AUTORITÉS CANADIENNES EN VALEURS MOBILIÈRES

Comité sur la sensibilisation des investisseurs

2016 RAPPORT ANNUEL DES ACTIVITÉS

Avril 2015 - mars 2016

CSA ACVM

Canadian Securities Administrators

Autorités canadiennes en valeurs mobilières

Comité sur la sensibilisation des investisseurs des ACVM

Rapport annuel des activités 2016

TABLE DES MATIÈRES

Comité sur la sensibilisation des investisseurs des ACVM..... 2.

Revue des initiatives en matière de sensibilisation des investisseurs – avril 2015 – mars 2016..... 3.

Vérification de l'inscription..... 3.

Financement participatif..... 5.

Membres du CSI..... 6.

Aperçu du fonds..... 6.

Étude des ACVM sur la sensibilisation des investisseurs..... 7.

Renforcement des compétences..... 7.

INITIATIVES IMPORTANTES DES AUTORITÉS:

British Columbia Securities Commission..... 9.

Alberta Securities Commission..... 11.

Financial and Consumer Affairs Authority of Saskatchewan..... 13.

Commission des valeurs mobilières du Manitoba..... 14.

Commission des valeurs mobilières de l'Ontario..... 15.

Autorité des marchés financiers, Québec..... 17.

Nova Scotia Securities Commission..... 18.

Office of the Superintendent of Securities, Île-du-Prince-Édouard..... 18.

Commission des services financiers et des services aux consommateurs, Nouveau-Brunswick..... 19.

Service NL, Terre-Neuve-et-Labrador..... 19.

Bureau du surintendant des valeurs mobilières des Territoires du Nord-Ouest..... 20.

Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Yukon..... 20.

Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Nunavut..... 20.

Comité sur la sensibilisation des investisseurs des ACVM

Un comité au service des investisseurs canadiens, voué à leur sensibilisation et à leur protection

Le Comité sur la sensibilisation des investisseurs (CSI) des Autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM) est composé de représentants des autorités provinciales et territoriales en valeurs mobilières qui informent et sensibilisent 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 les Canadiens connaissent les avantages de l'investissement responsable, soient conscients des répercussions de leurs décisions financières sur leur famille et leur avenir et sachent qu'ils peuvent obtenir auprès de leur autorité en valeurs mobilières l'information objective qui les aidera à prendre des décisions d'investissement éclairées.

La collaboration et les partenariats sont d'une importance capitale pour le CSI. En unissant ses efforts à ceux d'autres organismes actifs dans le domaine de l'éducation financière, il se rapproche de ses objectifs.

Le CSI facilite l'accès à de l'information objective sur les investissements et aide les consommateurs à prendre des décisions éclairées.

Revue des initiatives en matière de sensibilisation des investisseurs

Avril 2015 – mars 2016

VÉRIFICATION DE L'INSCRIPTION

Les ACVM rappellent constamment aux investisseurs combien il est important de vérifier l'inscription de la société ou de la personne qui leur vend des valeurs mobilières ou qui leur offre des conseils en matière d'investissement. Cette année, les Canadiens ont été invités à utiliser le **moteur de recherche national de renseignements sur l'inscription** des ACVM ainsi que la **liste des personnes sanctionnées.** Le CSI a insisté sur l'importance d'utiliser ces précieuses ressources dans un communiqué soulignant le Mois de l'éducation des investisseurs et dans des gazouillis quotidiens sur les comptes Twitter des ACVM (@ACVM_Nouvelles/@CSA_News). Les messages contenaient également de l'information générale pour sensibiliser les investisseurs ainsi que des liens vers les ressources des ACVM conçues pour les aider à comprendre leurs placements, à travailler avec un conseiller financier et à repérer la fraude.

SONT-ILS INSCRITS?

La vérification de l'inscription est une démarche simple mais cruciale que doivent accomplir les investisseurs lorsqu'ils choisissent un conseiller. Pour faire passer cet important message, le CSI a mis sur pied une campagne bilingue en ligne visant à encourager les investisseurs à utiliser le moteur de recherche national de renseignements sur l'inscription amélioré. La campagne *Sont-ils inscrits?* s'est déroulée en janvier et février 2016. De nombreuses personnes entendent parler d'occasions de placement ou de conseillers auprès d'amis, de parents ou de collègues. Sachant cela, le CSI a créé quatre annonces bilingues afin de rejoindre différents segments de son auditoire cible. Les annonces ont été diffusées dans des réseaux choisis pour leur capacité de toucher les deux principaux auditoires, à

À la suite des diapositives d'ouverture (illustrées), chaque annonce contenait un message reconnaissant que la personne était probablement digne de confiance, mais demandant si l'investisseur ne devrait pas vérifier. La dernière diapositive (haut de la page 4) faisait la promotion du moteur de recherche national de renseignements sur l'inscriptionet donnait les adresses URL sontilsinscrits.ca *et* aretheyregistered.ca.

savoir les investisseurs chevronnés de sexe masculin de 35 à 60 ans et les nouveaux investisseurs, de sexe masculin ou féminin, de 19 à 34 ans.

La campagne a eu recours de manière ciblée à la publicité en ligne, au marketing des moteurs de recherche, à des messages dans les médias sociaux ainsi qu'à des pages cibles optimisées pour les appareils mobiles. Le but était de rejoindre les Canadiens qui avaient manifesté un intérêt pour l'investissement (selon les données de consommation des médias et les résultats des moteurs de recherche) et de les diriger vers le moteur de recherche national de renseignements sur l'inscription et les ressources des ACVM.

