

Sensibilisation des investisseurs

Rapport annuel des activités

Faciliter l'accès à de l'information objective sur les investissements et aider les consommateurs à prendre des décisions éclairées.

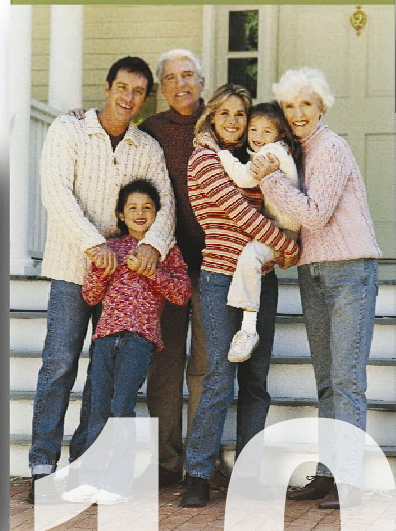
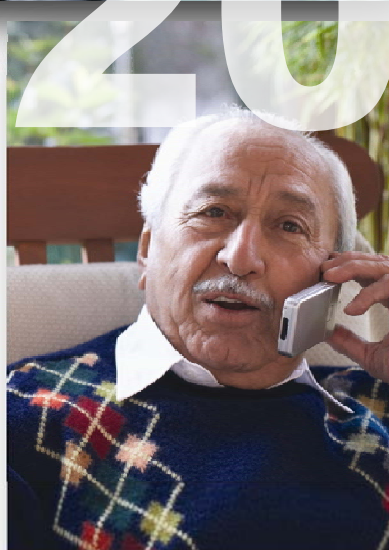


Table des matières

Le Comité sur la sensibilisation des investisseurs des Autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM) .. 3

Membres du comité 3

Revue des initiatives de 2010 en matière de sensibilisation des investisseurs 4

Entraîne-toi à épargner 4

*Mois de la prévention de la fraude 2010—Prendre les mesures
nécessaires* 7

Mois de l'éducation des investisseurs 8

Brochures 9

*Comités de la North American Securities Administrators Association
(NASAA)* 10

Initiatives importantes des territoires..... 11

Bureau des valeurs mobilières du Nunavut..... 11

British Columbia Securities Commission..... 11

Alberta Securities Commission 12

Commission des valeurs mobilières du Manitoba..... 12

Commission des valeurs mobilières de l'Ontario..... 13

Autorité des marchés financiers..... 14

Commission des valeurs mobilières du Nouveau-Brunswick 15

Office of the Attorney General – Île-du-Prince-Édouard..... 16

Nova Scotia Securities Commission..... 16

Comité sur la sensibilisation des investisseurs des Autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM)

Le Comité sur la sensibilisation des investisseurs des ACVM est composé de représentants des autorités en valeurs mobilières provinciales et territoriales et a pour but d'informer et de sensibiliser les investisseurs afin de les aider à prendre des décisions d'investissement éclairées et à reconnaître, éviter et dénoncer les placements frauduleux.

Les ACVM visent à faire en sorte que tous les Canadiens connaissent les avantages de l'investissement responsable, qu'ils soient conscients des répercussions de leurs décisions financières sur leur famille et leur avenir, et qu'ils sachent qu'ils peuvent obtenir auprès de leur autorité en valeurs mobilières de l'information qui les aidera à prendre des décisions d'investissement éclairées et à évaluer leur niveau de tolérance au risque.

La collaboration et les partenariats sont d'une grande importance pour le Comité sur la sensibilisation des investisseurs des ACVM. En unissant nos efforts avec d'autres organismes œuvrant dans le domaine de l'éducation financière, nous nous rapprochons de notre objectif principal, qui est d'accroître les connaissances financières des Canadiens. De plus, nous pouvons ainsi étendre la diffusion de nos programmes et de notre matériel, tout en réduisant le dédoublement des initiatives. Nous nous associons à de nombreux partenaires, tant à l'échelle internationale que nationale, pour atteindre nos objectifs.

Membres du comité

Les juridictions suivantes étaient représentées au sein du Comité sur la sensibilisation des investisseurs des ACVM en 2010 :

Nom	Autorité
Laura Belloni (secrétaire)	Autorités canadiennes en valeurs mobilières
Tammy Boutilier-Heffernan et Jerry Kovacs	Registraire des valeurs mobilières, Nunavut
Donald MacDougall	Registraire des valeurs mobilières, Territoires du Nord-Ouest
Graham Lang	Bureau des valeurs mobilières, Yukon
Brenda Lea Brown et Andy Poon	British Columbia Securities Commission
Lorinda Brinton	Alberta Securities Commission
Tamera Van Brunt (présidente)	Alberta Securities Commission
Barbara Shourounis	Saskatchewan Financial Services Commission
Ainsley Cunningham	Commission des valeurs mobilières du Manitoba
Perry Quinton et Ann Bowman	Commission des valeurs mobilières de l'Ontario
Anne-Marie Poitras (ancienne présidente)	Autorité des marchés financiers (Québec)
Camille Beaudoin	Autorité des marchés financiers (Québec)
Michel Gariépy (ancien secrétaire)	Autorité des marchés financiers (Québec)
Marissa Rignanesi	Commission des valeurs mobilières du Nouveau-Brunswick
Linda Peters	Securities Office, Île-du-Prince-Édouard
Natalie MacLellan	Nova Scotia Securities Commission
John Corcoran et Craig Whalen	Office of the Superintendent of Securities, Terre-Neuve-et-Labrador

Revue des initiatives de 2010 en matière de sensibilisation des investisseurs

Entraîne-toi à épargner



La huitième édition du défi et du concours « [Entraîne-toi à épargner](#) », qui s'est déroulée du 15 février au 15 avril 2010, proposait un questionnaire, des jeux, des conseils et des simulations interactives en ligne aux jeunes de 15 à 21 ans. Le programme avait pour but de sensibiliser les jeunes à l'importance d'épargner et d'investir pour leur avenir. Treize jeunes Canadiens, un de chaque province et territoire, ont gagné un ordinateur portable. Le gagnant du grand prix a remporté 2 000 \$.

