



Autorités canadiennes en valeurs mobilières

LA SENSIBILISATION DES INVESTISSEURS AU CANADA EN 2019



Canadian Securities
Administrators

Autorités canadiennes
en valeurs mobilières

LA SENSIBILISATION DES INVESTISSEURS AU CANADA EN 2019

TABLE DES MATIÈRES

2. Comité sur la sensibilisation des investisseurs des ACVM
3. Membres du CSI
4. REVUE DES INITIATIVES EN MATIÈRE DE SENSIBILISATION DES INVESTISSEURS
5. Aider les Canadiens à comprendre leurs placements
7. Inciter les investisseurs à prêter attention aux frais liés aux placements
9. Sensibiliser les Canadiens aux cryptomonnaies
11. Renforcer les compétences
12. INITIATIVES EN MATIÈRE DE SENSIBILISATION DES INVESTISSEURS AU CANADA
13. Qui veut devenir un « Kajillionaire »?
15. Une leçon sur les risques liés aux investissements
17. Introspection comportementale en Ontario
19. Mois de la prévention de la fraude au Manitoba
20. Protéger l'argent des investisseurs de la Saskatchewan
21. Le Bureau des investisseurs de l'Ontario, vu de l'intérieur
23. Communication avec le public en Nouvelle-Écosse
25. Apprenez-en davantage sur les cryptoactifs
26. Engagée plus que jamais à assurer la santé financière du Québec
29. La BCSC incite les investisseurs à prêter attention aux frais de placement
31. Au Manitoba, on parle de FinancesAvisées
33. Une bizarrerie, c'est évident; la fraude, pas autant!
34. Protéger les personnes âgées de la Saskatchewan contre l'exploitation financière
35. Regard sur Terre-Neuve-et-Labrador
36. Sensibilisation des investisseurs aux quatre coins du Canada



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.

Le CSI vise à faire comprendre aux Canadiens le rôle qu'ils jouent dans leurs décisions financières et à les conscientiser aux répercussions de ces dernières

sur leur famille et leur avenir.

Les ACVM veulent que les Canadiens 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 en fonction de leurs besoins. À cette fin, les membres collaborent à la mise au point de ressources accessibles de sensibilisation des investisseurs et

de prévention de la fraude dans le but de les sensibiliser aux questions de l'heure en investissement et aux politiques les concernant.

La collaboration et les partenariats revêtent 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.



MEMBRES du CSI

Membres actifs / territoires, d'avril 2018 à mars 2019 :

Ilana Kelemen (septembre 2018)	Autorités canadiennes en valeurs mobilières
Ken Gracey (à partir de septembre 2018), Malka Aujla et Andrew Poon (jusqu'en août 2018)	British Columbia Securities Commission
Alison Trollope, Susan Soprovich et Ceilidh McMeekin	Alberta Securities Commission
Shannon McMillan	Financial and Consumer Affairs Authority of Saskatchewan
Ainsley Cunningham et Jason Booth	Commission des valeurs mobilières du Manitoba
Tyler Fleming, Raj Balasubramanian (jusqu'en février 2019), Lina Creta (à partir de mars 2019) et Justin Leung-Yinko	Commission des valeurs mobilières de l'Ontario
Camille Beaudoin et Michel Gariépy	Autorité des marchés financiers (Québec)
Marissa Sollows (présidente du comité) et Erin King (à partir de mai 2018)	Commission des services financiers et des services aux consommateurs du Nouveau-Brunswick
Craig Whalen, Kimberly Ryan (jusqu'en octobre 2018) et Reggie Hynes (à partir d'octobre 2018)	The Office of the Superintendent of Securities, Terre-Neuve-et-Labrador
David Harrison	Nova Scotia Securities Commission
Curtis Toombs	Office of the Superintendent of Securities, Île-du-Prince-Édouard
Rhonda Horte	Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Yukon
Shmaila Nosheen	Bureau du surintendant des valeurs mobilières des Territoires du Nord-Ouest
Jeff Mason	Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Nunavut

REVUE DES INITIATIVES DES ACVM EN MATIÈRE DE SENSIBILISATION DES INVESTISSEURS

Expliquer aux Canadiens ce que sont les FNB,
les frais de placement et les cryptomonnaies

Aider les Canadiens à comprendre leurs placements

Les fonds négociés en bourse : un aperçu concret

Les ACVM ont mis en œuvre de nouvelles dispositions prévoyant la production et la transmission aux investisseurs d'un document appelé « aperçu du FNB ». Comme l'aperçu du fonds, l'aperçu du FNB est conçu de façon à mettre en évidence l'information essentielle au sujet du fonds, ne dépasse pas quatre pages, et présente les renseignements dans un langage simple et accessible ainsi que dans un format facile à comparer. Il vise à aider les investisseurs à prendre une décision éclairée en fournissant de l'information sur les placements d'un fonds, son niveau de risque, son rendement passé et les coûts associés à la possession de ses titres.

Depuis le 10 décembre 2018, le courtier qui reçoit un ordre de souscription ou d'acquisition de titres de FNB est tenu de transmettre un aperçu du FNB à l'investisseur dans les deux jours ouvrables suivant la souscription ou l'acquisition.

Le CSI en a profité pour informer les investisseurs de l'existence de ce document et en souligner l'importance pour eux. La


transmission de l'aperçu du FNB permet aussi à ces derniers d'échanger avec leur conseiller en placement inscrit au sujet de leurs placements, qu'il s'agisse de vérifier comment un FNB s'intégrerait à leur portefeuille ou de comparer certaines de ses caractéristiques, comme ses frais, à celles d'autres FNB.

Dans la foulée du Mois de la littératie financière, une campagne de sensibilisation à l'aperçu du FNB et à l'information qu'il renferme s'est tenue du 5 novembre 2018 au 28 mars 2019 à l'intention des investisseurs.

La campagne se déclinait comme suit : une [page Web](#) aidant les

investisseurs à comprendre l'information figurant dans l'aperçu du FNB, un [exemple d'aperçu du FNB](#) interactif donnant une présentation visuelle du document et de l'information que les investisseurs peuvent s'attendre à y trouver, et, enfin, de courtes [vidéos](#) sur YouTube.

Durant la campagne, les vidéos ont été visionnées 377 095 fois sur Facebook (dont 34 998 fois intégralement) et 1 427 clics ont été générés de Facebook vers la page d'accueil du site des ACVM. Le marketing des moteurs de recherche a également remporté un franc succès, avec 384 192 impressions et 20 414 clics sur la [page Web](#) des ACVM.



Aperçu du FNB

- Rendement
- Risque
- Frais

autorites-valeurs-mobilieres.ca

Image tirée de la vidéo Aperçu du FNB sur YouTube.



Les FNB XYZ FNB XYZ fondé sur l'

Ce document contient des renseignements essentiels sur le FNB dans le prospectus de ce fonds négocié en bourse (FNB). Pour en savoir plus, contactez votre courtier ou appelez le 1 800 555-5555 ou à l'adresse placement@... Avant d'investir dans un FNB, vous devriez évaluer son cadre de...

Bref aperçu

Date de création du FNB : 31 mars 20XX

Valeur totale au 1^{er} juin 20XX : 220,18 millions de dollars

Ratio des frais de gestion (RFG) : 0,20 %

Gestionnaire du fonds : Les FNB XYZ

Gestionnaire de portefeuille : Gestion de capitaux ltée

Distributions : Trimestrielles

Information sur les opérations (12 mois se terminant le 1^{er} juin 20XX)

Symbole boursier : XYZ

Bourse : TSX

Monnaie : Dollars canadiens

Volume quotidien moyen : 308 000 parts

Nombre de jours de négociation : 249 sur 251 jours de bourse

Information sur l'établissement du prix (12 mois se terminant le 1^{er} juin 20XX)

Cours du marché : 9,50 \$-13,75 \$

Valeur liquidative : 9,52 \$-13,79 \$

Écart acheteur-vendeur moyen : 0,07 %

Dans quel le FNB investit

Le FNB investit dans les S&P/TSX 60. Cet indice de capitalisation boursière selon S&P Dow Jones Inc.

Les graphiques ci-dessous illustrent les placements change...

Dix principaux placements (au 1^{er} juin 20XX)

1. Banque Royale du Canada	7,5 %
2. Banque Toronto-Dominion	7,1 %
3. Canadian Natural Resources	5,8 %
4. La Banque de Nouvelle-Écosse	4,1 %
5. Énergie Cenovus Inc.	3,7 %
6. Suncor Énergie Inc.	3,2 %
7. Enbridge Inc.	3,1 %
8. Banque Canadienne Impériale de Commerce	2,9 %
9. Financière Manuvie	2,7 %
10. Compagnie des chemins de fer nationaux du Canada	1,9 %

Pourcentage total des dix principaux placements : 42,0 %

Nombre total de placements : 60

Dix principaux placements

Il s'agit des dix placements les plus importants du fonds à la date indiquée dans l'aperçu du FNB. Les dix principaux placements sont également exprimés en pourcentage de la valeur liquidative totale du FNB. Le nombre total de placements du fonds vous donne une idée de la diversification des placements du fonds.

La « visite » du document Aperçu du FNB des ACVM, qui présente le niveau de risque, l'information sur l'établissement du prix, l'information sur les opérations et bien plus encore.

