12	PURETÉ	19
C1.13	TAILLE	19
C1.13.1	QUALITÉ DE LA TAILLE	19
C1.13.2	TYPE DE FACETTAGE	19
C1.14	FORME	20
C1.15	PROPORTION	20
C1.16	FINI	20
C1.17	PHÉNOMÈNES OPTIQUES	20
C1.18	TRAITEMENT ou AMÉLIORATION	20

PARTIE C2 - Abus terminologiques :

C2.1	GEMME	21
C2.2	NOMS DE GEMMES	21
C2.3	NATUREL	22
C2.4	SYNTHÉTIQUE	22
C2.5	ASSEMBLÉ	22
C2.6	IMITATION - ARTIFICIEL	22
C2.7	RECONSTRUIT ou RECONSTITUÉ	22
C2.8	UNITÉS DE MESURE	23
C2.9	COULEUR	24
C2.10	PURETÉ	24
C2.11	QUALITÉ GEMME	24
C2.12	PARFAIT	25
C2.13	QUALITÉ DE LA TAILLE	25
C2.14	TYPE DE FACETTAGE	25
C2.15	FORME	26
C2.16	PROPORTION	26
C2.17	FINI	26
C2.18	PHÉNOMÈNES OPTIQUES	26
C2.19	AUTHENTIQUE ou VÉRITABLE	26
C2.20	REPRODUCTION ou RÉPLIQUE	26
C2.21	LANGUE	27

PARTIE C3 - Divulgations :

C3.1	TRAITEMENT ou AMÉLIORATION	28
C3.2	GÉNÉRALITÉS	28
C3.3	LIEU D'ORIGINE	28
C3.4	SOIN et ENTRETIEN	28
C3.5	GARANTIE	29
C3.6	EMBALLAGE SCELLÉ et GARANTIE	29

LIGNES DIRECTRICES SUR LES PERLES

PARTIE P1 - Définitions :

P1.1	GEMME	30
P1.2	PERLE	30
P1.3	NOMS DE PERLE	30
P1.3.1	PERLE FORMÉE À PARTIR D'UN KYSTE	30
P1.3.2	PERLE ORIENTALE	30
P1.3.3	PERLE SEMENCE	30
P1.3.4	PERLE NOIRE	30
P1.3.5	PERLE D'EAU DOUCE	30
P1.3.6	PERLE BLISTER	30
P1.3.7	PERLE DE CONQUE	31
P1.4	NATURELLE	31
P1.5	DE CULTURE ou CULTIVÉ	31
P1.5.1	PERLE CULTIVÉE D'EAU DE MER	31
P1.5.2	PERLE CULTIVÉE D'EAU DOUCE	31
P1.5.3	KESHI	31
P1.6	ASSEMBLÉ	31
P1.6.1	PERLE MABÉ	31
P1.7	IMITATION - ARTIFICIEL	31
P1.8	ARTICLE DE BIJOUTERIE	32
P1.9	NACRE	32
P1.10	LUSTRE	32
P1.11	ORIENT	32
P1.12	COULEUR	32
P1.13	COULEUR DE COMPLÉMENT	32
P1.14	QUALITÉ DE LA SURFACE	32
P1.15	UNITÉS DE MESURE	32
P1.16	FORME	32
P1.17	PERCÉE	33
P1.18	COUPÉE	33
P1.19	ENTIÈRE	33
P1.20	TRAITEMENT ou AMÉLIORATION	33

PARTIE P2 - Abus terminologiques :

P2.1	GEMME	34
P2.2	PERLE	34
P2.3	NOMS DE PERLE	34
P2.4	NATUREL	35
P2.5	DE CULTURE ou CULTIVÉ	35
P2.6	ASSEMBLÉ	36
P2.7	IMITATION - ARTIFICIEL	36
P2.8	NACRE	36
P2.9	QUALITÉ GEMME	36
P2.10	SANS DÉFAUT	37
P2.11	PARFAIT	37
P2.12	LUSTRE	37
P2.13	ORIENT	37
P2.14	COULEUR	37
P2.15	COULEUR DE COMPLÉMENT	37
P2.16	QUALITÉ DE LA SURFACE	37
P2.17	UNITÉS DE MESURE	38
P2.18	FORME	38
P2.19	AUTHENTIQUE ou VÉRITABLE	38
P2.20	REPRODUCTION ou RÉPLIQUE	38
P2.21	LANGUE	39

PARTIE P3 - Divulgations :

P3.1	TRAITEMENT ou AMÉLIORATION	40
P3.2	GÉNÉRALITÉS	40
P3.3	LIEU D'ORIGINE	40
P3.4	SOIN et ENTRETIEN	40
P3.5	GARANTIE	41
P3.6	EMBALLAGE SCELLÉ et GARANTIE	41

ANNEXES

ANNEXE UN :	Loi fédérale (article 52 de la *Loi sur la concurrence*)	42
ANNEXE DEUX :	Mesures en joaillerie - seuils de tolérance	44

Lignes directrices sur les diamants

Partie D1 Définitions

D1.1 GEMME :

Matière minérale ou organique présente dans la nature, polie et façonnée pour servir de parure ou être exposée, et caractérisée par sa beauté, sa rareté, sa durabilité et sa valeur.

D1.2 DIAMANT :

Monocristal de carbone pur naturel appartenant au système cristallin cubique (isométrique), poli et façonné pour servir de parure ou être exposé, et caractérisé par sa beauté, sa rareté, sa durabilité et sa valeur. Le terme *diamant*, sans autre qualificatif, exclut les pierres synthétiques, les pierres assemblées et les imitations, et signifie que l'article n'a subi *aucun* traitement susceptible de l'améliorer, à l'exception du polissage et du façonnage (voir aussi la partie D3.1).

D1.3 NATUREL :

Entièrement produit par la nature, sans intervention humaine durant le processus de formation, et qui n'a pas été modifié par quiconque, sauf pour le polissage et le façonnage.

D1.4 SYNTHÉTIQUE :

Entièrement ou partiellement produit grâce à l'intervention humaine. Le diamant synthétique a essentiellement les mêmes propriétés physiques, chimiques et optiques qu'un diamant naturel.

D1.5 ASSEMBLÉ :

Produit obtenu par assemblage d'une couche de gemme et d'une ou plusieurs couches de la même matière ou de plusieurs autres matières, à la suite d'une intervention humaine.

D1.6 IMITATION - ARTIFICIEL :

Produit qui imite les effets et l'apparence d'un diamant sans en posséder la composition chimique, les propriétés physiques (y compris optiques) et(ou) la structure cristalline.

D1.7 ARTICLE DE BIJOUTERIE :

Produit fait ou qu'on prétend être fait de diamant naturel, traité, synthétique ou assemblé.

D1.8 UNITÉS DE MESURE :

REMARQUE 1 : Les règles qui suivent en D1.8 sont valables pour tous les articles de bijouterie.
REMARQUE 2 : L'annexe deux des présentes lignes directrices donne les seuils de tolérance applicables aux articles de bijouterie pour ce qui est des unités de mesure.

a) Le poids d'un diamant est exprimé en carats (symbole : ct) au moins jusqu'à la deuxième décimale ou par une fraction;

b) Les dimensions d'un diamant sont exprimées en unités métriques au moins jusqu'à la deuxième décimale.

D1.9 COULEUR :

Indication, par comparaison visuelle avec des diamants dont on connaît exactement la couleur, de la mesure dans laquelle un article de bijouterie est dépourvu de teinte, sans référence à d'autres phénomènes optiques.

D1.9.1 COULEUR FANTAISIE :

Article de bijouterie de couleur plus foncée que la couleur «Z» du Gemmological Institute of America. Pour ce genre d'article, la «couleur» combine la saturation (l'intensité), le ton (clair ou foncé) et la teinte, sans référence à d'autres phénomènes optiques.

D1.10 PURETÉ :

Indication de la taille, du nombre, de la position et de la nature des caractéristiques internes (sauf la couleur et les phénomènes optiques) et externes d'un article de bijouterie visibles avec une loupe grossissant dix fois et qu'on ne pourrait supprimer par polissage sans une perte notable de poids.

D1.11 TAILLE :

Selon le contexte, le terme *taille* peut désigner la qualité de la taille ou le type de facettage, conformément aux définitions qui suivent.

D1.11.1 QUALITÉ DE LA TAILLE :

Qualité avec laquelle un article de bijouterie a été façonné. La qualité indique comment le type de facettage, la forme générale, les proportions et le fini de la pierre se rapprochent de la taille idéale.

D1.11.2 TYPE DE FACETTAGE :

Forme distinctive ou particulière donnée à un article de bijouterie. Les types de facettage comprennent notamment les suivants : brillant, rose, 8/8, à degrés (en émeraude) et profilé. Le type de facettage n'est en aucune façon à lui seul un indice de la qualité de la taille de l'article (voir la partie D1.11.1). Le facettage n'indique pas nécessairement la forme générale de l'article (voir la partie D1.12), sauf la taille *brillant* qui, sans juxtaposition d'un autre nom, désigne toujours la *taille rond brillant*.

D1.12 FORME :

Forme générale d'un article de bijouterie vue du dessus. À l'exception du terme *baguette* (qui, par définition, implique un facettage à degrés), la forme ne désigne pas toujours le type de facettage.

D1.13 PROPORTION :

Relation comparative entre diverses dimensions de l'article de bijouterie ou de ses parties. Les proportions influent plus sur la qualité de la taille que tout autre facteur, mais ne révèlent pas complètement la qualité de la taille sans renseignements sur le type de facettage, la forme et le fini.

D1.14 FINI :

Qualité du polissage, de la symétrie et du façonnage de l'article de bijouterie.

