



PRÉSENTATION DU GROUPE BANQUE TD LORS DE LA UBS BEST OF AMERICAS CONFERENCE LE 9 SEPTEMBRE 2011

AVIS DE NON-RESPONSABILITÉ

LES RENSEIGNEMENTS CONTENUS DANS LA PRÉSENTE TRANSCRIPTION SONT UNE REPRÉSENTATION TEXTUELLE DE LA CONFÉRENCE TENUE PAR LA BANQUE TORONTO-DOMINION (« LA BANQUE » OU « LA TD ») DANS LE CADRE DE LA UBS BEST OF AMERICAS CONFERENCE; BIEN QUE DES EFFORTS SOIENT FAITS POUR FOURNIR UNE TRANSCRIPTION EXACTE, DES ERREURS, DES OMISSIONS OU DES IMPRÉCISIONS IMPORTANTES PEUVENT S'ÊTRE GLISSÉES LORS DE LA TRANSMISSION DE LA SUBSTANCE DE LA CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE. EN AUCUN CAS LA BANQUE TD N'ASSUME-T-ELLE DE RESPONSABILITÉ À L'ÉGARD DE DÉCISIONS DE PLACEMENT OU D'AUTRES DÉCISIONS PRISES EN FONCTION DES RENSEIGNEMENTS FOURNIS DANS LE SITE WEB DE LA BANQUE TD OU LA PRÉSENTE TRANSCRIPTION. LES UTILISATEURS SONT INVITÉS À PRENDRE CONNAISSANCE DE LA WEBDIFFUSION ELLE-MÊME (ACCESSIBLE SUR TD.COM/FRANCAIS/INVESTISSEURS), AINSI QUE DES DOCUMENTS DÉPOSÉS PAR LA BANQUE TD AUPRÈS DES ORGANISMES DE RÉGLEMENTATION, AVANT DE PRENDRE DES DÉCISIONS DE PLACEMENT OU AUTRES.

MISE EN GARDE À L'ÉGARD DES ÉNONCÉS PROSPECTIFS

De temps à autre, la Banque fait des énoncés prospectifs, écrits et verbaux, y compris dans le présent document, d'autres documents déposés auprès des organismes de réglementation canadiens ou de la Securities and Exchange Commission des États-Unis et d'autres communications. En outre, des représentants de la Banque peuvent formuler verbalement des énoncés prospectifs aux analystes, aux investisseurs, aux représentants des médias et à d'autres personnes. Tous ces énoncés sont faits conformément aux dispositions d'exonération, et constituent des énoncés prospectifs selon les lois canadiennes et américaines sur les valeurs mobilières applicables, y compris la loi U.S. Private Securities Litigation Reform Act of 1995. Les énoncés prospectifs comprennent, entre autres, des énoncés concernant les objectifs et les priorités de la Banque pour 2011 et par la suite, et ses stratégies pour les atteindre, ainsi que le rendement financier prévu de la Banque. Les énoncés prospectifs se reconnaissent habituellement à l'emploi de termes et expressions comme « croire », « prévoir », « s'attendre à », « avoir l'intention de », « estimer », « planifier » et « pouvoir », et de verbes au futur ou au conditionnel.

De par leur nature, ces énoncés obligent la Banque à formuler des hypothèses et sont assujettis à des risques et incertitudes, généraux ou spécifiques. Particulièrement du fait de l'incertitude qui plane sur les environnements financier, économique et réglementaire, de tels risques et incertitudes – dont bon nombre sont indépendants de la volonté de la Banque et dont les répercussions peuvent être difficiles à prévoir – peuvent faire en sorte que les résultats réels diffèrent considérablement de ceux avancés dans les énoncés prospectifs. Certains des facteurs incluent les risques, notamment de crédit, de marché (y compris les marchés des actions, des marchandises, des changes et des instruments à taux d'intérêt), d'illiquidité, d'exploitation, de réputation, d'assurance, de stratégie et de réglementation, ainsi que les risques juridiques et environnementaux et les autres risques présentés dans le rapport de gestion du rapport annuel de 2010 de la Banque. Parmi les autres facteurs de risque, mentionnons l'incidence des récentes modifications législatives aux États-Unis, comme il est mentionné à la rubrique « Événements importants en 2010 » de la rubrique « Notre rendement » du rapport de gestion de 2010; les modifications aux lignes directrices sur les fonds propres et les liquidités, et les instructions relatives à la présentation ainsi que leur nouvelle interprétation; l'augmentation des coûts de financement de crédit causée par l'illiquidité des marchés et la concurrence pour l'accès au financement; le défaut de tiers de se conformer à leurs obligations envers la Banque ou ses sociétés affiliées relativement au traitement et au contrôle de l'information. Cette énumération n'est pas une liste exhaustive de tous les facteurs de risque possibles et d'autres facteurs pourraient également avoir une incidence négative sur les résultats de la TD. Pour obtenir de plus amples renseignements, se reporter à la section intitulée « Facteurs de risque et gestion des risques » du rapport annuel de 2010 de la Banque. Le lecteur doit examiner ces facteurs attentivement, ainsi que d'autres incertitudes et événements possibles, de même que l'incertitude inhérente aux énoncés prospectifs, avant de prendre des décisions à l'égard de la Banque, et il ne devrait pas se fier indûment aux énoncés prospectifs de la Banque.

