

## AS CHARITY AND FRAUD MOVE ONLINE, SURVEY FINDS CANADIAN MILLENNIALS ARE CAVALIER WITH PERSONAL INFO

### Capital One Canada to add \$10 to individual donations made through CanadaHelps.org during Fraud Awareness Month.

Toronto, ON (February 28, 2012) – A new survey commissioned by CanadaHelps.org and Capital One Canada, as part of Fraud Awareness Month, found that 45 per cent of millennials (aged 18-34 years) are taking no steps to ensure a charity is legitimate before making a donation, and more than half (52%) are spontaneous, "on the fly" donors. This kind of behaviour puts millennials at risk for fraud because they are casually handing over their hard-earned money and personal information with little to no planning or due diligence.

The survey found that compared to other generations, they are more than twice as likely to give personal information, nearly half as likely to ask if a charity is registered and less than half as likely to ask for a solicitor's identification. This relaxed attitude might explain why only 19 per cent of millennials are very concerned about falling victim to a fraudster compared to 27 per cent for other age groups.

"Across all generations and all donor methods, more than half of Canadians say they're less likely to give to charity based on a fear of fraudsters," said Owen Charters, CEO of CanadaHelps. "It's important that donors know how to find legitimate causes, so they can feel comfortable giving to charity online and off."

The survey found that online appeals are becoming the new "door knock" with email (17%) and social media (17%) closely following telephone (20%) as the most frequent ways to solicit Canadians for charitable donations. Even though they're receiving most solicitations online, over a third of Canadians don't trust online donations as a secure channel. In fact, Canadians are less trusting of online donating (65%) compared to online retail purchases (84%) and online banking (90%).

"With more Canadians giving online than ever before, it is increasingly important for them to understand what to look for before giving out their credit card number and other personal information," said Laurel Ostfield, spokesperson, Capital One Canada. "There are some simple steps they can take to ensure the donation they're making is going to a legitimate cause, and we're partnering with CanadaHelps on this campaign in an effort to educate as many people as possible about what they need to do to safeguard their financial information."

To educate the public about charity fraud, Capital One Canada and CanadaHelps are teaming up during Fraud Prevention Month for the third annual Charity Fraud Awareness Quiz. This quiz will help participants identify the signs of charity fraud to hopefully avoid these malicious schemes. During the month of March, Capital One will also be topping up individual donations made through CanadaHelps.org by \$10, up to a total of \$25,000 for Canadian charities.

The online Charity Fraud Awareness Quiz is designed to inform Canadians about the risk of charity fraud and how to prevent it. Accessible at [www.canadahelps.org](http://www.canadahelps.org), every participant who completes the quiz will be eligible to have their personal donation made via CanadaHelps topped up by \$10, thanks to Capital One Canada.

Capital One and CanadaHelps offer the following charity fraud prevention tips:

**Make sure the charity is registered with the Canada Revenue Agency (CRA)** and provides you with their charitable registration number. CanadaHelps.org only lists charities registered with the CRA.

**Ask to see a charity's financial statements.** These should be readily available to anyone who asks and give you a sense of how the charity spends their money.

**Understand the impact the charity has and what difference they make in the community.** Charities should be able to give you clear outcomes of the programs or services they provide.

**Research the causes you want to support and how much of your budget you want to give to charity.** You will feel less pressured to give when solicited if you have already planned your donation.

**Avoid any charity that pressures you into making a donation** or isn't open to sharing more information about their organization.

Additional Survey Results:

Half of Canadians (53%) are less likely to give to charities because of the possibility of falling victim to a fraudster; 72 per cent believe there's more charity fraud today than 10 years ago.

Just three per cent donated via social media (like Facebook) and just two per cent think donating by text message is secure.

Canadians identify the following as important or very important factors in motivating them to make charitable donations online: easier/faster (29%); more traceable (24%); safer/more secure (21%); can confirm legitimacy of organization I'm donating to (16%). Millennials are less likely (65%) to think that there is an increase in charity fraud, compared to Canadians age 35-54 (73%) and 55+ (78%).

Millennials are the most comfortable donating online (24%) compared to Canadians age 35-54 (14%) and 55+ (9%).



## About the Survey

From February 13 to February 15, 2012, an online survey was conducted among a sample of 1,000 Canadian adults 18 years or older, who are Angus Reid Forum panel members. The Angus Reid Forum is owned and operated by Vision Critical. Individuals were sampled according to Census data to be representative of the Canadian national adult population. The full dataset has been statistically weighted according to the most current gender, age, region, education (and in Quebec, language) Census data to ensure a sample representative of the entire adult population of Canada. The margin of error is  $\pm 3.1\%$ , 19 times out of 20. Discrepancies in or between totals are due to rounding.

## About Capital One

With offices in Toronto and Montreal, Capital One has offered Canadian consumers a range of competitive MasterCard<sup>®</sup> credit cards since 1996, when the company first introduced the Platinum MasterCard in Canada. Capital One Canada is a division of Capital One Bank, a subsidiary of Capital One Financial Corporation of McLean, Virginia (NYSE: COF).

## About CanadaHelps

CanadaHelps is an online donations website where donors can give safely and securely to all charities in Canada that are registered with the Canada Revenue Agency. The mission of CanadaHelps is to engage Canadians in the charitable sector and provide accessible and affordable online technology to both donors and charities to promote – and ultimately increase – charitable giving in Canada.

-30-

## Media Contact

Laurel Ostfield, Senior Communications Manager  
Capital One Canada  
416-549-2753  
[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)

Kirstin Beardsley  
CanadaHelps  
416-628-6948 ext. 2385  
[kirstin@canadahelps.org](mailto:kirstin@canadahelps.org)



## CURLING PROGRAM REACHES ANOTHER 100,000 CANADIAN STUDENTS

### **After four years of steady growth, Canada's acclaimed in-school curling program has achieved a new milestone.**

Toronto, ON (May 31, 2012) – After four years of steady growth, Canada's acclaimed in-school curling program, Capital One Rocks & Rings, has achieved a new milestone in the closing weeks of the 2011-2012 school year by reaching 100,000 students in a single school year.

"This is an incredible accomplishment and is a testament to how much fun the program is for the kids," said Chad McMullan, president of Rock Solid Productions Inc. and founder of the program. "Not only did we reach 100,000 students by April, we are booked in most regions of the country through June."

Capital One Rocks & Rings introduces the Olympic sport of curling to Canadian elementary school students by bringing customized equipment and trained instructors into schools for day-long visits. The high-energy, interactive and educational program focuses on the basics of the famed sport, which is known as the "Roaring Game".

The program was founded in 2008 and is partnered with title sponsor Capital One, the Canadian Curling Association and The Dominion. Capital One Rocks & Rings has now reached over 265,000 Canadian elementary students to date and continues to expand its reach; even the summer months will also see activity, with summer day camps in the Greater Toronto Area nearly sold out.