D1.15 PHÉNOMÈNES OPTIQUES :

Autre effet optique que la couleur de l'article de bijouterie. Les phénomènes optiques des diamants sont les *feux* (couleurs de l'arc-en-ciel), la *brillance* et le *scintillement* (éclat).

D1.16 TRAITEMENT ou AMÉLIORATION :

Tout autre procédé que la taille et le polissage qui rehausse l'apparence (couleur, pureté et(ou) phénomènes optiques) augmente la durabilité ou accroît la disponibilité d'un article de bijouterie.

Partie D2 Abus terminologiques

D2.1 GEMME :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'appeler *gemme* ou de décrire comme une *gemme* les articles suivants, sans autre qualificatif :

a) tout article de bijouterie qui n'est pas en tous points conforme à la définition de *gemme* donnée en D1.1;

b) tout article de bijouterie partiellement ou entièrement créé grâce à l'intervention humaine, peu importe le matériau de base ou les méthodes utilisés;

c) tout article de bijouterie composé de deux parties ou plus assemblées, cimentées ou jointes à l'aide de n'importe quel autre procédé artificiel;

d) tout article de bijouterie traité ou amélioré.

D2.2 DIAMANT :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) appeler *diamant* ou décrire comme un *diamant* un article qui ne se conforme pas en tous points à la définition donnée en D1.2;

b) appeler *diamant* ou décrire comme un *diamant* ou appeler *pierre de naissance* un article partiellement ou entièrement créé grâce à l'intervention humaine, quels que soient le matériau de base ou les méthodes utilisés, sans juxtaposition du mot *synthétique* ou *artificiel, assemblé, imitation* ou un terme équivalent (selon le cas) aux mots *diamant* ou *pierre de naissance*. Les termes doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ne doivent pas être séparés;

c) appeler un article qui a été traité ou amélioré *diamant* ou le décrire comme un *diamant*, sans autre qualificatif;

d) utiliser le terme *diamant* avec un adjectif qualificatif, un nom de lieu ou un nom historique pour décrire, identifier ou désigner un article ou une substance qui n'est pas vraiment un diamant (exemples inacceptables : «diamant de Herkimer» pour le quartz, «diamant de Matara» pour le zircon incolore);

e) utiliser le terme *diamant* avec un astérisque ou un autre symbole renvoyant à une note en bas de page où l'on explique que l'article est un diamant traité, synthétique ou artificiel, assemblé ou d'imitation;

f) utiliser un mot ou une expression qui pourrait rappeler le terme *diamant* à l'oeil ou à l'oreille, y compris quand ce mot ou cette expression est une marque de commerce déposée ou une partie d'une marque de commerce déposée, à moins que le ou les mots *diamant, diamant synthétique, diamant assemblé* ou *diamant d'imitation* ne soient juxtaposés au mot ou à l'expression concernés, soient écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ne soient pas séparés (exemples inacceptables : «diamonite», «diamonique»; exemples acceptables : «diamant d'imitation diamondine», «diamant d'imitation [marque de commerce]»);

g) utiliser le mot *diamant* pour identifier, désigner ou décrire un article de bijouterie ayant moins de 17 facettes à moins qu'un mot ou une expression n'identifie correctement cet article (exemples acceptables : «diamant en rose», «éclats de diamant», «poussière de diamant»).

D2.3 NATUREL :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie ou les articles d'imitation, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le mot *naturel* dans les cas suivants :

a) si l'article a subi un traitement ou une amélioration quelconque, sauf la taille, le polissage et le façonnage;

b) si l'article a été fabriqué ou produit par une personne.

D2.4 SYNTHÉTIQUE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le mot *synthétique* ou un terme équivalent si les propriétés physiques, chimiques et optiques de l'article ne correspondent pas essentiellement à celles d'un diamant. Dans ce cas, le terme *synthétique* doit être juxtaposé au mot *diamant*, les deux doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemples acceptables : «diamant synthétique», «diamant synthétique [nom de la société]»).

D2.5 ASSEMBLÉ :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le mot *assemblé* ou un terme équivalent, sauf si l'article se compose de deux ou de plusieurs parties collées ou assemblées d'une façon artificielle quelconque et si le diamant est au moins un des principaux constituants de l'article. Dans ce cas, le terme *assemblé* doit être juxtaposé au mot *diamant*, les deux doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemple acceptable : «diamant assemblé»).

D2.6 IMITATION - ARTIFICIEL :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser l'expression *imitation/artificiel* ou un terme équivalent, sauf si l'article imite l'apparence d'un diamant. Dans ce cas, l'expression *imitation/artificiel* doit être juxtaposée au mot *diamant*, les deux doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemple acceptable : «diamant d'imitation»).

D2.7 UNITÉS DE MESURE :

REMARQUE 1 : Les règles qui suivent en D2.7 sont valables pour tous les articles de bijouterie.
REMARQUE 2 : L'annexe un des présentes lignes directrices donne les seuils de tolérance applicables aux articles de bijouterie pour ce qui est des unités de mesure.

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) donner une fausse impression du poids ou des dimensions d'un diamant ou d'un groupe de diamants;

b) indiquer le poids d'un diamant ou d'un groupe de diamants par une fraction, sauf s'il est égal ou supérieur au poids décimal équivalent, en carats;

c) indiquer le poids d'un diamant ou d'un groupe de diamants au moyen d'une unité autre que le carat. D'autres unités de mesure conformes à celles prescrites dans la *Loi sur les poids et mesures* et son règlement d'application peuvent être ajoutées à la déclaration du poids en carats, pourvu qu'elles soient écrites en caractères de la même ou de moindre taille;

d) indiquer le poids d'un diamant ou d'un groupe de diamants d'une façon quelconque sans utiliser le terme *carat*, son pluriel ou le symbole *ct*, selon le cas;

e) utiliser le pluriel *carats* pour indiquer un poids qui, en réalité, est inférieur à 1,01 carat (exemple inacceptable : «0,17 carats»); v. p 23

f) indiquer le poids total des diamants qui composent un article de bijouterie si la déclaration n'est pas accompagnée des mots *poids total* en toutes lettres, afin d'indiquer clairement que le poids indiqué est celui de tous les diamants et pas celui du diamant central, du plus gros diamant ou d'un seul diamant;

g) indiquer le poids total des diamants et des autres gemmes d'un article de bijouterie, à moins que cette déclaration ne soit accompagnée du poids total distinct de chaque type ou variété de gemme, écrit en caractères de la même taille et de la même importance;

h) indiquer le poids d'un diamant de moins de 1,00 carat sous forme décimale sans faire précéder la décimale d'un zéro, en caractères de la même taille et de la même importance que les autres chiffres de la déclaration de poids (p. ex., «0,25 ct»);

i) utiliser le terme *carat* ou le symbole *ct* d'une manière ambiguë qui pourrait laisser croire qu'on parle du poids des gemmes ou de la qualité du métal précieux (exemple inacceptable : «bracelet d'émeraude 10 ct»; exemples acceptables : «émeraude 10,00 ct sur bracelet en or 18 ct», «diamants d'un poids total de 10,00 ct sur bracelet en or 10 ct»);

j) indiquer les dimensions d'un diamant ou d'un groupe de diamants au moyen d'unités autres que des unités métriques (millimètres ou centimètres);

k) indiquer le poids d'un diamant ou le poids total de plusieurs diamants quand il est inférieur à 0,01 ct.

D2.8 COULEUR :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution d'articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) sauf pour la couleur fantaisie, indiquer la couleur d'un article de bijouterie en d'autres termes que ceux utilisés par un système de classement reconnu à l'échelon international (à savoir : GIA, AGS, HRD, scandinave DN);

b) utiliser les symboles, les termes ou d'autres indications de la qualité de la couleur ou de la couleur souhaitable d'un système de classement internationalement reconnu si la couleur de l'article de bijouterie n'est pas conforme aux normes établies par un tel système.

D2.9 PURETÉ :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) indiquer la pureté d'un article de bijouterie au moyen d'autres termes que ceux utilisés par un système de classement des diamants internationalement reconnu (à savoir : GIA, AGS, HRD, scandinave DN) sous un grossissement corrigé de dix fois;

b) utiliser les symboles, les termes ou d'autres indications du degré de pureté ou de la pureté souhaitable d'un système de classement des diamants internationalement reconnu si la pureté de l'article n'est pas conforme aux normes établies par un tel système;

c) utiliser *pur* pour indiquer le degré de pureté ou la pureté souhaitable d'un article qui laisse voir des taches, des inclusions ou des imperfections quand on l'examine avec une loupe corrigée dix fois.

D2.10 QUALITÉ GEMME :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le terme *gemme* ou un terme équivalent pour indiquer la qualité des articles suivants ou pour les qualifier :

a) un diamant synthétique, un diamant assemblé ou un diamant d'imitation (exemples inacceptables : «zircone cubique gemme», «diamant synthétique de qualité gemme»);

b) un diamant qui ne présente pas toutes les qualités souhaitables pertinentes.

D2.11 PARFAIT :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le mot *parfait* ou une de ses variantes pour décrire, identifier ou désigner un article ou pour faire allusion à une propriété quelconque de cet article (exemples inacceptables : «une gemme parfaite», «parfaitement poli», «taillé à la perfection»).