Les hypothèses économiques importantes étayant les énoncés prospectifs contenus dans cette présentation sont énoncées dans le rapport annuel de 2010 de la Banque, à la rubrique « Sommaire et perspectives économiques », telle qu'elle est mise à jour dans le communiqué aux actionnaires pour le troisième trimestre de 2011, ainsi qu'aux rubriques « Perspectives et orientation pour 2011 » pour chacun des secteurs d'exploitation, telles qu'elles sont mises à jour dans le communiqué aux actionnaires sur les résultats du troisième trimestre de 2011 sous les rubriques « Perspectives ».

Tout énoncé prospectif contenu dans le présent document représente l'opinion de la direction uniquement à la date des présentes et est communiqué afin d'aider les investisseurs et les analystes de la Banque à comprendre la situation financière, les objectifs et les priorités, ainsi que le rendement financier prévu de la Banque aux dates indiquées et pour les trimestres terminés à ces dates, et peut ne pas convenir à d'autres fins. La Banque n'effectuera pas de mise à jour des énoncés prospectifs, écrits ou verbaux, qui peuvent être faits de temps à autre par elle ou en son nom, à l'exception de ce qui est exigé en vertu des lois sur les valeurs mobilières applicables.

CONFÉRENCIER DE LA BANQUE TD

Tim Hockey

*Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD,
Président et chef de la direction, TD Canada Trust*

PRÉSENTATION

Introduction par John Hughes, UBS :

Nous allons maintenant poursuivre les présentations avec La Banque TD, banque canadienne, évidemment. Notons qu'à l'échelle mondiale, les banques canadiennes constituent un brillant exemple de résilience par rapport à une catastrophe financière. Il est intéressant de constater que maintenant, la capitalisation boursière de cette entreprise équivaut à celles de Bank of America et Citigroup. C'est une entreprise très habile.

En effet, ils se sont débarrassés de la tâche de lire les énoncés prospectifs en me demandant de le faire. Donc je vous prie d'être indulgent à mon égard. Je vais passer à travers ce document très rapidement. Puisque je n'ai pas le choix, je vais le lire.

Mais avant d'aller plus loin, j'aimerais souligner à nos auditeurs que notre présentation renferme des énoncés prospectifs et que, dans la réalité, les résultats pourraient différer sensiblement des prévisions qui y sont avancées. Ces énoncés prospectifs représentent l'opinion de la direction et sont communiqués dans le seul but d'aider les actionnaires de la Banque et les analystes à comprendre la situation financière, les objectifs et les priorités de la Banque ainsi que ses rendements financiers attendus, et ils pourraient ne pas convenir à d'autres fins. Nous avons eu recours, lors de la formulation de ces énoncés, à des hypothèses et facteurs importants, au sujet desquels on pourra lire des précisions dans le rapport de gestion du troisième trimestre de 2011 et le rapport annuel de 2010 de la Banque, qui sont disponibles sur le site TD.com.

Je vous remercie et à l'année prochaine. Je vais laisser la place à Tim Hockey, qui est avec nous aujourd'hui. Il est le chef de groupe des Services bancaires canadiens et de Financement auto TD. Il dirige également deux des principaux secteurs d'activités aux États-Unis, soit le financement auto et les cartes de crédit. Tim possède 28 années d'expérience au sein de l'entreprise. À toi, Tim.

Tim Hockey

*Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD,
Président et chef de la direction, TD Canada Trust*

Merci, Johnny. Je crois que le fait que nous tenons à ce que soient communiqués les énoncés prospectifs et que nous demandons à quelqu'un d'autre de le faire est un bon indice de notre degré de prudence à titre de banque. Merci beaucoup.