"This is a significant milestone to be celebrating so early on in the history of the Capital One Rocks & Rings program," said Ian Cunningham, Chief Marketing Officer, Capital One Canada. "Through this program, our children, their families and their teachers are being introduced to a great Canadian pastime with an emphasis on fun and fitness."

In the 2011-2012 academic year, the biggest area of growth was seen in Ontario, which was boosted by development funding from the Ontario Trillium Foundation.

"Congratulations to the students, family members and teachers who have experienced Capital One Rocks & Rings," said Greg Stremlaw, Chief Executive Officer of the Canadian Curling Association. "As the official national sport partner of the program, we are committed to growing curling amongst Canada's youth, and are excited by the results we are seeing in numerous markets across the country. Curling is Canada's sport for all, and the rapid growth of this program bodes well for the game's future generations."

While there is still time to get classrooms involved this season, the program is already taking bookings for 2012-2013. Teachers and school administrators are encouraged to learn more about Capital One Rocks & Rings by visiting the website, [www.rocksandrings.com](http://www.rocksandrings.com).

-30-

### **Media Contact**

Laurel Ostfield, Senior Communications Manager  
Capital One Canada  
416-549-2753  
[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)

Greg Stremlaw, Chief Executive Officer  
Canadian Curling Association  
Office: 613-834-2076 ext. 117  
Mobile: 613-799-9993  
[gstremlaw@curling.ca](mailto:gstremlaw@curling.ca)

Chad McMullan  
Rock Solid Productions Inc.  
416-666-7674  
[cmcmullan@rocksolidproductions.ca](mailto:cmcmullan@rocksolidproductions.ca)



## THREE TIMES A CHARM – CAPITAL ONE ASPIRE TRAVEL WORLD MASTERCARD RANKED #1 AGAIN BY REWARDSCANADA.CA

### Third year in a row to be called the best travel rewards card with an annual fee.

Toronto, ON (June 26, 2012) – Popular travel and loyalty website, RewardsCanada.ca, once again put the Capital One® Aspire Travel™ World MasterCard® at the top of its list of travel rewards cards with an annual fee. This is the third year in a row that the Aspire Travel World MasterCard can claim it is "best in class" according to a leading rewards expert.

"From the outset, Capital One's Aspire Travel World MasterCard set the standard for a travel points card with a fee because the program delivers great value while also offering the flexibility that cardholders are looking for. Plus it comes with a generous sign up bonus and solid benefits package, which is why it continues to be my top pick," said Patrick Sojka of [RewardsCanada.ca](http://RewardsCanada.ca).

The Aspire Travel World MasterCard is consistently ranked number one by [RewardsCanada.ca](http://RewardsCanada.ca) because it offers cardholders double miles on all net purchases, premium benefits, including Travel Emergency Medical insurance, and an easy-to-use redemption program that lets them redeem reward miles for any type of travel.

"Canadian consumers are looking for a rewards card that will help them earn their dream trip, but they're also looking for a program that respects their rights to choose the airline and travel date that they want," said Laurel Ostfield, spokesperson, Capital One Canada. "Being ranked number one for three years in a row by RewardsCanada.ca reinforces that Aspire Travel World [MasterCard] is truly meeting the needs of Canadians."

The Aspire Travel World MasterCard's features include:

Earn 2 reward miles for every \$1 spent – on everything you buy

Get 35,000 bonus miles when you make your first purchase and 10,000 anniversary bonus miles every year

Rewards don't expire; no limit on how many miles you can accumulate; no special spending categories; no separate rewards enrolment requirements

Fly on any airline, any time, with no blackout dates

Redeem for any travel purchase (airfare, hotel room, rental car, etc.)

Premium benefits, including Travel Emergency Medical, Trip Cancellation and Price Protection insurances

### About Capital One

With offices in Toronto and Montreal, Capital One has offered Canadian consumers a range of competitive MasterCard credit cards since 1996, when the company first introduced the Platinum MasterCard in Canada. Capital One Canada is a division of Capital One Bank, a subsidiary of Capital One Financial Corporation of McLean, Virginia (NYSE: COF).

-30-

### Media Contact

Laurel Ostfield, Senior Communications Manager

Capital One Canada

416-549-2753

[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)



## CAPITAL ONE NAMED TOP EMPLOYER FOR YOUNG PEOPLE FOR TWO YEARS RUNNING

### **Recognized for training, mentorship and a fun work environment.**

Toronto, ON (October 1, 2012) – Capital One Canada has been named on *Mediacorp Canada's* 2012 list of “Canada's Top Employers for Young People.” Capital One was recognized for its commitment to associate development through training and mentorship programs, while also creating a work environment which fosters creativity and encourages an open workplace.

“We know from experience that when you empower younger associates by giving them ownership over their work and career path, great things can happen,” said Jenny Winter, Head of Human Resources, Capital One Canada. “We strive to create an environment that encourages collaboration and mentorship between our younger and more experienced workers. We believe the end result is a culture where young people can thrive.”

Capital One also encourages ongoing associate development through subsidies for tuition and professional accreditation, in-house and online training programs, a formal mentoring program, career planning services and a leadership training program.

First published in 2001, the Canada's Top Employers for Young People competition is organized by the editors of Canada's Top 100 Employers. The employers on this list are Canada's leaders in attracting and retaining younger employees. Each employer is evaluated by the editors of Canada's Top 100 Employers in terms of the programs they have to attract and retain younger workers.

### **About Capital One**

With offices in Toronto and Montreal, Capital One has offered Canadian consumers a range of competitive MasterCard credit cards since 1996, when the company first introduced the Platinum MasterCard in Canada. Capital One Canada is a division of Capital One Bank, a subsidiary of Capital One Financial Corporation of McLean, Virginia (NYSE: COF).

-30-

### **Media Contact**

Laurel Ostfield, Senior Communications Manager  
Capital One Canada  
416-549-2753  
[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)



## CROSS YOUR FINGERS: SURVEY FINDS MAJORITY OF CANADIANS ARE RELYING ON LADY LUCK FOR THEIR FINANCIAL FUTURE

### **Capital One Canada and Credit Canada to provide a reality check during Financial Literacy Month.**

Toronto, ON (October 30, 2012) – One-third of Canadians admit winning the lottery or receiving a large inheritance is part of their plans for a secured financial future, according to a recent survey commissioned by Credit Canada Debt Solutions and Capital One Canada. At the same time, more than two-thirds have felt anxious or lost sleep thinking about their financial situation over the past year.

“It’s troubling to see so many Canadians putting more trust in the lottery than sound financial planning – but I see the effects every day in our agency,” said Laurie Campbell, CEO, Credit Canada Debt Solutions. “Canadians need to recognize that there is no magic solution to gaining control of their finances. It means hard work and sticking to a budget determined by income.”