En mars 2016, à l'occasion du Mois de la prévention de la fraude, le CSI a de nouveau insisté sur l'importance de vérifier l'inscription du conseiller avant de prendre une décision d'investissement. Il a prolongé la campagne *Sont-ils inscrits?* en intensifiant le marketing dans les médias sociaux, plus particulièrement au moyen de gazouillis commandités sur Twitter afin de diffuser régulièrement des messages bien visibles sur l'importance et la facilité de vérifier l'inscription à l'aide du moteur de recherche national de renseignements sur l'inscription amélioré. Le marketing au moyen de Google et les publicités sur Facebook ont également permis, comme dans la première phase de la campagne, d'étendre la portée de celle-ci et d'attirer divers auditoires vers les sites Web *sontilsinscrits.ca* et *aretheyregistered.ca.*

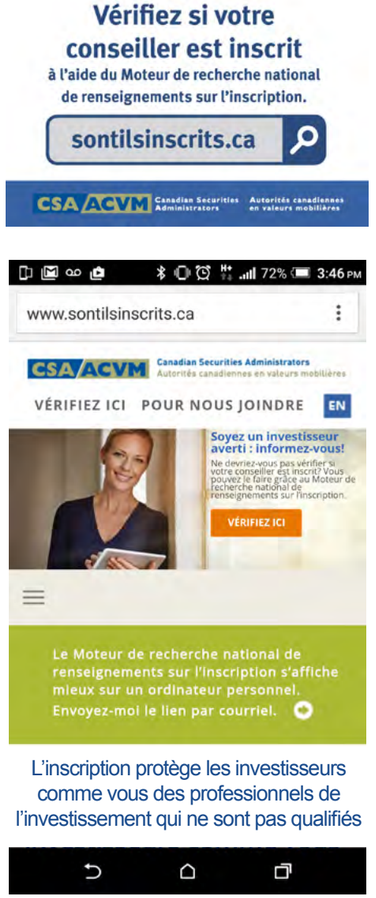
La campagne a connu un franc succès, tous ses volets — en français comme en anglais — dépassant les objectifs de participation et de clics sur ses sites Web. Au 31 mars 2016, elle avait généré 4 640 sessions sur le site Web français et 13 540 sur le site Web anglais.

En mars, le CSI a aussi publié des gazouillis quotidiens fournissant des conseils sur la prévention de la fraude et faisant la promotion des outils et des ressources des ACVM en matière de sensibilisation des investisseurs. Les membres du CSI ont été invités à partager les gazouillis afin d'en augmenter la portée. Des communiqués soulignant le Mois de la prévention de la fraude et la Journée de la vérification de l'inscription ont également été publiés respectivement le 4 et le 16 mars.

ÉVALUATION DE L'IMPACT

Les annonces en ligne ont été montrées plus de 7,4 millions de fois, entraînant plus de 20 081 visites combinées aux pages cibles et 9 965 recherches de personnes et de sociétés à l'aide du moteur de recherche national de renseignements sur l'inscription.

Dans le cadre de l'Étude des ACVM sur la sensibilisation des investisseurs 2016, le CSI a évalué l'efficacité des annonces de la campagne de promotion du moteur de recherche national de renseignements sur l'inscription. Les répondants ont regardé l'une des quatre annonces et répondu à des questions sur la probabilité qu'ils vérifient ou non l'inscription et sur leurs impressions. Celles-ci étaient positives pour toutes les annonces. Après le visionnement, la probabilité que les répondants vérifient l'inscription du conseiller avait augmenté de 11 à 15 % selon l'annonce. Les annonces ont eu un impact significatif chez les personnes qui n'investissent pas actuellement. La probabilité qu'elles vérifient l'inscription avait augmenté de 48 à 74 % selon l'annonce.



Étant donné l'utilisation croissante des appareils mobiles, des pages cibles ont été conçues pour pouvoir y être visualisées et faciliter une transition sans heurts de l'annonce au moteur de recherche national de renseignements sur l'inscription, qui est plus fonctionnel, quoique moins adapté à ces appareils. Ces pages offraient ainsi aux 45 % d'utilisateurs qui n'y accédaient pas au moyen d'un ordinateur de bureau la possibilité de les parcourir immédiatement et de se transmettre par courriel le lien vers ce moteur de recherche pour utilisation ultérieure.

Financement Participatif

En mai 2015, les autorités en valeurs mobilières de la Colombie-Britannique, de la Saskatchewan, du Manitoba, du Québec, du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse ont annoncé qu'elles avaient établi des dispenses d'inscription et de prospectus qui permettent aux entreprises en démarrage de réunir des capitaux par financement participatif dans ces territoires. En clair, le financement participatif est un processus par lequel une personne physique ou une entreprise peut réunir de petites sommes d'argent auprès d'un grand nombre de personnes, habituellement sur Internet. L'objectif est de réunir suffisamment de fonds pour réaliser un projet particulier. Un groupe de travail des ACVM sur la sensibilisation des investisseurs a produit une série de questions fréquemment posées sur le financement participatif et deux infographies pour aider les investisseurs à comprendre les types de financement participatif qui existent à l'heure actuelle ainsi que les risques associés à un tel placement. En plus des infographies, les ACVM ont publié six gazouillis en novembre 2015.

Aperçu du fonds

En novembre 2015, à l'occasion du Mois de la littératie financière, un groupe de travail du CSI a créé trois courtes vidéos d'animation afin de renseigner le public sur **l'aperçu du fonds.** Toutes les autorités ont été invitées à diffuser les vidéos sur leurs comptes de médias sociaux tout au long du mois. Des gazouillis étaient publiés toutes les semaines pour les promouvoir et encourager les membres du public à utiliser l'outil interactif des ACVM sur l'aperçu du fonds. La campagne a été très bien reçue et s'est traduite par l'augmentation du nombre d'abonnés Twitter et de consultations du site Web des ACVM.

L'aperçu du fonds est conçu pour donner aux investisseurs de l'information pertinente et facile à comprendre au sujet d'un organisme de placement collectif (OPC). Il doit indiquer les principaux titres en portefeuille, la répartition des placements, les risques et les frais afférents à la souscription et à la propriété des titres de l'OPC. Les gestionnaires de fonds sont tenus d'établir et de déposer un aperçu du fonds pour chaque catégorie ou série de titres de chacun de leurs OPC, d'en transmettre un exemplaire à l'investisseur avant d'accepter une instruction de souscription, de l'afficher sur leur site Web et de continuer à le mettre à la disposition de toute personne qui en fait la demande.

Membres du CSI

Les autorités suivantes étaient représentées au CSI d'avril 2015 à mars 2016.