J'ai pensé qu'il serait utile de commencer avec une présentation générale de la structure de La Banque TD, donc passons à la diapositive 2. Tel qu'il a été mentionné, je suis responsable des services bancaires offerts en succursale au Canada et des secteurs des cartes de crédit et du financement auto en Amérique du Nord.

À La TD, nous observons une stratégie qui consiste à administrer une banque nord-américaine axée sur la croissance et les services de détail à faible risque. Le secteur de détail est composé des services bancaires canadiens, de la gestion de patrimoine, qui inclut le patrimoine mondial au Canada et au Royaume-Uni, de notre placement stratégique dans TD Ameritrade et, enfin, des services bancaires personnels et commerciaux aux États-Unis.

Notre courtier de gros axé sur le client est Valeurs Mobilières TD.

Notre banque est principalement axée sur les activités de détail, environ 90 % de notre bénéfice ajusté depuis le début de l'exercice s'établissant provenant de ce secteur d'activités. L'apport restant est tiré de notre secteur de gros.

Comme vous le voyez, la marque TD est appliquée de façon uniforme à tous nos secteurs.

Nos affaires sont fondées sur un modèle axé sur le service et la convivialité, lequel constitue notre avantage concurrentiel. Nous avons de solides réussites à notre actif et avons toujours été reconnus comme le chef de file en matière de service et de convivialité.

Veillez ouvrir la diapositive 3. Voyons d'abord le contexte. C'est une banque dont le siège social est situé au Canada et qui existe depuis 156 ans. Nous faisons partie des dix principales banques en Amérique du Nord. À la TD, nous observons une stratégie éprouvée qui consiste à administrer une banque nord-américaine axée sur la croissance et les services de détail à faible risque. Autant au Canada qu'aux États-Unis, nous nous faisons un devoir d'agir à titre de chef de file en matière de service à la clientèle et de convivialité en tout temps. Nous continuons de tirer parti de nos produits, de nos processus, de notre technologie et de nos gens tout en bâtissant la première vraie banque nord-américaine. Notre portée est considérable, avec plus de 1 100 succursales au Canada et plus de 1 275 succursales aux États-Unis.

Au cours des quatre derniers trimestres, nous avons gagné 5,5 G\$ CA au titre du bénéfice ajusté lié aux activités de détail, et notre rendement est supérieur à celui de nos pairs nord-américains.

Notre stratégie consiste à établir et exploiter des secteurs ainsi qu'à ne pas ménager les efforts pour assurer le service à la clientèle et établir des relations. Ed Clark, notre chef de la direction, mentionne souvent que tous les membres de l'organisation sont conscients de l'importance de notre stratégie lorsqu'ils créent un plan d'affaires; ils doivent décrire comment ils prévoient « sortir gagnants » ou, en d'autres mots, comment ils pensent tirer parti de notre avantage concurrentiel dans le cadre d'une course serrée visant un secteur.

Donc, comment sortons-nous gagnants? Le secteur de détail constitue le meilleur exemple. Si des succursales sont situées aux bons emplacements, au Canada ou aux États-Unis, et qu'elles offrent un service exceptionnel pendant un nombre d'heures plus élevé, nous pouvons toujours nous attendre à ce que plus de 25 % des activités commerciales aient lieu à ces mêmes emplacements dans cinq ans.

Pour terminer, notez la structure qui représente ce secteur sur la diapositive. Nous estimons que notre rigueur à l'égard des risques constitue une fondation solide pour ce secteur. Nous obéissons à une philosophie prudente de gestion des risques, doublée de règles strictes en matière de crédit et d'un bilan solide, et nos pratiques de gestion des risques et des liquidités sont exemplaires. Nous limitons les risques à ceux que nous connaissons et que nous pouvons gérer. Nous sommes aussi très réalistes quant aux relations entre les risques et les avantages. En raison de notre rigueur à l'égard des risques, nous sommes l'une des quelques banques dans le monde à avoir pu neutraliser l'incidence directe de la crise financière.

Pour les raisons susmentionnées ainsi que d'autres raisons, le groupe Banque TD a également été qualifié de meilleure banque en Amérique du Nord par le magazine *Euromoney* pour les trois dernières années.