Observations

Le défi a fait peau neuve en 2010, après avoir affiché le même style pendant trois ans :

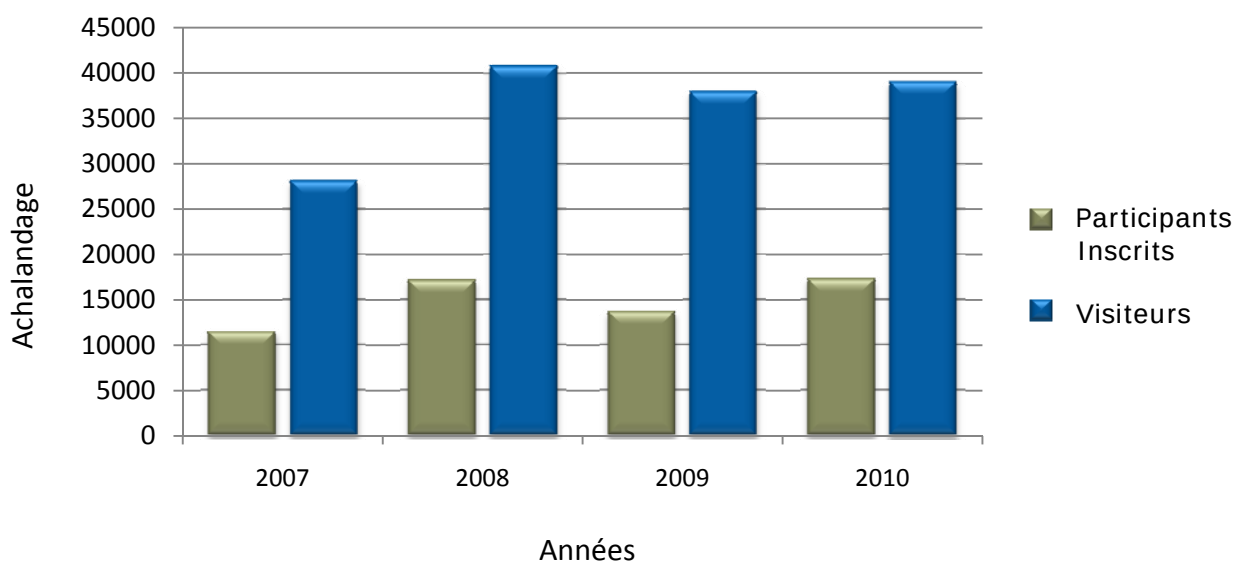
- la présentation du concours a été renouvelée;
- les médias sociaux ont été davantage utilisés; et
- le nouveau style du défi et sa convivialité ont été harmonisés aux autres programmes et outils des ACVM à l'intention des jeunes, et particulièrement le programme *Faites que ça compte*.

Statistiques d'achalandage

Cette année, 17 305 jeunes se sont inscrits sur le site Web www.entrainetoeiepargner.ca. L'édition 2010 a été un succès : le site Web du défi a été visité par 39 070 internautes. La hausse des inscriptions peut s'expliquer par nombre de facteurs, dont la prolongation du concours (qui s'est étendu sur deux mois plutôt qu'un seul) et sa visibilité accrue grâce aux médias sociaux.

	2007	2008	2009	2010
Inscriptions	11 467	17 166	13 702	17 305
Visites	28 129	40 793	37 970	39 070

Nombre de visiteurs et de participants inscrits



Activités de diffusion et médias sociaux

La campagne par envois massifs de courriels, qui reposait sur le succès des années précédentes, s'est encore une fois révélée très efficace, ayant généré la visite de 10 759 internautes. La publicité en ligne a attiré pour sa part 14 389 visiteurs.