Laura Belloni (secrétaire) et Svetlana Fowler.....	Autorités canadiennes en valeurs mobilières
Alison Trollope (présidente) et Nicole Tuncay.....	Alberta Securities Commission
Andy Poon.....	British Columbia Securities Commission
Ainsley Cunningham et Kevan Hannah*.....	Commission des valeurs mobilières du Manitoba
Marissa Sollows.....	Commission des services financiers et des services aux consommateurs, Nouveau-Brunswick
Kimberly Ryan.....	Service NL, Terre-Neuve-et-Labrador
Tanya Wiltshire.....	Nova Scotia Securities Commission
Shmaila Nosheen.....	Bureau du surintendant des valeurs mobilières des Territoires du Nord-Ouest
Jeff Mason.....	Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Nunavut
Tyler Fleming, Gord Kerr, et Kevan Hannah*.....	Commission des valeurs mobilières de l'Ontario
Adam Peters.....	Office of the Superintendent of Securities, Île-du-Prince-Édouard
Camille Beaudoin et Michel Gariépy.....	Autorité des marchés financiers, Québec
Shannon McMillan.....	Financial and Consumer Affairs Authority of Saskatchewan
Rhonda Horte	Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Yukon

**Kevan Hannah a été muté de la CVMM à la CVMO en novembre 2015.*

Étude des ACVM sur la sensibilisation des investisseurs

L'Étude des ACVM sur la sensibilisation des investisseurs 2016 est le quatrième sondage que réalisent les ACVM sur les connaissances des investisseurs en matière de placements, leurs comportements et l'incidence de la fraude dans ce domaine. Elle traite des mêmes thèmes qu'en 2006, 2009 et 2012 et fait un suivi comparatif du comportement des investisseurs, y compris leurs connaissances financières, leur capacité à reconnaître la fraude et leur connaissance des autorités en valeurs mobilières.

De plus, l'étude de 2016 porte sur les deux sujets suivants:

- Pourquoi les investisseurs ne sont ils pas plus nombreux à prendre des mesures de base pour s'assurer que leurs placements sont conformes à leurs objectifs et à leur profil de risque ou se protéger contre les fraudes en matière de placement?
- Quelles mesures les autorités en valeurs mobilières pourraient-elles prendre pour améliorer les outils, les messages et les moyens de communication dont elles disposent?

PRINCIPALES CONSTATATIONS

1. L'évolution de l'économie et les recommandations des conseillers poussent les gens à réévaluer leur tolérance au risque
2. Les deux tiers des Canadiens n'ont pas déclaré les placements frauduleux qu'on leur a proposés
3. Trois Canadiens ayant un conseiller financier sur cinq (58 %) n'ont pas vérifié si celui-ci était inscrit
4. La principale source d'information des investisseurs sur les placements est leur conseiller
5. Les connaissances des investisseurs (61 % ont répondu correctement à au moins 4 questions sur 7 lors d'un test de connaissances normalisé, par comparaison à 60 % en 2012) et leur connaissance des autorités en valeurs mobilières (42 % en 2016 contre 39 % en 2012) restent stables

Les constatations du sondage aideront les ACVM à structurer leurs programmes et contribueront aux connaissances générales dans le domaine.

SOURCE: Innovative Research Group, 2015.

Renforcement des compétences

Voici la liste des membres des ACVM qui ont participé à la rencontre de la North American Securities Administrators Association (NASAA) sur la sensibilisation des investisseurs en 2015.

Ken Gracey	Colombie-Britannique	Membre : Groupe chargé du projet sur les alertes et les avis
Marissa Sollows	Nouveau-Brunswick	Présidente : Groupe chargé du projet de sensibilisation en ligne et des médias sociaux Membre : Section Sensibilisation des investisseurs
Kimberly Ryan	Terre -Neuve-et-Labrador	Membre : Comité Étapes de la vie
Tanya Wiltshire	Nouvelle-Écosse	Membre : Groupe chargé du projet de sensibilisation en ligne et des médias sociaux
Kevan Hannah	Ontario	Membre : Groupe chargé du projet de sensibilisation en ligne et des médias sociaux

INITIATIVES IMPORTANTES des AUTORITÉS

COLOMBIE-BRITANNIQUE
British Columbia Securities Commission

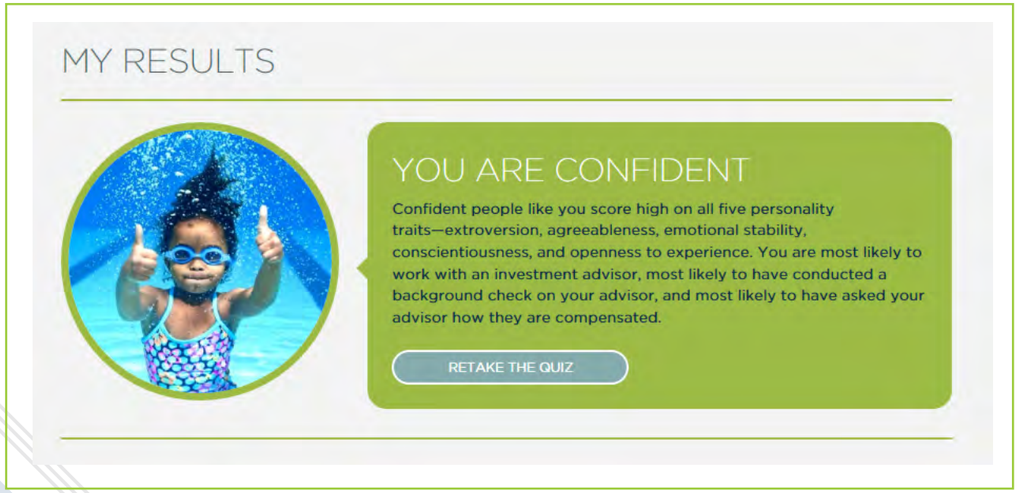
Au cours de la dernière année, la British Columbia Securities Commission (BCSC) a donné une nouvelle orientation à ses activités de sensibilisation des investisseurs. Ayant consacré quatre années à aider les Britanno-Colombiens âgés à se protéger contre la fraude au moyen de la campagne *Be Fraud Aware*, elle s'est employée, en prévision des modifications réglementaires du modèle de relation client-conseiller, à aider tous les investisseurs de la Colombie-Britannique à devenir plus avertis en tirant parti des nouveaux renseignements importants sur les frais et leur portefeuille qui seront bientôt mis à leur disposition.

La campagne ***Smarter Investor*** se compose de cinq éléments principaux : des recherches nationales, du contenu Web, des relations proactives avec les médias, de la promotion payée et de la promotion dans les médias sociaux ainsi que des événements spéciaux. L'étude *National Smarter Investor Study,* qui constitue le fondement de toute la campagne, a examiné les relations client-conseiller au Canada et fixé des points de référence de l'état de préparation des investisseurs de la Colombie-Britannique à la nouvelle information sur les frais et le rendement. Elle jette également une nouvelle lumière sur l'incidence de la personnalité sur les décisions de placement des Canadiens en soulignant son influence incontestable.