Précédent

Suivant

Inciter les investisseurs à prêter attention aux frais de placement

Savoir, c'est pouvoir!

Depuis janvier 2017 et à l'issue de la deuxième phase du Modèle de relation client-conseiller (MRCC2), les investisseurs canadiens reçoivent des rapports sur les frais et les autres formes de rémunération. Les sociétés de conseils en placement transmettent désormais à tous leurs clients un rapport annuel détaillé des frais, notamment de fonctionnement et d'opérations. La transmission de ces rapports a certes contribué positivement à la compréhension et à la connaissance qu'ont les investisseurs des frais de placement, mais des recherches continues menées par les ACVM révèlent qu'ils doivent encore mettre des efforts pour mieux

connaître et comprendre les frais qu'ils payent.

Les conclusions de ces recherches sont à l'origine d'une nouvelle campagne de publicité à l'échelle du pays destinée à sensibiliser les investisseurs canadiens à l'importance de bien comprendre les frais et de communiquer avec leur conseiller en placement inscrit.

Consistant notamment en trois vidéos animées de 30 secondes, la campagne sur les frais de placement soulignait le fait que, bien que faisant partie d'un placement, ceux-ci ont une incidence sur les rendements. Le concept créatif jonglait avec la métaphore de la nourriture pour

montrer aux investisseurs qu'ils devraient être conscients de ce fait. On y précisait l'importance de comprendre les coûts associés à un placement dans des fonds afin de prendre des décisions éclairées. Les vidéos invitaient par ailleurs les investisseurs à lire les relevés de placement et à échanger avec leur conseiller en placement inscrit.

Cette campagne a également permis d'actualiser la page [Soyez un investisseur avisé](#) du site Web des ACVM, qui renferme de plus amples renseignements sur les frais de placement et sur la collaboration avec un conseiller.

Le volet numérique a été lancé le

1^{er} mai 2019 pour prendre fin le 25 juin 2019. La campagne a été ravivée pendant trois semaines à l'automne 2019, lors du Mois de l'éducation des investisseurs.

Savoir, c'est pouvoir!

CSA / ACVM

Canadian Securities Administrators
Autorités canadiennes en valeurs mobilières



Images de la vidéo de la campagne sur les frais de placement (en haut), des bannières publicitaires (à droite) et du site Web des ACVM (en bas).



Savez-vous que les frais ont une incidence sur le rendement de vos savoureux placements?

S'outiller

prendre des décisions d'investissement éclairées



Un phénomène émergent, fort spéculatif et très risqué

Sensibiliser les Canadiens aux cryptomonnaies

Le 17 décembre 2017, le cours du bitcoin a culminé à 19 783 \$ US. Si cette situation n'a pas été près de se reproduire (au moment de la publication du présent document), elle a provoqué un engouement incontestable dans l'imaginaire des gens. Du jour au lendemain, les Canadiens avaient apprivoisé des mots tels que « cryptomonnaie » et « chaîne de blocs », et dans les cafés, de Montréal à Medicine Hat, tous se demandaient s'il fallait investir dans le bitcoin.

La flambée du cours du bitcoin a entraîné dans son sillage la multiplication rapide de premières émissions de cryptomonnaies (PEC). Assimilées à des premiers appels publics à l'épargne (PAPE) traditionnels, les PEC en diffèrent en fait à bien des égards. Ainsi, dans le cadre d'une PEC, la cryptomonnaie est vendue aux investisseurs sous forme de jetons, qui sont présentés comme une unité future d'une monnaie ou une participation dans un projet. Une fois l'objectif de financement atteint et le projet lancé, les investisseurs s'attendent à voir la valeur de leur jeton augmenter. Si un PAPE fait l'objet d'une prise ferme par une maison de courtage en valeurs et a lieu alors qu'une société fermée commence à offrir ses actions dans le public, la PEC peut

émaner d'une société n'ayant pas encore fabriqué de produits ni offert de services, ce qui en fait un véhicule idéal pour la fraude.

En réponse au nombre croissant de plaintes de Canadiens ayant investi dans des PEC frauduleuses, les ACVM ont rapidement pris des mesures d'application de la loi et orchestré une campagne d'éducation du public.

Pour sensibiliser les Canadiens à ce phénomène, le CSI a mis sur pied une vaste campagne de publicité numérique, dont plusieurs vidéos d'une durée de 30 à 60 secondes, qui s'est tenue durant 2018 et 2019 sur les médias sociaux et les plateformes d'influenceurs en finances. L'objectif? Enrichir la compréhension et parfaire la connaissance du public en matière de cryptomonnaies, de PEC et de risques connexes, informer le public cible des efforts déployés par les ACVM pour protéger les investisseurs et les marchés financiers et, au bout du compte, réduire le nombre de Canadiens victimes de fraudes liées aux cryptomonnaies.

Médias sociaux

À l'été 2018, les ACVM ont lancé la campagne sur les cryptomonnaies en utilisant,

pour la première fois, les médias sociaux comme principale plateforme publicitaire. Le message clé véhiculé était « Un phénomène émergent, fort spéculatif et très risqué. ».

Comme pour les mises en garde émises relativement aux options binaires, Facebook a souscrit aux recommandations des ACVM, de la Securities and Exchange Commission des États-Unis et d'autres autorités internationales visant à interdire toute publicité sur les cryptomonnaies et les PEC.

Les efforts de sensibilisation ont porté leurs fruits, et les résultats de cette campagne serviront de point de repère pour les prochaines campagnes et activités sur Facebook. Fortes de ce succès, les ACVM ont diffusé à nouveau les publicités au moyen de Facebook, de Twitter, de la publicité programmatique et du marketing des moteurs de recherche de janvier à mars 2019.

Influenceurs en finances

Pour la toute première fois, les ACVM ont sollicité l'aide de blogueurs financiers canadiens pour renseigner les investisseurs sur les risques associés aux PEC. Jessica Moorhouse (momoneypodcast.com) et Barry Choi (moneywehave.com),

blogueurs canadiens en finances personnelles d'expérience bien connus et respectés, rédigent des textes sur des questions liées à l'argent pour CBC, CTV, *le Globe and Mail*, *le Financial Post* et d'autres médias populaires. Ils ont tous deux accepté d'écrire un article d'information sur les PEC, à savoir « [Seven Things You Need to Know About Cryptocurrency](#) » dans le cas de M. Choi, et « [Buying and Selling Cryptocurrency in Canada](#) » dans le cas de M^{me} Moorhouse.



Home About Personal finance Credit cards Travel Work with me Media mentions Contact

7 Things You Need to Know About Cryptocurrency

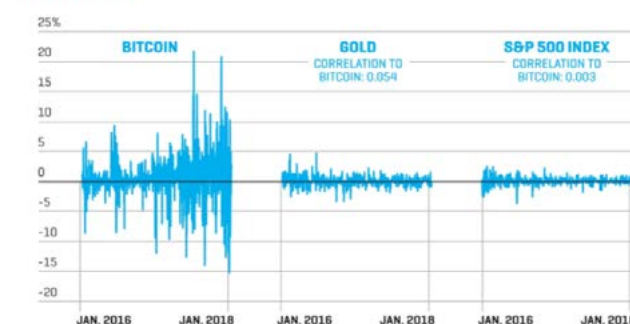
**Today's sponsored guest post comes from the Canadian Securities Administrators (CSA). This has been reviewed and approved by Moneywehave.com

Cryptocurrencies are a hot topic of conversation these days and have been since the beginnings of bitcoin in 2009. While they may seem like an exciting prospect, there are a few things you should consider before buying crypto-assets to ensure you're always making informed decisions and protecting yourself from unnecessary

Is Cryptocurrency Safe?

In my opinion, cryptocurrency is one of the most volatile and risky assets you can buy today.

Let's first talk about volatility. Let's compare the daily volatility of Bitcoin to gold and the S&P 500 Index from 2016 to 2018. Here's a chart that shows just how volatile, and thus risky, Bitcoin is to gold and the S&P 500 index found on [Fortune.com](#).



En haut : Extrait de Money We Have, blogue sur les finances personnelles de Barry Choi.

Au centre : Graphique du site Mo Money Podcast de Jessica Moorhouse.

RÉSULTATS

Au total, les hommes comptaient pour 65 % des impressions, et la tranche d'âge de 25 à 34 ans, pour plus de 20 %. Les impressions demeuraient toutefois stables parmi tous les groupes d'âges de 35 à 65 ans ou plus.

Par province, le nombre d'impressions correspondait directement à la répartition démographique générale, l'Ontario, le Québec, la Colombie-Britannique et l'Alberta occupant les quatre premières positions.

Les publicités sur les moteurs de recherche ciblaient les personnes cherchant activement de l'information sur les cryptomonnaies, les PEC ou des sujets connexes, et se sont avérées utiles pour intercepter les personnes très motivées faisant ce type de recherches.

Les vidéos publicitaires diffusées sur les différentes plateformes (Facebook, Twitter) totalisaient 281 832 visionnements, 1,9 million d'impressions (compte tenu du marketing de moteurs de recherche) et plus de 7 000 clics.