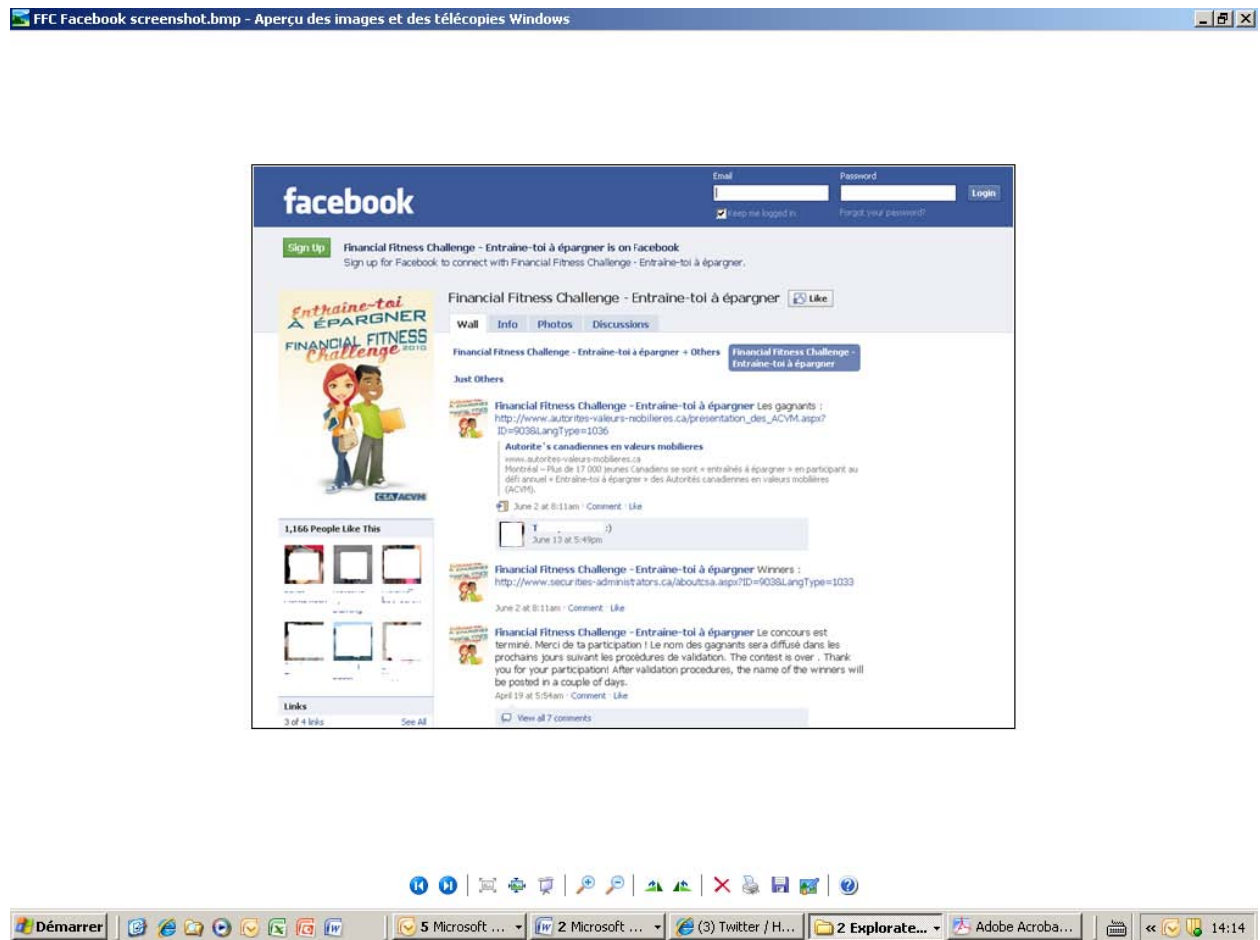
Le concours comportait en outre une page [Facebook](#), où les jeunes pouvaient participer à des discussions en ligne sur les sujets proposés. La page Facebook a produit des résultats positifs : 1 270 internautes ont indiqué « aimer » la page cette année, comparativement à 188 en 2009. De plus, le concours compte 293 adeptes sur Twitter.

Pour la première fois, nous avons utilisé des « codes promotionnels », semblables à des coupons, permettant aux participants d'accumuler des points supplémentaires pour le concours. Nous avons publié les codes sur Twitter et Facebook et les avons également cachés parmi les ressources offertes sur le site Web.

Le participant moyen a consacré considérablement de temps à sa visite du site Web : 5 minutes 35 secondes (comparativement à la référence de 2 minutes 24 secondes) et 82 % des visiteurs ont regardé plus d'une page (comparativement à la référence de 52 %).

Nos activités de diffusion ciblaient les jeunes de 15 à 21 ans et les enseignants.

Saisies d'écran de la page Facebook :



Mois de la prévention de la fraude 2010—Prendre les mesures nécessaires

Selon l'Indice des investisseurs de 2009, il existe chez les investisseurs un écart important entre savoir et agir en ce qui a trait à la protection de leurs intérêts financiers. Cette réalité nous a incités à adopter le thème « Prendre les mesures nécessaires » pour le Mois de la prévention de la fraude, à l'afficher sur le site Web et dans notre communiqué de presse, et à proposer aux investisseurs des mesures concrètes à prendre pour mettre leurs connaissances et convictions en pratique.

Comme en 2009, nous avons fait paraître des publicités en ligne dans des magazines choisis, dont *Coup de pouce*, *Jardinage*, *Atelier Maison*, *Elle Canada*, *Canadian Living*, *Style at Home* et *Canadian Gardening*. Tenant compte des résultats de notre campagne de 2009, nous avons décidé cette année de favoriser les articles d'information, tout en publiant des annonces à l'appui de ces articles sur le site Web principal des magazines. La campagne a mis à profit le même matériel créatif qu'en 2009; elle a été jugée efficace et n'a entraîné aucuns frais. Les annonces encourageaient les lecteurs à consulter la page « Prévention de la fraude » du site Web des ACVM, à l'adresse www.autorites-valeurs-mobilières.ca.