More than two-thirds of those surveyed revealed they spend beyond their monthly budget. Most admitted temptation and reward were the biggest reasons they overspent.

The biggest temptation? Food! Three-quarters of Canadians confess to overspending on groceries, and more than half blow the bank on eating out.

“Overspending is a real issue for many Canadians and even though they know what to do, a quarter of us are still not confident we can stick to a monthly budget. These types of findings exemplify why Capital One continues to invest in financial literacy initiatives,” said Rob Livingston, President, Capital One Canada. “We all deserve a treat sometimes and if we plan for it in advance, we are better positioned to stay within our financial means.”

Financial Literacy Month provides Canadians with the tools to reassess their budgets – and their temptations – to secure a strong financial future. This includes understanding the components and unique gender traits around spending and overspending:

Women are more likely than men to overspend on groceries, clothing and personal care products, whereas men are more likely to overspend on bigger ticket items like education, shelter and vehicles

In the past year, 40 per cent of women felt anxious about not being able to pay their bills, compared to 28 per cent of men

In planning for a secure future, men are more likely to hope for a salary increase at their current job, whereas women are more likely to hope for a new job that pays significantly more

In 2007, Credit Canada Debt Solutions and Capital One Canada teamed up to create the first Credit Education Week Canada, with the objective to raise public awareness and educate Canadians about the many issues and challenges they face managing their finances, spending and savings. From November 12-16, almost 150 events and financial literacy workshops at YMCAs and community centres right across the country will occur under the Credit Education Week banner thanks to the support and funding of all sponsors.

### **About the Survey**

In September 2012, Credit Canada Debt Solutions and Capital One Canada commissioned a survey of 822 Canadians who have made a resolution regarding their spending behaviours. The survey respondents were equally distributed across the four major regions of Canada (West, Ontario, Quebec and East) and the margin of error is +/- 3.4%, 19 times out of 20.

### **About Capital One**

With offices in Toronto and Montreal, Capital One has offered Canadian consumers a range of competitive MasterCard credit cards since 1996, when the company first introduced the Platinum MasterCard in Canada. Capital One Canada is a division of Capital One Bank, a subsidiary of Capital One Financial Corporation of McLean, Virginia (NYSE: COF). Capital One believes in empowering Canadians to take control of their finances through programs and resources like Understanding-Credit.ca, Credit Education Week Canada and the Capital One SIFE Financial Education Challenge.

### **About Credit Canada Debt Solutions**

Credit Canada Debt Solutions is a non-profit charitable service that has assisted thousands of people with credit counselling and debt management programs since 1966. Credit Canada is a member of the Ontario Association of Credit Counselling Services and a Charter Member of Canadian Association of Credit Counselling Services.

**Media Contact**

Laurel Ostfield, Senior Communications Manager  
Capital One Canada  
416-549-2753

[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)

Laurie Campbell  
Credit Canada Debt Solutions  
416-228-2526

[lcampbell@creditcanada.com](mailto:lcampbell@creditcanada.com)



## MAJORITY OF CANADIANS ARE CHEATING ON THEIR WALLETS, SURVEY REVEALS

### **This Credit Education Week, Capital One Canada and Credit Canada Debt Solutions encourage Canadians to make financial resolutions before the holiday madness.**

Toronto, ON (November 13, 2012) – A new year brings New Year's resolutions, and Canadians are great at resolving to be better money managers in the upcoming year. What we're not so great at is the follow-through. While four out of five Canadians report making financial resolutions, four out of five also admit to cheating on their financial resolutions, according to a recent survey commissioned by Capital One Canada and Credit Canada Debt Solutions. In fact, while men and women both admit to this, women (85%) are slightly more likely to cheat than men (76%).

With the holiday spending spree fast approaching, Canadians need to make financial resolutions in November not in January, after all the gift-giving is done. Financial freedom is about creating a plan and keeping to it. The sixth annual Credit Education Week, November 12-16, is dedicated to promoting sound personal money management through money resolutions.

"We weren't surprised to learn so many Canadians fail to keep their money resolutions, because more than half of them are not using available tools to help achieve their goals," said Laurie Campbell, CEO, Credit Canada Debt Solutions. "Credit Education Week is about empowering people with the tools to make financial goals and the resolve to keep them."

While most Canadians resolve to spend more wisely come the new year, Capital One Canada and Credit Canada Debt Solutions are urging Canadians to make their financial resolutions now, before the annual holiday spending spree. The survey showed that Canadians make resolutions to deal with their financial obligations (53%), to spend less on specific things (48%) and budget more wisely (47%). Excessive spending is driven by – among other things – the social pressure to consume.

"A rear-view mirror is a poor financial planning tool, so we're encouraging Canadians to look ahead, consider their holiday purchasing and spending, and choose wisely," said Rob Livingston, President of Capital One Canada. "The pressure to buy things outside our budget can lead to stress and fights with your family or spouse.

That's why it's so important to ignore the Joneses, to find the best deal and, most importantly, to make a good spending plan and stick to it. That's true financial freedom."

According to the survey, Canadians who want to rein in their financial obligations have faced push-back from the closest quarters: As a result of attempting to keep a money resolution, 51 per cent of Canadians have felt guilty, had fights or felt left out of plans with friends and family.

While two-thirds of married / common law Canadians involve their spouse/partner in helping them to achieve their money resolutions, 22 per cent report that an overspending partner is a barrier to achieving their money resolutions.

23 per cent of married / common law Canadians report that their money resolution has led to more fighting with their spouse/partner about money, and 25 per cent report that their money resolutions have led to feelings of guilt for not providing well enough for their families.

To help Canadians with their November resolutions, Capital One Canada and Credit Canada Debt Solutions are helping Canadians set uncomplicated goals. The best resolutions are simple:

"I will ignore the Joneses." Your neighbours went beyond their means buying a brand new SUV. That doesn't mean that you have to.

"I will shop around before I buy." Controlling costs means finding the best deal, every time. Save money by spending less!

"I will not make resolutions based on spending regret." We've all experienced buyer's remorse. But financial freedom means that you make a plan before you spend – and then stick to it.

"Money problems can be stressful and overwhelming," concluded Livingston. "But four in ten Canadians know the truth: With a lifestyle change and a few simple tools, anyone can achieve financial freedom. So get a financial planning smartphone app, create an affordable budget and stick to it. And let the Joneses take care of themselves."

To help Canadians make their New Year's resolutions during Credit Education Week, Capital One Canada and Credit Canada Debt Solutions will be hosting a celebration, complete with ball-drop and subject experts. Celebrate early and drop by to make your resolution.





- What:** Credit Education Week Celebration Event
- Who:** Laurie Campbell, CEO, Credit Canada Debt Solutions
- Nancy Icely, Vice-President, Capital One Canada
- Where:** Yonge-Dundas Square (Southeast corner of Yonge St. & Dundas St.)
- When:** Wednesday, November 14 at 12:00 p.m.
- Why:** To help Canadians make their money resolutions before the holiday season

To learn more about financial freedom, visit [www.cewc.ca](http://www.cewc.ca) today.

