

2015

(avril 2014 – mars 2015)

Rapport annuel des activités

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



**Comité sur la sensibilisation
des investisseurs des ACVM**

TABLE DES MATIÈRES

Comité sur la sensibilisation des investisseurs des Autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM)	1
Membres du Comité	1
Revue des initiatives en matière de sensibilisation des investisseurs en 2014....	2
• Mois de l'éducation des investisseurs 2014	2
• Mois de la littératie financière 2014.....	2
• Campagne sur l'aperçu du fonds 2015.....	2
• Mois de la prévention de la fraude 2015	3
Renforcement des compétences.....	5
Initiatives importantes des autorités	6
Alberta Securities Commission.....	6
British Columbia Securities Commission.....	6
Commission des valeurs mobilières du Manitoba.....	7
Commission des services financiers et des services aux consommateurs (Nouveau-Brunswick).....	8
Service NL, Gouvernement de Terre-Neuve-et-Labrador.....	8
Nova Scotia Securities Commission	8
Bureau du surintendant des valeurs mobilières, Territoires du Nord-Ouest	9
Commission des valeurs mobilières de l'Ontario	9
Office of the Superintendent of Securities, Île-du-Prince-Édouard.....	10
Autorité des marchés financiers (Québec).....	11
Financial and Consumer Affairs Authority of Saskatchewan.....	11
Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Yukon	12

COMITÉ SUR LA SENSIBILISATION DES INVESTISSEURS DES ACVM

Le Comité sur la sensibilisation des investisseurs des ACVM est composé de représentants des autorités en valeurs mobilières provinciales et territoriales 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, 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 objective 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 ses efforts à ceux d'autres organismes œuvrant dans le domaine de l'éducation financière, il se rapproche de ses objectifs.

Les autorités suivantes étaient représentées au Comité sur la sensibilisation des investisseurs des ACVM en 2014 :

NOM	Autorité compétente
Laura Belloni (secrétaire) & Svetlana Fowler	Autorités canadiennes en valeurs mobilières
Alison Trollope (présidente) et Nicole Tuncay	Alberta Securities Commission
Ken Gracey et Andrew 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, Gouvernement de Terre-Neuve-et-Labrador
Tanya Wiltshire	Nova Scotia Securities Commission
Shmaila Nosheen	Bureau du surintendant des valeurs mobilières des Territoires du Nord-Ouest
Donn MacDougall	Registraire des valeurs mobilières, Nunavut
Rhonda Goldberg et Jen Price	Commission des valeurs mobilières de l'Ontario
Adam Peters	Superintendent of Securities, Île-du-Prince-Édouard
Camille Beaudoin	Autorité des marchés financiers (Québec)
Shannon McMillan	Financial and Consumer Affairs Authority of Saskatchewan
Rhonda Horte	Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Yukon

Mois de l'éducation des investisseurs (octobre 2014)

Au cours du Mois de l'éducation des investisseurs, les ACVM ont recommandé aux investisseurs de se méfier des occasions d'investissement qui offrent des aubaines alléchantes et extravagantes dans de nouveaux secteurs comme la marijuana produite à des fins médicales et les monnaies électroniques. Les ACVM ont souligné l'importance pour les investisseurs de se renseigner avant de s'engager à faire un investissement pour s'assurer que celui-ci leur convient et cadre avec leur plan d'investissement et leurs objectifs financiers.

Les ACVM ont publié un communiqué intitulé « Les ACVM invitent les Canadiens à ne pas succomber au battage publicitaire autour de certaines occasions d'investissement », appuyé par une campagne sur les médias sociaux. Le nombre d'abonnés Twitter a connu une hausse soutenue tout au long du mois d'octobre.