RENFORCER LES COMPÉTENCES

Densifier les réseaux, partager les idées et accroître la sensibilisation des investisseurs

Même à l'extérieur du cadre des ACVM et dans l'exercice de leur mandat visant à accroître la sensibilisation des investisseurs sur la scène canadienne, les membres du CSI prennent activement part à des comités régionaux, nationaux et internationaux. Au nombre des organisations internationales figurent la North American Securities Administrators Association (NASAA), la plus ancienne organisation internationale consacrée à la protection des investisseurs, et l'Organisation internationale des commissions de valeurs (OICV), association internationale de 115 organismes de réglementation en valeurs mobilières vouée à l'élaboration, à

l'implantation et à la promotion de normes internationales reconnues en matière de réglementation des valeurs mobilières. La NASAA et l'OICV mettent sur pied des comités de sensibilisation des investisseurs et des groupes de projet chargés de se pencher sur des sujets précis.

Les membres du CSI agissent à titre de conseillers pour des organismes canadiens, comme le Bureau de la concurrence Canada, le Conseil canadien des responsables de la réglementation d'assurance (CCRRA), le Canadian Centre for Elder Law (CCEL), ainsi que d'autres initiatives ou organismes régionaux.

Membres des ACVM faisant partie de comités de sensibilisation régionaux, nationaux et internationaux et de groupes de projet en 2018 et en 2019 :

Ken Gracey
(Colombie-Britannique)

Groupe chargé du projet Outils et ressources pour les médias numériques, NASAA
Groupe chargé du projet sur les alertes et les avis, NASAA
Comité consultatif de projet, CCEL

Tyler Fleming
(Ontario)

Comité 8 de l'OICV sur les investisseurs individuels
Groupe d'action sur la littératie financière (GALF)
Public Education Working Group (PEWG)
Forum sur la prévention de la fraude
Toronto Seniors Strategy Accountability Table

Lina Creta
(Ontario)

Bringing an Awareness of Senior Safety Issues to the Community (BASSIC)
Peel Elder Abuse Prevention Network

Camille Beaudoin
(Québec)

Comité 8 de l'OICV sur les investisseurs individuels
Comité directeur national sur la littératie financière
Réseau québécois des spécialistes en éducation financière

Michel Gariépy
(Québec)

Comité des aînés issus des communautés culturelles et anglophones

Marissa Sollows
(Nouveau-Brunswick)

Forum sur la prévention de la fraude du Bureau de la concurrence Canada
Groupe de travail sur les catastrophes naturelles et la sensibilisation des consommateurs, CCRRA
Réseau d'éducation financière du Nouveau-Brunswick
Section Sensibilisation des investisseurs, NASAA
Présidente - Groupe chargé du projet Outils et ressources pour les médias numériques, NASAA

Erin King
(Nouveau-Brunswick)

Forum sur la prévention de la fraude du Bureau de la concurrence Canada
Groupe de travail sur les catastrophes naturelles et la sensibilisation des consommateurs, CCRRA
Réseau d'éducation financière du Nouveau-Brunswick
Senior's Initiative Committee de la FCNB
Groupe chargé du projet sur les alertes et les avis, NASAA

Kimberly Ryan
(Terre-Neuve-et-Labrador)

Membre du Groupe chargé du projet sur les étapes de la vie, NASAA

Initiatives en matière
de sensibilisation des
investisseurs au Canada

Amélioration de la littératie financière



Qui veut devenir un « Kajillionaire »?

Sensibiliser les Albertains à la fraude en matière de placement grâce au « jeu de société le plus dispendieux du monde »

Chaque année, à l'occasion du Mois de la prévention de la fraude, l'Alberta Securities Commission (ASC) mène des campagnes ciblées et accrocheuses pour informer les Albertains de la façon de protéger leur pécule durement gagné. Cette année, elle a lancé le jeu de société [Kajillionaire](#), qui profite de l'intérêt renouvelé pour les jeux de société afin d'aborder la question de l'importance du lien entre la sensibilisation des investisseurs et la protection contre la fraude en matière de placement.

Élaboré en consultation avec un psychologue cognitif, *Kajillionaire* faisait appel à des mécanismes de jeu pour mettre en relief les différents types de fraudes en

valeurs mobilières, notamment la fraude par affinité de même que les stratagèmes de Ponzi et de manipulation du marché, tous présentés comme des occasions légitimes. Y étaient aussi incorporés les signaux d'alarme d'une fraude, comme le fait qu'une personne ne soit pas inscrite ou l'offre de taux de rendement élevés jumelés à de faibles risques.

Pour capter l'attention des consommateurs et des médias, l'ASC a mis le jeu à la disposition du public dans les cafés de la province. La campagne s'articulait également autour de publicités en ligne, d'éléments de médias sociaux, notamment un volet consacré à un influenceur

« L'objectif? Prenez vos économies, entrez dans le jeu, investissez intelligemment et préparez-vous à prendre votre retraite tôt... »

local, d'un lancement destiné aux médias et aux influenceurs, sans compter une campagne médiatique invitant les Albertains à consulter les ressources disponibles sur [CheckFirst.ca](#). En fin de compte, *Kajillionaire* a suscité un vif intérêt, avec 30 reportages dans les médias (télévision, radio et médias imprimés), 114 000 visionnements de vidéos et un total de 12,1 millions d'impressions.

Kajillionaire a permis à l'ASC de sensibiliser les Albertains tout en s'amusant en leur démontrant l'importance de la vérification (vérifier l'inscription, effectuer des recherches sur les placements et prêter attention aux signaux d'alarme pour déterminer s'il s'agit d'une réelle occasion) avant d'investir, et en les invitant à consulter les ressources disponibles sur le site Web [CheckFirst](#).

KAJILLIONAIRE

Roll your way through this maze of can't-miss, low-risk, unique investment opportunities. Risk your life savings for the chance to become a Kajillionaire. Who will win?

ONE OF THE
WORLD'S MOST
EXPENSIVE
BOARD GAMES

En haut et à droite : Images de la page Kajillionaire du site CheckFirst.ca.

En bas : L'un des 30 articles couvrant le lancement du jeu.

L'autorité en valeurs mobilières de l'Alberta lance un jeu sur la fraude, « Kajillionaire ».

Hilary Punchard, BNN Bloomberg



UNE LEÇON SUR LES RISQUES LIÉS AUX INVESTISSEMENTS

Mois de l'éducation des investisseurs sur le littoral du Nouveau-Brunswick

Les personnes souhaitant investir dans le littoral du Nouveau-Brunswick ont reçu plus de renseignements qu'escompté lors de leur visite du TydeCoyn.ca – site Web fictif de première émission de cryptomonnaie (PEC) conçu pour sensibiliser la population aux risques associés aux cryptomonnaies et à la fraude.

Les PEC sont un moyen répandu parmi les entreprises en phase de démarrage de convaincre des gens d'investir dans un concept en échange de jetons ou de monnaies numériques. Toutefois, elles exposent les investisseurs à des risques, dont non le moindre est la création de PEC truquées en vue de frauder les investisseurs. Les arnaqueurs peuvent aisément mettre sur pied un site Web attrayant et le charger de contenu incitant les investisseurs à embarquer dans une affaire bidon.

Dans le cadre du Mois de l'éducation des investisseurs (octobre), la FCNB a mis sur pied le site Web annonçant une occasion de placement trop belle pour être vraie et renfermant les signaux d'alarme et les caractéristiques propres à un site Web de PEC, dont un compte à rebours, des témoignages de nature évasive et des promesses de rendement garanti. Or, quiconque cliquait sur le lien permettant d'investir maintenant ou d'obtenir de plus amples renseignements était plutôt dirigé vers le site Web de la

FCNB offrant des ressources en matière d'éducation et de sensibilisation à la fraude concernant les PEC.

Une campagne connexe sur les médias sociaux faisait la promotion du site fictif en octobre et en novembre. À la fin de la campagne, plus de 4 500 personnes avaient visité le site TydeCoyn.ca et 222 d'entre elles avaient cliqué sur les boutons permettant d'investir maintenant ou d'obtenir de plus amples renseignements.

Au début de décembre, la FCNB a publié un communiqué révélant l'initiative, ce qui a recueilli une couverture médiatique à l'échelle nationale et accru le nombre de visites sur le site et sur celui de la FCNB pour de l'information sur les risques liés aux investissements dans les PEC.

Le site fictif n'était qu'une parmi les nombreuses nouvelles initiatives de la FCNB.

Atteindre le bien-être financier au cours du mois de la littératie financière

En novembre, dans le cadre du Mois de la littératie financière, la FCNB a lancé le défi « 30 jours pour assainir ses finances » à la façon d'un défi de remise en forme. Pour le promouvoir, elle a publié une vidéo promotionnelle et diffusé des blogues vidéo et des commentaires sur les réseaux sociaux. Les 111

Néo-Brunswickois inscrits ont reçu des courriels, des articles de blogue et des vidéos hebdomadaires de motivation portant sur les quatre thèmes hebdomadaires, soit donner un répit à son budget, se débarrasser de ses dettes, revoir ses dépenses et commencer à épargner. Le défi a suscité l'intérêt des médias et obtenu une reconnaissance à l'échelle nationale grâce à sa mention dans le bulletin de novembre de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada.

Apprendre à donner, à investir, à dépenser et à épargner, une pizza à la fois!