### **About the Survey**

In September 2012, Credit Canada Debt Solutions and Capital One Canada commissioned a survey of 822 Canadians who have made a resolution regarding their spending behaviours. The survey respondents were equally distributed across the four major regions of Canada (West, Ontario, Quebec and East) and the margin of error is +/- 3.4%, 19 times out of 20.

### **About Capital One**

With offices in Toronto and Montreal, Capital One has offered Canadian consumers a range of competitive MasterCard credit cards since 1996, when the company first introduced the Platinum MasterCard in Canada. Capital One Canada is a division of Capital One Bank, a subsidiary of Capital One Financial Corporation of McLean, Virginia (NYSE: COF). Capital One believes in empowering Canadians to take control of their finances through programs and resources like Understanding-Credit.ca, Credit Education Week Canada and the Capital One SIFE Financial Education Challenge.

### **About Credit Canada Debt Solutions**

Credit Canada Debt Solutions is a non-profit charitable service that has assisted thousands of people with credit counselling and debt management programs since 1966. Credit Canada is a member of the Ontario Association of Credit Counselling Services and a Charter Member of Canadian Association of Credit Counselling Services.

- 30 -

### **Media Contact**

Laurel Ostfield, Senior Communications Manager  
Capital One Canada  
416-549-2753  
[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)

Laurie Campbell  
Credit Canada Debt Solutions  
416-228-2526  
[lcampbell@creditcanada.com](mailto:lcampbell@creditcanada.com)



## SELON UN SONDAGE, LES CANADIENS DE LA GÉNÉRATION Y SE MONTRENT INSOUCIANTS À L'ÉGARD DE LEURS INFORMATIONS PERSONNELLES ALORS QUE TANT LES ŒUVRES CARITATIVES QUE LES FRAUDEURS PRENNENT LE VIRAGE ÉLECTRONIQUE

### Capital One Canada versera 10 \$ pour chaque don individuel effectué sur le site CanaDon.org durant le mois de la prévention de la fraude.

Toronto, ON (le 28 février 2012) – Un récent sondage commandé par CanaDon.org et Capital One Canada dans le cadre du mois de la prévention de la fraude indique que 45 % de la génération Y (personnes âgées de 18 à 34 ans) ne prennent aucune mesure pour s'assurer qu'une œuvre caritative est légitime avant de faire un don, et que plus de la moitié (52 %) sont des donateurs spontanés. La génération Y s'expose à la fraude en donnant leur argent durement gagné ainsi que leurs informations personnelles nonchalamment, sans planification ni vérification.

Le sondage indique également que, comparativement aux autres générations, la génération Y est deux fois plus portée à divulguer des informations personnelles. Elle est presque deux fois moins susceptible de demander si l'œuvre caritative est enregistrée et plus de deux fois moins susceptible de vérifier l'identité du représentant. Cette attitude désinvolte pourrait expliquer pourquoi seulement 19 % de la génération Y s'inquiète beaucoup d'être victime de fraude comparativement à 27 % pour les autres groupes d'âge.

« Toutes générations et méthodes adoptées par les donateurs confondues, plus de la moitié des Canadiens disent être moins susceptibles de faire des dons aux œuvres caritatives par crainte de fraudes », a constaté Owen Charters, chef de la direction de CanaDon. « Il est important que les donateurs sachent comment trouver les causes légitimes, pour qu'ils se sentent à l'aise de donner aux œuvres caritatives, que ce soit en ligne ou non. »

Selon le sondage, les demandes de dons en ligne sont en passe de devenir la nouvelle forme de « porte-à-porte » avec les courriels (17 %) et les médias sociaux (17 %), suivi de près par les appels téléphoniques (20 %) devenus les moyens les plus utilisés pour solliciter les Canadiens pour des dons de bienfaisance. Bien qu'ils reçoivent la plupart des sollicitations en ligne, plus d'un tiers des Canadiens ne considèrent pas les dons en ligne comme sécuritaires. En fait, les Canadiens ont moins confiance dans les dons en ligne (65 %) que dans les achats en ligne (84 %) et les services bancaires en ligne (90 %).

« Comme plus de Canadiens que jamais font des dons en ligne, il est de plus en plus important qu'ils sachent ce qu'ils doivent vérifier avant de transmettre leur numéro de carte de crédit ou d'autres informations personnelles », a déclaré Laurel Ostfield, une porte-parole de Capital One Canada. « Il y a quelques étapes simples à suivre pour s'assurer qu'un don est versé à une cause légitime. Nous collaborons avec CanaDon dans le cadre de cette campagne afin d'éduquer le plus de gens possible au sujet des mesures à prendre pour protéger leurs données financières. »

Dans le but de sensibiliser la population à la fraude caritative, Capital One Canada et CanaDon s'associent durant le mois de la prévention de la fraude pour le troisième questionnaire annuel sur la fraude liée aux œuvres caritatives. Ce questionnaire aidera les répondants à reconnaître les signes de la fraude caritative et, espère-t-on, éviter ainsi ces stratagèmes perfides. Au cours du mois de mars, Capital One versera 10 \$ pour chaque don individuel effectué sur le site CanaDon.org, jusqu'à un maximum de 25 000 \$ pour les œuvres caritatives canadiennes.

Le questionnaire en ligne sur la sensibilisation à la fraude vise à renseigner les Canadiens sur les risques liés à la fraude caritative et comment la prévenir. Le questionnaire est accessible sur le site [www.CanaDon.org](http://www.CanaDon.org). Capital One Canada versera 10 \$ pour chaque don individuel des participants qui répondent au questionnaire.

Capital One et CanaDon offrent les conseils de prévention de fraude suivants :

**Vérifiez que l'œuvre caritative est enregistrée auprès de l'Agence du revenu du Canada (ARC)** et qu'elle vous communique son numéro d'œuvre caritative. Sur le site de CanaDon.org, vous ne trouverez que la liste des œuvres caritatives inscrites auprès de l'ARC.

**Demandez de voir les états financiers de l'œuvre caritative.** Ces documents devraient être faciles d'accès pour quiconque souhaite les consulter et ceux-ci donneront une bonne idée de la façon dont l'œuvre caritative dépense son argent.

**Comprenez bien l'impact de l'œuvre caritative et la différence qu'elle fait dans sa communauté.** Les œuvres caritatives devraient avoir des données précises sur le résultat des programmes ou services qu'elles offrent.

**Faites de la recherche sur les causes que vous voulez appuyer et déterminez combien vous voulez donner à des œuvres caritatives.** Vous vous sentirez moins obligé de donner lorsqu'on vous le demande si vous avez déjà prévu vos dons.