D2.12 QUALITÉ DE LA TAILLE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) utiliser les symboles, les termes ou d'autres indications de la qualité de la taille ou de la taille souhaitable d'un système de classement des diamants internationalement reconnu si la qualité de la taille de l'article ne respecte pas les normes établies par ce système;

b) décrire l'apparence d'un article de bijouterie d'une manière quelconque pour donner l'impression que celui-ci est particulièrement intéressant ou souhaitable (p. ex. *éclatant, mille feux*, etc.) si l'article ne possède pas réellement cette qualité;

c) utiliser les expressions *bien taillé, bonne taille, bien fait, bon facettage*, ou des expressions équivalentes pour donner l'impression que le type de facettage, la forme, les proportions ou le fini d'un article de bijouterie ou plusieurs de ces propriétés se démarquent de l'apparence générale de l'article;

d) utiliser un terme ou une expression signifiant ou impliquant directement ou indirectement, ou laissant raisonnablement supposer, que l'article possède des caractéristiques spéciales ou inhabituelles quant à sa brillance et(ou) à sa dispersion résultant d'autres considérations que la qualité de la taille telle que définie en D1.11.1;

e) utiliser un terme ou une expression pour désigner la qualité de la taille, la forme, les proportions ou le fini d'un article qui pourrait amener un consommateur non initié aux us et coutumes du commerce des diamants à raisonnablement supposer que l'article en question possède des proportions ou d'autres caractéristiques, une qualité ou une valeur qu'il ne possède pas en réalité (exemple inacceptable : «taille fine moderne» pour désigner un diamant à couronne mince aux angles aigus);

f) faire des affirmations sur la qualité de la taille sans tenir compte de tous les paramètres suivants : type de facettage, forme, proportions et fini.

D2.13 TYPE DE FACETTAGE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) mentionner un type de facettage auquel l'article ne se conforme pas en réalité;

b) indiquer le *type de facettage* au lieu de la *qualité de la taille* (voir la partie D1.11.1) pour faire allusion aux quatre critères (4Cs) qui sont : la couleur, la pureté, la taille et le poids en carat de l'article;

c) utiliser le nom d'un type de facettage sans le nom approprié du diamant pour décrire, identifier ou désigner un article de bijouterie (exemples inacceptables : «brillant», «baguette» pour désigner des articles de bijouterie sans aucune autre précision).

D2.14 FORME :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) indiquer une forme générale à laquelle l'article ne se conforme pas en réalité;

b) présenter la forme de l'article de bijouterie comme le type de facettage.

D2.15 PROPORTION :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices de faire de fausses représentations ou des représentations trompeuses au sujet de la qualité des proportions ou des proportions souhaitables.

D2.16 FINI :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser les expressions *bien poli, bien fini* ou une expression équivalente pour décrire un article dont le fini ne justifie pas réellement une telle description, selon les normes généralement acceptées dans le commerce des diamants.

D2.17 PHÉNOMÈNES OPTIQUES :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) faire des représentations sur un phénomène optique que ne possède pas l'article en réalité;

b) utiliser un terme ou une expression se rapportant à un phénomène optique pour donner l'impression que l'article a un degré de qualité qu'il ne possède pas en réalité.

D2.18 AUTHENTIQUE ou VÉRITABLE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le terme *authentique* ou *véritable* ou une expression équivalente pour décrire, identifier ou désigner un article ou une matière entièrement ou partiellement fabriqués grâce à l'intervention humaine (exemple inacceptable : «véritable diamant synthétique»).

D2.19 REPRODUCTION ou RÉPLIQUE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le terme *reproduction* ou *réplique* ou une expression équivalente pour décrire, identifier ou désigner les articles suivants :

a) une pierre synthétique ou artificielle/imitation, à moins qu'elle ne reproduise une pierre célèbre (dimensions, forme et apparence) et qu'on spécifie les matériaux dont est fait le simulacre. Dans ce cas, les mots doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ne doivent pas être séparés (exemple acceptable : «réplique en verre des diamants Cullinan»);

b) un article composé de plusieurs éléments, à moins que tous les matériaux qui le composent soient identiques à ceux de l'original (exemple inacceptable : «reproduction d'une broche de [joaillier célèbre]», pour une reproduction en laiton et en verre d'un article fait d'or et de diamants).

D2.20 LANGUE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'emprunter un mot d'une autre langue ou de forger un nouveau mot pour nier l'authenticité d'une gemme (exemple inacceptable : «diamant powder»).

Partie D3 Divulgations

D3.1 TRAITEMENT ou AMÉLIORATION :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices de désigner un article de bijouterie sans les mots *traité* ou *amélioré*, si l'article en question a été modifié par un traitement quelconque. Dans ce cas, le mot *traité* ou *amélioré* doit être juxtaposé au nom correct de l'article, les termes doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemple acceptable : «diamant de pureté améliorée»).

Ou encore, on doit substituer le nom de la méthode ou du traitement (avec ou sans la marque de commerce ou le nom déposé) aux mots *traité* ou *amélioré*. Dans ce cas, le nom du procédé ou du traitement doit être juxtaposé au nom correct de l'article, les deux doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemples acceptables : «diamant synthétique rempli de verre», «diamant au laser [nom de l'entreprise]», «diamant vert irradié»).

D3.2 GÉNÉRALITÉS :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) qualifier de *diamant* un article de bijouterie, sauf les articles de couleur fantaisie, quand la pureté du diamant est inférieure à «I-3», à moins que les mots «qualité inférieure à la qualité minimale» ne soient juxtaposés au mot *diamant*, auquel cas les termes doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ne doivent pas être séparés;

b) utiliser une déclaration, une description ou une illustration trompeuse ou mensongère sur la formation, la production, l'état ou la qualité d'un matériau quelconque;

c) identifier les gemmes d'un article de bijouterie dans un autre ordre que l'ordre décroissant selon le poids;

d) identifier, désigner ou décrire un article fait de différentes gemmes en ne citant qu'une seule gemme, à moins que le poids de cette dernière ne soit supérieur à celui des autres gemmes.

D3.3 LIEU D'ORIGINE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices de mentionner le lieu d'origine d'un article de bijouterie sans preuves pour le confirmer.

D3.4 SOIN et ENTRETIEN :

On recommande d'indiquer à l'acheteur comment prendre soin de l'article de bijouterie, le nettoyer et l'entretenir.

D3.5 GARANTIE :

Les dispositions législatives relatives aux garanties apparaissent à l'article 52 de la *Loi sur la concurrence* (voir l'annexe un) ainsi que dans la législation provinciale. L'industrie doit

comprendre que toute déclaration ou allusion relative à l'identité, à la qualité ou à la valeur d'un article constitue une garantie du vendeur en ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie. Ce principe est valable dans tous les cas, même quand le vendeur cite l'avis d'une tierce partie, y fait allusion ou présente une copie écrite d'un tel avis, avec lequel il soutient ne pas être d'accord.

D3.6 EMBALLAGE SCELLÉ et GARANTIE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'interdire à l'acheteur d'examiner ou de faire examiner un article de bijouterie par une autre personne en remettant celui-ci dans un emballage scellé assorti d'une garantie qui cesse d'être valable à l'ouverture de l'emballage.

* * * * * *

Lignes directrices sur les pierres précieuses de couleur et les pierres fines

Partie C1 Définitions

C1.1 GEMME :

Matière minérale ou organique présente dans la nature, polie et façonnée pour servir de parure ou être exposée, et caractérisée par sa beauté, sa rareté, sa durabilité et sa valeur.

C1.2 NOMS DE GEMMES :

Le nom d'une gemme sans qualificatif exclut toujours les gemmes synthétiques ou artificielles, assemblées et d'imitation. Le nom sans qualificatif signifie également que l'article n'a *pas* été modifié par revêtement, remplissage de fractures, imprégnation, teinture, coloration à l'huile, diffusion en surface ou par un autre traitement instable ou temporaire dans des conditions normales d'usure et d'entretien ou lors d'une retaille ou d'un repolissage, ou que l'article n'a pas subi un traitement qui lui donnerait une valeur sensiblement inférieure à celle d'une gemme de même apparence non traitée (voir aussi la partie C3.1).

C1.3 NATUREL :

Entièrement produit par la nature, sans intervention humaine durant le processus de formation, et qui n'a pas été modifié par quiconque, sauf pour le polissage et le façonnage.

C1.4 SYNTHÉTIQUE :

Entièrement ou partiellement produit grâce à l'intervention humaine. Dont les propriétés physiques, chimiques et optiques sont essentiellement les mêmes que celles du produit naturel, lorsqu'il existe.

C1.5 ORGANIQUE :

Produit d'origine animale ou végétale.

C1.5.1 DE CULTURE ou CULTIVÉ :

Matériau organique (ou dont la surface est recouverte d'un matériau organique) entièrement ou partiellement obtenu grâce à une intervention humaine. Ses propriétés physiques, chimiques et optiques sont essentiellement les mêmes que celles du produit naturel équivalent, lorsqu'il existe. *De culture* est synonyme du mot *cultivé*.

C1.6 ASSEMBLÉ :

Produit obtenu par assemblage d'une couche de gemme et d'une ou plusieurs couches de la même matière ou de plusieurs autres matières, à la suite d'une intervention humaine.

C1.7 IMITATION - ARTIFICIEL :

Produit qui imite les effets et l'apparence de la gemme nommée sans en posséder la composition chimique, les propriétés physiques (y compris optiques) et(ou) la structure.

C1.8 RECONSTRUIT ou RECONSTITUÉ :

Produit artificiel obtenu par fusion, collage ou assemblage de particules ou de fragments du matériau nommé afin d'en tirer un tout cohérent. *Reconstitué* est synonyme du terme *reconstruit.*

C1.9 ARTICLE DE BIJOUTERIE :

Produit fait ou qu'on prétend être fait d'une gemme naturelle, traitée, synthétique ou assemblée.