Les enfants adorent la pizza et ils aiment gagner de l'argent! La FCNB a donc décidé de jumeler les deux lorsqu'elle a réaménagé son stand à l'AMAZEatorium, exposition annuelle organisée pour les enfants à Saint John. Elle a créé un marché doté de plusieurs stations vouées à l'initiation des jeunes visiteurs à la gestion de l'argent fondée sur le concept donner, investir, dépenser et épargner. Les enfants gagnent d'abord de l'argent de jeu FCNB en fabriquant des pizzas en feutre à la Pizzeria Prosper et décident ensuite de la façon dont ils souhaitent dépenser leur argent à quatre endroits différents, allant de la sélection de l'organisme de bienfaisance auquel ils souhaitent

verser un don au choix de leurs objectifs d'épargne à court terme et de placement à long terme, en passant par l'achat de livres pour enfants, de crayons et d'autocollants à la Plaza Penny.

Outre le lancement de ces nouveaux programmes, la FCNB poursuit son mandat de protection et de sensibilisation des consommateurs et des investisseurs au moyen de présentations dans les salles de classe, à des événements communautaires et en milieu de travail partout dans la province. Cette année, elle a rejoint 9 511 Néo-Brunswickois dans le cadre des 169 événements et présentations auxquels elle a participé.

En haut : De jeunes visiteurs au stand interactif de la FCNB à l'exposition pour enfants AMAZEatorium à Saint John ont appris quelques leçons sur les dépenses discrétionnaires après avoir gagné de l'argent FCNB en cuisinant des pizzas en feutre. Ils pouvaient choisir la manière de dépenser leur argent FCNB, de l'investir ou d'en faire don.

Au centre : Les Néo-Brunswickois étaient mis au défi de se remettre en forme financière dans le cadre du défi « 30 jours pour assainir ses finances » de la FCNB au cours du mois de la littératie financière.



30 jours pour assainir vos finances. Découvrez les secrets d'un budget qui marche. Courez la chance de gagner un prix.



INSCRIVEZ-VOUS!



Investir dans le futur de notre littoral avec TydeCoyn

La prévente de jetons ICO est maintenant COMMENCÉE!

À gauche : Le site Web PEC fictif TydeCoyn.ca visait à informer les Néo-Brunswickois des risques de participer à des PEC.

Introspection comportementale en Ontario

La recherche sur les investisseurs est cruciale pour mieux connaître et comprendre leurs besoins et enjeux. Cette dernière année, le Bureau des investisseurs de la CVMO a donc entrepris des initiatives en la matière.

En novembre, la CVMO a publié l'étude *National Investor Research Study* portant sur la connaissance, les attitudes et les comportements des investisseurs en lien avec la préparation à la retraite, les placements dans des entreprises du secteur du cannabis et les conversations au sujet du vieillissement et des finances. L'étude révèle entre autres que les jeunes Canadiens sont plus susceptibles d'être optimistes quant à la retraite, mais moins enclins à avoir commencé à épargner à cette fin. De plus, 7 % des adultes au pays détiennent des placements dans des entreprises de cannabis et la plupart des Canadiens ayant des parents âgés de 45 ans ou plus disent que ces derniers ne leur ont pas parlé de la façon dont ils souhaiteraient que leurs finances soient gérées s'ils devenaient incapables de le faire eux-mêmes.

En juillet 2018, la CVMO a aussi publié une nouvelle recherche sur l'introspection comportementale, *Getting Started: Human-Centred Solutions to Engage Ontario Millennials in Investing*, qui souligne que de nombreux milléniaux de la province se heurtent à des obstacles lorsqu'il est question d'investissement, notamment qu'ils se sentent dépassés par le fait d'investir et ne savent pas par où commencer. Le rapport expose certains principes de conception auxquels les parties intéressées peuvent recourir pour élaborer des produits, des services et des programmes qui répondent aux besoins des jeunes investisseurs tout en contribuant à l'innovation et à l'efficacité des marchés financiers. Cette recherche s'inspire de l'étude quantitative précédente intitulée *Missing Out: Millennials and the Markets* que le Bureau des investisseurs a réalisée à l'automne 2017 et qui explorait les connaissances, les croyances et les comportements des milléniaux en matière de finances.

Enfin, en juillet 2018, la CVMO a publié une autre recherche, *Encouraging Retirement Planning through Behavioural Insights*, qui propose 30 différents moyens dont les parties intéressées peuvent user pour faire rimer planification de la retraite avec simplicité et quiétude. Celle-ci faisait suite à l'étude *Missing Out: Millennials and the Markets* confirmant que, en Ontario, quatre milléniaux (groupe âgé de 18 à 36 ans) sur cinq accumulent de l'épargne, mais un sur deux seulement effectue des placements.

Dans le rapport de recherche, ces enjeux s'articulaient autour des quatre principaux obstacles que doivent surmonter les Canadiens dans la planification de leur retraite :

1. Il est difficile de s'y mettre.
2. Il est facile de remettre à plus tard.
3. Il est facile de se sentir dépassé et d'abandonner.
4. Il est difficile d'obtenir des conseils judicieux.

La CVMO a ensuite mis les idées à l'épreuve. En collaboration avec le gouvernement de la province, elle a publié certains messages tests dans son bulletin hebdomadaire diffusé auprès de plus de 70 000 fonctionnaires.

Elle a donc pu évaluer le type de message qui incitait les gens à d'abord cliquer sur le bulletin, où on les dirigeait vers une page de renvoi d'un site Web, pour ensuite réévaluer le type de message qui les incitait à cliquer sur un calculateur de planification de la retraite. Cette information peut s'avérer utile pour les parties intéressées qui conçoivent des programmes destinés à leur personnel, à leurs clients existants et éventuels ainsi qu'à d'autres parties afin de promouvoir davantage la planification de la retraite.



En haut : Page couverture du rapport de la CVMO sur l'investissement chez les milléniaux en Ontario, lesquels se heurtent à des obstacles.



Mois de la prévention de la fraude au Manitoba

Lors de l'édition 2019 du Mois de la prévention de la fraude, l'Office des services financiers du Manitoba (OSFM), en partenariat avec l'équipe des crimes contre les marchés financiers du Service de police de Winnipeg, le Better Business Bureau du Manitoba et du nord-ouest de l'Ontario (BBB), la Credit Union Central of Manitoba (CUCM) et l'Office de la protection du consommateur, a ouvert dans le quartier Saint-Vital de Winnipeg le *Fraud Café*, premier du genre dans la province.

Le personnel des cinq organismes en a profité pour échanger avec plus de 230 personnes, donner

des trucs et conseils, et répondre aux questions à propos des diverses formes que peut prendre la fraude au sein de la collectivité. Du café et des rafraîchissements étaient gracieusement offerts aux visiteurs et ceux-ci couraient la chance de remporter de superbes prix.

Le personnel a distribué environ 80 sacs fourre-tout réutilisables de FinancesAvisées Manitoba contenant de l'information utile, comme une infographie des ACVM portant sur la cryptomonnaie, un document de statistiques sur la fraude au Manitoba, un signet de FinancesAvisées Manitoba

ainsi que *Le petit livre noir de la fraude* du Bureau de la concurrence Canada. S'y trouvaient également la brochure sur les 10 principales arnaques en 2018, l'information sur le programme et le guide des consommateurs 2018 publiés par le BBB ainsi que des publications connexes du CUCM et de l'Office de la protection du consommateur.

Les échanges duraient entre deux et cinq minutes et parfois de 15 à 25 minutes dans le cas de quelques personnes et couples. Les questions touchaient l'ensemble des sujets propres à chaque organisme partenaire.

En haut : Des membres du personnel de l'OSFM et des partenaires communautaires lors de l'événement sur la prévention de la fraude tenu au centre d'achats de Saint-Vital, à Winnipeg.

En bas : Invitation au Fraud Café.

Tuesday, March 12, Join Us for

Fraud Prevention Month

Coffee & Conversation at St. Vital Centre

10 AM to 9 PM

Got a question about fraud? Have you been scammed? Come by, grab a FREE coffee, and chat with our experts on fraud in Manitoba.

Learn to RECOGNIZE, REPORT, and REJECT fraud!

Brought to you by:

- The Manitoba Financial Services Agency
- The Winnipeg Police Service
- Better Business Bureau of Manitoba
- Credit Union Central of Manitoba
- and St. Vital Centre

Protéger l'argent des investisseurs de la Saskatchewan

On entend trop d'histoires de personnes ayant perdu leur pécule difficilement gagné après s'être fait flouer.

Les fraudeurs sont difficiles à repérer; il peut s'agir d'un étranger, d'un voisin et parfois même d'un ami. Vu l'omniprésence des médias sociaux et la facilité de création de sites Web, la probabilité que des entreprises ou des personnes sans scrupules entrent en contact avec de possibles victimes tend à s'accroître, et ce phénomène inquiète la Financial and Consumer Affairs Authority de la Saskatchewan (FCAA).

Cette dernière a donc décidé de faire appel aux entreprises du secteur des valeurs mobilières et de s'associer avec elles pour protéger les investisseurs.

Puisque les personnes physiques inscrites sont bien souvent les premières à être informées d'activités irrégulières par leurs clients, la FCAA leur a demandé de lui signaler tout élément suspect afin qu'elle puisse mener son enquête en vue de réduire les pertes subies par les investisseurs de la province. Elle a donc communiqué avec plus de 900 sociétés inscrites en Saskatchewan et leur a

fourni des conseils, des renseignements, une vidéo et des affiches.