Nous appliquons notre stratégie simple, nous demeurons concentrés en tout temps et nous travaillons sans relâche afin de fournir des résultats solides de façon stable. Notre rendement financier a prouvé qu'un secteur d'affaires solide peut être source de réussites et prendre sa part de marché même dans des conditions économiques difficiles.

Veillez ouvrir la diapositive 4. Elle présente nos quatre principaux secteurs d'affaires et notre présence en Amérique du Nord. Ce qui ressort de cette diapositive est le fait que la TD fait maintenant partie des dix principales banques en Amérique du Nord et des dix principales banques aux États-Unis seulement alors qu'en 2004, la TD était complètement absente aux États-Unis. Nous avons cru pouvoir devenir un intervenant majeur ayant une portée considérable aux États-Unis et nous avons réussi à atteindre la rentabilité.

Sur cette carte, on peut voir que notre présence est concentrée dans les principaux marchés au Canada et dans les principales régions métropolitaines des États-Unis, du Maine à la Floride.

Ensemble, nos secteurs visent à tirer profit du positionnement solide de la marque de La Banque TD et à dégager des résultats stables dans divers cycles économiques.

Veillez ouvrir la diapositive 5. Collectivement, nos succursales ont enregistré des résultats impressionnants et stables. Notre stratégie axée sur les services de détail à faible risque et la fiabilité du taux de croissance continue de nous permettre d'enregistrer un bénéfice par action ajusté variant entre 7 % et 10 %, conformément à notre fourchette cible de croissance du bénéfice par action ajusté à moyen terme. Au cours des cinq dernières années, notre bénéfice ajusté a crû à un taux de croissance annuel composé de 13 %, et notre bénéfice ajusté par action a crû à un taux de croissance annuel composé de 7 %. Dans l'ensemble, chacun de nos secteurs d'activité a cru avec le temps et a clairement démontré sa capacité de résilience en continuant d'augmenter leur rentabilité pendant la pire récession depuis la Grande dépression. La TD a prouvé qu'elle était en mesure de fournir une croissance solide pour tous ses secteurs d'activité, même en période d'incertitude économique.

La diapositive 6 nous donne un aperçu assez précis de notre situation par rapport à nos pairs du Canada et de l'Amérique du Nord. Cette diapositive contient beaucoup de chiffres, mais ce qu'il faut retenir est que la TD fait partie des dix principales banques en Amérique du Nord en ce qui a trait à de nombreuses mesures clés, dont le total de l'actif, les dépôts, les gains en matière de capitalisation boursière ou le nombre d'employés. Notre stratégie axée sur les services de détail nous a permis de nous hisser au premier rang en matière de bénéfices ajustés liés aux activités de détail au Canada. Avec nos succursales américaines, nous sommes maintenant la troisième banque en Amérique du Nord en termes de bénéfices ajustés liés aux activités de détail. Notre modèle axé sur les services de détail à faible risque est l'une des principales raisons pour laquelle la TD demeure l'une des rares banques dans le monde dont la cote de crédit s'établit à AAA.

La diapositive 7 présente la TD dans un contexte plus large, et on peut voir que son profil est solide comparativement à celui des banques européennes. Ce fait est d'autant plus vrai lorsqu'on tient compte de sa situation de capital. La TD est bien positionnée pour répondre aux nouvelles exigences en matière de capital de Bâle III. Notre dernière mise à jour à l'intention du marché annonçait que nous prévoyions atteindre la limite supérieure de la fourchette de taux allant de 7 % à 8 % d'ici 2013, soit bien avant la date de mise en œuvre prévue de la réforme des exigences en matière de capital.

Veillez ouvrir la diapositive 8. J'aimerais maintenant discuter plus en détail de notre secteur d'assurance et de services bancaires canadien, soit les services bancaires TD canadiens. Ceux-ci comprennent Assurance TD, dont l'apport compte pour plus de la moitié du total des bénéfices ajustés de La Banque TD. TD Canada Trust consiste en notre marque de services de détail canadienne, qui offre une gamme complète de produits et services financiers par l'intermédiaire de notre réseau de succursales de détail, de notre réseau téléphonique, des services bancaires par Internet, de la Machine Verte TD, des GAB et des services mobiles. Nous avons plus de 1 100 succursales au Canada, et nous servons près de 12 millions de clients particuliers et commerciaux au Canada.