C1.10 UNITÉS DE MESURE :

REMARQUE 1 : Les règles qui suivent en C1.10 sont valables pour tous les articles de bijouterie.
REMARQUE 2 : L'annexe deux des présentes lignes directrices donne les seuils de tolérance applicables aux articles de bijouterie pour ce qui est des unités de mesure.

a) Le poids d'une gemme est exprimé en carats (symbole : ct) et au moins jusqu'à la deuxième décimale ou par une fraction;

b) Les dimensions d'une gemme sont exprimées en unités métriques au moins jusqu'à la deuxième décimale.

C1.11 COULEUR :

Combinaison de la saturation (l'intensité), du ton (clair à foncé) et de la teinte, sans référence à d'autres phénomènes optiques.

C1.12 PURETÉ :

Indication de la taille, du nombre, de la position et de la nature des caractéristiques internes (sauf la couleur et les phénomènes optiques) et externes d'un article de bijouterie qu'on ne pourrait supprimer par polissage sans une perte notable de poids.

C1.13 TAILLE :

Selon le contexte, le terme *taille* peut désigner la qualité de la taille ou le type de facettage conformément aux définitions qui suivent.

C1.13.1 QUALITÉ DE LA TAILLE :

Qualité avec laquelle un article de bijouterie a été façonné. La qualité indique comment l'orientation, le type de facettage, la forme générale, les proportions et le fini de la pierre se rapprochent de la taille idéale pour le spécimen concerné.

C1.13.2 TYPE DE FACETTAGE :

Forme distinctive ou particulière donnée à un article de bijouterie. Les types de facettage comprennent notamment les suivants : cabochon, glyptique (camée, intaille), rose, 8/8, brillant, à degrés, sciseau, mixte et profilé. Le type de facettage n'est en aucune façon à lui seul un indice de la qualité de la taille de l'article (voir la partie C1.13.1). Le facettage n'indique pas nécessairement la forme générale de l'article (voir la partie C1.14), sauf la *taille brillant* qui, sans juxtaposition d'un autre nom, désigne toujours la *taille rond brillant.*

C1.14 FORME :

Forme générale d'un article de bijouterie vue du dessus. À l'exception du terme *baguette* (qui, par définition, implique un facettage à degrés), la forme ne désigne pas toujours le type de facettage.

C1.15 PROPORTION :

Relation comparative entre diverses dimensions de l'article de bijouterie ou de ses parties. Avec les pierres transparentes, les proportions influent plus sur la qualité de la taille que tout autre facteur, mais ne révèlent pas complètement la qualité de la taille de l'article sans renseignements sur l'orientation, le type de facettage, la forme et le fini.

C1.16 FINI :

Qualité du polissage, de la symétrie et du façonnage de l'article de bijouterie.

C1.17 PHÉNOMÈNES OPTIQUES :

Autre effet optique que la couleur de l'article de bijouterie. Les phénomènes les plus courants sont la *chatoyance* (oeil-de-chat), l'*astérisme* (aspect étoilé), l'*irisation* (opale), le *métamérisme* (changement de couleur), le *pléochroïsme* (orientation d'une couleur) et l'*adularescence* (pierre de lune).

C1.18 TRAITEMENT ou AMÉLIORATION :

Tout autre procédé que la taille et le polissage qui rehausse l'apparence (couleur, pureté et(ou) phénomènes optiques), augmente la durabilité ou accroît la disponibilité d'un article de bijouterie.

Partie C2 Abus terminologiques

C2.1 GEMME :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'appeler *gemme* ou de décrire comme une *gemme* les articles suivants, sans autre qualificatif :

a) tout article de bijouterie qui n'est pas en tous points conforme à la définition de *gemme* donnée en C1.1;

b) tout article de bijouterie partiellement ou entièrement créé grâce à l'intervention humaine, peu importe le matériau de base ou les méthodes utilisés;

c) tout article de bijouterie obtenu par assemblage, collage ou autre moyen de fixation artificielle de deux ou plusieurs parties;

d) tout article de bijouterie dont le traitement ou l'amélioration est instable ou temporaire dans des conditions normales d'usure et d'entretien ou qui, en raison d'un traitement quelconque, a une valeur sensiblement inférieure à celle d'un article d'apparence identique non traité.

C2.2 NOMS DE GEMMES :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, l'usage des expressions suivantes est contraire aux présentes lignes directrices :

a) le nom d'une gemme qui ne se conforme pas à tous les égards aux noms approuvés selon la nomenclature adoptée par la Confédération internationale de la bijouterie, joaillerie, orfèverie, des diamants, perles et pierres (CIBJO);

b) le nom d'une gemme ou l'expression *pierre de naissance* pour décrire, identifier ou désigner une pierre fabriquée grâce à l'intervention humaine sans juxtaposition du mot *synthétique* ou *artificiel*, *assemblé* ou *d'imitation* (selon le cas), ou d'un terme équivalent au nom de la gemme. Les termes doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ne doivent pas être séparés;

c) le nom d'une gemme sans qualificatif ou l'expression *pierre de naissance* pour décrire, identifier ou désigner un article ou une matière différents, de la gemme nommée en réalité (exemples inacceptables : «topaze» pour la citrine, ou «jade» pour la serpentine);

d) le nom d'une gemme ou l'expression *pierre de naissance* avec un adjectif qualificatif, un nom de lieu ou un nom historique pour décrire, identifier ou désigner un article ou une matière différents de la gemme nommée (exemples inacceptables : «diamant noir de l'Alaska» pour hématite, «rubis balas» pour la spinelle rouge ou «lapis-lazuli canadien» pour la sodalite);

e) le nom d'une gemme sans autre qualificatif ou l'expression *pierre de naissance* pour décrire, identifier ou désigner un article ou une matière traités ou améliorés d'une façon quelconque pour en rehausser l'apparence, en augmenter la durabilité ou en accroître la disponibilité lorsque les effets du traitement en question sont instables ou temporaires dans des conditions normales d'usure et d'entretien ou advenant une retaille ou un repolissage, ou lorsque ce traitement donne à l'article une valeur sensiblement inférieure à celle d'une gemme d'apparence similaire non traitée;

f) le nom d'une gemme ou l'expression *pierre de naissance* avec un astérisque ou un autre symbole renvoyant à une note en bas de page où l'on explique que l'article est une gemme traitée, synthétique, assemblée ou artificielle/imitation;

g) le nom d'un minéral ou d'une gemme pour décrire la couleur (exemples inacceptables : «quartz topaze» ou «spinelle rubis»);

h) le terme *semi-précieux.*

C2.3 NATUREL :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie ou les articles d'imitation, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le mot *naturel* dans les cas suivants :

a) si l'article a subi un traitement ou une amélioration quelconque, sauf la taille, le polissage et le façonnage;

b) si l'article a été fabriqué ou produit par une personne.

C2.4 SYNTHÉTIQUE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le mot *synthétique* ou un terme équivalent si les propriétés physiques, chimiques et optiques de l'article ne correspondent pas essentiellement à celles du produit naturel correspondant, s'il existe. Dans ce cas, le terme *synthétique* doit être juxtaposé au nom approprié de la gemme produite par synthèse, les deux doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemples acceptables : «rubis synthétique», «émeraude synthétique [nom de la société]»).

C2.5 ASSEMBLÉ :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le mot *assemblé* ou un terme équivalent sauf si l'article se compose de deux ou de plusieurs parties collées ou assemblées d'une façon artificielle quelconque. Dans ce cas, le terme *assemblé* doit être juxtaposé au nom approprié de la gemme assemblée, les deux doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemple acceptable : «triplet d'opale assemblé»).

C2.6 IMITATION - ARTIFICIEL :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser l'expression *imitation/artificiel* ou un terme équivalent, sauf si l'article imite la couleur et l'apparence d'une gemme. Dans ce cas, l'expression *imitation/artificiel* doit être juxtaposée au nom approprié de la gemme imitée, les deux doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et rien ne doit les séparer (exemples acceptables : «émeraude d'imitation», «imitation de rubis»).

C2.7 RECONSTRUIT ou RECONSTITUÉ :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser les mots *reconstruit* ou

reconstitué, ou un terme équivalent si l'article n'a pas été obtenu par fusion, collage ou assemblage de particules ou de fragments du matériau nommé afin d'en tirer un tout cohérent. Dans ce cas, le mot *reconstruit* ou *reconstitué* doit être juxtaposé au nom approprié de la gemme reconstituée, les mots doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemple acceptable : «turquoise reconstituée»).

C2.8 UNITÉS DE MESURE :

REMARQUE 1 : Les règles qui suivent en C2.8 sont valables pour tous les articles de bijouterie.
REMARQUE 2 : L'annexe deux des présentes lignes directrices donne les seuils de tolérance applicables aux articles de bijouterie pour ce qui est des unités de mesure.