De l'avis de la FCAA, il importe également de sensibiliser les investisseurs à la fraude et aux escroqueries liées aux placements. Aussi a-t-elle publié de l'information leur rappelant de ne jamais envoyer d'argent à des inconnus, de s'assurer de comprendre leurs placements et de toujours vérifier l'inscription de la personne ou de la société avec laquelle ils font affaire.

Pour en savoir davantage sur la protection des investisseurs en Saskatchewan, visiter le www.fcaa.gov.sk.ca.



FCAA Conseils de l'Industrie, matériel promotionnel.

Re : Investir

Investir peut être complexe. Et le monde de l'investissement aussi. Le site **Re : Investir** est une source d'information fiable qui offre des réponses claires et objectives à vos questions sur l'investissement.

Ma question est... 140



Le Bureau des investisseurs de l'Ontario, vu de l'intérieur

Le Bureau des investisseurs de la Commission des valeurs mobilières de l'Ontario (CVMO) établit l'orientation stratégique et dirige les efforts de la CVMO en matière d'implication auprès des investisseurs, d'éducation, de sensibilisation et de recherche. Il est également chargé des politiques, joue un rôle clé dans la surveillance de l'Ombudsman des services bancaires et d'investissement (OSBI) et assume un rôle de leadership dans le domaine de l'introspection comportementale à la CVMO et de l'amélioration de l'expérience de l'investisseur.

L'un des plus visités en son genre au Canada, le site Web axé sur la littératie financière gerezmieuxvotreargent.ca de la CVMO met gratuitement à la disposition de ceux et celles souhaitant mieux gérer leurs

finances des centaines d'outils et de ressources. Jumelé à d'autres ressources pédagogiques comme le site Web de questions et réponses [Re : Investir](#), il a reçu 5,4 millions de visites en 2018 et en 2019.

Les activités d'information représentent un élément important de l'approche préconisée par la CVMO en matière de sensibilisation des investisseurs. Il s'agit notamment du Programme « événements communautaires de la CVMO », dont l'objectif consiste à vulgariser le mandat réglementaire de la CVMO au moyen de séminaires sur la prévention de la fraude et la prise de décisions d'investissement éclairées. En 2018 et en 2019, le personnel de la CVMO a offert 79 séminaires communautaires différents. Les télérencontres font également partie intégrante

du programme. Elles permettent au Bureau des investisseurs de la CVMO de garder contact avec les Ontariens à l'échelle de la province, et ce, dans le confort de leur maison. Ces séances fonctionnent comme des tribunes téléphoniques durant lesquelles le personnel de la CVMO fournit de l'information, répond aux questions et mène des sondages en direct en l'espace d'une heure. En 2018 et en 2019, plus de 6 500 personnes ont participé aux activités de sensibilisation destinées aux investisseurs.

Au nombre des autres initiatives, on compte le populaire bulletin [Investor News](#), les différentes publications sur nos médias sociaux au moyen des comptes [Twitter](#) et [Facebook](#), et les [fiches d'information](#) numériques et intégrables.

À gauche : Page d'accueil du site Re : Investir de la CVMO.

À droite : Le bulletin Investor News de la CVMO comptait plus de 11 900 abonnés en 2018 et en 2019.



ACTIVITÉS DE SENSIBILISATION DES INVESTISSEURS

NOMBRE EN 2018-2019

% DE HAUSSE EN 2018-2019

Visites de toutes les ressources pédagogiques, dont gerezmieuxvotreargent.ca	5 359 476	17,1 %
Abonnés aux médias sociaux (@smarter_money sur Twitter et @GetSmarterAboutMoney sur Facebook)	12 601	11,0 %
Abonnés au bulletin <i>Investor News</i>	11 915	31,6 %
Présence aux activités de sensibilisation des investisseurs tenues par la CVMO*	6 517	7,6 %

* n'inclut pas la participation à des conférences ou événements d'envergure organisés par des tiers.

Communication avec le public en Nouvelle-Écosse

Joindre les investisseurs en personne et en ligne

L'an dernier, la Nova Scotia Securities Commission (NSSC) a poursuivi ses efforts soutenus en vue d'accroître la communication auprès des jeunes et des étudiants de la province. En septembre dernier, elle a lancé de nouveau son programme *Student Connections* pour tenter de joindre davantage d'écoles de niveau secondaire et d'établissements d'enseignement supérieur en Nouvelle-Écosse. La trousse Student Connections a été envoyée à des professeurs, à des enseignants, à des doyens, à des directeurs, à des orienteurs et à des responsables de plusieurs clubs, groupes et associations de jeunes et d'étudiants de Nouvelle-Écosse. La NSSC a dès lors reçu des demandes de pédagogues souhaitant introduire le programme dans leurs écoles.

Des représentants de la division de l'éducation des investisseurs de la NSSC ont eu le privilège de rencontrer les gens de plusieurs écoles de la province en personne et par vidéoconférence. La NSSC a également tenu un cours sur les finances du Nova Scotia Community College dans ses bureaux pour la première fois, ce qui a permis à ces futurs conseillers et professionnels en finances d'obtenir une formation directement de ses représentants

du bureau de l'éducation des investisseurs, de même que de sa direction des inscriptions et de la conformité et de celle de la mise en application.

Par ailleurs, des représentants du bureau de l'éducation des investisseurs de la NSSC se sont rendus à l'Université Acadia à Wolfville, en Nouvelle-Écosse, pour s'adresser aux étudiants d'un cours sur les investissements de la F.C. Manning School of Business et aux membres de l'Acadia Investment Club. Après leur présentation et une discussion avec les étudiants, les représentants de la NSSC ont donné une entrevue pour la baladodiffusion de l'école de commerce d'Acadia, *The AxeChange*. Ils y ont abordé plusieurs sujets touchant les jeunes investisseurs, dont les cryptomonnaies et les PEC, l'investissement dans le secteur du cannabis, les placements immobiliers, la fraude et la réglementation des valeurs mobilières.

Dans ses présentations, le personnel de la NSSC tente toujours d'intégrer autant que possible des éléments visuels afin d'interagir avec l'auditoire. Il a poussé l'enseignement visuel un peu plus loin cette année en produisant ses propres

[vidéos d'animation pour la sensibilisation des investisseurs.](#)

Au moyen d'une plateforme en ligne, la NSSC a créé et lancé en février sa première vidéo intitulée [What is the Nova Scotia Securities Commission](#). Elle y informe les spectateurs de la structure actuelle de la réglementation des valeurs mobilières au Canada de même que de ses mandat et fonctions.

Après sa première vidéo, elle a poursuivi avec une série en quatre parties portant sur la fraude en matière d'investissement à l'occasion du Mois de la prévention de la fraude, en mars. La série braque les projecteurs sur trois types précis de fraudes, soit les [combine à la Ponzi](#), les [stratagèmes de manipulation du marché](#) et les [opérations de vente sous pression](#). La dernière partie de la série traite des [mesures à prendre si on est victime de fraude en matière d'investissement](#), et indique à qui on peut s'adresser et la façon de se protéger.

Les vidéos se sont avérées un franc succès et ont également été très utiles dans les présentations. La NSSC a par ailleurs publié en juin une série de vidéos sur la maltraitance financière des aînés dans le

cadre du Mois des aînés et de la Journée mondiale de sensibilisation à la maltraitance des personnes âgées.

Tout au long de l'année, la NSSC a également étoffé son site Web, [nssc.novascotia.ca](#). Une nouvelle page de [ressources sur la sensibilisation des investisseurs](#) y a été créée pour regrouper toutes les ressources au même endroit. On y retrouve des documents d'information, des listes de vérification, des infographies et des guides en ligne conçus par la NSSC, les ACVM et la NASAA. Elle a en outre enrichi son propre contenu d'un nouveau guide en ligne intitulé [Understanding Investment Fees and Charges](#). Qui plus est, elle a continué d'alimenter son blogue [Before You Invest](#). Depuis la transformation de la marque du blogue en janvier 2016, plus de 150 articles ont été publiés sur plusieurs sujets portant sur la sensibilisation des investisseurs, dont l'inscription, les frais liés aux placements, la cryptomonnaie et les différents types de valeurs mobilières et de dérivés.

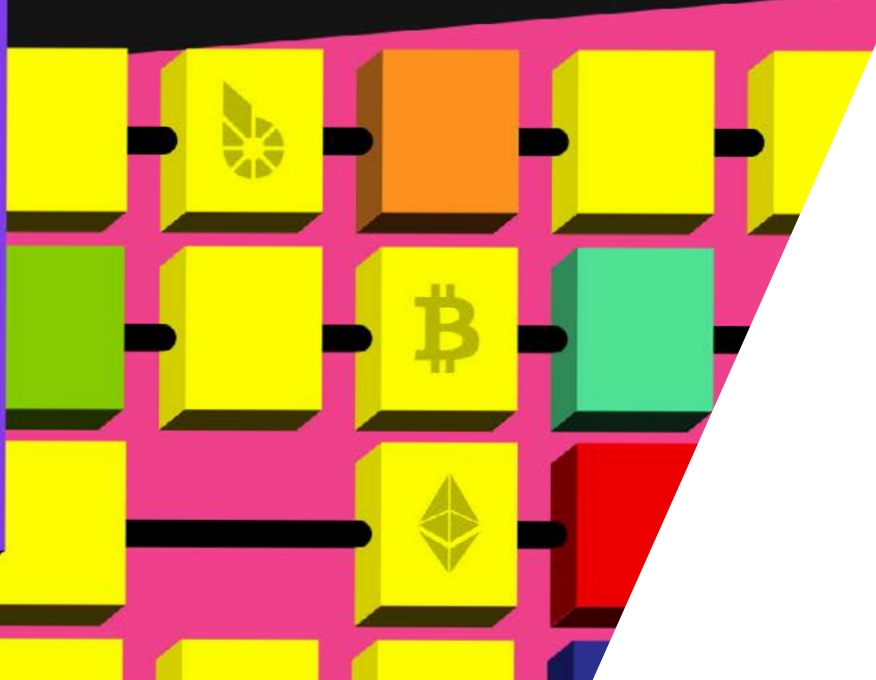


En haut : Une courte vidéo explique la façon dont s'y prend la NSSC pour protéger et sensibiliser les investisseurs.