Notre communiqué de presse du 1^{er} mars 2010, intitulé « Les ACVM encouragent les Canadiens à prendre les mesures nécessaires pour se protéger contre les fraudes en matière d'investissement », présentait les données de l'Indice ACVM des investisseurs de 2009 et proposait aux investisseurs quatre comportements à adopter pour se prémunir contre la fraude en matière d'investissement :

1. Travaillez en collaboration avec votre conseiller en placement pour évaluer et réévaluer votre tolérance au risque.
2. Familiarisez-vous avec les signaux d'alerte communs aux fraudes en matière d'investissement.
3. Informez-vous sur chaque occasion d'investissement et faites des vérifications sur la personne et l'entreprise qui offrent le placement.
4. Signalez tout soupçon de fraude à votre autorité locale en valeurs mobilières.

Notre participation renouvelée au Forum sur la prévention de la fraude du Bureau de la concurrence a été fructueuse : le coordonnateur du Forum nous a recommandés au *Globe and Mail*, qui a publié un supplément sur la fraude à la fin de mars. En plus d'énumérer les quatre conseils aux investisseurs tirés de notre communiqué de presse du 1^{er} mars, l'article, intitulé « Investments too good to be true usually are » (Si un investissement vous semble trop beau pour être vrai, c'est probablement le cas), comprenait une entrevue avec Marissa Rignanesi de la Commission des valeurs mobilières du Nouveau-Brunswick.

Mois de l'éducation des investisseurs

En octobre, au cours du Mois de l'éducation des investisseurs, les ACVM ont attiré l'attention sur les résultats du Sondage 2010 des ACVM sur la retraite et les placements. Leur communiqué de presse du 12 octobre 2010 était intitulé « Plus de la moitié des Canadiens qui possèdent des placements jugent qu'ils auront suffisamment d'argent pour leur retraite ».

Les principales constatations qui se sont dégagées du sondage sont les suivantes :

1. Les Canadiens qui possèdent des placements sont deux fois plus enclins à croire qu'ils auront suffisamment d'argent pour subvenir à leurs besoins à la retraite que ceux qui n'en ont pas.
2. Les investisseurs déclarent avoir fait des recherches sur leur dernière occasion de placement, soit personnellement, soit par l'entremise de leur conseiller financier.
3. Si des amis ou des membres de la famille recommandaient un placement offrant des rendements élevés, une majorité des Canadiens ferait des recherches pour se renseigner davantage avant d'investir.

Les ACVM se sont associées à six partenaires pour aider à susciter l'intérêt et la participation du public à l'égard du Mois de l'éducation des investisseurs et des ressources des ACVM à l'intention des investisseurs. Jusqu'en octobre, ces organismes ont renseigné leurs membres sur le Mois de l'éducation des investisseurs et sur les ressources disponibles sur le site des ACVM. Ces organismes ont publié les informations les plus récentes des ACVM sur leur propre site Web et ont mis à la disposition de leurs membres des hyperliens et des outils en ligne. Les ACVM ont compté parmi leurs partenaires :

- l'Association canadienne des organismes de contrôle des régimes de retraite
- le Fonds canadien de protection des épargnants
- l'Agence de la consommation en matière financière du Canada
- l'Organisme canadien de réglementation du commerce des valeurs mobilières
- l'Association canadienne des courtiers de fonds mutuels
- l'Ombudsman des services bancaires et d'investissement.

De plus, plusieurs juridictions membres des ACVM ont lancé leurs propres initiatives et activités pour le Mois de l'éducation des investisseurs dans le but d'aider les investisseurs de leur province ou territoire à prendre des décisions de placement éclairées.

Brochures

Les ACVM produisent et mettent à jour régulièrement des brochures et des feuillets d'information. Ils sont diffusés dans chaque province et territoire et publiés sur le site Web des ACVM, où les investisseurs peuvent les consulter et les imprimer :

Pour commencer

[L'ABC du placement – Faire ses premiers pas](#)
[Tableau de ventilation en matière de planification financière](#)
[Coup d'oeil sur les produits d'investissement](#)
[Fonds communs de placement – Bien s'informer](#)

Investir avec l'aide d'un conseiller

[Questions à poser lorsque vous choisissez un conseiller financier](#)
[Investir avec l'aide d'un conseiller financier](#)
[Lorsque votre courtier vous appelle, prenez des notes!](#)

Fraudes et escroqueries

[Les opérations de vente sous pression - Risquez-vous d'en être victime?](#)
[Les investissements frauduleux sur Internet](#)
[Protégez votre argent contre les fraudes et les escroqueries](#)
[Les fraudeurs prennent pour cible les 50 ans ou plus](#)

Pour les jeunes investisseurs

[Introduction aux placements – édition jeunesse](#)
[Faites que ça compte – Guide de l'instructeur en gestion financière chez les jeunes](#)

Finances familiales

[La génération sandwich : êtes-vous pris au milieu?](#)
[Faites que ça compte – Guide parental de la gestion financière chez les jeunes](#)

Comités de la North American Securities Administrators Association (NASAA)

À titre d'agente de liaison canadienne au sein de l'Investor Education Section de la NASAA, Marissa Rignanesi a présenté aux réunions de la NASAA tenues au printemps et à l'automne les dernières nouvelles sur les initiatives prises au Canada en ce qui concerne la sensibilisation des investisseurs, aux niveaux pancanadien, provincial et territorial. Elle a notamment abordé les nouvelles ressources, les projets de recherche et l'utilisation des médias sociaux comme outils de sensibilisation des investisseurs.