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) donner une fausse impression du poids ou des dimensions d'une gemme ou d'un groupe de gemmes;

b) indiquer le poids d'une gemme ou d'un groupe de gemmes par une fraction, sauf s'il est égal ou supérieur au poids décimal équivalent;

c) indiquer le poids d'une gemme ou d'un groupe de gemmes au moyen d'une unité autre que le carat. D'autres unités conformes à celles prescrites dans la *Loi sur les poids et mesures* et son règlement d'application peuvent être ajoutées à la déclaration du poids en carats, pourvu qu'elles soient écrites en caractères de la même taille ou plus petits;

d) indiquer le poids d'une gemme ou d'un groupe de gemmes d'une façon quelconque sans utiliser le terme *carat*, son pluriel ou le symbole *ct*, selon le cas;

e) utiliser le pluriel *carats* pour indiquer un poids qui, en réalité, est inférieur à 1,01 carats (exemple inacceptable : «0,17 carats»);

au troisième ! le pluriel commence à 2

f) indiquer le poids total des gemmes qui composent un article de bijouterie si la déclaration n'est pas accompagnée des mots *poids total* en toutes lettres, afin d'indiquer clairement que le poids indiqué est celui de toutes les gemmes d'un même type et pas celui de la gemme centrale, de la plus grosse gemme ou d'une seule gemme;

g) indiquer le poids total des gemmes et des autres gemmes d'un article de bijouterie composé de plusieurs sortes de gemmes, à moins que cette déclaration ne soit accompagnée du poids total distinct de chaque type ou variété de gemme, écrit en caractères de la même taille et de la même importance;

h) indiquer le poids d'une gemme de moins de 1,00 carat sous forme décimale sans faire précéder la décimale d'un zéro, en caractères de la même taille et de la même importance que les autres chiffres de la déclaration de poids (p. ex., «0,25 ct»);

i) utiliser le terme *carat* ou le symbole *ct* d'une manière ambiguë qui pourrait laisser croire qu'on parle du poids des gemmes ou de la qualité du métal précieux (exemple inacceptable : «bracelet d'émeraude 10 ct»; exemples acceptables : «émeraude 10,00 ct sur bracelet en or 18 ct», «émeraude de poids total 10,00 ct sur bracelet en or 10 ct»);

j) indiquer les dimensions d'une gemme ou d'un groupe de gemmes au moyen d'unités autres que des unités métriques (millimètres ou centimètres);

k) indiquer le poids d'une gemme ou le poids total de plusieurs gemmes quand il est inférieur à 0,01 ct.

C2.9 COULEUR :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) faire une fausse représentation ou une représentation trompeuse sur la qualité de la couleur ou la couleur souhaitable;

b) utiliser les symboles, les termes ou d'autres indications de la qualité de la couleur ou de la couleur souhaitable d'un système de classement des gemmes internationalement reconnu si la couleur de l'article de bijouterie n'est pas conforme aux normes établies par un tel système;

c) utiliser un nom de lieu pour indiquer la couleur d'un article de bijouterie si l'endroit spécifié n'est pas généralement reconnu pour la production d'un type de gemme d'une apparence particulière (exemple inacceptable : «saphir bleu couleur Toronto»).

d) utiliser le nom d'un lieu pour indiquer la couleur d'un article de bijouterie si celui-ci n'est pas conforme à l'apparence pour laquelle l'endroit indiqué est réputé (exemple acceptable : «saphir couleur Cachemire» pour désigner une pierre conforme à ces caractéristiques).

C2.10 PURETÉ :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) utiliser les symboles, les termes ou d'autres indications du degré de pureté ou de la pureté souhaitable d'un système de classement des gemmes internationalement reconnu si la pureté de l'article n'est pas conforme aux normes établies par un tel système;

b) utiliser l'expression *pur* pour indiquer le degré de pureté ou la pureté souhaitable d'un article qui laisse voir des taches, des inclusions ou des imperfections quand on l'examine avec une loupe corrigée grossissant dix fois;

c) utiliser l'expression *pur* ou une expression équivalente pour indiquer la qualité de la pureté ou la pureté souhaitable d'un produit assemblé ou d'imitation.

C2.11 QUALITÉ GEMME :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le terme *gemme* ou un terme équivalent pour indiquer la qualité des articles suivants ou les qualifier :

a) une pierre synthétique, assemblée ou artificielle/imitation (exemples inacceptables : «zircone cubique gemme», «émeraude synthétique de qualité gemme»);

b) une gemme qui ne présente pas toutes les qualités souhaitables pertinentes.

C2.12 PARFAIT :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le mot *parfait* ou une de ses variantes pour décrire, identifier ou désigner un article ou pour faire allusion à une propriété quelconque de cet article (exemples inacceptables : «une gemme parfaite», «parfaitement poli», «taillé à la perfection»).

C2.13 QUALITÉ DE LA TAILLE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) utiliser les symboles, les termes ou d'autres indications de la qualité de la taille ou de la taille souhaitable d'un système de classement des gemmes internationalement reconnu si la qualité de la taille de l'article ne respecte pas les normes établies par ce système;

b) décrire l'apparence d'un article de bijouterie transparent et facetté d'une manière quelconque pour donner l'impression que celui-ci est particulièrement intéressant ou souhaitable (p. ex. *éclatant, mille feux*, etc.) si l'article ne possède pas réellement cette qualité;

c) utiliser les expressions *bien taillé, bonne taille, bien fait, bon facettage*, ou des expressions équivalentes pour donner l'impression que l'orientation, le type de facettage, la forme, les proportions ou le fini d'un article de bijouterie ou plusieurs de ces propriétés se démarquent de l'apparence générale de l'article;

d) utiliser un mot ou une expression signifiant ou impliquant directement ou indirectement, ou laissant raisonnablement supposer que l'article possède des caractéristiques spéciales ou inhabituelles quant à sa brillance et(ou) à sa dispersion résultant d'autres considérations que la qualité de la taille telle que définie en C1.13.1;

e) utiliser un terme ou une expression pour désigner la qualité de la taille, l'orientation, la forme, les proportions ou le fini d'un article qui pourrait amener un consommateur non initié aux us et coutumes de l'industrie gemmologique à raisonnablement supposer que l'article en question possède des proportions ou d'autres caractéristiques, une qualité ou une valeur qu'il ne possède pas en réalité;

f) faire des affirmations sur la qualité de la taille sans tenir compte de tous les paramètres suivants : orientation, type de facettage, forme, proportions et fini.

C2.14 TYPE DE FACETTAGE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) mentionner un type de facettage auquel l'article ne se conforme pas en réalité;

b) indiquer le *type de facettage* au lieu de la *qualité de la taille* (voir la partie C1.13.1) pour faire allusion aux quatre critères (4Cs) qui sont : la couleur, la pureté, la taille et le poids en carat de l'article;

c) utiliser le nom d'un type de facettage, en l'absence d'un nom approprié de gemme, pour décrire, identifier ou mentionner un article de bijouterie (exemples inacceptables : «brillant», «baguette» pour faire allusion à un article de bijouterie qu'on ne peut nommer autrement).

C2.15 FORME :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) indiquer une forme générale à laquelle l'article ne se conforme pas en réalité;

b) présenter la forme de l'article de bijouterie comme le type de facettage.

C2.16 PROPORTION :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices de faire de fausses représentations ou des représentations trompeuses au sujet de la qualité des proportions ou des proportions souhaitables.

C2.17 FINI :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser les expressions *bien poli, bien fini* ou une expression équivalente pour décrire un article dont le fini ne justifie pas réellement une telle description, selon les normes commerciales généralement acceptées en gemmologie.

C2.18 PHÉNOMÈNES OPTIQUES :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) faire des déclarations sur un phénomène optique que ne possède pas l'article en réalité;

b) utiliser un terme ou une expression se rapportant à un phénomène optique pour donner l'impression que l'article a un degré de qualité qu'il ne possède pas en réalité.

C2.19 AUTHENTIQUE ou VÉRITABLE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le terme *authentique ou véritable* ou une expression équivalente pour décrire, identifier ou désigner un article ou une matière entièrement ou partiellement fabriqués grâce à l'intervention humaine (exemple inacceptable : «véritable émeraude synthétique»).

C2.20 REPRODUCTION ou RÉPLIQUE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le terme *reproduction* ou *réplique* ou une expression équivalente pour décrire, identifier ou désigner les articles suivants :

a) une pierre synthétique ou artificielle/imitation à moins qu'elle reproduise un bijou célèbre (dimensions, forme et apparence) et qu'on spécifie les matériaux dont est fabriqué le simulacre.

Dans ce cas, les mots doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ne doivent pas être séparés (exemple acceptable : «réplique en verre du rubis du Prince Noir»);

b) un article composé de plusieurs éléments, à moins que tous les matériaux qui le composent soient identiques à ceux de l'original (exemple inacceptable : «reproduction d'une broche de [joaillier célèbre]», pour une reproduction en laiton et en verre d'un article fait d'or et de gemmes).

C2.21 LANGUE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'emprunter un mot d'une autre langue ou de forger un nouveau mot pour nier l'authenticité d'une gemme (exemple inacceptable : «émeraude false»).

Section C3 Divulgations

C3.1 TRAITEMENT ou AMÉLIORATION :

a) En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices de désigner un article de bijouterie sans les mots *traité* ou *amélioré* si l'article en question a été modifié par irradiation, diffusion en surface, revêtement, remplissage de fractures, imprégnation, teinture, coloration à l'huile ou tout autre traitement dont les effets sont instables dans des conditions normales d'usure et d'entretien ou lors d'une retaille ou d'un repolissage. Dans ce cas, le mot *traité* ou *amélioré* doit être juxtaposé au nom correct de l'article, les termes doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ne doivent pas être séparés.

Parallèlement, on doit substituer le nom de la méthode ou du traitement (avec ou sans la marque de commerce ou le nom déposé) aux mots *traité* ou *amélioré*. Dans ce cas, le nom du procédé ou du traitement doit être juxtaposé au nom correct de la gemme, les deux doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemples acceptables : «lapis-lazuli teint», «saphir traité par diffusion», «agate teinte»).

b) On recommande de signaler à l'acheteur d'un article de bijouterie que beaucoup de gemmes sont traitées au moyen de procédés qui imitent les mécanismes de la nature, que les techniques gemmologiques courantes ne permettent pas de déceler et dont les effets sont stables et permanents. Le vendeur devrait être prêt à fournir à l'acheteur qui le demande des renseignements sur les traitements que peut avoir subis l'article mis en vente.