Au centre : Des étudiants en visite aux bureaux de la NSSC.

En bas : Les studios de la baladodiffusion AxeChange de l'Université Acadia ont accueilli des représentants de la NSSC pour discuter de questions importantes aux yeux des jeunes.

APPRENEZ-EN DAVANTAGE SUR LES CRYPTOACTIFS



Renseigner les Ontariens sur les cryptoactifs

En raison de l'intérêt accru pour les cryptomonnaies et les autres cryptoactifs, la CVMO a également publié une étude et lancé deux microsites d'information sur les cryptoactifs.

Son étude *Taking Caution: Financial Consumers and the Cryptoasset Sector* a révélé que bon nombre d'Ontariens comprenaient mal les cryptoactifs, y compris ceux qui en possédaient déjà.

Afin d'aider les investisseurs à mieux comprendre les produits et services liés aux cryptoactifs et les risques connexes de même qu'à reconnaître les signes de fraude, la CVMO a lancé le site [Apprenez-en davantage sur les cryptoactifs](#), soit un microsite d'information composé d'éléments interactifs inspirés des chaînes de blocs qui présente aux Ontariens un aperçu des produits et services liés aux cryptoactifs, le rôle que joue la

CVMO dans leur réglementation et des conseils sur la prudence à adopter. Il fait référence à des faits vécus par des victimes de fraude et énonce les leçons à retenir sur la prise de décisions éclairées dans le secteur des cryptoactifs.

Le site [TBACoin.ca](#) est la deuxième ressource informative lancée;

elle reproduit ce à quoi pourrait essentiellement ressembler un site Web frauduleux de première émission de cryptomonnaie. Ces nouvelles ressources peuvent aider les investisseurs à comprendre les produits et services relatifs aux cryptoactifs et à reconnaître les possibles signaux d'alerte avant de se lancer dans un achat.



En haut : Le site [Apprenez-en davantage sur les cryptoactifs](#) lancé par la CVMO présente aux Ontariens un aperçu des produits et services liés aux cryptoactifs.

En bas : Le site [TBACoin](#) a été créé pour aider les investisseurs à reconnaître les signaux d'alerte d'une fraude en matière de cryptoactifs.

Engagée plus que jamais à assurer la santé financière du Québec

Stratégie québécoise en éducation financière

La [Stratégie québécoise en éducation financière](#) est un vaste chantier collaboratif voué à l'amélioration de la santé financière des Québécois. Avec l'Autorité des marchés financiers (l'Autorité) comme maître d'œuvre, la première édition de ce projet a été lancée en 2014 grâce à la contribution de partenaires comme des organismes de surveillance des marchés financiers et des intervenants du secteur, l'Office de la protection du consommateur, des ministères et organismes gouvernementaux, et les principales associations de consommateurs (le Comité consultatif en éducation financière de l'Autorité). Un réseau de première ligne bien établi constitué de partenaires

et de spécialistes en éducation financière (le Réseau) a également contribué au succès de la stratégie par le recensement des besoins et des problèmes en matière de santé financière.

Outre un [mouvement formel de concertation](#) et une meilleure vue d'ensemble des défis à relever pour améliorer la santé financière des Québécois, l'Autorité a lancé quelques projets dérivés de la stratégie, notamment les suivants :

1) le concours [On parle argent dans ma classe!](#) s'adressant aux enseignants de tous les niveaux scolaires et mettant en vedette les outils éducatifs de l'Autorité et du Réseau. Durant ses trois premières

éditions, plus de 20 000 étudiants ont utilisé au moins un des outils de formation;

2) la création d'une [Charte des compétences financières essentielles](#) offrant aux spécialistes un recensement des compétences à maîtriser par les consommateurs;

3) le [Répertoire québécois des outils d'éducation financière](#);

4) le [Rapport d'activités 2015-2018 de la Stratégie québécoise en éducation financière](#).



À gauche : Le programme *On parle argent dans ma classe!* de l'Autorité présentait un concours destiné aux enseignants québécois. Ci-après : L'Autorité offre un répertoire des outils d'éducation financière au Québec.

Répertoire québécois des outils d'éducation financière

L'Autorité vous offre un répertoire regroupant l'ensemble des outils d'éducation financière disponibles au Québec. N'hésitez pas à le consulter pour faciliter vos démarches financières en fonction de vos besoins du moment.



Orientations et plan d'action 2019-2022 de l'Autorité

Stratégie québécoise en éducation financière (suite)

À l'automne 2018, l'Autorité a entrepris un processus de consultation avec le réseau (collaboration de près de 100 spécialistes) et son comité consultatif en éducation financière. La consultation marquait le début des travaux visant à cerner les enjeux actuels en matière d'éducation financière et à établir les orientations et les projets dans le cadre du plan d'action 2019-2022. Les consultations, le [sondage relatif à l'Indice Autorité](#) et les résultats de différents projets qui se sont déroulés dans le cadre du plan 2015-2018 ont permis de dégager deux orientations.

La première orientation, volet concertation, consiste à mobiliser encore davantage le réseau de spécialistes en éducation financière pour accroître le nombre de contributeurs, soutenir la concertation et optimiser les retombées. L'Autorité s'engage à nouveau à jouer un rôle central pour mobiliser les contributeurs de l'éducation financière.

Des mesures seront prises pour convaincre de nouveaux partenaires de l'extérieur du domaine, dont des employeurs

importants des secteurs public et privé, d'adopter la stratégie et pour bonifier les programmes de formation en milieu de travail.

La deuxième orientation, volet santé financière, vise à pourvoir les Québécois d'outils et de programmes adaptés à leurs besoins ainsi qu'aux enjeux économiques, démographiques et technologiques. La consultation qui a eu lieu auprès des partenaires en éducation financière a fait ressortir l'importance de la collaboration en vue de favoriser la sensibilisation aux effets favorables d'une compétence financière accrue. Cinq compétences clés ont été mises de l'avant par la Charte des compétences financières essentielles et par les résultats de la consultation :

- 1) préciser les sources fiables d'information pour prendre des décisions éclairées ;
- 2) gérer ses avoirs, ses revenus et ses dettes ;
- 3) planifier pour le moyen et le long terme (retraite) ;
- 4) gérer le risque à l'aide de l'assurance ;

5) reconnaître les risques potentiels d'une fraude.

Voici certaines des mesures qui seront prises :

- 1) accentuer la sensibilisation à l'égard de l'importance de contre-vérifier les informations et leur source, notamment celles véhiculées sur le Web et les médias sociaux;
- 2) augmenter les efforts de sensibilisation concertés, notamment lors du mois d'octobre, voué à la planification financière de la retraite et à l'éducation des investisseurs, ou encore de la [Semaine internationale des investisseurs](#) sous les auspices de l'OICV, également en octobre. L'Autorité est un contributeur actif à la Semaine internationale des investisseurs et s'occupe du plan concernant les médias sociaux et de la coordination nationale de concert avec la CVMO pour le Canada;
- 3) appuyer de façon plus structurée les organismes de première ligne qui interviennent auprès des consommateurs vulnérables, notamment en matière d'endettement;

4) poursuivre les efforts de simplification (langage clair et simple) des contrats d'assurance et autre documentation destinée aux consommateurs;

5) sensibiliser davantage aux limites des protections d'assurance relatives aux questions d'ordre environnemental comme les inondations et les tremblements de terre;

6) offrir des outils éducatifs adaptés aux nouveaux produits et nouveaux modes de distribution;

7) accentuer, par différents moyens, les efforts concertés en matière de prévention de la fraude chez les Québécois : Mois de la prévention de la fraude (mars), la nouvelle Tournée des cégeps de l'Autorité ([TesAffaires.com](#)), conférences auprès des aînés,

campagnes de sensibilisation annuelles et entrevues sur diverses tribunes médiatiques.

La nouvelle conférence intitulée *Finance\$: déjoue les pièges!* vise à aider les cégépiens à éviter les pièges dans lesquels ils pourraient « tomber » dans la gestion de leurs finances personnelles, surtout :

- 1) l'achat de produits dont ils n'ont pas besoin;
- 2) l'envol dans la spirale du crédit et de l'endettement;
- 3) l'utilisation du Web pour gérer leurs finances et effectuer des placements sans poser de questions;
- 4) la prise dans les filets des arnaqueurs qui offrent des occasions de placement trop belles pour être vraies.