**Évitez les œuvres caritatives qui exercent une forte pression pour que vous fassiez un don** ou qui ne sont pas disposées à partager plus de renseignements sur leurs activités.

Autres résultats du sondage :

Plus de la moitié des Canadiens (53 %) sont moins susceptibles de faire des dons aux œuvres caritatives par crainte d'être victimes de fraude; 72 % croient qu'il y a davantage de fraudes caritatives aujourd'hui qu'il y a 10 ans.

Seulement trois pour cent des répondants ont fait des dons par l'entremise des médias sociaux (comme Facebook) et seulement deux pour cent des répondants croient que les dons par message texte sont sécuritaires.

Les Canadiens considèrent les facteurs suivants comme importants ou très importants pour les motiver à faire des dons en ligne : facilité/rapidité (29 %), plus de traçabilité (24 %), plus sûr et sécuritaire (21 %), capacité à vérifier la légitimité de l'œuvre caritative à laquelle le don est versé (16 %).

La génération Y est moins susceptible (65 %) de penser que la fraude caritative a augmenté comparativement aux Canadiens âgés de 35 à 54 ans (73 %) et à ceux de 55 ans et plus (78 %).

La génération Y est la plus à l'aise pour faire des dons en ligne (24 %) comparativement aux Canadiens de 35 à 54 ans (14 %) et à ceux de 55 ans et plus (9 %).

## **Au sujet du sondage**

Du 13 au 15 février 2012, un sondage a été effectué en ligne auprès d'un échantillon de 1 000 adultes canadiens de 18 ans et plus qui font partie du Forum Angus Reid. Le Forum Angus Reid est détenu et géré par Vision Critical. Les personnes échantillonnées sont représentatives de la population canadienne adulte selon les données du recensement. Les résultats ont été statistiquement pondérés en fonction des plus récentes données recueillies par le recensement à l'égard du sexe, de l'âge, de la région et de l'éducation (et au Québec, la langue) afin de constituer un échantillonnage type de la population adulte dans son ensemble au Canada. La marge d'erreur est de +/- 3,1 %, 19 fois sur 20. Les écarts entre les totaux sont attribuables à l'arrondissement.

## **À propos de Capital One**

Basée à Toronto et à Montréal, Capital One offre aux consommateurs canadiens une gamme de cartes de crédit MasterCard concurrentielles depuis 1996, année au cours de laquelle l'entreprise a lancé pour la première fois la carte Platine MasterCard au Canada. Capital One Canada est une division de Capital One Bank, filiale de Capital One Financial Corporation, dont le siège est situé à McLean en Virginie (NYSE : COF).

## **Au sujet de CanaDon**

CanaDon est un site web de dons en ligne qui permet aux donateurs de faire de façon sécuritaire des dons à des œuvres caritatives canadiennes inscrites auprès de l'ARC. CanaDon a pour mission d'intégrer les Canadiens au secteur caritatif et d'offrir une technologie accessible et abordable aux donateurs et aux œuvres caritatives dans le but de promouvoir et de rehausser les dons caritatifs au Canada.

-30-

## **Personne-ressource pour les médias**

Laurel Ostfield, gestionnaire principale des communications

Capital One Canada

416-549-2753

[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)

Kirstin Beardsley

CanaDon

416-628-6948, poste 2385

[kirstin@canadahelps.org](mailto:kirstin@canadahelps.org)



## 100 000 ÉLÈVES CANADIENS SUPPLÉMENTAIRES S'INTÉRESSENT AU PROGRAMME DE CURLING

### **Après quatre années de croissance soutenue, le programme canadien de curling en milieu scolaire a atteint un nouveau jalon.**

TORONTO, ON (le 31 mai 2012) – Après quatre années de croissance soutenue, le célèbre programme canadien de curling Rocks & Rings de Capital One a atteint un nouveau jalon dans les dernières semaines de l'année scolaire 2011-2012 et compte 100 000 élèves de plus en une seule année.

« C'est une sacrée réussite et cela témoigne du plaisir que ce programme donne aux enfants », a déclaré Chad McMullan, président de Rock Solid Productions Inc. et fondateur du programme. « Non seulement avons-nous atteint le cap des 100 000 élèves en avril, mais nous sommes complets dans la plupart des régions du pays jusqu'en juin. »

Le programme Rocks & Rings de Capital One initie les élèves canadiens de l'école primaire à ce sport olympique en introduisant du matériel personnalisé et des professeurs formés dans les écoles pour des visites d'une journée entière. Ce programme dynamique, interactif et éducatif se concentre sur les bases du célèbre sport, connu comme étant un « jeu hurlant ».

Le programme a été créé en 2008 et est en partenariat avec le commanditaire en titre Capital One, l'Association canadienne de curling et The Dominion. Rocks & Rings de Capital One a jusqu'à maintenant accueilli plus de 265 000 élèves élémentaires et continue d'étendre son rayon d'action : même durant les mois d'été on pourra compter des camps de jour dans la grande région de Toronto, presque tous complets.

« Il est vraiment impressionnant d'avoir atteint ce cap si tôt dans l'histoire du programme Rocks & Rings de Capital One », a affirmé Ian Cunningham, Chef du marketing, Capital One Canada. « Avec ce programme, nos enfants, leurs familles et leurs professeurs seront initiés à un excellent passe-temps canadien où le plaisir et la mise en forme sont de mise. »

Durant l'année scolaire 2011-2012, la plus grande région de croissance a été constatée en Ontario en raison du renforcement du financement par la Fondation Trillium de l'Ontario.

« Félicitations aux élèves, aux membres des familles et aux professeurs pour avoir vécu l'expérience Rocks & Rings de Capital One », a déclaré Greg Stremlaw, chef de la direction de l'Association canadienne de curling. « En tant que partenaire officiel du programme sportif, nous sommes engagés à faire croître le curling parmi les jeunes canadiens, et sommes ravis de voir les résultats obtenus dans les nombreux marchés partout au pays. Le curling est un sport canadien pour tous et la croissance rapide de ce programme est de bonne augure pour les générations futures du jeu ».

Même s'il est encore temps d'inscrire les classes au programme pour cette saison; nous prenons déjà les réservations pour l'année 2012-2013. Les professeurs et les administrateurs scolaires sont invités à en apprendre davantage au sujet du programme Rocks & Rings de Capital One en visitant le site web, <http://rocksandrings.com/fr/>.