Mois de la littératie financière (novembre 2014)

En octobre 2014, le Comité a fait la promotion des outils et des ressources en ligne contenus dans la Base de données canadienne sur la littératie financière constituée par l'Agence de la consommation en matière financière au Canada (ACFC), qui regroupe un vaste éventail de ressources, d'activités, d'outils et de renseignements en matière de littératie financière provenant de divers fournisseurs de services en éducation financière. Le Comité sur la sensibilisation des investisseurs des ACVM a notamment affiché de l'information et des outils à l'intention des investisseurs individuels qui ont un conseiller, des jeunes investisseurs et des familles, ainsi que divers outils conçus pour aider les investisseurs à déceler les fraudes et les escroqueries.

Au cours du Mois de la littératie financière, les ACVM ont mené une campagne sur Twitter pour promouvoir le nouvel outil « aperçu du fonds » et d'autres ressources pédagogiques se trouvant sur son site Web. Cette campagne s'est traduite par une bonne participation et par une augmentation du nombre d'abonnés tout au long du mois.

Campagne sur l'aperçu du fonds (février 2015)

La campagne sur l'aperçu du fonds visait à promouvoir un nouvel outil interactif des ACVM conçu pour protéger et informer les investisseurs canadiens. Le groupe de travail du Comité chargé des questions d'actualité a recommandé l'outil « aperçu du fonds » pour inciter les investisseurs à développer leurs compétences financières.

La campagne s'est déroulée au cours des deux dernières semaines de février 2015, ce qui coïncide avec la période des REER et une demande accrue d'information sur les fonds d'investissement.

Le groupe a ciblé les investisseurs individuels canadiens âgés de 45 à 65 ans à la recherche d'information sur les placements dans leur REER. La campagne sur l'aperçu du fonds menée en février avait les objectifs suivants :

- Augmenter l'achalandage sur le site Web des ACVM
- Faire la promotion de l'outil interactif et de l'initiative « aperçu du fonds »
- Accroître le nombre de visiteurs à la page suivante :

<http://www.autorites-valeurs-mobilieres.ca/fonds.aspx?ID=1275>

La campagne a consisté en l'envoi de gazouillis réguliers et en un achat important d'espace, en anglais et en français, sur divers sites Web de nouvelles et d'affaires. La campagne s'est traduite par 5 596 140 impressions et 6 215 clics vers le site Web des ACVM.

Mois de la prévention de la fraude (mars 2015)

La campagne entourant le Mois de la prévention de la fraude visait à aider les Canadiens à protéger leurs investissements en les encourageant à vérifier l'inscription de leur conseiller financier ou de l'entreprise d'investissement avec qui ils font affaire avant de prendre une décision d'investissement. La campagne avait pour objectifs secondaires d'inviter les investisseurs à consulter le site Web des ACVM pour obtenir des outils et des ressources pédagogiques à leur intention et de présenter les ACVM comme une ressource crédible et objective pour les investisseurs canadiens.

La campagne ciblait les Canadiens qui ont atteint l'âge où ils prennent des décisions d'investissement. Le message véhiculé, similaire à celui de la campagne 2014, était le même sur tous les médias. La campagne invitait les investisseurs à vérifier l'inscription de la société ou du conseiller avec qui ils font affaire en utilisant le Moteur de recherche national de renseignements sur l'inscription. Elle faisait aussi la promotion des ACVM et des autorités membres ainsi que des outils et des ressources mis à la disposition des investisseurs, et donnait à ces derniers les moyens de se protéger en s'informant.



La campagne menée en mars avait les objectifs suivants :

- Faire connaître les ACVM et les autorités membres, leur mandat ainsi que les outils et les ressources pédagogiques qu'elles offrent
- Augmenter le nombre de visiteurs à la page sontilsinscrits.ca, où l'on peut vérifier facilement et rapidement l'inscription des conseillers financiers et des sociétés
- Faire comprendre l'importance de s'informer avant de prendre une décision d'investissement
- Faire connaître les différents moyens que les investisseurs peuvent utiliser pour se protéger contre les fraudes

Cette initiative consistait en une importante campagne publicitaire sur des sites Web de journaux et de magazines en anglais et en français, au moyen de publicités portant sur la troisième « Journée de la vérification de l'inscription », qui a lieu chaque année, un encart dans le Globe and Mail sur le Mois de la prévention de la fraude et un rapport sur la prévention de la fraude (de mars à juin) dans la version en ligne de ce journal, ainsi qu'en la promotion du Mois de la prévention de la fraude sur le site Web des ACVM et des mises à jour de sontilsinscrits.ca et du Moteur de recherche national de renseignements sur l'inscription.