Avec l'appui de ses partenaires, l'Autorité s'efforcera toujours d'encourager et d'aider les consommateurs québécois à faire preuve davantage de vigilance dans leurs habitudes financières et leur prise de décision en matière de placement. À mesure que la technologie évolue et qu'émergent de nouvelles plateformes offrant des produits et des services financiers, l'éducation financière demeure un élément central de l'aide permettant aux consommateurs de prendre des décisions éclairées.

L'Autorité occupe également un rôle actif au sein de la Stratégie nationale pour la littératie financière du Canada par sa participation au comité directeur national et au Groupe de travail sur la littératie financière en milieu de travail.

Le document [Orientations et plan d'action 2019-2022](#) présente l'engagement de l'AMF à relever les défis de la concertation et à aider à améliorer la santé financière des Québécois.

Le sondage relatif à l'Indice Autorité évalue la perception de l'utilité et l'adoption de 40 comportements en matière financière dans des catégories comme la gestion des finances personnelles, l'assurance, les investissements, la relation avec un représentant (conseiller), la planification de la retraite et la prévention de la fraude.

Rapport

INDICE AUTORITÉ

RAPPORT – VAGUE 4

 **AUTORITÉ
DES MARCHÉS
FINANCIERS**





La BCSC incite les investisseurs à prêter attention aux frais de placement

Après trois ans, la British Columbia Securities Commission (BCSC) a décidé de conclure sa campagne *Take a Look*, qui incitait les Britanno-Colombiens à prêter attention aux frais qu'ils paient pour les produits et les conseils en matière de placement.

Cette campagne a été lancée en 2017 à la suite de l'entrée en vigueur, en juillet 2016, d'une nouvelle réglementation nommée *Modèle de relation client-conseiller, phase 2 (MRCC2)*, qui oblige les sociétés d'investissement à fournir à leurs clients un rapport sur les frais et les autres formes de rémunération indiquant les frais de placement qu'ils paient.

La campagne comportait différents volets, notamment des publicités télévisées et numériques ainsi que du contenu rédactionnel. Elle s'articulait aussi autour de la page [Take a Look at Your Investment Fees](#) du site Web [InvestRight.org](#) consacré à la sensibilisation des investisseurs, où un [calculateur de frais de placement](#) rendait facile et

amusante la comparaison des frais et de leur incidence sur les rendements de placement au fil du temps. En plus des vidéos aidant les investisseurs à en apprendre davantage sur les relevés de placement, la page déboulonnait les mythes courants sur les frais.

Dans la foulée de ses activités entourant le Mois de l'éducation des investisseurs en 2018, la BCSC a également lancé un [calculateur de rendement des placements](#) ainsi qu'un [calculateur de la croissance des placements](#). Elle a élaboré le premier calculateur à l'issue d'un sondage qui révélait qu'un tel calcul pouvait être une notion difficile à comprendre. Quant au calculateur de la croissance des placements, il illustre la croissance, sur 20 ans, des sommes placées par les investisseurs. Les visiteurs du site Web peuvent choisir une taille de portefeuille et constater comment deux sommes investies peuvent croître différemment. Les deux calculateurs se trouvent sur le site [InvestRight.org](#).

Dans le cadre de sa démarche de sensibilisation du public, la BCSC a poursuivi son programme triennal de recherche afin de mieux comprendre la relation client-conseiller et d'encourager les comportements qui contribueront à la solidifier. Menée à l'échelle du pays, la dernière recherche révèle que la plupart des Canadiens ne se considèrent pas comme des investisseurs, même s'ils le sont. En effet, moins d'un tiers (30 %) des Canadiens estime que l'expression « investisseur » les décrit bien. Et même parmi les deux tiers de ceux qui détiennent des placements (toutes épargnes confondues, mis à part un compte d'épargne), seuls 40 % se considéraient comme des investisseurs.

Réalisé auprès de 2 900 Canadiens, le sondage indique que le fait de se considérer, ou non, comme un investisseur a une incidence marquée sur les connaissances, les attitudes et les comportements des gens. Ainsi, les investisseurs canadiens

qui se considèrent comme tels sont plus enclins à affirmer qu'ils :

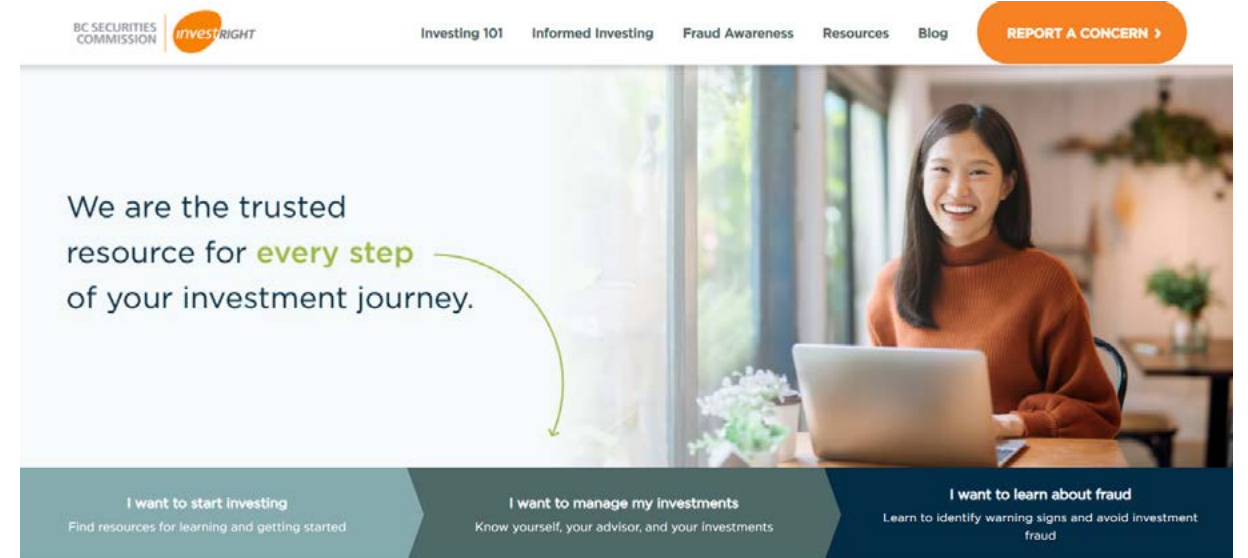
1. comprennent les risques et avantages de leurs placements (88 % contre 62 % pour ceux qui ne se considèrent pas comme des investisseurs);
2. connaissent leurs objectifs de placement et sont en bonne voie de les atteindre (85 % contre 48 %).
3. ont une bonne compréhension des frais payés relativement à leurs placements (74 % contre 42 %).

À l'occasion de l'édition 2019 du Mois de la prévention de la fraude, la BCSC s'est employée une fois de plus à sensibiliser à la fraude en matière de placement et à montrer comment la reconnaître, la contrer et la signaler. La campagne mettait l'accent sur la fraude par affinité, ou le « piège de la confiance », et a été menée à la radio, à la télévision, sur des panneaux-réclames, sur les médias sociaux

et sur le site [InvestRight.org](#). Son but? Aider les investisseurs de la province à reconnaître la fraude en matière de placement et à prévenir la propagation des escroqueries.

En complément, la BCSC a commandé une étude qui a révélé que moins de la moitié des Britanno-Colombiens reconnaissait tous les signaux avant-coureurs d'une fraude en matière de placement.

Une recommandation émanant d'amis ou d'un membre de la famille constituait le signal le moins reconnu, 61 % des Britanno-Colombiens ayant indiqué qu'il s'agissait d'un signe possible d'un placement frauduleux. Pour 77 % des répondants, le signe annonciateur le plus reconnu est la garantie de rendements élevés à peu de risques, voire aucun. Placés devant six scénarios de placements frauduleux, seuls 44 % des répondants ont décelé correctement tous les signaux avant-coureurs.



Some people don't want to think about their investment fees...

And that's too bad. Because even a 1% difference in the fees you pay can have a big impact on your investment returns.



Images du site de la BCSC destiné aux consommateurs, [investright.org](#).

Au Manitoba, on parle de FinancesAvisées

La littératie financière pour tous

L'Office des services financiers du Manitoba (OSFM) a marqué l'arrivée de l'année 2019 avec le lancement officiel de [FinancesAvisées Manitoba](#), nouveau projet visant à fournir aux Manitobains de l'information objective et facile à comprendre sur les valeurs mobilières, l'immobilier, l'assurance, les coopératives et les *credit unions*, ainsi que des astuces et des ressources sur les connaissances financières de base.

Conçu comme une ressource en littératie financière axée sur la collectivité, le site FinancesAvisées offre aux personnes et aux familles occupées de l'information fiable et objective leur permettant de prendre des décisions mieux éclairées. La présentation et la convivialité du site de même que son contenu sont le fruit de consultations menées auprès de groupes de discussion et de parties intéressées. On y présente les recherches locales et nationales

menées durant l'année sur l'éducation financière au Canada.

Les premiers articles portaient sur les ressources financières communautaires, la collaboration avec un conseiller en placement inscrit, la protection de soi et des autres contre la fraude, et le mandat de l'OSFM.