De plus, certaines juridictions canadiennes ont participé au blogue des membres de l'Investor Education Section de la NASAA, où elles ont partagé leurs observations sur l'utilisation des médias sociaux et discuté de projets provinciaux portant notamment sur les sujets suivants :

- **Colombie-Britannique** : la littératie financière en milieu de travail
- **Alberta** : l'utilisation des ressources de la NASAA (l'utilisation par l'Alberta des ressources à l'intention de la génération sandwich)
- **Nouveau-Brunswick** : les raisons pour lesquelles les organismes gouvernementaux devraient utiliser les médias sociaux et comment elles devraient s'y prendre
- **Manitoba** : l'initiative « Faites que ça compte »
- **Nouvelle-Écosse** : la communication avec les investisseurs au moyen des médias sociaux (le blogue et le compte Twitter de la commission)
- **ACVM** : bien comprendre les investisseurs canadiens (survol des recherches des ACVM sur les investisseurs) et les activités de la Journée internationale de sensibilisation pour contrer les abus envers les personnes âgées

Les représentants suivants ont participé aux groupes chargés de projets de l'Investor Education Section de la NASAA :

- Natalie MacLellan (Nouvelle-Écosse) – Sensibilisation auprès des militaires et des groupes d'affinité : Élaborer une boîte à outils pour les membres du personnel militaire et leurs personnes à charge; élaborer une boîte à outils pour la sensibilisation auprès des syndicats; faire la promotion du programme existant de sensibilisation sur les mesures d'application de la loi; et mettre à jour les éléments de sensibilisation des groupes ethniques et groupes d'affinité (2009-2010). Groupe chargé du projet de sensibilisation en ligne et au moyen des médias sociaux (2010)
- Michel Gariépy (Québec) – Coordination et recherche : Mise au point d'un sondage à l'intention des coordonnateurs de l'Investor Education Section de la NASAA afin d'évaluer les besoins de formation en promotion des programmes de sensibilisation des investisseurs (2009-2010)
- Marissa Rignanesi (Nouveau-Brunswick) – Agente de liaison du Canada (2009-2010), vice-présidente de l'Investor Education Section, présidente du groupe chargé du projet de sensibilisation en ligne et au moyen des médias sociaux (2010)

Initiatives importantes des provinces et territoires

En plus des initiatives pancanadiennes de sensibilisation des investisseurs des ACVM, plusieurs juridictions provinciales ou territoriales ont aussi mis sur pied des activités et programmes locaux, dont les suivants :

Bureau du Surintendant des valeurs mobilières du Nunavut

En 2010, le Bureau du Surintendant des valeurs mobilières du Nunavut a participé au défi « Entraîne-toi à épargner » et a restructuré son site Web. Le site Web comprend désormais de l'information et du matériel didactique à l'intention des investisseurs et plus de renseignements en français.

En outre, le Nunavut a mené une modeste campagne de sensibilisation des investisseurs en quatre langues (l'anglais, le français, l'Inuktitut et l'Inuinnaqtun), durant laquelle il a mis à jour et étoffé son site Web, diffusé un communiqué de presse et publié une série d'affiches incitant le public à consulter les sites Web du Bureau des valeurs mobilières du Nunavut, des ACVM et de la North American Securities Administrators Association pour en savoir davantage sur les ressources éducatives mises à leur disposition.

British Columbia Securities Commission

En janvier 2010, la BCSC a publié une version mise à jour et augmentée de son guide intitulé « Guide to Investing: How to work with your Investment Advisor ». Le guide a fait l'objet d'une promotion considérable au moyen de campagnes de publicité radiophonique diffusée dans toute la province.

Tout au long de l'année, le personnel de la division des communications et de la sensibilisation s'est associé au personnel de la division de l'application de la loi pour organiser des séminaires destinés aux organisations policières et aux institutions financières. La BCSC, en collaboration avec d'autres autorités de réglementation canadiennes, a diffusé nombre de mises en garde à l'intention des investisseurs. Au début de 2010, le personnel de la division des communications et de la sensibilisation et celui de la division de l'application de la loi ont réussi ensemble à stopper un placement illégal de valeurs mobilières en ligne en se servant des médias sociaux pour avertir les investisseurs.

Le personnel de la BCSC a animé plus de 50 séminaires « InvestRight » destinés à sensibiliser les investisseurs de la province, a assisté à plusieurs foires professionnelles, s'est entretenu avec divers médias au sujet des investissements frauduleux, et a participé à la création de balados accessibles sur sa chaîne « InvestRight » sur YouTube.

La BCSC a étendu la portée de « La Zone », vaste ressource d'information sur les aptitudes financières créée pour les jeunes, en en faisant la promotion partout dans la province, en organisant des séminaires de formation Web gratuits et des conférences à l'intention des enseignants et en formant des partenariats. De plus, le personnel de la BCSC a revu et mis à jour « La Zone » afin d'y intégrer de nouveaux modules, sur l'usurpation d'identité et la fraude, notamment.

À l'occasion du Mois de l'éducation des investisseurs, en octobre 2010, la BCSC a dévoilé son nouveau site Web « InvestRight » largement remanié. En plus d'afficher un nouveau style épuré, le site est plus convivial sur les plans de l'accès et de la navigation. La BCSC a élaboré un nouveau contenu pour le site et adapté au nouveau style son contenu et ses outils existants, dont l'outil « How to Protect Your Money » (Comment protéger son argent),

créé en collaboration avec l'ASC. Le site Web InvestRight.org vise à aider les investisseurs à se protéger contre les escroqueries, à éviter les investissements inappropriés et à prendre des décisions de placement éclairées.