-30-

### **Personne-ressource pour les médias**

Laurel Ostfield, gestionnaire principale des communications  
Capital One Canada  
416-549-2753  
[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)

Greg Stremlaw, chef de la direction  
Association canadienne de curling  
Bureau : 613-834-2076, poste 117  
Cellulaire : 613-799-9993  
[gstremlaw@curling.ca](mailto:gstremlaw@curling.ca)

Chad McMullan  
Rock Solid Productions Inc.  
416-666-7674  
[cmcmullan@rocksolidproductions.ca](mailto:cmcmullan@rocksolidproductions.ca)



## TROIS FOIS GAGNANTE – LA CARTE VOYAGESPLUS WORLD MASTERCARD DE CAPITAL ONE ENCORE UNE FOIS CLASSÉE N° 1 PAR REWARDSCANADA.CA

### **Depuis trois années consécutives, nous sommes la meilleure carte de récompenses voyages avec frais annuels.**

TORONTO, ON (le 26 juin 2012) – Le populaire site web de voyage et de fidélisation RewardsCanada.ca classe la carte VoyagesPlus World MasterCard<sup>MD</sup> de Capital One<sup>®</sup> au sommet de sa liste de cartes de récompenses voyages avec frais annuels. Cela fait trois années consécutives que la carte VoyagesPlus World MasterCard est reconnue comme étant la meilleure de sa catégorie, selon l'important expert de programmes de récompenses.

« Dès les débuts, la carte VoyagesPlus World MasterCard de Capital One a défini la norme en matière de carte de points de voyage avec frais parce que le programme offre une grande valeur, en plus de la flexibilité recherchée par les détenteurs de carte. De plus, elle est offerte avec une généreuse prime d'inscription et un bel ensemble d'avantages. C'est pourquoi elle continue d'être mon premier choix », a déclaré Patrick Sojka de [RewardsCanada.ca](http://RewardsCanada.ca).

La carte de crédit VoyagesPlus World MasterCard est constamment classée numéro un par [RewardsCanada.ca](http://RewardsCanada.ca) parce qu'elle offre aux utilisateurs le double de miles de récompenses sur tous les achats nets, des avantages haut de gamme comprenant l'assurance urgence médicale en voyage et un programme d'échange facile à utiliser qui permet d'échanger des miles de récompenses pour tout type de voyage.

« Les consommateurs canadiens veulent une carte de récompenses qui leur permettra de réaliser leur voyage de rêve, mais aussi un programme qui respecte leur droit de choisir la compagnie aérienne et la date de leur voyage », a affirmé Laurel Ostfield, porte-parole de Capital One Canada. « Être classée numéro un durant trois années de suite par RewardsCanada.ca confirme que la carte VoyagesPlus World MasterCard répond réellement aux besoins des Canadiens ».

La carte de crédit VoyagesPlus World MasterCard offre notamment les avantages suivants :

Accumulez 2 miles de récompenses pour chaque dollar dépensé – sur tous vos achats.

Obtenez 35 000 miles en prime lors de votre premier achat et 10 000 miles en prime à l'anniversaire d'ouverture du compte.

Les récompenses n'expirent pas, il n'y a aucune limite au nombre de miles que vous pouvez accumuler, aucune catégorie d'achats particulière ni aucune obligation distincte pour s'inscrire à au programme de récompenses.

Voyagez avec n'importe quelle compagnie aérienne, sans restrictions de date.

Échangez vos miles contre tout type d'achat lié au voyage (avion, chambre d'hôtel, location de véhicules, etc.).

Profitez des avantages haut de gamme tels que l'assurance urgence médicale en voyage, l'assurance annulation de voyage et l'assurance protection de prix.

### **À propos de Capital One**

Avec des bureaux à Toronto et à Montréal, Capital One offre aux consommateurs canadiens un éventail de cartes de crédit MasterCard concurrentielles depuis 1996, année où l'entreprise a lancé pour la première fois la MasterCard Platinum au Canada.

Capital One Canada est une division de Capital One Bank, filiale de Capital One Financial Corporation, dont le siège est situé à McLean en Virginie (NYSE : COF).

-30-

### **Personne-ressource pour les médias**

Laurel Ostfield, gestionnaire principale des communications

Capital One Canada

416-549-2753

[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)



## CAPITAL ONE EST UN DES MEILLEURS EMPLOYEURS POUR LES JEUNES POUR UNE DEUXIÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE.

### **L'entreprise a été récompensée en raison de la qualité des formations et du mentorat et de son environnement de travail agréable.**

Toronto, ON (le 1er octobre 2012) – Capital One Canada figure sur la liste des « meilleurs employeurs au Canada pour les jeunes » de Mediacorp Canada pour l'année 2012. Capital One a été reconnue en raison de son engagement quant au perfectionnement des associés au moyen de programmes de formation et de mentorat, tout en créant un environnement de travail qui favorise la créativité et encourage l'ouverture.

« Notre expérience nous a appris qu'il est possible d'accomplir de grandes choses en permettant aux jeunes associés de décider de leur cheminement professionnel », explique Jenny Winter, chef des ressources humaines, Capital One Canada. Nous visons à créer un environnement qui invite à la collaboration et au mentorat entre les jeunes travailleurs et ceux qui ont plus d'expérience. Nous croyons que ce genre d'environnement engendre une culture dans laquelle les jeunes peuvent s'épanouir. »

Capital One encourage également le perfectionnement des associés au moyen de subventions pour les droits de scolarité et les attestations professionnelles, de programmes de formation sur place et en ligne, d'un programme de mentorat organisé, de services de planification de carrière et d'un programme de formation en leadership.

La première publication des résultats de la compétition des meilleurs employeurs au Canada pour les jeunes a eu lieu en 2001. La compétition est organisée par les éditeurs de *Canada's Top 100 Employers*. Les employeurs figurant sur cette liste sont des chefs de file au Canada en ce qui a trait à l'emploi et à la fidélisation des jeunes employés au sein de leur organisation. Chaque employeur est évalué par les éditeurs de *Canada's Top 100 Employers* en fonction des programmes en place visant à attirer et à fidéliser les jeunes travailleurs.

### **À propos de Capital One**

Avec des bureaux à Toronto et à Montréal, Capital One offre aux consommateurs canadiens un éventail de cartes de crédit MasterCard concurrentielles depuis 1996, année où l'entreprise a lancé pour la première fois la MasterCard Platinum au Canada.

Capital One Canada est une division de Capital One Bank, filiale de Capital One Financial Corporation, dont le siège est situé à McLean en Virginie (NYSE : COF).

-30-

### **Personne-ressource pour les médias**

Laurel Ostfield, gestionnaire principale des communications

Capital One Canada

416-549-2753

[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)



## CROISEZ VOS DOIGTS : UN SONDAGE DÉMONTRE QUE LA MAJORITÉ DES CANADIENS COMPTENT SUR LA CHANCE POUR ASSURER LEUR AVENIR FINANCIER.

### **Capital One Canada et Credit Canada ramèneront les gens à la réalité lors du mois de l'éducation financière.**

Toronto, ON (le 30 octobre 2012) – Un Canadien sur trois admet que de gagner à la loterie ou de recevoir un important héritage fait partie de ses plans en vue d'assurer son avenir financier, selon un récent sondage commandé par Credit Canada Debt Solutions et Capital One Canada. En même temps, plus de deux Canadiens sur trois se sont sentis angoissés ou ont eu de la difficulté à dormir en raison de leur situation financière au cours de la dernière année.