Le lancement du site coïncidait avec la publication du calendrier 2019 de FinancesAvisées affichant des renseignements et conseils à l'aide de représentations ludiques d'animaux. Plus de 5 000 calendriers anglais et français ont été distribués gratuitement dans des centres de ressources familiales, des centres d'éducation aux adultes, des organismes sans but lucratif et des lieux de culte à l'échelle de la province. L'objectif consistait à éliminer l'aspect « rebutant » de l'apprentissage d'une gestion efficace de l'argent grâce à une approche plus locale et communautaire.

Plus tard en janvier, l'OSFM a officiellement ouvert les comptes Facebook et Twitter de FinancesAvisées afin d'y regrouper le contenu et d'élargir la portée du message.

L'OSFM a produit et diffusé sur le site principal, sur YouTube et sur les médias sociaux cinq [courtes vidéos](#) mettant en vedette l'actrice franco-manitobaine Micheline Marchildon. Il y parle notamment de la Déclaration sur l'état de la propriété, de l'assurance locataire et de l'importance de la littératie financière pour les familles.

En février, l'OSFM a publié son premier bulletin FinancesAvisées, qui soulignait l'importance des régimes enregistrés d'épargne-études. À la fin du mois de mars, la publication trimestrielle comptait plus de 300 abonnés. Ce projet se poursuivra en 2019 et en 2020, et misera sur le développement continu du contenu.

FinancesAvisées
MANITOBA

English
À propos de nous | Outils | Bibliothèque | Vidéos | Q
L'essentiel des finances | Planification et gestion | Investissement éclairé | Préservation et gestion du risque

Bienvenue à FinancesAvisées Manitoba. Nous voulons vous aider à parfaire vos connaissances financières.



FinancesAvisées
MANITOBA

En haut : Page d'accueil du site MoneySmartManitoba.ca/fr/.

Au centre : L'une des nombreuses vidéos produites pour FinancesAvisées sur des sujets financiers locaux.

En bas : Logo de FinancesAvisées Manitoba.

Une bizarrerie, c'est évident; la fraude, pas autant!

Le Père Noël se déhanche sur la plage. Bizarrerie ou escroquerie?

Dans le cadre de sa campagne permanente de sensibilisation des investisseurs CheckFirst, l'Alberta Securities Commission (ASC) a lancé en 2019 la campagne numérique « [Spot the Odd](#) » avec une série de vidéos publicitaires diffusés sur Facebook, Instagram et LinkedIn véhiculant un message tout simple : « Une bizarrerie, c'est évident; la fraude, pas autant! ». D'où l'importance de posséder des compétences financières et d'éviter les offres de placements frauduleux. Cette campagne visait à rejoindre le public et les cibles géographiques clés, à accroître l'achalandage sur le [site Web](#) et à amener le public à consulter les ressources essentielles.

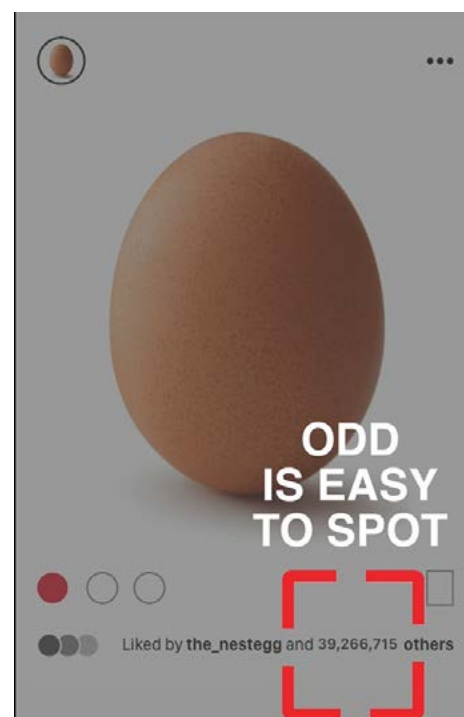
Diffusée de novembre à la fin mars, cette série de vidéos abordait des thèmes saisonniers et d'autres liés aux tendances émergentes sur les médias sociaux. La campagne a suscité une vive attention, avec 2,6 millions d'impressions et plus de 30 200 clics vers le site [CheckFirst.ca](#).

L'ASC demeure à l'affût de nouvelles occasions de créer des campagnes numériques



accrocheuses qui trouveront un écho auprès du public. Au début de 2020, elle lancera un deuxième volet de vidéos, « [Spot the Odd](#) », renfermant de nouveaux éléments et des messages renouvelés, tout en mettant à profit le succès récolté en 2019.

La campagne de l'ASC mettait de l'avant des scénarios qui étaient, de toute évidence, « bizarres », comme un Père Noël à la plage et un œuf ayant récolté 40 millions de « J'aime ». La fraude n'est pas si facile à détecter.



Protéger les personnes âgées de la Saskatchewan contre l'exploitation financière

Puisqu'elles accordent leur confiance facilement, peuvent avoir accumulé un patrimoine leur vie durant et tendent à éviter de dénoncer les fraudes, les personnes âgées représentent des cibles de choix pour la fraude ou l'exploitation financière par des étrangers, des membres de la famille ou des amis qui cherchent à profiter d'elles.

Il arrive fréquemment que des gens communiquent à des inconnus de l'information personnelle comme des numéros de carte de crédit, des

renseignements bancaires ou des NIP, et qu'ils finissent ainsi par perdre de l'argent.

La FCAA a donc mis au point une campagne contre l'exploitation financière des personnes âgées prenant la forme d'une infographie, de vidéos, de communiqués, de contenu sur Facebook et Twitter de même que de contenu Web. Parmi les sujets abordés figuraient les signaux avant-coureurs d'une possible exploitation et les différentes façons de se protéger (par exemple, ne jamais prêter d'argent à un inconnu, ne jamais

télécharger de pièces jointes à un courriel d'un inconnu et ajouter son numéro de téléphone à la Liste nationale de numéros de télécommunication exclus). Enfin, on y indiquait les personnes à contacter en cas de soupçon de fraude ou d'exploitation. La FCAA a également collaboré avec l'Office of the Public Guardian and Trustee de la Saskatchewan afin d'intégrer sur le site de ce dernier de l'information au sujet de l'exploitation financière.

Pour en savoir davantage sur la protection des investisseurs en Saskatchewan, visiter le www.fcaa.gov.sk.ca.



Publicité web de la FCAA qui souligne les dangers de la fraude.



Regard sur Terre-Neuve-et-Labrador

Les médias sociaux comme moyen de s'adresser aux Canadiens du nord-est

À Terre-Neuve-et-Labrador, Service NL a poursuivi sa campagne de sensibilisation sur les médias sociaux dans le cadre du Mois de la prévention de la fraude au moyen d'un certain nombre de gazouillis axés sur la sensibilisation des investisseurs à la fraude. Cette stratégie vise les Terre-Neuviens et les Labradoriens de toute provenance qui sont ou qui pourraient devenir des investisseurs. Elle portait sur la façon de reconnaître et d'éviter une fraude en matière d'investissement touchant tout un éventail de plateformes. Notamment, la cryptomonnaie est un secteur de placement relativement nouveau dans lequel les investisseurs doivent faire preuve de vigilance afin d'éviter

les monnaies instables qui pourraient être davantage associées à des activités frauduleuses. Puisqu'une partie importante de la population de Terre-Neuve-et-Labrador est dans la force de l'âge, Service NL reconnaît l'importance de présenter de l'information sur les médias sociaux pour sensibiliser les investisseurs. Alors que la majorité de la population utilise les médias sociaux sur ordinateur, tablette électronique ou téléphone intelligent, Service NL réitère son engagement à aider les consommateurs à prendre des décisions éclairées en matière d'investissement grâce à une campagne permanente recourant avec diplomatie aux gazouillis d'information.



Bannière du site Web public de Service NL.

Sensibilisation des investisseurs aux quatre coins du Canada

Des idées retentissantes d'un océan à l'autre

L'Office of the Superintendent of Securities de l'Île-du-Prince-Édouard, le Bureau du surintendant des valeurs mobilières du Yukon, le Bureau du surintendant des valeurs mobilières du gouvernement des Territoires du Nord-Ouest et le Bureau des valeurs mobilières du Nunavut ont maintenu leur apport important à la sensibilisation des investisseurs partout au Canada par l'entremise du comité sur la sensibilisation des investisseurs des ACVM et de ses projets.

Les autorités en valeurs mobilières des provinces et des territoires du Canada continuent de collaborer de près, ce qui garantit aux Canadiens d'un océan à l'autre un accès gratuit à des ressources et à des outils impartiaux d'information à l'intention des investisseurs.

Les campagnes de sensibilisation des investisseurs des ACVM comme celles portant sur les aperçus des fonds négociés en bourse, les frais de placement et les cryptomonnaies visaient à sensibiliser les Canadiens à la prise de décisions éclairées et à la prévention de la fraude en matière d'investissement. Plusieurs autorités provinciales et territoriales en valeurs mobilières ont également bonifié leur offre de formation des investisseurs en mettant en ligne diverses ressources, dont de l'information sur la vérification de l'inscription, les façons d'investir, la compréhension des nombreux produits de placement et le choix d'un conseiller en placement inscrit, ainsi que des alertes aux investisseurs et des liens vers les sites Web des ACVM et de la NASAA.



Logos des quatre plus petits territoires membres des ACVM.



Canadian Securities
Administrators

Autorités canadiennes
en valeurs mobilières

autorites-valeurs-mobilieres.ca