Alberta Securities Commission

Outre un nouveau cours en ligne sur les escroqueries financières, appelé « Investment Scams: How to Protect Your Money » (Les escroqueries financières : comment protéger son argent), l'Alberta Securities Commission (ASC) a lancé un DVD d'information s'adressant particulièrement aux aînés et aux « baby boomers » (c'est-à-dire les retraités et préretraités). Le DVD, intitulé « Investment Fraud: How to Protect Your Retirement » (Les placements frauduleux : comment protéger sa retraite), présente des conseils permettant de reconnaître et d'évaluer les placements douteux dont on nous fait la promotion par la sollicitation à froid ou la publicité ou par l'entremise de groupes d'affinité. L'ASC a fait parvenir le DVD à plus de 700 centres pour aînés et bibliothèques publiques en Alberta et l'a fait connaître et distribué à divers clubs et organismes par l'intermédiaire de partenaires et au moyen de conférences dans les domaines de l'application de la loi, de la prévention de la fraude et des services aux collectivités. Il est également possible de voir la vidéo sur le site Web de l'ASC et sa chaîne YouTube.

En octobre 2010, à l'occasion du Mois de l'éducation des investisseurs, l'ASC a mené une vaste campagne publicitaire à la télévision et en ligne visant à sensibiliser le public. Ses annonces dirigeaient les Albertains vers son site Web, à l'adresse www.albertasecuritites.com. L'ASC a également lancé une campagne dans les médias sociaux au moyen de son compte Twitter et de son site Web. Les campagnes se sont soldées par une hausse de la fréquentation de son site Web et des appels à sa ligne d'information de la part d'investisseurs souhaitant se renseigner sur une entreprise ou une personne avant d'investir.

Commission des valeurs mobilières du Manitoba

Au cours du Mois la prévention de la fraude, la Commission des valeurs mobilières du Manitoba (CVMM) a présenté sa trousse d'information sur la fraude. La trousse, qui peut être commandée auprès de la CVMM, contient plusieurs brochures et feuillets d'information sur les différents types de fraude et d'escroquerie. La CVMM a publié un communiqué à l'intention des médias et a mis tous les renseignements de la trousse à la disposition du public sur son site Web MSCed.ca. À la même période, la CVMM enquêtait sur des activités frauduleuses visant la collectivité philippine de Winnipeg. Elle a donc fait traduire plusieurs brochures d'information en tagalog afin de pouvoir mieux communiquer avec cette collectivité.

En 2010, la CVMM s'est associée au NRG Research Group pour sonder les Manitobains sur les sujets suivants :

- leurs connaissances au sujet de la CVMM et de ses programmes;
- le type de ressources en matière d'investissement et de gestion financière dont ont besoin les Manitobains et l'endroit où ils s'attendent à les trouver;
- le lien entre les valeurs, les objectifs financiers et les habitudes de gestion financière des Manitobains.

La CVMM compte se servir des résultats de ce sondage pour élaborer de nouvelles ressources éducatives en matière financière au cours de 2011.

La CVMM, en collaboration avec le International Children's Festival de Winnipeg, a tenu dans le cadre de ce festival un kiosque de fête foraine où étaient organisés des jeux de nature financière. Les enfants étaient invités à participer à des jeux d'« argent », puis à passer dans une tente voisine pour dépenser judicieusement l'« argent » gagné. Pendant que les enfants jouaient, les parents ont reçu le guide **Faites que ça compte** et ont eu la possibilité de s'entretenir avec le personnel de la CVMM de l'importance de sensibiliser les enfants à la gestion de l'argent. Environ 3000 enfants ont visité le kiosque. En juillet, la CVMM a installé une version à échelle réduite du kiosque **Faites que ça compte** au festival pour enfants du Fringe Festival de Winnipeg, dans le but de sensibiliser tant les enfants que les parents aux questions financières.

À l'automne 2010, la CVMM a procédé à un nouveau lancement des guides **Faites que ça compte** à l'intention des parents et des instructeurs. Au cours de sa mini campagne de trois semaines, elle a distribué plus de 600 guides dans la province. Le site Web **www.makeitcountonline.ca** contient tous les renseignements sur les programmes et permet de télécharger les guides. Les jeunes peuvent utiliser les fonctions interactives du site Web pour suivre leurs dépenses, fixer leurs objectifs et économiser en vue d'achats futurs.

Commission des valeurs mobilières de l'Ontario

La Commission des valeurs mobilières de l'Ontario (CVMO) présente sur son site Web une nouvelle page d'information dans la section réservée aux investisseurs qui comprend des ressources pour se prémunir contre la fraude (un outil de vérification de l'inscription et des avertissements et listes noires à l'intention des investisseurs, par exemple), des brochures éducatives et des articles d'information sur les nouveautés réglementaires ayant des conséquences pour les investisseurs. De plus, la CVMO publie des mises en garde contre des personnes ou des entreprises semblant exercer des activités comportant des risques pour les investisseurs.