« Il est troublant de voir autant de Canadiens se fier davantage à la loterie qu'à la saine planification financière lorsqu'ils pensent à leur avenir, et j'en vois les effets chaque jour à notre agence », affirme Laurie Campbell, chef de la direction, Credit Canada Debt Solutions. Les Canadiens doivent accepter le fait qu'il n'existe aucune solution magique pour arriver à bien gérer leurs finances. Cela nécessite un travail acharné et le respect d'un budget déterminé en fonction du revenu. »

Plus des deux tiers des personnes interrogées ont révélé dépenser plus que ne leur permet leur budget mensuel. La tentation et la récompense sont les principales raisons pour lesquelles elles dépensent plus qu'elles ne le devraient.

La plus grande tentation? La nourriture! Les trois quarts des Canadiens avouent dépenser plus que prévu à l'épicerie, et plus de la moitié d'entre eux engloutissent leur budget dans les restaurants.

Bon nombre de Canadiens dépensent plus que ne leur permet leur budget et, même s'ils savent quoi faire, le quart d'entre eux ne croient pas qu'ils arriveraient à respecter un budget mensuel. De telles découvertes expliquent pourquoi Capital One continue d'investir dans des initiatives d'éducation financière », constate Rob Livingston, président de Capital One Canada. « Nous méritons tous de nous récompenser à l'occasion. En le planifiant à l'avance, nous sommes davantage en mesure de respecter nos moyens financiers. »

Le mois de l'éducation financière offre aux Canadiens des outils pour réévaluer leur budget (et leurs tentations) et ainsi s'assurer un solide avenir financier. Cela inclut la compréhension des composantes et des caractéristiques attribuées aux hommes et aux femmes entourant les habitudes de dépenses :

Les femmes sont plus portées à trop dépenser pour la nourriture, les vêtements et les produits de soins personnels, tandis que les hommes dépensent trop pour des éléments plus coûteux comme l'éducation, l'habitation et les véhicules.

L'an dernier, 40 % des femmes ont été angoissées à l'idée de ne pas arriver à payer leurs factures, comparativement à 28 % des hommes.

Lors de la planification de leur avenir financier, les hommes ont tendance à espérer obtenir une augmentation de salaire à leur emploi actuel, alors que les femmes espèrent davantage obtenir un nouvel emploi qui offre un bien meilleur salaire.

En 2007, Credit Canada Debt Solutions et Capital One Canada ont travaillé en collaboration afin de créer la première semaine canadienne de l'éducation en matière de crédit (Credit Education Week Canada), dont l'objectif consiste à sensibiliser le public et à éduquer les Canadiens à propos des nombreux problèmes et défis qui se présentent lors de la gestion des finances, des dépenses et des économies. Du 12 au 16 novembre, près de 150 événements et ateliers d'éducation financière auront lieu dans des YMCA et des centres communautaires d'un bout à l'autre du pays dans le cadre de la semaine de l'éducation en matière de crédit, et ce, grâce au soutien et au financement de tous les commanditaires.

### **Au sujet du sondage**

En septembre 2012, Credit Canada Debt Solutions et Capital One Canada ont commandé un sondage mené auprès de 822 Canadiens qui ont pris une résolution quant à leurs habitudes de dépenses. Les répondants étaient également répartis dans les quatre grandes régions du Canada (Ouest, Ontario, Québec et Est) et la marge d'erreur était de +/- 3,4 %, 19 fois sur 20.

### **À propos de Capital One**

Avec des bureaux à Toronto et à Montréal, Capital One offre aux consommateurs canadiens un éventail de cartes de crédit MasterCard concurrentielles depuis 1996, année où l'entreprise a lancé pour la première fois la MasterCard Platinum au Canada.

Capital One Canada est une division de Capital One Bank, filiale de Capital One Financial Corporation, dont le siège est situé à McLean en Virginie (NYSE : COF). Capital One est d'avis qu'il est possible de doter les Canadiens des moyens nécessaires afin qu'ils arrivent à gérer leurs finances grâce à des programmes et des ressources comme le site [lecreditdemystifie.ca](http://lecreditdemystifie.ca), la semaine canadienne de l'éducation en matière de crédit et le défi d'éducation financière de Capital One.

### **À propos de Credit Canada Debt Solutions**

Credit Canada Debt Solutions est un service caritatif sans but lucratif qui a aidé, depuis 1966, des milliers de personnes grâce à des



programmes d'orientation à l'égard du crédit et de gestion des dettes. Credit Canada est membre de l'association ontarienne des services de conseil en matière de crédit (Ontario Association of Credit Counseling Services) et est un membre fondateur de l'association canadienne des services de conseil en matière de crédit (Canadian Association of Credit Counseling Services).

-30-

## **Personne-ressource pour les médias**

Laurel Ostfield, gestionnaire principale des communications

Capital One Canada

416-549-2753

[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)

Laurie Campbell

Credit Canada Debt Solutions

416-228-2526

[lcampbell@creditcanada.com](mailto:lcampbell@creditcanada.com)





## UN SONDAGE RÉVÈLE QUE LA MAJORITÉ DES CANADIENS NE SONT PAS FIDÈLES À LEUR PORTEFEUILLE.

### **En cette semaine de l'éducation en matière de crédit, Capital One Canada et Credit Canada Debt Solutions encouragent les Canadiens à prendre des résolutions financières avant la frénésie des fêtes.**

Toronto, ON (le 13 novembre 2012) – Une nouvelle année occasionne les résolutions du Nouvel An, et les Canadiens parviennent très bien à se promettre de mieux gérer leur argent au cours de l'année à venir. Cependant, ils ne réussissent pas très bien à y donner suite. Même si quatre Canadiens sur cinq affirment prendre des résolutions financières, quatre Canadiens sur cinq avouent également qu'ils ne respectent pas leurs résolutions, d'après un récent sondage commandé par Capital One Canada et Credit Canada Debt Solutions. En fait, les hommes et les femmes avouent tous deux ne pas respecter leurs résolutions, mais les femmes (85 %) sont un peu plus susceptibles de rompre leurs promesses que les hommes (76 %).

Les dépenses folles du temps des fêtes sont à nos portes et les Canadiens ont besoin de prendre leurs résolutions financières au mois de novembre au lieu du mois de janvier, lorsque les échanges de cadeaux sont terminés. La liberté financière consiste à élaborer un plan et à le suivre. La sixième semaine annuelle de l'éducation en matière de crédit qui se tient du 12 au 16 novembre vise à promouvoir une gestion saine des finances personnelles à l'aide de résolutions.

