



AUTOMNE 2009

Un message de notre président et chef de la direction

Chers clients, Chères clientes,

C'est avec plaisir que je joins mon premier message dans le bulletin Info, numéro d'automne. Une nouvelle année, remplie de promesses, va bientôt commencer et je profite de cette occasion pour vous communiquer directement mes réflexions sur 2009 et mes pensées pour 2010.

Je me suis joint à CIBC Mellon au début du mois de novembre et je suis honoré de diriger une société qui est fière d'offrir l'excellence en matière de service à la clientèle.

Alors que notre entreprise continue à croître et à évoluer, les valeurs qui guident notre éthique du travail restent les mêmes - l'accent sur le client, le respect, l'investissement personnel, la direction. Ces principes forment la base sur laquelle CIBC Mellon et nos solides relations avec les clients ont été construites au fil des ans.

Notre capacité à vous offrir la meilleure expérience de services aux émetteurs sur le marché représente la clé de notre réussite mutuelle future. À cet effet, nous continuerons à nous concentrer sur ce qui est important - l'inlassable poursuite de l'excellence du service, l'engagement envers une solide gouvernance et la concentration sur vos besoins - chaque jour.

Bien que l'année dernière ait été difficile pour les marchés, CIBC Mellon est restée forte. Je crois qu'il s'agit d'un témoignage de notre dévouement envers le service aux clients ainsi que de la stabilité et de la solidité de nos sociétés mères.

CIBC a acquis la réputation d'être l'une des premières institutions financières au Canada. Notre société mère, BNY Mellon, s'est démarquée par sa force au cours des turbulences financières qui ont touché les marchés. Sa cote de crédit et son ratio de capital de catégorie 1 sont parmi les plus élevés de toutes les principales banques américaines et les résultats de l'épreuve de tension obtenus plus tôt cette année étaient parmi les meilleurs du secteur.

Je suis confiant que notre force et celle de nos sociétés mères continueront à nous permettre de vous offrir une fiabilité, une stabilité et des occasions en 2010.

Alors que les marchés s'améliorent et que la confiance des investisseurs se rétablit, j'ai pour objectif de m'assurer que CIBC Mellon continue à maintenir sa position de chef de file sur le marché canadien et que vous, nos clients, continuez à recevoir le meilleur service.

Je vous souhaite de joyeuses fêtes de fin d'année et le meilleur des succès pour la prochaine année.

Sincères salutations,

Par Tom Monahan, président et directeur général

Un message de notre président et chef de la direction.....1

Une nouvelle image pour CIBC Mellon2

Les ACVM proposent la mise en œuvre des NIIF au Canada3

Le TSX apporte des modifications aux exigences d'approbation des actionnaires 4



Une nouvelle image pour CIBC Mellon

Lorsque The Bank of New York et Mellon Financial ont réalisé leur fusion historique en juillet 2007, elles ont entrepris une révision complète de leur marque, notamment l'élaboration d'un nouveau logo et la création d'une formule novatrice pour représenter l'entité combinée sur le marché. Une fois la mise en œuvre de cette nouvelle marque terminée, CIBC Mellon a senti qu'il y avait une occasion unique de réviser et de restructurer son image, et de rentabiliser efficacement les éléments de la nouvelle marque de notre société mère. Au début de 2009, l'équipe du marketing de CIBC Mellon, en collaboration avec les équipes du marketing de BNY Mellon et CIBC, a amorcé un projet visant à élaborer un nouvel ensemble de normes de marque de commerce pour CIBC Mellon qui illustre notre structure et notre position sur le marché canadien.

Le terme « marque » peut se définir comme le sentiment ou l'impression que les gens ressentent lorsqu'ils interagissent avec une société. Les porteurs de la marque sont les articles qui peuvent aider à créer et à renforcer ce sentiment, soit de façon imprimée, soit en ligne ou en personne. Ils peuvent être aussi simples qu'une signature par courriel ou aussi complexes qu'une campagne de marketing.

Un des plus importants porteurs de marque est le logo de la société. Le logo est le seul identificateur unique qui rappelle instantanément aux clients ce qu'ils ressentent au sujet de la société. Dans un marché interentreprises, la reconnaissance du logo - associée à une perception positive du client à l'égard de l'institution - est l'élément le plus important qu'une société peut utiliser pour rester à jour et le premier à l'esprit de sa base de clients.

À la lumière de ces faits, CIBC Mellon a créé un nouveau logo qui illustre avec plus d'exactitude qui nous sommes et comment nous exerçons nos activités. Il utilise les principaux éléments distinctifs des logos de chacune de nos sociétés mères, CIBC et BNY Mellon; le type de caractères et les couleurs pour être plus exactes. Toutes deux sont représentées de manière égale dans une image claire qui démontre notre structure de coentreprise à parts égales et signifie que les clients de CIBC Mellon bénéficient de la stabilité de CIBC et de BNY Mellon.

