

Promotion commerciale

Extraits du "Manuel de la Conférence" édité par la Société canadienne de géotechnique

4-A. DIRECTIVES POUR LES AUTEURS

4-A 1. GÉNÉRAL

La présentation d'un article à la Conférence canadienne de géotechnique ou à un événement parrainé par la SCG a pour but d'échanger des informations techniques qui profiteront à la communauté géotechnique et géoscientifique. La Conférence n'est pas une plate-forme pour les présentations commerciales, la promotion de sociétés ou de firmes, de laboratoires, d'universités, ou de tout autre groupe. Les présentations techniques et objectives permettront de mettre en valeur la crédibilité du présentateur et de son organisation. Les fabricants doivent s'assurer que les informations concernant le produit présenté sont exactes et ils doivent s'abstenir de faire des comparaisons négatives entre des produits. Les noms des produits et des marques doivent être utilisés qu'une seule fois. Les allégations de rendement non fondé et l'incapacité de discuter objectivement de méthodes, de procédés ou d'équipements alternatifs sont des indices de vente ou de promotion. Ceux-ci sont donc proscrits.

4-D 4,2 Promotion commerciale – Toute publicité doit être évitée.

Cela s'applique à tous les auteurs, y compris à ceux des organisations telles que les universités, les firmes, les laboratoires indépendants et les fabricants. Les produits doivent être définis par leurs propriétés. Les noms des produits ne peuvent être utilisés qu'une seule fois dans l'article et seulement lors de la définition des propriétés. Les articles qui ne sont pas conformes seront retournés à l'auteur pour révision. Le non-respect de ces règles entraînera le rejet de l'article. Toutefois, la reconnaissance d'un soutien financier à la fin de l'article dans la section des remerciements est appropriée. Nous vous rappelons que les logos (entreprises, universités ou ministères, etc.) ne doivent apparaître que sur la première diapositive de la présentation.