Ces principales constatations constituent la base du ***Smarter Investor Quiz***, un questionnaire en ligne destiné aux investisseurs que plus de 18 000 personnes ont rempli dans les cinq premiers mois. La campagne est appuyée par une campagne intégrée de publicité payée dans les médias qui repose sur des annonces publicitaires télévisuelles, numériques et dans les médias sociaux, des relations médias proactives, un programme très dynamique sur Facebook et YouTube et tire parti des commentaires en ligne, particulièrement pendant la saison des REER.

Pour le Mois de la prévention de la fraude, la BCSC a présenté un spectacle musical en direct dans un café populaire du centre-ville de Victoria. Elle a ensuite diffusé la vidéo ***Be Fraud Aware, the 2 Minute Musical*** à un événement spécial de suivi tenu au centre-ville de Vancouver.

Par l'intermédiaire de son programme InvestRight, la BCSC a continué de présenter les séminaires fort courus Be Fraud Aware aux aînés et à d'autres groupes à l'échelle de la province. Elle a également organisé des présentations publiques dans des bibliothèques et d'autres lieux du Lower Mainland pour diffuser encore plus largement le message qu'il faut investir intelligemment et être attentif aux signes de fraude.



En haut : Be Fraud Aware, the 2 Minute Musical informe et divertit les clients d'un café dans le centre-ville de Victoria et de Vancouver.
En bas : le Smarter Investor Quiz permet aux investisseurs d'évaluer leur personnalité financière.

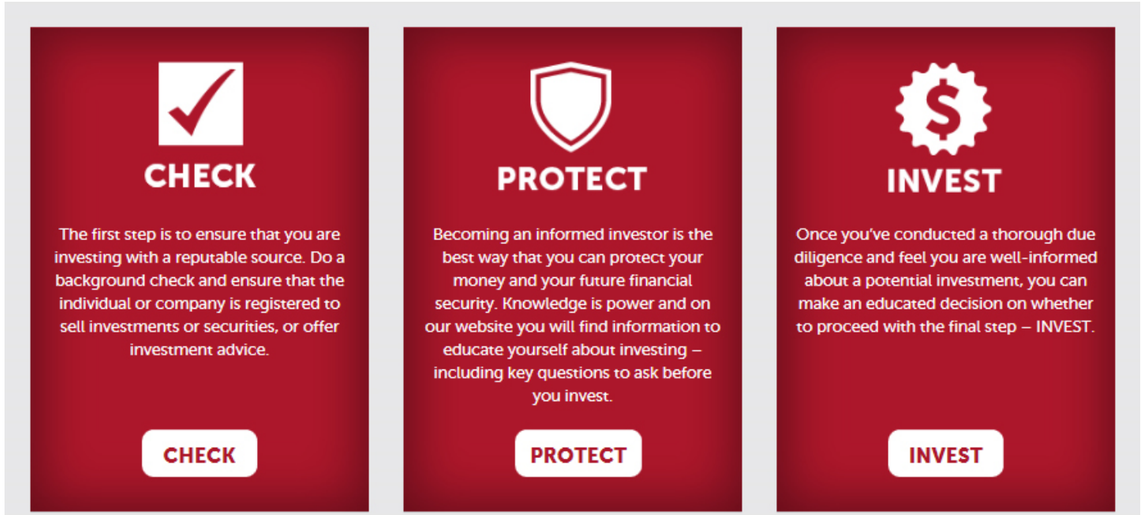
Au cours de la dernière année, l'Alberta Securities Commission (ASC) a mis sur pied diverses initiatives de sensibilisation des investisseurs. L'initiative Check. Protect. Invest. est demeurée l'un des principaux thèmes de campagne . Elle va de pair avec le site Web de l'ASC pour les consommateurs, *checkfirst.ca*.

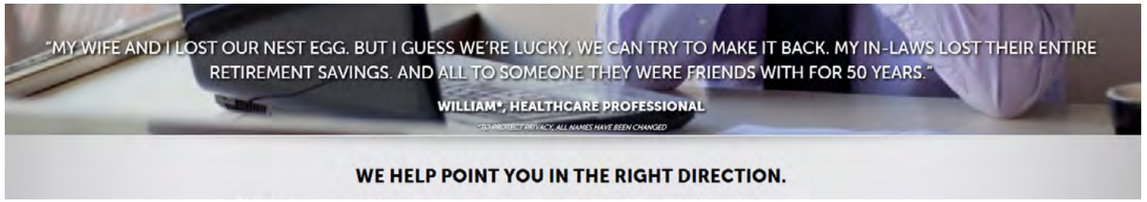
Cette année, le ***CheckFirst Café*** a tenu un kiosque à trois foires commerciales, à Edmonton, Calgary et Lethbridge. L'ASC a servi gratuitement du thé et du café à environ 7 700 visiteurs et les a sensibilisés à l'importance d'effectuer des vérifications avant de prendre une décision de placement. Pour le Mois de la littératie financière, l'ASC s'est installée chez un barbier du centre-ville de Calgary et l'a transformé en *CheckFirst Barbershop*. Le thème de cet événement, qui se déroulait à l'heure du dîner et s'intitulait *not all scams are cut and dry*, jouait sur l'idée que les escroqueries ne sont pas toujours bien nettes. L'ASC y offrait aux Calgariens, pendant deux heures, des coupes de cheveux gratuites. Son personnel était à la disposition des clients pour leur expliquer pourquoi les mauvais placements ne sautent pas toujours aux yeux et les informer sur la manière d'empêcher que leurs placements ne se fassent « éclaircir » par la fraude. Le divertissement était assuré par un groupe local de chanteurs *a cappella* qui, pour l'occasion, s'est transformé en quatuor Barbershop et a entonné un refrain publicitaire personnalisé de l'ASC avec des messages clés sur la prévention de la fraude.

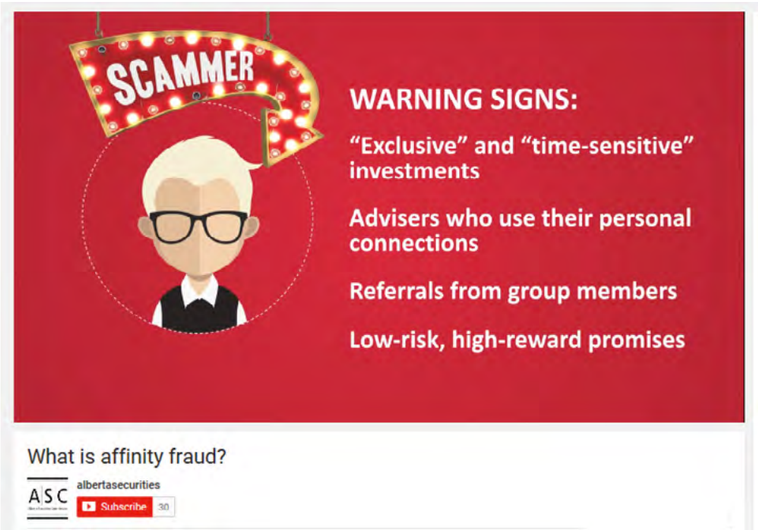
Pour lancer le Mois de la prévention de la fraude, le *CheckFirst Café*, installé dans un café du centre-ville d'Edmonton, offrait aux visiteurs un café *Red Flag Roast* et des pâtisseries *Scammer Scones* pour les sensibiliser aux signaux d'alarme, aux escroqueries et aux investissements. Le groupe *a cappella* de Calgary s'est également produit au *CheckFirst Café* d'Edmonton.