« Nous ne sommes pas étonnés d'apprendre que tant de Canadiens ne tiennent pas leurs résolutions en matière de finances, car plus de la moitié d'entre eux n'utilisent pas les outils à leur disposition afin de les aider à atteindre leurs objectifs, » dit Laurie Campbell, chef de la direction, Credit Canada Debt Solutions. « La semaine de l'éducation en matière de crédit vise à munir les gens des outils pour atteindre leurs objectifs financiers et les maintenir. »

Bien que la plupart des Canadiens prennent la résolution de faire des dépenses plus judicieuses au Nouvel An, Capital One Canada et Credit Canada Debt Solutions recommandent aux Canadiens de prendre leurs résolutions financières maintenant, avant de commencer leur magasinage des fêtes. Le sondage indique que les Canadiens ont pris la résolution de s'acquitter de leurs obligations financières (53 %), de moins dépenser pour l'achat d'un article en particulier (48 %) et de mieux gérer leur budget (47 %). Les dépenses excessives sont notamment encouragées par la pression sociale incitant à la consommation.

« Un rétroviseur n'est pas un bon outil de planification financière; nous encourageons donc les Canadiens à regarder devant eux et à bien réfléchir avant d'acheter, de dépenser et de choisir durant la saison des fêtes, » explique Rob Livingston, président de Capital One Canada. La pression incitant à acheter des articles au-dessus de son budget peut occasionner du stress et causer des disputes familiales ou conjugales.

C'est pourquoi il est important de ne pas jouer aux voisins gonflables, de rechercher les meilleures aubaines et, surtout, d'élaborer un bon plan pour ses dépenses et de le suivre. C'est ça, la vraie liberté financière. »

Selon le sondage, les Canadiens qui tentent de limiter leurs obligations financières ont connu des ennuis avec leurs proches : Après avoir tenté de tenir une résolution relative à l'argent, 51 % des Canadiens se sont sentis coupables, se sont disputés ou se sont sentis exclus de projets avec leur famille et leurs amis.

Bien que les deux tiers des Canadiens mariés ou en union de fait demandent l'aide de leur conjoint ou conjointe afin de tenir leurs résolutions relatives à l'argent, 22 % d'entre eux croient qu'un conjoint dépensier constitue un obstacle à l'atteinte de leurs résolutions financières.

23 % des Canadiens mariés ou en union de fait affirment que leur résolution relative à l'argent a augmenté la fréquence des disputes conjugales au sujet de l'argent et 25 % affirment qu'elle a occasionné un sentiment de culpabilité de ne pas subvenir suffisamment aux besoins de leur famille.

Afin d'aider les Canadiens à prendre et à tenir leurs résolutions de novembre, Capital One Canada et Credit Canada Debt Solutions aident les Canadiens à se fixer des buts simples. Les meilleures résolutions sont élémentaires :

« Je ne jouerai pas aux voisins gonflables. » Ce n'est pas parce que vos voisins vivent au-dessus de leurs moyens en se procurant un VUS neuf que vous devez le faire.

« Je vais comparer les prix avant d'acheter. » Toujours rechercher le meilleur prix est une excellente façon de contrôler les coûts. Épargnez en dépensant moins d'argent!

« Je ne prendrai pas de résolutions fondées sur des remords. » Il nous arrive tous de regretter un achat. Toutefois, la liberté financière consiste à planifier avant de dépenser – et à suivre son plan.

« Les problèmes d'argent peuvent causer du stress et faire en sorte que l'on se sente dépassé par la situation », conclut M. Livingston. Mais quatre Canadiens sur dix connaissent la vérité : à l'aide d'un ajustement à son mode de vie et de quelques outils simples, tout le monde peut atteindre la liberté financière. Téléchargez une application de planification financière sur votre téléphone intelligent, créez un budget réaliste et respectez-le. Vos voisins finiront bien par se dégonfler. »

Afin d'aider les Canadiens à prendre leurs résolutions du Nouvel An durant la semaine de l'éducation en matière de crédit, Capital One Canada et Credit Canada Debt Solutions organisent une célébration, avec une boule qui tombe et des experts en la matière. Célébrez le Nouvel An à l'avance et venez prendre vos résolutions :

- QUOI :** Événement célébrant la semaine de l'éducation en matière de crédit
- QUI :** Laurie Campbell, chef de la direction, Credit Canada Debt Solutions  
Nancy Icely, vice-présidente, Capital One Canada
- OÙ :** Yonge Dundas Square (coin sud-est des rues Yonge et Dundas)
- QUAND :** Le mercredi 14 novembre à 12 h
- POURQUOI :** Pour aider les Canadiens à prendre leurs résolutions en matière d'argent avant la saison des fêtes

Pour en savoir plus sur la liberté financière, visitez le site (en anglais) <http://www.cewc.ca/la-semaine-du-cr%C3%A9dit> dès aujourd'hui.

## Au sujet du sondage

En septembre 2012, Credit Canada Debt Solutions et Capital One Canada ont commandé un sondage mené auprès de 822 Canadiens qui ont pris une résolution quant à leurs habitudes de dépenses. Les répondants étaient également répartis dans les quatre grandes régions du Canada (Ouest, Ontario, Québec et Est) et la marge d'erreur était de +/- 3,4 %, 19 fois sur 20.

## À propos de Capital One

Avec des bureaux à Toronto et à Montréal, Capital One offre aux consommateurs canadiens un éventail de cartes de crédit MasterCard concurrentielles depuis 1996, année où l'entreprise a lancé pour la première fois la MasterCard Platinum au Canada.

Capital One Canada est une division de Capital One Bank, filiale de Capital One Financial Corporation, dont le siège est situé à McLean en Virginie (NYSE : COF). Capital One est d'avis qu'il est possible de doter les Canadiens des moyens nécessaires afin qu'ils arrivent à gérer leurs finances grâce à des programmes et des ressources comme le site [lecreditemystifie.ca](http://lecreditemystifie.ca), la semaine canadienne de l'éducation en matière de crédit et le défi d'éducation financière de Capital One.

## À propos de Credit Canada Debt Solutions

Credit Canada Debt Solutions est un service caritatif sans but lucratif qui a aidé, depuis 1966, des milliers de personnes grâce à des programmes d'orientation à l'égard du crédit et de gestion des dettes. Credit Canada est membre de l'association ontarienne des services de conseil en matière de crédit (Ontario Association of Credit Counseling Services) et est un membre fondateur de l'association canadienne des services de conseil en matière de crédit (Canadian Association of Credit Counseling Services).

- 30 -

## Personne-ressource pour les médias

Laurel Ostfield, gestionnaire principale des communications  
Capital One Canada  
416-549-2753  
[laurel.ostfield@capitalone.com](mailto:laurel.ostfield@capitalone.com)

Laurie Campbell  
Credit Canada Debt Solutions  
416-228-2526  
[lcampbell@creditcanada.com](mailto:lcampbell@creditcanada.com)