De quelle façon choisissons-nous de livrer concurrence? Nous sommes d'avis que plusieurs moyens s'offrent aux organisations de tous les secteurs pour concurrencer : le prix, le produit ou le service. Le prix et le produit peuvent être égalés en peu de temps. Nous sommes d'avis que l'unique avantage concurrentiel réel est le service et la commodité, et il s'agit d'un concept très difficile à copier pour un concurrent. Notre leadership indéniable en matière de service à la clientèle et de commodité ainsi qu'une présence accrue constituent les principales raisons de notre position de chef de file dans pratiquement toutes les catégories de produits sur le marché.

Nous sommes sérieusement engagés à investir dans nos succursales, nos employés ayant un contact avec les clients et les canaux directs. Bien que nous mettions l'accent sur le réinvestissement, étant donné notre capacité à dépasser nos pairs en matière de croissance et nos efforts soutenus liés à l'excellence opérationnelle, nous avons été en mesure d'atteindre des ratios d'efficacité exemplaires.

Veuillez ouvrir la diapositive 9. Parlons maintenant de notre démarche d'exploitation. J'aimerais vous montrer quelques-uns des indicateurs de réussite de notre stratégie et de notre modèle d'affaires. Notre stratégie est axée sur deux éléments clés, soit le service et la commodité, et elle n'a pas changé depuis plus de dix ans. C'est une stratégie simple, mais efficace.

En ce qui a trait à la satisfaction de la clientèle, nous avons toujours eu une longueur d'avance sur nos concurrents. Nous sommes au premier rang en matière de satisfaction de la clientèle au Canada pour la sixième année consécutive selon J.D. Power, qui évalue la satisfaction de la clientèle au Canada depuis six ans. Au cours des trois dernières années, seulement deux prix ont été remis, soit J.D. Power et Synovate. Chaque prix est composé d'environ 20 sous-catégories différentes. Si nous multiplions les trois dernières années par ces 20 sous-catégories, nous obtenons 60 prix potentiels, et nous avons gagné 59 d'entre eux.

Nous haussons les objectifs à atteindre sur une base continue et l'indice de satisfaction lié à notre service à la clientèle a augmenté chaque année depuis 2008. Le nombre d'heures d'ouverture de nos succursales dépasse de 50 % celui de nos concurrents et nos succursales sont ouvertes plus tard afin de mieux servir nos clients depuis 2001. En février, nous avons lancé les services bancaires du dimanche et plus de 300 succursales au Canada sont maintenant ouvertes le dimanche. Contrairement aux États-Unis, les services bancaires du dimanche consistent en un nouveau concept pour les Canadiens. Et d'après ce que nous avons observé, ils l'apprécient.

En plus d'être chef de file en matière de commodité en succursale, nous sommes également chef de file en matière de services en ligne et sur le marché croissant des services bancaires mobiles. Plus d'un million de téléchargements de l'application des services bancaires mobiles de la TD ont été effectués au Canada au cours des 14 derniers mois, un sommet, toute banque canadienne confondue. Nous poursuivons nos efforts pour augmenter la commodité des services que nous offrons aux Canadiens. Il s'agit d'une composante clé de notre avantage concurrentiel qui nous aide à remporter la mise.

Le leadership en matière de service et de commodité constitue l'avantage concurrentiel de la TD. Comment le maintenons-nous? En réinvestissant de façon continue. Au cours des cinq dernières années, sur trois nouvelles succursales bancaires canadiennes, une faisait partie de la TD. Notre récent investissement visant l'ouverture de succursales le dimanche, notre acquisition de Chrysler Financial et l'acquisition proposée du portefeuille de cartes de crédit MBNA Canada constituent de bons exemples de notre stratégie d'investissement en vue d'une croissance future.

Ensemble, notre leadership en matière de service à la clientèle et de commodité et notre engagement à investir dans notre croissance future nous ont permis de dépasser nos pairs sur une base régulière. Nous avons su maintenir un écart de croissance des produits qui s'est établi, en moyenne, à près de 2 % par rapport au taux de croissance des produits de nos pairs au cours des cinq dernières années.

Veuillez ouvrir la diapositive 10. On me demande souvent qu'est-ce qui stimulera la croissance future, étant donné que nous sommes déjà en position de chef de file en matière de quote-part de marché et

que l'économie canadienne semble tendre vers un ralentissement. Voici donc quelques réflexions à ce sujet.

À la TD, nous cherchons toujours à tirer parti de nos meilleures capacités de distributions. Cet avantage lié à la distribution nous permet de cibler des zones sous-représentées et de les transformer en occasions de croissance uniques. Nous avons retenu certaines de ces occasions et j'aimerais vous en parler maintenant.