En 2010, la CVMO a créé le Groupe consultatif des investisseurs, qui présentera ses observations au sujet des règles et politiques proposées, de l'énoncé annuel des priorités de la CVMO, des documents de réflexion et d'autres questions précises. Les membres du groupe lui apportent un éventail d'expérience et de points de vue pertinents, en plus de bien connaître les responsabilités réglementaires de la CVMO.

Les agents de l'InfoCentre de la CVMO dirigent les investisseurs vers les ressources et les renseignements pertinents pouvant répondre à leurs questions ou préoccupations en matière de placement. La CVMO a répondu à environ 6 000 appels d'investisseurs au cours du dernier exercice.

La CVMO a aussi étendu ses efforts de sensibilisation des investisseurs grâce au **Fonds pour l'éducation des investisseurs (FEI)**. Le FEI est financé au moyen des amendes imposées et des règlements conclus par la CVMO dans le cadre de ses activités d'application de la loi. Il s'agit d'un important groupe de travail provincial, indépendant de la CVMO, qui présente des recommandations en vue d'intégrer la littératie financière dans le programme des élèves de la quatrième à la douzième années en Ontario. Le FEI s'est associé à 24 conseils scolaires et six facultés d'éducation en Ontario pour donner à 4 000 enseignants une formation sur les moyens d'intégrer facilement l'éducation financière à leur programme d'enseignement.

En 2010, le FEI a remanié et renommé son site Web éducatif (**getsmarteraboutmoney.ca**) et a mené une campagne de promotion en ligne et dans les médias sociaux en prenant en considération les résultats de ses recherches sur la façon dont différents segments de population cherchent de l'information financière en ligne et les connaissances qu'ils en retirent. La campagne s'est traduite par une hausse considérable du nombre de visites au contenu en ligne (y compris par l'entremise de canaux externes auxquels le FEI s'est associé) au cours de l'année. Le FEI s'attend à recevoir plus de 1,1 million de visiteurs d'ici la fin de 2010.

Les efforts de sensibilisation des collectivités du FEI se sont également traduits par la formation d'un partenariat avec PLAN (important organisme pancanadien de défense des droits des personnes handicapées) en vue de diffuser à 30 000 personnes de l'information sur le régime enregistré d'épargne-invalidité ainsi qu'avec la Société canadienne de la sclérose en plaques en vue de publier, d'ici la fin du prochain exercice, un guide de planification financière à l'intention des personnes souffrant de la sclérose en plaques. D'autres partenariats, formés cette année avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) et l'Association des collèges communautaires du Canada (ACCC), lui permettront d'offrir son séminaire sur les notions financières de base aux adultes de l'ensemble de la province et du pays. De plus, le FEI travaille de concert avec l'ACCC et l'ACFC à l'élaboration d'un programme sur les rudiments des finances personnelles à l'intention des adultes.

Autorité des marchés financiers

En 2010, l'Autorité des marchés financiers (l'Autorité) a publié quatre nouveaux fascicules sur la gestion des finances personnelles, les placements, les assurances sur la vie et la santé et les assurances automobile et habitation, diffusés par l'entremise des journaux de Gesca (dont *La Presse*, *Le Soleil* et *Le Nouvelliste*). Plus de 400 000 abonnés et lecteurs ont reçu les quatre fascicules.

L'Autorité travaille avec Québecor à une vaste campagne d'information visant le grand public et mettant à contribution :

- la télévision (douze capsules de 30 à 60 secondes et douze émissions hebdomadaires de 30 minutes),
- le Web (un microsite spécialisé qui sera accessible pendant huit mois : www.cestvotreargent.com)
- la presse écrite (journaux et magazines).

La campagne portera sur la planification en vue de la retraite, la prévention de la fraude, les placements, l'assurance automobile, l'assurance habitation et le choix d'un conseiller financier. Québecor est l'une des plus grandes sociétés de multimédia au Canada. Le déploiement de la campagne se fera graduellement à compter de janvier 2011.

L'Autorité a fait équipe avec l'animateur bien connu Guy Mongrain, lui-même victime de fraude il y a dix ans, pour sa campagne publicitaire télévisuelle (en français) et radiophonique (en anglais). M. Mongrain a pris la parole lors de trois événements publics organisés par l'Autorité et a accordé de nombreuses entrevues. L'évaluation des retombées a démontré que la campagne a familiarisé le public avec les services qu'offre l'Autorité. Par exemple, 52 % des personnes sondées ont déclaré connaître les services d'information à l'intention des investisseurs offerts par l'Autorité, comparativement à 23 % à l'automne 2009.

L'Autorité a travaillé en collaboration avec le Fonds pour l'éducation des investisseurs (FEI) à la mise au point de trois calculateurs disponibles sur son site Web :

- Est-il préférable d'acheter ou de louer?
- Combien de temps faudra-t-il pour rembourser mes cartes de crédit ou autres prêts?
- Combien de temps faudra-t-il avant que mes investissements recouvrent leur valeur?

De plus, l'Autorité s'est associée au FEI et à l'Agence de la consommation en matière financière du Canada pour créer un programme sur les rudiments des finances personnelles à l'intention des adultes, qu'elle offrira en salle de classe et en ligne.

Au cours de l'exercice 2010, le Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance de l'Autorité a consacré au total 621 921 \$ à 13 projets visant la protection et l'éducation des investisseurs et la promotion de la saine gouvernance.

Le site Web pour jeunes de l'Autorité, **Tes Affaires**, est présent sur Twitter et aura sous peu sa page Facebook.