Les gazouillis envoyés pendant le Mois de la prévention de la fraude (#FPM2015/MPF2015) avaient pour objectif d'inciter les investisseurs à vérifier l'inscription de leur conseiller, à visiter le site Web des ACVM, à leur donner des conseils sur la prévention de la fraude, des outils et des ressources pédagogiques, et à participer à la campagne du Bureau de la concurrence du Canada sur le Mois de la prévention de la fraude, en indiquant aux Canadiens les indices qui montrent qu'une occasion d'investissement est trop belle pour être vraie (#2G2BT/#TBEV). Les membres du Comité étaient invités à partager les gazouillis afin d'élargir la portée de la campagne.

Pendant le Mois de la prévention de la fraude, les ACVM ont mis à jour leur site Web afin d'y ajouter un sondage sur le Moteur de recherche national de renseignements sur l'inscription, que les personnes qui l'utilisent pour la première fois peuvent remplir pour faire part aux ACVM des améliorations qui pourraient y être apportées. La campagne s'est traduite par 5 873 123 impressions et 3 460 clics vers le site Web des ACVM.

Voici la liste des membres des ACVM qui ont participé à la rencontre de la NASAA sur la sensibilisation des investisseurs en 2014 :

Nom	Territoire	Affiliation à la NASAA
Lorinda Brinton (ancienne membre du Comité)	Alberta	Membre : Groupe chargé du projet sur la sensibilisation des préretraités
Marissa Sollows	Nouveau-Brunswick	Présidente : Groupe chargé du projet de sensibilisation en ligne et au moyen des médias sociaux Membre : Section Sensibilisation des investisseurs Conférencière principale et experte : Formation sur l'application de la loi
Tanya Wiltshire	Nouvelle-Écosse	Groupe chargé du projet de sensibilisation en ligne et au moyen des médias sociaux Membre : Section Sensibilisation des investisseurs Conférencière principale et experte : Formation sur l'application de la loi
Kimberly Ryan	Terre-Neuve-et- Labrador	Membre : Comité sur les alertes et les avis

INITIATIVES IMPORTANTES DES AUTORITÉS

Alberta Securities Commission

Cette année, l'Alberta Securities Commission (ASC) a mis sur pied un ensemble d'initiatives de prévention de la fraude. L'initiative « Check. Protect. Invest. » est demeurée l'un des thèmes principaux de la campagne, ainsi que le nouveau site Web de l'ASC axé sur les consommateurs, checkfirst.ca.

Pour le Mois de l'éducation des investisseurs (octobre), l'ASC a lancé la campagne de sensibilisation du public « Don't get Tricked », en parallèle avec l'Halloween. Le personnel de l'ASC a distribué des bonbons aux Albertains dans le centre ville d'Edmonton et de Calgary et profité de l'occasion pour leur donner de l'information sur la fraude en valeurs mobilières et des conseils pour éviter d'en être victimes.

Pour le Mois de la prévention de la fraude 2015, l'ASC a mené une vaste campagne axée sur la sensibilisation des collectivités et sur l'importance pour les Albertains de s'informer avant de prendre une décision d'investissement. Misant sur la campagne réalisée en mars 2014, l'ASC a mis sur pied le CheckFirst Café, un concept de café éphémère où les Albertains pouvaient boire un café ou un thé et obtenir des conseils pour éviter d'être « échaudés » par une fraude en valeurs mobilières.