En complément des événements organisés pendant les campagnes d'automne et d'hiver, l'ASC a mené des actions publicitaires efficaces partout en Alberta. Elle a fait de la publicité à la télévision, à la radio, sur le Web et dans les transports en commun.

Parallèlement aux événements, l'ASC a élaboré six vidéos d'animation explicatives sur des sujets de sensibilisation appréciés des investisseurs. Ces vidéos hébergées sur le canal YouTube de l'ASC permettent aux Albertains d'acquérir des connaissances de façon simple et divertissante sur des sujets comme la fraude par affinité, les signaux d'alarme de la fraude en matière de placement, les combines à la Ponzi et les arnaques aux options binaires.







Ci contre : Le CheckFirst Café a tenu un kiosque à Edmonton, Calgary et Lethbridge cette année. En haut : L'initiative Check. Protect. Invest. est demeurée l'un des principaux thèmes de campagne. Au centre: Les témoignages d'investisseurs victimes de fraude servent d'avertissement aux Albertains. Ci dessus : Ne vous laissez pas leurrer par les belles promesses – les fraudeurs qui ciblent les groupes d'affinité misent sur votre confiance et les relations personnelles.

SASKATCHEWAN

Financial and Consumer Affairs Authority of Saskatchewan

Tout au long de l'année, la Financial and Consumer Affairs Authority of Saskatchewan (FCAA) a mis sur pied de nombreuses campagnes de prévention de la fraude et de sensibilisation des investisseurs pour aider les investisseurs de la province à se protéger, eux et leur argent.

Au printemps, la FCAA a utilisé les médias traditionnels et les médias sociaux pour rappeler aux investisseurs que les arnaqueurs peuvent être très astucieux et qu'il ne faut pas se laisser tenter par des promesses de rendements fabuleux et de risques limités.

À l'automne, la FCAA a lancé une campagne s'adressant aux aînés, cibles attrayantes qui ont souvent déposé toutes leurs économies dans leurs comptes bancaires et craignent peut-être de ne pas avoir assez d'argent à la retraite. Elle a mis en lumière les signes de fraude en matière de placement au moyen de vidéos, de publicités dans les médias, de contenu Web, de Twitter et de Facebook.

Pour le Mois de la littératie financière, la FCAA a informé les investisseurs que les arnaqueurs s'attaquent souvent aux organisations ou aux groupes étroitement soudés. À l'aide des médias sociaux, d'un communiqué et du site Web de la FCAA, la campagne contre la fraude par affinité a traité des signaux d'alarme et offert conseils et outils pour prendre des décisions éclairées.

La FCAA se soucie de la sensibilisation des investisseurs et continue de développer des outils et des campagnes pour les aider à prendre de bonnes décisions de placement.

Le compte @SkGov publie régulièrement des conseils judicieux sur l'investissement et la protection contre la fraude au nom de la FCAA.

MANITOBA

Commission des valeurs mobilières du Manitoba

La Commission des valeurs mobilières du Manitoba (CVMM) a de nouveau travaillé en partenariat avec le service de police de Winnipeg pour promouvoir le site Web *recognizeinvestmentfraud.com,* qui fournit aux investisseurs des renseignements et des outils leur permettant de reconnaître les escroqueries courantes en matière de placement. La campagne de cette année consistait en publicités radiophoniques et en ligne ainsi qu'en un concours Web qui a attiré plus de 750 participations.

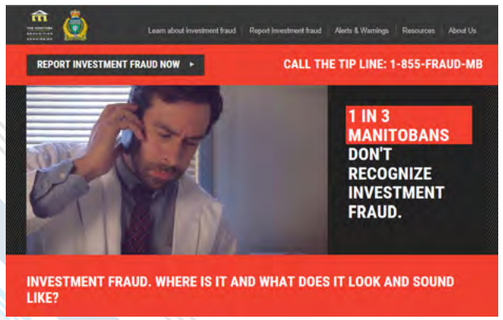
La CVMM a continué de diriger le Forum sur la littératie financière du Manitoba, coalition de plus de 40 organisations et personnes physiques qui travaillent à promouvoir dans la province l'éducation et le développement de compétences financières tout au long de la vie. Cette année, le Forum a mené un sondage pour évaluer le niveau actuel de littératie financière des Manitobains. Le sondage a révélé ce qui suit: un Manitobain sur cinq estime avoir peu de contrôle sur ses finances; 15 % croient qu'ils repousseraient le moment d'aborder leurs problèmes financiers; 11 % affirment ne pas savoir vers qui ou vers quoi se tourner pour résoudre un problème financier; et 8 % jugent ne pas savoir comment prendre de bonnes décisions financières.

Le Forum a également publié son calendrier annuel *L'argent, ça compte*, qui présente des ressources et des conseils financiers destinés aux personnes et aux familles de tous les horizons. Il est disponible sans frais à de nombreux endroits dans la province.

Par ailleurs, le Forum a retenu les services d'un facilitateur de planification stratégique pour les années 2016 à 2019.

Dans la dernière année, le Forum a publié 46 communiqués locaux sur une variété de sujets, dont plusieurs alertes à l'intention des investisseurs concernant des arnaques aux options binaires. Au cours des derniers mois, les Manitobains ont déclaré plusieurs cas de pertes financières importantes causées par des entreprises extraterritoriales non-inscrites vendant des options binaires.

La CVMM continue d'appuyer les projets des ACVM en participant activement à divers projets de comités, en en dirigeant d'autres et en contribuant à des tables rondes sur la littératie financière, les régimes de retraite et les politiques publiques avec divers organismes nationaux et provinciaux.



La CVMM et le service de police de Winnipeg ont créé conjointement le site recognizeinvestmentfraud.com.