Bien que nous sommes des chefs de file en matière de services bancaires personnels, nous avons sous-investi dans le secteur des services bancaires d'affaires au Canada. Nous savions que notre modèle lié au service et à la commodité interpellait beaucoup les propriétaires de petites entreprises, mais, au cours des dernières années, nous avons investi dans les processus plutôt que dans la technologie et, surtout, dans les employés ayant un contact avec les clients d'affaires. En effet, au cours des dernières années, nous avons ajouté plus de 500 banques d'affaires. Pour nous, il s'agissait d'une occasion de croissance unique alors que d'autres banques avaient les mains liées en raison de la récession et commençaient à tirer de l'arrière. Grâce à notre bilan et notre situation de liquidité solides, nous avons été en mesure de continuer à consentir des prêts, ce qui a été très rentable. Au cours des deux dernières années, notre quote-part du marché s'est accrue de plus de 300 points de base, un niveau rarement atteint en si peu de temps, et des progrès sont encore possibles.

L'assurance constitue un autre secteur clé pour la TD. Au Canada, les banques ne sont pas autorisées à vendre des produits d'assurance vie et résidentielle par l'intermédiaire de leurs succursales, mais elles peuvent vendre certains produits comme de l'assurance médicale de voyage et de l'assurance vie sur produits d'emprunt. À la TD, nous sommes déjà des chefs de file en matière d'assurance directe et nous sommes le plus grand assureur pour les partenaires offrant des cartes d'affinité. Encore une fois, nous avons beaucoup de potentiel. En effet, un Canadien sur trois effectue ses opérations bancaires chez nous, mais nous n'assurons cependant qu'un Canadien sur dix, ce qui laisse beaucoup de place à la croissance. D'ailleurs, nous avons déjà constaté de solides progrès.

Penchons-nous maintenant sur le secteur des cartes de crédit. Lorsque nous avons acquis Canada Trust il y a 10 ans, nous avons dû vendre notre portefeuille MasterCard, ce qui nous a laissé avec une très petite part du marché dans les cartes Visa seulement. Après quelques années, nous avons enregistré une très forte croissance interne en tirant profit de notre solide réseau de succursales et de nos relations avec les clients. En fait, nous avons enregistré le gain de parts de marché le plus élevé d'un exercice à l'autre comparativement à nos pairs du secteur des cartes de crédit personnelles.

Si l'on tient compte de la récente acquisition de MBNA qui devrait se conclure au premier trimestre de 2012, la TD devient une société de cartes de crédit à double émission de premier rang au Canada. En fait, l'opération avec MBNA offrait une occasion unique de prendre de l'expansion et constituait un autre générateur de croissance de nos activités liées aux cartes de crédit. D'ailleurs, je vais prendre un peu de temps pour parler plus en détail de l'opération avec MBNA dans un instant.

Non seulement nous cherchons des occasions de croissance par l'intermédiaire des produits, mais nous cherchons également les occasions géographiques qui s'offrent à nous au Canada. Par exemple, la province de Québec est un marché de croissance important pour nous. Dans l'ensemble, environ 60 % de nos 1 100 succursales sont situées dans la province d'Ontario, ce qui correspond à environ une succursale pour 20 000 personnes en Ontario. Dans la province de Québec, ce ratio s'établit à une succursale pour 73 000 personnes. La densité de nos succursales est beaucoup plus élevée en Ontario, mais notre avantage horaire au Québec produit le même effet, pour ne pas dire un plus grand effet. Au cours des dernières années, nous avons mis en place une équipe québécoise composée de leaders qui comprennent les nuances du marché afin de s'assurer que nous répondons aux besoins locaux de façon appropriée. Nous avons également augmenté notre investissement en ouvrant 20 succursales au Québec depuis 2005, soit 50 % plus rapidement que dans le reste du pays. Actuellement, nous avons moins de 10 % des parts du marché. Par conséquent, encore beaucoup d'occasions s'offrent à nous, et nous progressons en ce sens.

Mis à part le Québec, l'ouest du Canada présente des occasions. Et comme nous souhaitons élaborer des solutions couvrant l'Amérique du Nord, ces occasions pourraient nous permettre de traverser la frontière.