Le CheckFirst Café, qui s'est installé dans un café du centre ville de Calgary, a suscité une attention considérable des médias et attiré plus de 300 visiteurs. Le CheckFirst Café a également tenu un kiosque aux salons Home & Garden de Calgary et d'Edmonton, où le personnel de l'ASC a discuté avec quelque 6 000 Albertains tout en leur servant du café et du thé. Un questionnaire sur iPad conçu pour ces salons permettait aux visiteurs de vérifier leurs connaissances en matière d'investissement.

En mars, 10 400 visiteurs uniques ont consulté le site Web Checkfirst.ca.

L'ASC a mené une campagne publicitaire efficace sur tout le territoire de l'Alberta, notamment dans des foires alimentaires, dans les ascenseurs d'immeubles du centre ville, à la radio, dans des arénas, en ligne et dans les cinémas. Les thèmes et l'apparence des publicités étaient identiques à ceux du site Web Checkfirst.ca.

En plus d'informer les investisseurs, les campagnes et les publicités visaient à faire mieux connaître l'ASC et à diriger les investisseurs vers le site Web Checkfirst.ca, qui contient une vaste gamme de ressources et d'outils gratuits conçus pour aider les Albertains à devenir des investisseurs mieux informés. Checkfirst.ca, qui était en mars 2014 une simple page de renvoi, a été développé et est devenu en cours d'année un site Web élaboré, entièrement fonctionnel et au contenu varié, qui propose notamment un questionnaire en ligne et des témoignages de victimes de fraude.

En mars, le personnel de l'ASC a interrogé cinq victimes de fraude et tourné des vidéos témoignages qui peuvent désormais être visionnées sur la page YouTube de l'ASC. Ces vidéos ont pour objet de briser le mythe voulant que « la fraude, ça ne peut pas m'arriver » et montrent que n'importe qui peut en être victime. Les vidéos seront utilisées pour sensibiliser les investisseurs à l'avenir.

British Columbia Securities Commission

La campagne primée Be Fraud Aware de la British Columbia Securities Commission (BCSC) a continué de battre son plein cette année dans la province. Elle vise à aider les Britannico Colombiens à se protéger contre la fraude et contribue aux efforts déployés en matière d'application de la loi en encourageant les gens à dénoncer les fraudes en valeurs mobilières lorsqu'ils en sont témoins ou en soupçonnent l'existence.

Cette année, la campagne Be Fraud Aware avait essentiellement pour objectif d'encourager les gens à interagir avec du contenu en ligne mettant en vedette Jean et David, des personnages bien connus, à le visionner et à le partager.

En novembre, la BCSC a lancé un concours intitulé Fraudster Fighter, qui testait la capacité à déceler les indices d'une fraude en valeurs mobilières. Le concours comprenait une nouvelle vidéo sur YouTube, Parkour Jean, et une bande annonce qui ont fait l'objet d'une promotion au moyen de publicités en ligne et de messages affichés dans les médias sociaux.

En février, le personnel de la BCSC s'est rendu dans un centre commercial local avec un panneau publicitaire animé, Fraudster Comes Alive, qui présentait David en train de servir son baratin publicitaire aux passants. La séquence vidéo de cette présentation a été publiée en ligne. Une deuxième présentation dans un centre commercial de Vancouver à la fin du mois de mars a été utilisée pour lancer une nouvelle étude et a fait l'objet d'une couverture médiatique locale.

La majorité des personnes exposées à la campagne ont affirmé avoir apprécié et bien compris la présentation, l'avoir trouvée pertinente et se sentir mieux outillées pour reconnaître une fraude. De plus, les partages sur les médias sociaux ont été à l'origine de plus de la moitié des participations au concours Fraudster Fighter, le nombre de visites sur le site Web de la campagne a augmenté, et le nombre de visionnements et de minutes de visionnement des vidéos ont connu une croissance marquée par rapport à l'année dernière.