Commission des valeurs mobilières du Nouveau-Brunswick

En juin 2010, la Commission des valeurs mobilières du Nouveau-Brunswick (CVMNB) a lancé un nouveau programme destiné à lutter contre l'exploitation financière et la fraude visant les personnes âgées au Nouveau-Brunswick. La CVMNB a diffusé l'information sur le programme, qui est inspiré d'un programme semblable du Texas Consortium Geriatric Education Centre du Baylor College of Medicine, dans les maisons de retraite, centres de bénévolat, centres de ressources pour aînés et autres organismes de soutien aux personnes âgées de la province. En collaboration avec le **Secrétariat des aînés en santé** du Nouveau-Brunswick, la CVMNB fait la promotion des ressources du nouveau programme et diffuse les documents d'information.

La CVMNB mène depuis quatre ans dans l'ensemble de la province une campagne de protection et de sensibilisation des investisseurs appelée « **Investissez en toute connaissance** ». Cette campagne de publicité multimédia vise à informer le public sur les tentatives de fraude par téléphone et courrier électronique. En 2009, à l'occasion des Canadian Investment Awards, la campagne avait reçu la mention honorable de l'Institut des fonds d'investissement du Canada dans la catégorie Éducation des investisseurs.

En 2010, plus de 1800 jeunes et leur famille ont bénéficié des initiatives de la CVMNB mises sur pied à leur intention. En encourageant les jeunes à s'intéresser aux questions financières, la CVMNB contribue à la formation et à la préparation des futurs investisseurs. Le programme des ACVM **Faites que ça compte**, dont la CVMNB a fait activement la promotion, a connu du succès dans la province. À la fin de décembre 2010, la CVMNB avait distribué 413 exemplaires du guide parental **Faites que ça compte** en français et 1026 en anglais, ainsi que 6 exemplaires du guide de l'instructeur (1 en français et 5 en anglais).

Au cours du Mois de l'éducation des investisseurs, la CVMNB a tenu des jeux-questionnaires en ligne sur son site Web et par l'entremise de son compte Twitter. Tous les jours, elle a inséré sur son site Web, au www.InvestInKnowingMore.ca, de l'information sur les sujets que les investisseurs avaient mentionnés comme ceux présentant le plus grand intérêt, selon l'Indice ACVM des investisseurs de 2009. Les participants devaient répondre à une question par jour en lien avec cette information, ce qui leur donnait la chance de gagner l'un des quatre prix hebdomadaires, soit le livre de Gail Vaz Oxlade intitulé « Debt Free

Forever », ainsi que le grand prix, un lecteur électronique Kindle. Le concours a permis d'accroître le nombre de visiteurs à la page Web des investisseurs de la CVMNB et le temps consacré à leur visite, le nombre de pages vues ayant augmenté de 330 %.

Office of the Attorney General – Île-du-Prince-Édouard

L'Île-du-Prince-Édouard a participé de nouveau au défi **Entraîne-toi à épargner** en 2010. Son site Web a été mis à jour et doté, à la première page, d'un lien direct permettant aux internautes d'accéder à l'information des ACVM destinée aux enseignants, aux parents, aux jeunes et aux investisseurs.

Nova Scotia Securities Commission

La Commission des valeurs mobilières de la Nouvelle-Écosse (NSSC) a continué de perfectionner son site Web, au **www.beforeyouinvest.ca**. Le nombre des lecteurs et abonnés augmente lentement mais sûrement et le blogue @B4UInvest compte actuellement plus de 700 abonnés.

En janvier, la NSSC a participé à la première campagne d'information sur le divorce tenue en Amérique du Nord. Organisée par la Legal Information Society de la Nouvelle-Écosse, l'activité avait pour but d'offrir de l'information et des présentations aux personnes ayant entamé une procédure de divorce ou envisageant de divorcer. La NSSC a fait deux présentations, intitulées « Splits & Scams: Divorce, Stress & Financial Fraud » (Ruptures et escroqueries : divorce, stress et fraude financière).

En mars, à l'occasion du Mois de la prévention de la fraude, la NSCC a tenu un concours en ligne par l'entremise de son blogue et de son compte Twitter. Les participants répondaient à des questions sur la fraude et avaient ainsi la chance de gagner chaque semaine l'un des quatre logiciels Quicken Cash Manager, et le grand prix, une console Wii de Nintendo.

La NSCC a organisé en octobre un concours semblable pour le Mois de l'éducation des investisseurs et a offert toutes les semaines des livres en prix, le grand prix étant un lecteur Amazon Kindle. Les deux concours ont réussi à attirer les internautes sur le site Web, qui a enregistré une hausse du nombre des visiteurs de plus de 100 % chaque mois.

En décembre, le *Chronicle-Herald* a demandé à la NSSC de participer à son supplément de 4 pages intitulé **Retiring in Nova Scotia** (Prendre sa retraite en Nouvelle-Écosse), destiné aux Néo-Écossais de plus de 50 ans. Le supplément comprenait des articles sur les placements et la planification financière, dont celui de la NSSC sur les façons d'éviter la fraude financière, qui contenait également différentes statistiques tirées de l'Indice ACVM des investisseurs de 2009. Le *Chronicle-Herald* a offert le supplément à tous ses abonnés, soit 110 000 exemplaires à 500 000 lecteurs.