C3.2 GÉNÉRALITÉS :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) utiliser une déclaration, une description ou une illustration trompeuse ou mensongère sur la formation, la production, l'état ou la qualité d'un matériau quelconque;

b) identifier les gemmes d'un article de bijouterie dans un autre ordre que l'ordre décroissant selon le poids;

c) identifier, désigner ou décrire un article fait de différentes gemmes en ne citant qu'une seule gemme à moins que le poids de cette dernière ne soit supérieur à celui des autres gemmes.

C3.3 LIEU D'ORIGINE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices de mentionner le lieu d'origine d'un article de bijouterie sans preuves pour le confirmer.

C3.4 SOIN et ENTRETIEN :

On recommande d'indiquer à l'acheteur comment prendre soin de l'article de bijouterie, le nettoyer et l'entretenir.

C3.5 GARANTIE :

Les dispositions législatives relatives aux garanties apparaissent à l'article 52 de la *Loi sur la concurrence* (voir l'annexe un) ainsi que dans la législation provinciale. L'industrie doit comprendre que toute déclaration ou allusion relative à l'identité, à la qualité ou à la valeur d'un article constitue une garantie du vendeur en ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie. Ce principe est valable dans tous les cas, même quand le vendeur cite l'avis d'une tierce partie, y fait allusion ou présente une copie écrite d'un tel avis, avec lequel il soutient ne pas être d'accord.

C3.6 EMBALLAGE SCELLÉ et GARANTIE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'interdire à l'acheteur d'examiner ou de faire examiner un article de bijouterie par une autre personne en remettant celui-ci dans un emballage scellé assorti d'une garantie qui cesse d'être valable à l'ouverture de l'emballage.

* * * * * *

Lignes directrices sur les perles

Section P1 Définitions

P1.1 GEMME :

Matière minérale ou organique présente dans la nature, polie et façonnée pour servir de parure ou être exposée, et caractérisée par sa beauté, sa rareté, sa durabilité et sa valeur.

P1.2 PERLE :

Formation organique naturelle constituée de couches concentriques du même matériau que le revêtement intérieur de la coquille d'un mollusque, sécrétées par ce mollusque consécutivement à l'irritation causée par la présence d'un corps étranger (souvent un parasite) dans ses tissus, sans intervention humaine. La perle peut être façonnée pour servir de parure ou d'objet de collection et se caractérise par sa beauté, sa rareté et sa valeur.

P1.3 NOMS DE PERLE :

Le nom d'un type ou d'une variété de perle sans autre qualificatif exclut toujours les perles cultivées assemblées et les perles d'imitation. Ce terme signifie également que l'article n'a *pas* été modifié par revêtement ou tout autre traitement instable ou temporaire dans des conditions normales d'usure et d'entretien ou lors du polissage, ni par un traitement qui donnerait à un article de valeur sensiblement moins élevée une apparence similaire à celle d'un article non traité (voir aussi la partie P3.1). Il existe plusieurs sortes de perles naturelles :

P1.3.1 PERLE FORMÉE À PARTIR D'UN KYSTE :

Perle produite dans le tissu vivant d'un mollusque, sans contact avec la coquille.

P1.3.2 PERLE ORIENTALE :

Perle nacrée, formée à partir d'un kyste, qu'on retrouve exclusivement dans les mollusques marins.

P1.3.3 PERLE SEMENCE :

Perle nacrée, formée à partir d'un kyste, de moins de deux millimètres de diamètre.

P1.3.4 PERLE NOIRE :

Perle nacrée, formée à partir d'un kyste, dont la couleur naturelle varie du noir au gris.

P1.3.5 PERLE D'EAU DOUCE :

Perle nacrée, formée à partir d'un kyste et de couleur variée, indigène aux mollusques d'eau douce qui vivent dans les rivières et les lacs.

P1.3.6 PERLE BLISTER :

Formation nacrée naturelle et convexe qui ne fait pas partie de l'anatomie normale du mollusque et qu'on retrouve sur la face intérieure de la coquille.

P1.3.7 PERLE DE CONQUE :

Perle non nacrée, formée à partir d'un kyste, par le Grand Strombe (*Strombus Gigas*).

P1.4 NATUREL :

Entièrement produit par la nature, sans intervention humaine avant ou durant le processus de formation, et qui n'a pas été modifié par une intervention humaine, sauf pour la coupe, le perçage, le polissage et(ou) le façonnage.

P1.5 DE CULTURE ou CULTIVÉ :

Article nacré obtenu lorsqu'on implante un noyau, habituellement un morceau de coquille (nacre de perle) sphérique, et(ou) un greffon (fragment du manteau de l'huître) dans les tissus vivants du mollusque ou entre ces tissus et la coquille, et que le mollusque recouvre ce corps étranger de couches concentriques de nacre. L'expression *perle de culture* ou *perle cultivée* sans autre qualificatif désigne une perle cultivée nacrée, formée à partir d'un kyste et obtenue à la suite de l'implantation d'un noyau.

P1.5.1 PERLE CULTIVÉE D'EAU DE MER :

Perle de culture à noyau de nacre provenant d'un mollusque marin.

P1.5.2 PERLE CULTIVÉE D'EAU DOUCE :

Perle de culture à noyau de nacre ou de tissu organique (greffon) provenant d'un mollusque dulcicole. Les perles d'eau douce produites à partir d'un greffon sont parfois appelées *perles de culture sans noyau.*

P1.5.3 KESHI :

Un sous-produit accidentel de la culture perlière (habituellement creux et baroque) obtenu lorsque des cellules épithéliales isolées forment accidentellement un sac perlier dans la chair du mollusque, à la suite de l'intervention chirurgicale visant la production d'une perle de culture, à un autre endroit dans les tissus du mollusque.

P1.6 ASSEMBLÉ :

Produit obtenu par assemblage d'une partie de perle naturelle ou cultivée et d'une ou plusieurs parties de la même matière ou de plusieurs autres matières, à la suite d'une intervention humaine.

P1.6.1 PERLE MABÉ :

Assemblage d'une perle blister de culture détachée de la coquille, dont on a éliminé le noyau et qu'on a remplie d'un matériau synthétique dont la base est recouverte d'une couche de nacre de perle.

P1.7 IMITATION - ARTIFICIEL :

Produit qui imite les effets, la couleur et l'apparence d'une perle naturelle ou cultivée sans en posséder nécessairement les propriétés physiques ou chimiques.

P1.8 ARTICLE DE BIJOUTERIE :

Produit fait ou qu'on prétend être fait de perle naturelle, traitée, cultivée ou assemblée.

P1.9 NACRE :

Matériau organique stratifié qui compose le corps de la plupart des perles naturelles de bonne qualité, la surface d'une perle cultivée et le revêtement de la coquille de la plupart des mollusques perliers. Son apparence rappelle la perle et la nacre de perle. Ce matériau est fait de plaquettes microscopiques d'aragonite (carbonate de calcium) déposées parallèlement à la surface et cimentées grâce à un fin réseau de substance cornée appelée conchyoline.

P1.10 LUSTRE :

Propriété de la surface et des structures superficielles ou peu profondes d'un article de bijouterie à réfléchir la lumière.

P1.11 ORIENT :

Phénomène optique attribuable à l'interférence des rayons lumineux. Il se caractérise par l'irisation (couleurs fugitives mais distinctes de l'arc-en-ciel) de certains articles de bijouterie.

P1.12 COULEUR :

Couleur générale, par exemple, rose, blanc, crème, jaune, gris.

P1.13 COULEUR DE COMPLÉMENT :

Teinte se superposant à la couleur principale et dont l'emplacement peut être localisé.

P1.14 QUALITÉ DE LA SURFACE :

Indication du nombre et de l'importance des irrégularités ou des défauts que présente la surface de l'article, ou des irrégularités ou des défauts localisés sous la surface.

P1.15 UNITÉS DE MESURE :

REMARQUE 1 : Les règles qui suivent en P1.16 sont valables pour tous les articles de bijouterie.
REMARQUE 2 : L'annexe deux des présentes lignes directrices donne les seuils de tolérance applicables aux articles de bijouterie pour ce qui est des unités de mesure.

On mesure les perles en unités métriques :

a) le millimètre (mm) sert d'unité de mesure pour chacune des perles;

b) le centimètre (cm) sert d'unité de mesure pour la longueur des colliers de perles.

P1.16 FORME :

Forme générale d'une perle obtenue à partir d'un kyste ou contour d'une perle blister vus d'en haut. Aucune véritable nomenclature n'a été arrêtée pour décrire la forme ou l'apparence des perles. Voici quelques-uns des termes les plus couramment utilisés : ronde, semi-ronde, ovale, poire, baroque (formes irrégulières sans nom particulier).

P1.17 PERCÉE :

Qui présente une perforation artificielle en facilitant l'enfilage ou le montage en article de bijouterie. Si la performation ne traverse pas complètement la perle, on dit que cette dernière est à *moitié percée*, peu importe la profondeur de l'orifice.

P1.18 COUPÉE :

Dont on a délibérément tranché ou abrasé la surface pour obtenir une surface plane.

P1.19 ENTIÈRE :

Dont la surface continue n'a pas été percée, coupée ni façonnée.

P1.20 TRAITEMENT ou AMÉLIORATION :

Tout procédé qui rehausse l'apparence, augmente la durabilité ou accroît la disponibilité d'un article de bijouterie.