Les séminaires Be Fraud Aware présentés dans le cadre du programme InvestRight de la BCSC se sont poursuivis à l'échelle provinciale. La BCSC a également continué à promouvoir The City, ressource en matière de compétences financières à l'intention des jeunes, en la rendant accessible sur le site Web InvestRight.org et en offrant des ateliers aux futurs enseignants dans les universités de la Colombie-Britannique.

Commission des valeurs mobilières du Manitoba

En 2014, la Commission des valeurs mobilières du Manitoba (CVMM) a poursuivi plusieurs de ses programmes et en a également lancé de nouveaux.

La CVMM a lancé son compte Twitter et commencé à prendre part à des discussions sur la littératie financière partout dans le monde. Le compte @MSCommission est régulièrement mis à jour, et le nombre d'abonnés est en constante augmentation.

Le service de la sensibilisation et des communications de la CVMM a uni ses efforts à ceux de l'Assiniboine Credit Union pour faire connaître la journée « Parlons argent avec nos enfants », qui a lieu chaque année le troisième mercredi d'avril. La CVMM a fourni des activités de son programme Faites que ça compte à faire à la maison, accompagnées d'exercices de budget et de pistes de discussion pour les parents et les familles. Des exemplaires du guide Faites que ça compte étaient offerts gratuitement. En outre, la CVMM a parrainé un concours visant à encourager les membres du personnel de l'Assiniboine Credit Union à aborder avec leur famille les thèmes de la journée « Parlons argent avec nos enfants ».

La CVMM a continué de collaborer avec le service de police de Winnipeg pour faire la promotion du site Web RecognizeInvestmentFraud.com, qu'elle a lancé en 2013 et qui contient des renseignements et des outils pour sensibiliser les investisseurs aux fraudes en valeurs mobilières les plus courantes. Le site présente les signaux d'alerte de la fraude et permet aux visiteurs de vérifier, en quelques étapes simples, si leur conseiller financier est inscrit et de dénoncer toute fraude potentielle à la CVMM. En 2014, le site Web RecognizeInvestmentFraud.com a atteint plus de 14 900 pages vues.

La CVMM a continué de diriger le Forum sur la littératie financière du Manitoba. Devenu en 2014 un organisme sans but lucratif constitué en personne morale, ce forum a lancé son site Web, publié son calendrier annuel « L'argent, ça compte » et obtenu du financement pour mener un sondage afin d'évaluer le niveau de littératie financière des Manitobains.

Commission des services financiers et des services aux consommateurs (Nouveau-Brunswick)

Tout au long de l'année, la Commission des services financiers et des services aux consommateurs (FCNB) a tenu 89 séances d'information à l'intention des investisseurs, auxquelles ont participé 1 709 Néo Brunswickois de tous âges et à différentes étapes de leur vie. La FCNB a participé à plusieurs événements locaux, dont des foires d'information pour les aînés, des salons d'information sur la santé et des salons de l'emploi, où elle a donné des renseignements sur son rôle et fait la promotion de ressources pédagogiques.

Les jeunes sont la plus grande catégorie démographique qui ait bénéficié des initiatives de sensibilisation, 70,8 % des présentations ayant été faites à des étudiants. La FCNB a participé à la journée « Parlons argent avec nos enfants », qui a eu lieu le 15 avril. Tout au long du mois d'avril, la FCNB a fait la promotion de ses ressources à l'intention des jeunes en faisant 28 présentations en classe et en distribuant des exemplaires du guide Faites que ça compte dans des écoles et des institutions financières sur tout le territoire du Nouveau-Brunswick.

La FCNB a lancé des profils Instagram et Pinterest et a vu l'activité augmenter considérablement sur ses profils Facebook et Twitter. Elle a évalué les données sur la performance passée pour déceler des tendances et déterminer le contenu le plus pertinent pour son public, en conséquence de quoi elle a ajusté son approche à l'égard du développement du contenu sur les médias sociaux, en privilégiant notamment l'utilisation d'infographies et d'imagerie propre aux initiatives.