ONTARIO
Commission des valeurs mobilières de l'Ontario
Bureau des investisseurs

Le 30 octobre 2015, la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario (CVMO) a lancé le nouveau Bureau des investisseurs pour établir l'orientation stratégique et diriger les efforts de la CVMO en matière d'implication auprès des investisseurs, d'éducation, de sensibilisation et de recherche. Le Bureau des investisseurs apporte le point de vue des investisseurs à l'élaboration des politiques de la CVMO. Il assure la coordination de toutes les initiatives axées sur l'investisseur, y compris la collaboration avec le Groupe consultatif des investisseurs et l'élaboration du contenu du site Web primé de la CVMO, *gerezmieuxvotreargent.ca.*

Même si la sensibilisation des investisseurs ne représente qu'une partie du mandat du Bureau des investisseurs, des activités importantes ont été entreprises en 2015 - 2016. La CVMO a de nouvelles façons de sensibiliser les investisseurs qui donnent une plus grande visibilité à ses démarches et touchent les personnes qui en ont besoin. Elle s'adapte aussi aux changements dans la manière dont les gens utilisent la technologie et reçoivent de l'information.

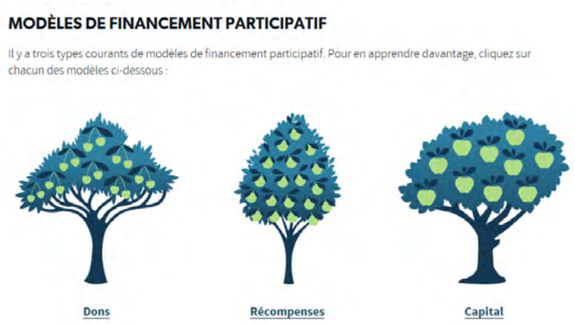
À l'occasion du lancement du nouveau Bureau des investisseurs, la CVMO a créé le portail *bureaudesinvestisseurs.ca*, relancé et amélioré son bulletin l'*Actualité des investisseurs*, publié *Le point de vue des investisseurs* (Avis 11 773 du personnel de la CVMO), créé le site Web Re: *Investir* pour recevoir les questions des investisseurs et leur répondre, lancé une série de trois vidéos (qui, à l'heure actuelle, ont été visionnées plus de 300 000 fois) et traduit en 17 langues l'information destinée aux investisseurs.

Dans le cadre de la publication du *Règlement 45 108 sur le financement participatif* (le Règlement 45 108)[1], qui prévoit une dispense de prospectus pour financement participatif ainsi qu'un régime d'inscription des portails de financement, le Bureau des investisseurs a publié un guide interactif sur le financement participatif en capital que l'on trouve au *crowdfundontario.ca/fr.*

De surcroît, depuis son lancement en octobre 2015, le Bureau des investisseurs a créé une calculatrice de CELI et publié d'importantes nouvelles ressources par l'intermédiaire de l'*Actualité des investisseurs.*

Parmi les nouvelles ressources de sensibilisation des investisseurs créées au cours de l'année, citons un générateur de modèle d'énoncé de politique de placement (EPP), une étude menée auprès de Canadiens âgés qui révèle les principales leçons à retenir au sujet de la retraite et qui a été publiée avec une infographie facilitant la communication des principales conclusions, et un outil sur les « Services attendus d'un conseiller financier » créé à partir des conclusions de l'*Évaluation mystère sur les conseils en matière de placement* menée conjointement par la CVMO, l'Organisme canadien de réglementation du commerce des valeurs mobilières (OCRCVM) et

Dans le sens des aiguilles d'une montre à partir du haut: Vidéo présentant le nouveau Bureau des investisseurs de la CVMO; le site crowdfundontario.ca/fr explique les risques et les avantages du financement participatif; exemple de fiche d'information sur les fonds communs de placementtiré du site gerezmieuxvotreargent.ca.



l'Association canadienne des courtiers de fonds mutuels (ACFM).

L'une des plus importantes initiatives de la CVMO cette année a été le lancement de fiches d'information qui peuvent être intégrées avec un code Web accessible au public (un peu comme les vidéos YouTube peuvent être intégrées à des sites Web) et partagées au moyen de liens sur les médias sociaux. Toutes les fiches sont conçues pour être consultées à partir d'ordinateurs de bureau, de tablettes et d'appareils mobiles, et sont offertes en français et en anglais. Au total, 20 organisations et personnes (notamment des intervenants du secteur financier, des représentants des consommateurs et des investisseurs, des corps policiers et des partenaires dans le domaine de la formation) appuient l'initiative des fiches d'information ou en sont partenaires.

À l'occasion du Mois de la prévention de la fraude, le Bureau des investisseurs a mené les activités de la CVMO, dont une campagne publicitaire dans le journal *The Globe and Mail* et dans diverses collectivités de l'Ontario.

Le Bureau des investisseurs représente l'Ontario au comité 8 sur les investisseurs individuels de l'Organisation internationale des commissions de valeurs (OICV). L'Ontario présidait le comité jusqu'à ce que le mandat de Howard Wetston à la présidence de la CVMO prenne fin. Le directeur du Bureau des investisseurs participe actuellement à divers groupes de travail. Par le passé, la CVMO a collaboré aux travaux du comité sur la sensibilisation des investisseurs individuels à l'égard des initiatives en matière de réglementation ainsi qu'à l'élaboration de son rapport sur les bonnes pratiques de sensibilisation aux risques liés aux investissements *(Sound Practices for Investment Risk Education).*

1 En novembre 2015, le Manitoba, l'Ontario, le Québec, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse ont publié le Règlement 45-108.

QUÉBEC
Autorité des marchés financiers

L'Autorité des marchés financiers (l'Autorité) en est à l'étape de la mise en œuvre de la première Stratégie québécoise en éducation financière et de son plan d'action. Trois comités de travail ont été créés avec divers partenaires (État, secteur, spécialistes en éducation et milieux communautaires) et tiennent des réunions périodiques.