En plus d'un nouveau logo, nous avons créé une nouvelle image pour nos accessoires promotionnels. Nous avons modifié et rafraîchi notre site Web, cibcmellon.com, ainsi que certains de nos portails de livraison de l'information en ligne, en les rendant plus intuitifs et conviviaux. Nos annonces dans des publications partout au Canada diffusent un nouveau message, qui est bien reçu par nos clients.

Trop souvent, ce type de changement apporté à une marque de commerce peut être coûteux et inutile. Pour nous assurer que nous lançons notre nouvelle marque efficacement et de façon rentable, nous déployons de nouveaux articles de documentation, car notre inventaire doit être remplacé. Par exemple, nos fournitures de bureau et autres accessoires quotidiens n'ont pas été éliminés, mais à mesure que les stocks seront épuisés, ils seront remplacés par des fournitures portant notre nouvelle marque de commerce.

Nous espérons que vous observerez avec plaisir la naissance de notre nouvelle marque!

Par Barbara Barrow, vice-présidente, Expansion des affaires

Les ACVM proposent la mise en œuvre des NIIF au Canada

Le 25 septembre 2009, les Autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM) ont publié la Norme canadienne 52-107 aux fins de commentaires (anglais seulement). Cette norme, appelée *Norme de vérification et monnaies de présentation acceptables*, pave la voie à la mise en place des Normes internationales d'information financière (NIIF).

La norme propose que toutes les entreprises canadiennes (à l'exception des fonds d'investissement) déposent leurs états financiers conformément aux NIIF pour les années financières commençant à compter du 1^{er} janvier 2011.

Cette transition survient conjointement avec le propre plan du *Canadian Accounting Standard Board's* d'adopter les NIIF.

La nouvelle règle exige notamment que :

- Les émetteurs canadiens utilisent les PCGR pour préparer les états financiers (bien que les émetteurs inscrits aux États-Unis soient autorisés à utiliser les PCGR américains)
- Tous les états financiers doivent indiquer explicitement qu'ils sont conformes aux NIIF.
- La première fois que les états financiers intermédiaires sont déposés au moyen des NIIF, un état additionnel décrivant la situation financière de la société à la date de la transition doit également être déposé.

Cette norme ainsi que d'autres règles et normes liées aux NIIF comportent plusieurs changements de terminologie. Dans tous les cas, ces changements ont été apportés pour que la terminologie de production de rapport actuelle corresponde à la nomenclature des NIIF.

Les commentaires relatifs à la nouvelle règle doivent être transmis au plus tard le 24 décembre 2009.

Pour de plus amples renseignements sur la façon dont les NIIF peuvent toucher vos rapports financiers, veuillez lire notre article sur les NIIF dans le numéro d'Info du printemps.

Par James Hinnecke, directeur, Gestion de produits



Le TSX apporte des modifications aux exigences d'approbation des actionnaires

La Bourse de Toronto (TSX) a annoncé des changements à ses règles sur les offres d'achat publiques et les fusions.

Les sociétés inscrites à la cote du TSX doivent maintenant obtenir l'approbation des actionnaires lorsqu'une acquisition entraîne une augmentation des actions en circulations et émises d'au moins 25 pour cent.

Auparavant, la société faisant l'acquisition n'avait pas à se conformer à cette exigence si elle acquérait une société ouverte d'au moins 50 actionnaires. À compter du 24 novembre 2009, cette exemption a été éliminée et l'approbation des actionnaires des sociétés inscrites à la cote du TSX est maintenant requise peu importe si la société visée est ouverte ou fermée et peu importe sa taille. Cela signifie qu'une acquisition qui donne lieu à une augmentation des actions émises et en circulation d'au moins 25 pour cent doit d'abord être approuvée par les actionnaires.

Les modifications à ces exigences d'approbation des actionnaires ont été mises en place suite à des demandes distinctes de commentaires publiées par le TSX en 2007 et 2009. Bien que les modifications portaient initialement sur un seuil de 25 pour cent, les commentaires reçus ont attiré l'attention sur les sociétés ouvertes par rapport aux sociétés fermées. D'après les commentaires des émetteurs, le TSX a déterminé que le seuil devait rester à 25 pour cent et serait maintenant appliqué à l'acquisition de sociétés privées.

Par John Fish, spécialiste des communications, Expansion des affaires

CIBC MELLON

► UNE COENTREPRISE DE BNY MELLON ET CIBC

CIBC Mellon est un utilisateur autorisé de la marque de commerce CIBC et certaines BNY Mellon marques de commerce.

Info[®] est distribué à des fins d'information générale seulement et Société de services de titres mondiaux CIBC Mellon, Compagnie Trust CIBC Mellon, CIBC, The Bank of New York Mellon Corporation et leurs sociétés affiliées ne garantissent pas l'exactitude ou l'exhaustivité de son contenu. Les lecteurs sont informés que le contenu de la présente publication ne devrait pas être interprété comme constituant un avis juridique, fiscal, comptable, en placement, financier ou un autre avis professionnel et qu'il n'a pas été rédigé pour un tel usage.