La FCNB a continué d'étoffer le site Web www.fcnb.ca en y ajoutant du nouveau contenu sur des sujets comme la planification successorale, les accidents de la route et le financement de véhicules. Elle y a également ajouté une section « Étapes de la vie », où les Néo Brunswickois peuvent obtenir facilement de l'information pertinente, peu importe l'étape de leur vie. La promotion du contenu Web se fait toute l'année au moyen des plateformes de réseaux sociaux, y compris Facebook, Twitter, Instagram et Pinterest, en présentant l'information au public lorsqu'elle lui est utile.

Service NL, Gouvernement de Terre-Neuve-et-Labrador

À Terre-Neuve-et-Labrador, Service NL, qui chapeaute l'Office of the Superintendent of Securities, a poursuivi sa croissance et ses réalisations en menant des campagnes sur les médias sociaux au cours du Mois de la littératie financière et du Mois de la prévention de la fraude, et en continuant d'appuyer l'ensemble des initiatives des ACVM en 2015.

Nova Scotia Securities Commission

Le nouveau site Web convivial de la Nova Scotia Securities Commission (NSSC) lancé en mai 2014, www.nssc.novascotia.ca, a reçu un accueil très favorable du public. Son efficacité a été évaluée au moyen de Google Analytics d'octobre 2014 à avril 2015. Pendant cette période, 10 049 sessions ont été ouvertes par 6 274 visiteurs uniques, 60 % d'entre eux visitant le site pour la première fois. De plus, 32 222 pages ont été vues et 1 601 recherches effectuées, soit une moyenne de 8 à 9 par jour.

Les initiatives de sensibilisation du public visaient essentiellement à diffuser de l'information sur les marchés dispensés de la Nouvelle Écosse. La NSSC a élaboré des publications conçues pour expliquer les dispenses ouvertes aux entreprises qui souhaitent mobiliser des capitaux et tenu trois séances d'information publiques sur les projets réglementaires des ACVM en matière de financement participatif. Ces initiatives ont fait l'objet d'une importante couverture médiatique. Les commentaires des participants étaient positifs, et la NSSC a été invitée à prendre la parole lors de deux conférences publiques sur la mobilisation de capitaux.

La NSSC a également fait des présentations sur l'éthique dans le secteur aux futurs étudiants du programme de certificat en gestion de placements du Community College de la Nouvelle Écosse. Les commentaires des étudiants ayant été positifs, il a été décidé que la NSSC ferait cette présentation chaque année.

Dans le cadre d'une initiative de sensibilisation en ligne, la NSSC a créé deux vidéos sur YouTube à l'intention des investisseurs dans lesquelles les messages clés sont véhiculés d'une manière novatrice et créative. Les vidéos donnent de l'information sur la prévention de la fraude et la convenance des placements en mettant en vedette le héros de la NSSC, l'« investisseur informé ».

L'initiative de sensibilisation des investisseurs au sujet des marchés financiers de la Nouvelle-Écosse se poursuivra l'année prochaine. La NSSC tiendra à l'automne 2015 une conférence sur la mobilisation de capitaux, où les investisseurs pourront obtenir de l'information sur les nouvelles règles de la Nouvelle-Écosse en matière de financement participatif ainsi que des renseignements généraux sur les marchés dispensés.

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 continue de mettre des outils et des ressources à la disposition des investisseurs. En mars, à l'occasion du Mois de la prévention de la fraude, un lien vers le site des ACVM accompagné d'une légende accrocheuse a été publié sur le site Web. Le Bureau est en train d'élaborer de nouvelles initiatives et entend toujours s'assurer que les investisseurs ont accès à des renseignements à jour sur son site Web. Le site Web du ministère de la Justice a été restructuré, et de l'information destinée aux investisseurs est en cours d'élaboration.

Commission des valeurs mobilières de l'Ontario

La Commission des valeurs mobilières de l'Ontario (CVMO) a poursuivi ses efforts cette année en vue de sensibiliser les investisseurs et d'aller à leur rencontre.