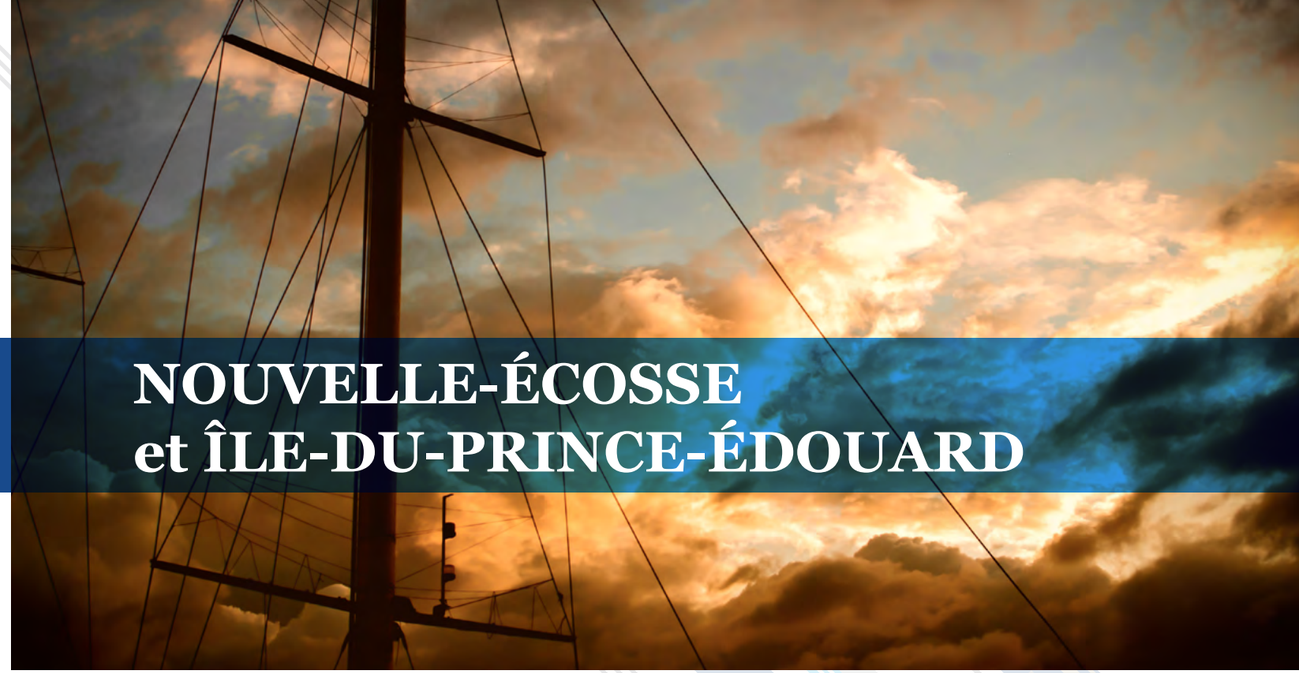
La stratégie de l'Autorité vise à établir un inventaire des compétences et des connaissances nécessaires à une bonne santé financière tout au long de la vie, sous une forme accessible tant pour le spécialiste en éducation financière que pour le consommateur, et à cerner les lacunes en éducation financière en fonction des clientèles établies et des objectifs de la stratégie. L'objectif est d'innover dans la création de partenariats permettant d'offrir des programmes efficaces.

L'Autorité organise également une campagne conjointe pour inciter les Québécois à parler d'argent. Une tournée de conférences dans les cégeps intitulée ***Viens parler d'argent – Let's talk about money*** a débuté en octobre 2015. Jusqu'à présent, les conférenciers de l'Autorité ont été invités à visiter 26 cégeps pour discuter avec des étudiants (âgés en moyenne de 17 à 19 ans) de l'établissement d'un budget, de l'épargne, de la gestion des dettes et de la prévention de la fraude. Des vidéos spécialement conçues pour la tournée sont également présentées lors des conférences. En outre, les participants peuvent gagner des prix de présence et courir la chance de gagner un grand prix de 1 000 $ lors d'un tirage.

L'Autorité participe au comité 8 sur les investisseurs individuels de l'OICV et siège au Comité directeur national sur la littératie financière.

En 2016, le site jeunesse de l'Autorité, tesaffaires.com, a remporté le prix du programme d'éducation destiné aux enfants de l'année (Children's Education Program of the Year) de l'Institute for Financial Literacy (EIFLE).

L'équipe de l'Autorité responsable de l'éducation financière a continué de mettre au point des outils pédagogiques portant sur un large éventail de sujets comme le financement participatif, les robots-conseillers et les finances personnelles. Au cours de l'année, ses membres ont accordé diverses entrevues sur ces sujets à la télévision (canal Argent et canal V).

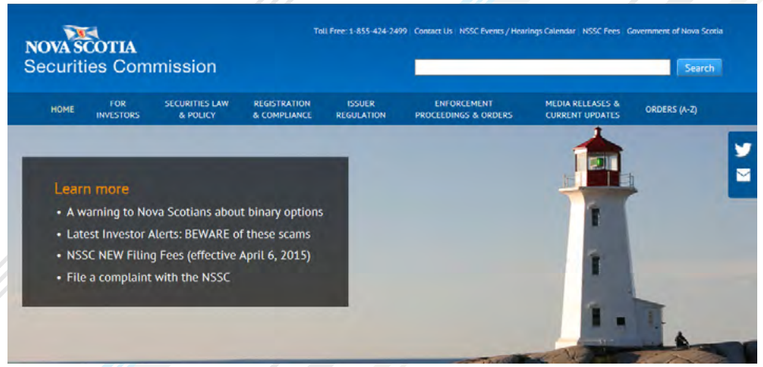


NOUVELLE-ÉCOSSE et ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Nova Scotia Securities Commission

Cette année, la Nova Scotia Securities Commission (NSSC) a axé ses efforts de sensibilisation des investisseurs principalement sur les marchés financiers et les marchés dispensés de la Nouvelle-Écosse. Elle a élaboré des publications pour expliquer simplement les dispenses ouvertes aux entreprises qui souhaitent mobiliser des capitaux et tenu trois séances d'information publiques sur les projets de règlements des ACVM en matière de financement participatif. Ces réalisations ont fait l'objet de la plus importante couverture médiatique de l'année. Grâce aux bons commentaires qu'elle a reçus des participants, la NSSC a été invitée à prendre la parole lors de deux conférences publiques sur la mobilisation de capitaux. Elle a également fait des présentations sur le comportement éthique dans le secteur aux futurs étudiants du programme de certificat en gestion de placements du Community College de la Nouvelle-Écosse. Les présentations ont connu un franc succès et, à la demande des étudiants et du personnel, la NSSC les fera tous les ans. L'équipe de la NSSC se réjouit à la perspective d'une nouvelle année et à l'idée de fixer de nouveaux objectifs de sensibilisation des investisseurs pour continuer de remplir son mandat.