Passons maintenant à la diapositive 11. Nous avons parlé des occasions sous exploitées. Ces occasions constituent une bonne entrée en matière pour parler des dernières occasions d'acquisitions dont nous avons tiré parti. En effet, ces deux types d'occasions nous ont permis de faire croître nos principaux actifs, qui ont contribué à l'augmentation de nos capacités de génération d'actifs, ce qui constitue la clé, étant donné l'écart important entre nos dépôts et nos emprunts aux États-Unis.

Parlons d'abord de Chrysler Financial. Vous ne savez peut-être pas que la TD est déjà bien ancrée dans le domaine du prêt automobile, où elle joue un rôle important au Canada. Lorsqu'on combine nos activités existantes au Canada et aux États-Unis et Chrysler Financial, notre réseau de prêteur automobile en Amérique du Nord totalise maintenant plus de 10 000 participants. Dans le cadre de l'opération, nous avons été en mesure d'élaborer une équipe de direction éprouvée et d'acquérir une plateforme déjà établie, qui, à son meilleur, a consenti et détenu des prêts automobiles de plus de 75 G\$.

Bien que nous prenions notre temps pour croître à titre d'entreprise, nous sommes satisfaits du progrès réalisé jusqu'à maintenant. Il est encore tôt pour en parler en détail, mais l'intégration va pour le mieux, et nous avons déjà commercialisé Chrysler Financial en Amérique du Nord sous le nom de Financement auto TD. Un bon nombre de vendeurs se sont engagés et notre réseau de vendeurs en compte maintenant plus de 6 800, bien plus que nos attentes initiales. Donc, le réseau progresse bien, mais j'aimerais aussi mentionner que la concurrence est forte sur ce marché et nos marges sont plus serrées que prévu, étant donné le bon rendement de la catégorie des actifs de prêts automobiles pendant la récession. En conclusion, nous croyons toujours au potentiel à long terme que cette acquisition nous apporte dans les principaux marchés de croissance.

Passons maintenant à l'opération avec la Banque MBNA. Les mesures que nous avons prises pour assurer notre croissance dans le secteur du prêt automobile ont été appliquées de façon semblable au secteur des cartes de crédit. J'ai mentionné plus tôt qu'il s'agit d'un secteur dans lequel nous avons progressé, mais notre présence est moins importante sur ce marché. Cette opération aura pour effet de nous placer au premier palier, ce qui permettra à la TD d'émettre deux cartes de crédit au Canada, offrant ainsi plus de choix aux clients.

D'un point de vue stratégique, l'opération est logique, car le modèle de cette entreprise complète le nôtre. Il nous permettra de fusionner le secteur exceptionnel de l'emprunt de la TD et le secteur de l'emprunt direct de MBNA Canada. Nous devrions également profiter de nouvelles relations, grâce à l'ajout de 1,8 million de nouveaux comptes actifs et, notamment, d'un secteur d'affinité important à l'échelle du marché de la consommation. Le modèle d'affaires sera modifié à quelques égards, car nous serons moins agressifs en matière d'offres de taux promotionnels, raison pour laquelle nous nous attendons à ce que notre chiffre d'affaires s'établisse à environ 6,5 G\$ CA d'ici la clôture de l'opération au premier trimestre de l'exercice 2012.

Nous sommes très fiers de ces dernières acquisitions. Combinées à nos activités existantes, elles stimuleront vivement la croissance interne et elles constitueront une composante clé de notre stratégie continue visant à accélérer la croissance de nos actifs et de notre part de marché.

Passons maintenant à la diapositive 12. Comme beaucoup d'intérêt est démontré à l'égard de notre secteur américain, je vais présenter un aperçu de celui-ci ainsi que quelques mises à jour. Mais d'abord, mettons en contexte ceux et celles qui sont un peu moins familiers avec le secteur américain. En 2004, nous avons pris la décision stratégique d'étendre nos activités aux États-Unis. Outre les possibilités évidentes qu'offre un marché dix fois plus important que celui du Canada, la correspondance culturelle revêtait une importance particulière lors de nos débuts aux États-Unis. Même si les modèles d'affaires américains et canadiens sont différents, nous souhaitons maintenir l'importance primordiale que nous accordons au service et à la commodité.

Notre équipe américaine a fait un travail exceptionnel pour nous faire connaître aux États-Unis au cours des six dernières années. En effet, alors que nous brillions par notre absence en 2004, nous avons aujourd'hui près de 1 300 succursales grâce à l'acquisition de plusieurs banques américaines et de la forte croissance de succursales *de novo*. L'année dernière, nous avons ouvert 35 succursales aux États-Unis. Nous en avons maintenant 37 et nous devrions être en mesure d'atteindre le même niveau cette année. Nos acquisitions sont maintenant toutes en exploitation sur la même plateforme et ont toutes été commercialisées sous la marque TD.