Section P2 Abus terminologiques

P2.1 GEMME :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'appeler *gemme* ou de décrire comme une *gemme* les articles suivants, sans autre qualificatif :

a) tout article de bijouterie qui n'est pas en tous points conforme à la définition de *gemme* donnée en P1.1;

b) tout article de bijouterie partiellement ou entièrement créé grâce à l'intervention humaine, peu importe le matériau de base ou les méthodes utilisés;

c) tout article de bijouterie obtenu par assemblage, collage ou autre moyen de fixation artificielle de deux ou plusieurs parties;

d) tout article de bijouterie dont le traitement ou l'amélioration est instable ou temporaire dans des conditions normales d'usure et d'entretien ou qui, en raison d'un traitement quelconque, a une valeur sensiblement inférieure à celle d'un article d'apparence identique non traité.

P2.2 PERLE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'appeler les articles suivants *perle* sans autre qualificatif :

a) un article qui ne respecte pas la définition de *perle* donnée en P1.2;

b) un article partiellement ou entièrement cultivé, fabriqué, amorcé ou créé à la suite d'une intervention humaine, peu importe le matériau de base ou les méthodes utilisés;

c) un article constitué de deux ou de plusieurs parties artificiellement assemblées, collées ou jointes par une méthode quelconque;

d) un article constitué d'une substance entièrement ou partiellement fabriquée par une personne;

e) un article qui fait ou faisait partie de l'anatomie normale d'un mollusque;

f) un article traité ou amélioré lorsque les effets du traitement sont instables ou temporaires dans des conditions normales d'usure et d'entretien ou auquel le traitement en question donne une valeur sensiblement inférieure à celle d'un article d'apparence identique non traité.

P2.3 NOMS DE PERLE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution d'articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) employer le mot *perle* sans qualificatif ou le nom d'un type ou d'une variété de perle naturelle pour décrire, identifier ou désigner un article ou une substance qui n'est pas vraiment une perle du type ou de la variété décrites;

b) utiliser le mot *perle* sans qualificatif ou le nom d'une perle de culture, d'une perle assemblée ou d'une perle d'imitation pour décrire, identifier ou désigner un article ou une substance qui ne respecte pas les définitions données en P1;

c) le mot *perle* sans qualificatif ou le nom d'une variété de perle naturelle ou cultivée, ou l'expression *pierre de naissance* pour décrire, identifier ou désigner un article fabriqué par intervention humaine, sans juxtaposition du mot *cultivé, synthétique, assemblé* ou *imitation/artificiel* (selon le cas) au nom de la perle. Les termes doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ne doivent pas être séparés;

d) le mot *perle* sans qualificatif, ou le nom d'une variété de perle naturelle ou cultivée, ou l'expression *pierre de naissance* pour décrire, identifier ou désigner un article ou une matière traités ou améliorés d'une façon quelconque pour en rehausser l'apparence, en augmenter la durabilité ou en accroître la disponibilité lorsque les effets du traitement en question sont instables ou temporaires dans des conditions normales d'usure et d'entretien, ou lorsque ce traitement donne à l'article une valeur sensiblement inférieure à celle d'une perle d'apparence similaire non traitée;

e) le mot *perle* ou le nom d'une variété de perle naturelle ou cultivée, ou l'expression *pierre de naissance* avec un astérisque ou un autre symbole renvoyant à une note en bas de page où l'on explique que l'article est une perle traitée, cultivée, assemblée, synthétique ou artificielle/imitation;

f) le mot *oriental* pour souligner la qualité ou l'apparence d'un article de bijouterie ou d'une perle artificielle/imitation;

g) le mot *perle* ou l'expression *pierre de naissance* avec un adjectif qualificatif, un nom de lieu ou un nom historique pour décrire, identifier ou désigner un article ou une matière différents de la perle de la variété nommée ou d'une perle venant de l'endroit indiqué (exemples inacceptables : «qualité Biwa» pour décrire un article d'une autre origine, «perle du lac Biwa» quand il ne s'agit pas d'une perle naturelle venant de cet endroit).

h) employer le mot *perle* pour décrire, identifier ou désigner des *perles keshi* à moins que les mots *de culture* ne soient juxtaposés au mot *perle*, que les mots soient écrits en caractères de la même taille et de la même importance et que les mots ne soient pas séparés (exemple acceptable : «perle de culture keshi»; exemple inacceptable : «perle keshi»);

i) utiliser le terme *semi-précieux*.

P2.4 NATUREL :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie ou les articles d'imitation, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le mot *naturel* dans les cas suivants :

a) si l'article a subi un traitement ou une amélioration quelconque, sauf le polissage et le façonnage;

b) si l'article a été fabriqué ou produit à la suite d'une intervention humaine, sauf pour le perçage ou la coupe (exemple inacceptable : «perle de culture naturelle»).

P2.5 DE CULTURE ou CULTIVÉ :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser l'expression *de culture* ou une

expression équivalente si l'article ne respecte pas la définition donnée en P1.5. L'expression *de culture* doit être juxtaposée au nom de la variété de perle cultivée, les mots doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemple acceptable : «perle de culture»).

P2.6 ASSEMBLÉ :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le terme *assemblé* ou un terme équivalent sauf si l'article se compose d'une partie de perle naturelle ou cultivée et d'une ou plusieurs parties de la même matière ou d'autres matières, assemblées à la suite d'une intervention humaine. Dans ce cas, le terme *assemblé* doit être juxtaposé au nom correct de la perle, les deux doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemples acceptables : «perle assemblée», «perle mabé assemblée», «perle de culture mabé assemblée»).

P2.7 IMITATION - ARTIFICIEL :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser l'expression *imitation/artificiel* ou un terme équivalent, sauf si l'article imite les effets, la couleur et l'apparence d'une perle naturelle ou cultivée. Dans ce cas, l'expression *imitation/artificiel* doit être juxtaposée au nom correct de la variété de perle imitée, les mots doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemples acceptables : «perle d'imitation», «imitation de perle noire»).

P2.8 NACRE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) utiliser le terme *nacre* ou *nacré* ou un terme équivalent pour décrire, identifier ou désigner un article dont la surface n'est pas réellement recouverte de nacre;

b) utiliser le mot *nacré* si l'article n'a pas sa surface recouverte de nacre et si les couches de nacre ne sont pas parallèles à la surface (exemple inacceptable : qualifier de «nacré» une bille faite de nacre de perle).

P2.9 QUALITÉ GEMME :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le terme *gemme* ou un terme équivalent pour indiquer la qualité des articles suivants ou les qualifier :

a) une perle de culture tranchée ou coupée, assemblée ou artificielle/imitation (exemples inacceptables : «perle mabé de qualité gemme», «gemme de culture coupée aux trois quarts»);

b) une perle qui ne possède pas de façon indiscutable toutes les qualités suivantes, sans exception : couleur souhaitable, forme symétrique, surface d'une texture pratiquement sans défaut, absence complète de taches indésirables, lustre éclatant, couche épaisse de nacre (0,50 mm ou plus) et orient visible (exemple acceptable : «perle de culture de qualité gemme»).

P2.10 SANS DÉFAUT :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser l'expression *sans défaut* ou un terme ou une appellation qualitative de sens similaire ou donnant une impression analogue pour indiquer la qualité d'une perle ou d'une perle de culture, ou pour qualifier une perle ou une perle de culture dont la surface n'est pas indiscutablement exempte de défauts ou d'imperfections dans sa totalité.

P2.11 PARFAIT :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le mot *parfait* ou une de ses variantes pour décrire, identifier ou désigner un article ou pour faire allusion à une propriété quelconque de cet article (exemples inacceptables : «une perle parfaite», «parfaitement percée», «parfaitement ronde»).

P2.12 LUSTRE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser un terme ou une expression se rapportant au lustre d'un article de bijouterie de manière à indiquer un degré de qualité que l'article de bijouterie ne possède pas en réalité.

P2.13 ORIENT :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser un terme ou une expression pour décrire l'orient dont un article de bijouterie est dépourvu ou pour indiquer un degré de qualité que l'article de bijouterie ne possède pas en réalité.

P2.14 COULEUR :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser un terme ou une expression pour décrire une couleur qu'un article de bijouterie ne possède pas en réalité.

P2.15 COULEUR DE COMPLÉMENT :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser un terme ou une expression pour décrire une couleur de complément qu'un article de bijouterie ne possède pas en réalité.

P2.16 QUALITÉ DE LA SURFACE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser un terme ou une expression se rapportant à la qualité de la surface d'un article de bijouterie de manière à indiquer un degré de qualité que l'article de bijouterie ne possède pas en réalité.

P2.17 UNITÉS DE MESURE :

REMARQUE 1 : Les règles qui suivent en P2.18 sont valables pour tous les articles de bijouterie.
REMARQUE 2 : L'annexe deux des présentes lignes directrices donne les seuils de tolérance applicables aux articles de bijouterie pour ce qui est des unités de mesure.

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des perles, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) présenter de façon trompeuse les mesures d'une perle ou d'un groupe de perles;

b) donner les mesures d'une perle ou d'un groupe de perles autrement qu'en unités métriques. D'autres unités conformes à celles prescrites dans la *Loi sur les poids et mesures* et son règlement d'application peuvent être ajoutées, pourvu qu'elles soient écrites en caractères de la même ou de moindre importance que la déclaration en unités métriques;

c) indiquer le diamètre d'une perle au moyen d'une autre unité que le millimètre (mm);

d) indiquer la mesure des perles de forme irrégulière sans préciser au moins leurs dimensions minimale;

e) présenter de façon mensongère l'épaisseur de la couche de nacre sur une perle.

P2.18 FORME :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser un terme ou une expression pour décrire une forme qu'un article de bijouterie ne respecte pas en réalité.

P2.19 AUTHENTIQUE ou VÉRITABLE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser les termes *authentique* ou *véritable* ou une expression équivalente pour décrire, identifier ou désigner un article ou une matière entièrement ou partiellement fabriqués par intervention humaine (exemples inacceptables : «perle de culture authentique», «véritable perle mabé»).