Le personnel, notamment des membres du Bureau de l'investisseur et de la Direction de l'application de la loi, a rapproché la CVMO de la population en présentant le programme « Protégez votre argent » dans neuf collectivités de l'Ontario. Les activités s'adressaient aux aînés et aux investisseurs vulnérables. Les participants ont reçu de l'information sur les moyens d'éviter d'être victimes d'une fraude en valeurs mobilières et d'améliorer leur relation avec leur conseiller.

Cette année, 16 numéros du bulletin Actualité des investisseurs de la CVMO ont été publiés. Le bulletin présente aux investisseurs de l'information sur des sujets allant de l'aperçu du fonds à une introduction aux moyens de placement tels que les billets structurés, en passant par les risques émergents comme les opérations sur les options binaires et le Bitcoin.



Police provinciale de l'Ontario avec Eleanor Farrell (bureau de l'investisseur), Allister Field (mise en application), Rhonda Goldberg (fonds d'investissement) et Jill Homenuk (Communications).

Le président de la CVMO, Howard Wetston, est toujours coprésident du comité 8 sur les investisseurs individuels (Committee 8 – Retail Investors) de l'Organisation internationale des commissions de valeurs (OICV), dont le mandat consiste à établir les orientations de l'OICV en matière de sensibilisation des investisseurs et de littératie financière et à faire preuve de leadership dans l'élaboration de directives et de politiques destinées aux membres du monde entier.

En septembre 2014, de concert avec le Groupe consultatif des investisseurs (GCI), le Bureau de l'investisseur a animé une table ronde sur des questions concernant les aînés. Les délégués d'organismes représentant les aînés et travaillant directement avec eux, du gouvernement de l'Ontario, d'organismes de défense des intérêts des investisseurs et d'intervenants du secteur ainsi que des cadres supérieurs de l'Association canadienne des courtiers de fonds mutuels (ACFM) et de l'Organisme canadien de réglementation du commerce des valeurs mobilières (OCRCVM) ont débattu de trois grands thèmes : les défis que posent la démographie, la répartition de la richesse et le vieillissement de la population, y compris les problèmes que soulève la perte des capacités, les obstacles auxquels se heurtent les aînés pour planifier efficacement la sécurité de leur retraite et les enjeux que représentent la prestation de conseils utiles à la prise de décisions d'investissement et la prévention des fraudes et des abus en matière financière.

À l'automne, la CVMO a décidé d'intégrer officiellement le Fonds pour l'éducation des investisseurs (FEI) et, le 1er avril 2015, a créé un nouveau service avec le Bureau de l'investisseur : le Bureau de la politique, de l'éducation et de la sensibilisation des investisseurs. Parallèlement aux travaux nécessaires pour assurer une transition sans heurts, le FEI a poursuivi l'expansion de ses recherches et de ses ressources en matière de sensibilisation des investisseurs. Son site Web populaire pour l'éducation financière, GerezMieuxVotreArgent.ca, a atteint plus de 1,3 million de conversions (indications d'une activité d'apprentissage en ligne, comme l'utilisation d'une calculatrice ou le visionnement d'une vidéo jusqu'à la fin) au cours de l'exercice. Parmi les autres réalisations figure la publication de l'étude intitulée *Insights on Canadians and online investor education*, qui évalue l'efficacité de la sensibilisation en ligne pour ce qui est d'influencer le comportement des investisseurs. Le FEI a aussi lancé une calculatrice pour évaluer le rendement d'un portefeuille par rapport à des indices de référence, l'infographie « Qui fait quoi dans le secteur des placements? » et du nouveau contenu sur les risques, notamment sous forme d'infographies et d'articles.

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, l'Office met à la disposition des investisseurs les outils et ressources nécessaires pour prendre des décisions d'investissement éclairées.