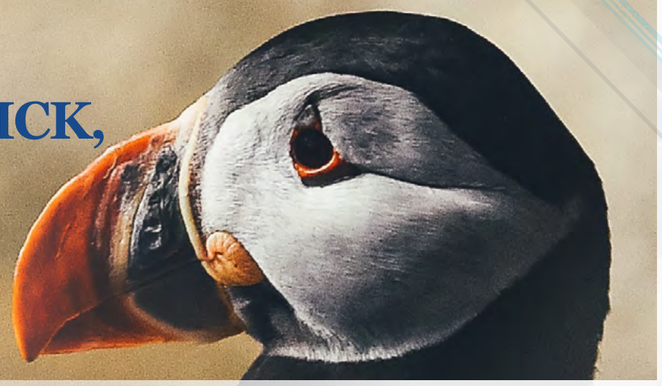
Le portail Web nssc.novascotia.ca sensibilise les investisseurs néo-écossais à divers sujets.



Office of the Superintendent of Securities, Île-du-Prince-Édouard

L'Office of the Superintendent of Securities continue d'informer les investisseurs prince-édouardiens sur les escroqueries et les risques liés aux placements. Par l'intermédiaire de son site Web comprenant des liens vers les sites des ACVM et de la NASAA, il met des outils et des ressources à la disposition des investisseurs pour les aider à prendre des décisions de placement éclairées.

NOUVEAU-BRUNSWICK, TERRE-NEUVE-ET-LABRADOR



Commission des services financiers et des services aux consommateurs, Nouveau-Brunswick

La Commission des services financiers et des services aux consommateurs (FCNB) communique souvent directement avec les écoles et la collectivité L'année dernière, elle a présenté 159 exposés sur la littératie financière à 3 638 personnes. Parmi ces présentations, 13 ont été faites auprès d'élèves de la maternelle à la 8e année dans des quartiers à faible revenu. Elles avaient pour thèmes : prendre des décisions judicieuses en matière de dépenses, faire la différence entre les désirs et les besoins et se fixer des objectifs financiers.

La FCNB s'est associée à un café de la région pour réaliser le projet pilote de sensibilisation « Café DéPensez Bien ». Inspirée par un programme réussi en Alberta, elle a offert du café et des pâtisseries et profité de l'ambiance détendue pour répondre à des questions sur la prévention de la fraude. Elle a discuté avec des centaines de personnes au sujet de leur santé financière et leur a donné des conseils pour détecter les signes de fraude. Elle a également publié de l'information et des billets de blogue en libre accès sur ses sites Web *fr.fcnb.ca* et *fcnb.ca.* Des liens affichés dans les médias sociaux ont grandement augmenté le trafic vers les ressources sur la prévention de la fraude et favorisé les échanges avec le public.

Le Café DéPensez Bien offrait un environnement décontracté pour aborder un sujet sérieux, la fraude financière.

La population croissante d'aînés au Nouveau-Brunswick est également vulnérable à l'exploitation financière. En vue d'aider ces personnes prioritaires, la FCNB a créé des listes de vérification et des infographies afin de briser certains mythes courants sur l'exploitation financière et de susciter la discussion dans les familles sur les mesures à prendre si l'on soupçonne qu'il y a exploitation. Elle a tenu une série de tables rondes auprès d'aînés à l'échelle de la province afin de mieux comprendre les problèmes qu'ils rencontrent lorsqu'ils utilisent des services financiers. Un grand forum sur l'exploitation financière des aînés s'en est suivi. Grâce aux résultats de celui-ci, la FCNB et les participants issus de groupes d'intérêt clés pourront cerner les priorités en vue de l'élaboration de programmes et de politiques pour protéger les aînés du Nouveau-Brunswick de manière plus proactive.

En collaboration avec le YMCA et d'autres groupes d'accueil de nouveaux arrivants, la FCNB offre des astuces pour prévenir la fraude qui sont adaptées à ces personnes et traduites dans leur langue. Le document distribué par la FCNB souligne les fraudes et arnaques qui touchent particulièrement les nouveaux arrivants et leur donne des outils pour savoir s'ils sont pris pour cible.

Service NL, Terre-Neuve-et-Labrador

En septembre 2015, John O'Brien, FCAP, FCA, CISA, a été nommé surintendant des valeurs mobilières au sein du bureau du surintendant des valeurs mobilières de Service NL. En 2015, Service NL a poursuivi ses réalisations fructueuses grâce à la promotion en ligne du Mois de la prévention de la fraude, du Mois de l'éducation des investisseurs et du Mois de la littératie financière dans la province ainsi qu'à son appui actif aux initiatives des ACVM.

Mr. John O'Brien

YUKON, NUNAVUT et TERRITOIRES DU NORD-OUEST

Bureau du surintendant des valeurs mobilières des Territoires du Nord-Ouest

Par l'intermédiaire de son site Web comprenant des liens vers les sites des ACVM et de la NASAA, le Bureau des valeurs mobilières continue de mettre des outils et des ressources à la disposition des investisseurs. À l'occasion du Mois de la prévention de la fraude, des liens vers les publications des ACVM redirigeaient les utilisateurs vers les ressources des ACVM. Le Bureau élabore de nouvelles initiatives et compte s'assurer que les investisseurs ont toujours accès en ligne à des renseignements à jour. Le site Web actuel du ministère de la Justice a été restructuré, et de l'information destinée aux investisseurs est en cours d'élaboration.

Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Nunavut

Les documents fournis par les ACVM sont affichés sur le site Web du ministère de la Justice du Nunavut pour sensibiliser le public. Le Bureau du surintendant des valeurs mobilières reconnaît l'importance du rôle qu'il doit jouer dans la sensibilisation des investisseurs. Il se réjouit à la perspective de participer plus activement aux initiatives de sensibilisation pancanadiennes.

Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Yukon

En 2015 et en 2016, le Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Yukon, qui relève du ministère des Services aux collectivités, a mené des activités de sensibilisation afin de favoriser l'accès des investisseurs yukonnais à plus de renseignements et de ressources. Pour le Mois de l'éducation des investisseurs et le Mois de prévention de la fraude, il a diffusé sur son site Web les communiqués des ACVM et leurs publications dans les médias sociaux. Il continue de proposer aux investisseurs des liens vers les sites des ACVM et de la NASAA où ils trouvent des outils et des alertes à leur intention.

Union Bank of Canada, 1921, Fort Smith, T.N.-O.

Comité sur la sensibilisation des investisseurs

autorites-valeurs-mobilieres.ca