P2.20 REPRODUCTION ou RÉPLIQUE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'utiliser le terme *reproduction* ou *réplique* ou une expression équivalente pour décrire, identifier ou désigner les articles suivants :

a) une perle cultivée ou d'imitation à moins qu'elle reproduise une perle célèbre (dimensions, forme et apparence) et qu'on spécifie les matériaux dont est fabriqué le simulacre. Dans ce cas, les mots doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemple acceptable : «réplique en plastique de La Pérégrine»);

b) un article composé de plusieurs éléments, à moins que tous les matériaux qui le composent soient identiques à ceux de l'original.

P2.21 LANGUE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'emprunter un mot d'une autre langue ou de forger un nouveau mot pour nier l'authenticité d'une perle (exemple inacceptable : «perle false»).

Section P3 Divulgations

P3.1 TRAITEMENT ou AMÉLIORATION :

a) En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices de désigner un article de bijouterie sans utiliser les mots *traité* ou *amélioré* si l'article en question a été modifié par revêtement ou un autre traitement dont les effets sont instables ou temporaires dans des conditions normales d'usure ou d'entretien, ou par un traitement donnant à l'article une valeur sensiblement inférieure à celle d'un article d'apparence similaire non traité. Dans ce cas, le mot *traité* ou *amélioré* doit être juxtaposé au nom correct de la perle, les termes doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés.

Parallèlement, on doit substituer le nom de la méthode ou du traitement (avec ou sans la marque de commerce ou le nom déposé) au mot *traité* ou *amélioré*. Dans ce cas, le nom du procédé ou du traitement doit être juxtaposé au nom correct de la perle, les termes doivent être écrits en caractères de la même taille et de la même importance et ils ne doivent pas être séparés (exemples acceptables : «perle de culture teinte», «perle noire irradiée»).

b) On recommande de signaler à l'acheteur d'un article de bijouterie que la plupart des perles ont été blanchies par exposition au soleil ou à des agents de blanchiment, que beaucoup sont teintes avec un colorant et que ces traitements ont habituellement des effets stables et permanents que les techniques gemmologiques habituelles ne permettent pas de déceler. Le vendeur devrait être prêt à fournir à l'acheteur qui le demande des renseignements sur les traitements que peut avoir subis l'article mis en vente.

P3.2 GÉNÉRALITÉS :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, les pratiques suivantes sont contraires aux présentes lignes directrices :

a) utiliser une représentation, une description ou une illustration trompeuse ou mensongère sur la formation, la production, l'état ou la qualité d'un matériau quelconque;

b) identifier les gemmes d'un article de bijouterie dans un autre ordre que l'ordre décroissant selon le poids;

c) identifier, désigner ou décrire un article fait de différentes gemmes en ne citant qu'une seule gemme à moins que le poids de cette dernière ne soit supérieur à celui des autres gemmes.

P3.3 LIEU D'ORIGINE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices de mentionner le lieu d'origine d'un article de bijouterie sans preuves pour le confirmer (exemples acceptables : «perle d'Écosse», «perle d'eau douce du lac Biwa»).

P3.4 SOIN et ENTRETIEN :

On recommande d'indiquer à l'acheteur comment prendre soin de l'article de bijouterie, le nettoyer et l'entretenir.

P3.5 GARANTIE :

Les dispositions législatives relatives aux garanties apparaissent à l'article 52 de la *Loi sur la concurrence* (voir l'annexe un) ainsi que dans la législation provinciale. L'industrie doit comprendre que toute déclaration ou allusion relative à l'identité, à la qualité ou à la valeur d'un article constitue une garantie du vendeur en ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie. Ce principe est valable dans tous les cas, même quand le vendeur cite l'avis d'une tierce partie, y fait allusion ou présente une copie écrite d'un tel avis, avec lequel il soutient ne pas être d'accord.

P3.6 EMBALLAGE SCELLÉ et GARANTIE :

En ce qui concerne la vente, la publicité, la mise en vente ou la distribution des articles de bijouterie, il est contraire aux présentes lignes directrices d'interdire à l'acheteur d'examiner ou de faire examiner un article de bijouterie par une autre personne en remettant celui-ci dans un emballage scellé assorti d'une garantie qui cesse d'être valable à l'ouverture de l'emballage.

* * * * * *

ANNEXE UN

Loi fédérale

L'article 52 de la *Loi sur la concurrence* stipule ce qui suit :

52. (1) Nul ne peut, de quelque manière que ce soit, aux fins de promouvoir directement ou indirectement soit la fourniture ou l'utilisation d'un produit, soit des intérêts commerciaux quelconques, donner au public :

a) ou bien des indications fausses ou trompeuses sur un point important;

b) ou bien, sous la forme d'une déclaration ou d'une garantie visant le rendement, l'efficacité ou la durée utile d'un produit, des indications qui ne se fondent pas sur une épreuve suffisante et appropriée, dont la preuve incombe à la personne qui donne les indications;

c) ou bien des indications sous une forme qui fait croire qu'il s'agit :

(i) soit d'une garantie de produit,

(ii) soit d'une promesse de remplacer, entretenir ou réparer tout ou partie d'un article ou de fournir de nouveau ou continuer à fournir un service jusqu'à l'obtention du résultat spécifié,

si cette forme de prétendue garantie ou promesse est trompeuse d'une façon importante ou s'il n'y a aucun espoir raisonnable qu'elle sera respectée;

d) ou bien des indications trompeuses d'une façon importante sur le prix auquel un ou des produits similaires ont été, sont ou seront habituellement vendus, les indications relatives au prix étant réputées, pour l'application du présent alinéa, se référer au prix auquel le produit a été généralement vendu par les vendeurs sur le marché correspondant, à moins qu'il ne soit nettement précisé qu'il s'agit du prix auquel le produit a été vendu par la personne qui donne les indications ou au nom de laquelle elles sont données.

(2) Pour l'application du présent article et de l'article 53, des indications qui, selon le cas :

a) apparaissent sur un article mis en vente ou exposé pour la vente, ou sur son emballage;

b) apparaissent soit sur quelque chose qui est fixé à un article mis en vente ou exposé pour la vente ou à son emballage ou qui y est inséré ou joint, soit sur quelque chose qui sert de support à l'article pour l'étalage ou la vente;

c) apparaissent à un étalage d'un magasin ou d'un autre point de vente;

d) sont données, au cours d'opérations de vente en magasin, par démarchage ou par téléphone, à son utilisateur éventuel;

e) se trouvent dans ou sur quelque chose qui est vendu, envoyé, livré ou transmis au public ou mis à sa disposition de quelque manière que ce soit,

sont réputées n'être données au public que par la personne de qui elles proviennent et, lorsque cette personne se trouve à l'étranger, par :

f) la personne qui a importé l'article au Canada, dans les cas visés aux alinéas *a)*, *b)* ou *e)*;

g) la personne qui a importé au Canada l'instrument d'étalage, dans les cas visés à l'alinéa *c)*.

(3) Sous réserve du paragraphe (2), quiconque, aux fins de promouvoir directement ou indirectement soit la fourniture ou l'utilisation d'un produit, soit des intérêts commerciaux quelconques, fournit à un grossiste, détaillant ou autre distributeur d'un produit de la documentation ou autre chose contenant des indications du genre mentionné au paragraphe (1) est réputé avoir donné ces indications au public.

(4) Dans toute poursuite intentée en vertu du présent article, pour déterminer si les indications sont fausses ou trompeuses ou sur un point important il faut tenir compte de l'impression générale qu'elles donnent ainsi que de leur sens littéral.

(5) Quiconque contrevient au paragraphe (1) commet une infraction et encourt, sur déclaration de culpabilité :

a) par mise en accusation, une amende à la discrétion du tribunal et un emprisonnement maximal de cinq ans, ou l'une de ces peines;

b) par procédure sommaire, une amende maximale de vingt-cinq mille dollars et un emprisonnement maximal d'un an, ou l'une de ces peines.

ANNEXE DEUX

Mesures en joaillerie - seuils de tolérance

Article	Poids		Dimensions		Nombre
Diamants	Pierre simple Pierres multiples	1 mg (0,005 ct) *(non décidé)*	0,1 %		0 à 1 000 0 > 1 000 1 pour 1 000
Pierres précieuses de couleur et pierres fines	Pierre simple Pierres multiples	1 mg (0,005 ct) *(non décidé)*	0,1 %		Voir ci-dessus
Perles	Jusqu'à 30 g, inclusivement 50 g 100 g 200 g 300 g 500 g 1 000 g 1 500 g 2 000 g 3 000 g 5 000 g 6 000 g > 6 000 g	12, 5 mg 17 mg 30 mg 56 mg 81 mg 131 mg 240 mg 350 mg 425 mg 575 mg 900 mg 1 050 mg 0,0175 % de la quantité indiquée	0 à 50 mm > 50 mm (comprend séparations, fermoirs, noeuds, etc.)	0,1 mm 5 mm	Voir ci-dessus
Métaux précieux	Voir ci-dessus. (Les seuils de tolérances se retrouvent dans le *Règlement sur les poids et mesures*)		0 à 50 mm > 50 mm	0,1 mm 5 mm	Voir ci-dessus

REMARQUE : Les chiffres en «contour» indiquent qu'on n'est pas encore parvenu à un consensus et que de nouvelles consultations seront nécessaires.

HD9747 .C22 G814 QUEEN c.2
Lignes directrices relative
s à la vente et à la commer
cialisation des diamants, d

DATE DUE - DATE DE RETOUR

ISTC 1551 (2/90)

INDUSTRY CANADA/INDUSTRIE CANADA
65673