Autorité des marchés financiers (Québec)

Avec la collaboration de 19 organismes reconnus dans le secteur financier, l'Autorité a élaboré la première Stratégie québécoise en éducation financière. Ce projet vise deux grands objectifs. Le premier est de favoriser la concertation entre le nombre croissant d'organismes œuvrant dans le domaine de l'éducation financière et le second, d'améliorer la santé financière des Québécois. L'Autorité et ses partenaires veulent également contribuer à un changement culturel au Québec, notamment en encourageant les gens à s'intéresser davantage aux questions d'argent, de finances et d'économie et à en parler plus volontiers. La stratégie québécoise sera en quelque sorte un effet de levier à la stratégie canadienne en littératie financière.

Puisque les consommateurs et les investisseurs ont tendance à s'adresser d'abord à leur institution financière ou à un professionnel pour obtenir de l'information en matière de finances, l'Autorité a élaboré une formation en ligne à l'intention des représentants membres de la Chambre de la sécurité financière (CSF) et de l'Institut québécois de planification financière (IQPF). Le webinaire est gratuit et est désormais offert tous les mois. Au cours de la dernière année, 8 webinaires ont été offerts à 225 représentants.

Financée par le Fonds pour l'éducation et la saine gouvernance, la plus récente campagne de sensibilisation de l'Autorité a misé sur un concept unique et pour le moins audacieux. Les publicités mettaient en vedette deux animatrices très populaires et s'intégraient au concept même de leur émission de télévision respective, chacune diffusée en soirée à des heures de grande écoute le samedi et le dimanche. L'une des publicités s'imbriquait dans l'émission *Le Banquier*, qui repose sur le risque et le jeu de hasard, deux éléments pour lesquels les investisseurs auront toujours besoin de se faire rappeler la prudence. Ces publicités encourageaient les gens à poser des questions au sujet des offres, à les vérifier et à les comparer AVANT d'investir ou de s'assurer.

Financial and Consumer Affairs Authority of Saskatchewan

La Financial and Consumer Affairs Authority of Saskatchewan (FCAA) a mené bon nombre d'activités tout au long de l'année afin de donner aux investisseurs saskatchewanais de l'information sur les escroqueries et les risques liés aux placements, tout en veillant à ce qu'ils possèdent les outils nécessaires pour prendre des décisions d'investissement éclairées.

La FCAA s'est associée aux coopératives d'épargne et de crédit de la Saskatchewan pendant le Mois de la littératie financière et s'est servie des médias traditionnels et des médias sociaux pour rappeler aux Saskatchewanais qu'il n'est jamais trop tôt, ni trop tard, pour commencer à discuter de questions d'argent.

La campagne menée sur les médias sociaux à l'occasion du Mois de la prévention de la fraude a été bien accueillie par le public. Elle a permis de mettre à la disposition des membres du public d'importantes ressources, de leur signaler les éléments qui devraient éveiller leur méfiance et de leur offrir des conseils pour se protéger contre les fraudes.

L'information sur la littératie financière publiée sur le site Web de la FCAA a été actualisée régulièrement pour que les jeunes, les adultes et les aînés de la Saskatchewan possèdent les connaissances, les aptitudes et la confiance nécessaires pour prendre des décisions financières responsables.

La FCAA s'emploie à améliorer sans cesse les activités de sensibilisation des investisseurs et à rechercher de nouveaux moyens de sensibiliser les Saska-tchewanais à la saine gestion financière.

Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Yukon

En 2014 et 2015, le Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Yukon, qui fait partie du ministère des Services aux collectivités du Yukon, a mené diverses activités de sensibilisation afin d'offrir davantage de renseignements et de ressources aux investisseurs. En novembre, à l'occasion du Mois de l'éducation des investisseurs, le Bureau a participé à une séance d'information pour les aînés. En mars, à l'occasion du Mois de la prévention de la fraude, les gazouillis des ACVM sur la sensibilisation à la fraude ont été partagés et le communiqué a été publié sur le site Web, avec des liens vers les outils de l'investisseur du site des ACVM. Par ailleurs, des ressources des ACVM ont été distribuées à plusieurs groupes communautaires pour les aînés à Whitehorse.