Aujourd'hui, nous disposons d'une marque très intéressante d'un bout à l'autre de la côte est, avec plus de 1 275 succursales, du Maine à la Floride. La Banque TD, la banque américaine la plus pratique, détenait des dépôts de 151 G\$ et des prêts de 76 G\$ à la fin du troisième trimestre. Nous sommes présents dans 5 des 10 principales agglomérations urbaines, ce qui nous donne accès à plus de 50 millions de personnes qui sont situées à moins de 5 miles de nos succursales. Le volume des dépôts qui nous sont confiés nous place parmi les 10 principaux intervenants de ce secteur aux États-Unis, y compris sur le marché intéressant de la Floride.

Pour avoir un aperçu plus juste de notre ampleur, mentionnons que nous avons une succursale sur Wall Street, à New York, qui détient des dépôts de plus de 1 G\$, soit une somme supérieure aux dépôts de 93 % de toutes les banques aux États-Unis.

Gagnante aux États-Unis, notre marque s'inspire de celle du secteur canadien et fonctionne très bien. Nous enregistrons une forte croissance des emprunts et des dépôts internes, ce qui est très encourageant si l'on compare à la croissance enregistrée par d'autres banques américaines. De décembre 2007 à décembre 2010, soit pendant la crise financière, nos dépôts ont cru du double de ceux de nos concurrents, bien que la croissance interne des emprunts se soit établie à 30 % et que nos concurrents aient vu leurs emprunts diminuer de 4 %. Cet enchaînement de réussites s'est poursuivi en 2011. Au cours du troisième trimestre, nos activités américaines ont continué de fournir une croissance interne supérieure à celle de nos pairs, d'un exercice à l'autre, les emprunts et les dépôts s'étant accru de 12 % et de 10 %, respectivement.

Nous anticipons la croissance continue et la réussite de nos activités bancaires personnelles et commerciales aux États-Unis. Nous sommes conscients de l'incertitude inhérente à l'économie et des obstacles réglementaires. Cependant, nous avons déjà eu à faire face à des défis par le passé, et notre modèle d'affaires axé sur les services de détail à faible risque nous a permis de continuer à croître. Et nous sommes sûrs d'être en mesure de poursuivre notre croissance.

Veillez passer à la diapositive 13. Dans l'avenir, que nous réserve notre stratégie? Une combinaison de facteurs favorables et de défis devraient se présenter, mais, dans l'ensemble, nous estimons que l'occasion d'enregistrer un solide taux de croissance ne disparaîtra pas au cours des années à venir.

Premièrement, voyons les facteurs favorables. Autant du point de vue du client que de l'employé, notre marque est très solide. D'importantes occasions de croissance s'offrent à nous au sein de nos succursales existantes au Canada et aux États-Unis, y compris plus de 200 succursales qui ont moins de 4 ans aux États-Unis. En vue de l'avenir, nous avons investi de façon continue dans l'établissement de nouvelles succursales dans des emplacements clés et dans les employés ayant un contact avec les clients, afin de fournir le meilleur service à la clientèle qui soit.

Finalement, notre acquisition de Chrysler Financial et l'acquisition proposée du portefeuille de cartes de crédit de MBNA Canada constituent de bons exemples des plateformes d'emprunt qui devraient nous fournir de nouvelles possibilités de croissance.

Dans l'ensemble, nous sommes très optimistes en ce qui a trait à notre avenir à long terme.

Cela dit, nous nous attendons évidemment à ce que certains défis se présentent. Cependant, nous sommes bien positionnés pour y faire face.

Premièrement, l'environnement macroéconomique est très incertain. Bien que l'économie semble s'améliorer graduellement et que la reprise se comporte de façon semblable à celle des récessions précédentes, nous ressentons l'incidence de la faiblesse de cette reprise et du ralentissement de la croissance des emplois aux États-Unis.

De plus, on peut observer que les consommateurs tentent de réduire leur dette, mettant un frein à la croissance des emprunts personnels au Canada. En partie à cause des modifications apportées à la réglementation sur les prêts hypothécaires au Canada, les taux de croissance des emprunts enregistrés au Canada au cours des dernières années, qui se situaient aux alentours de 15 %, ne peuvent pas être soutenus. À l'avenir, nous prévoyons que les niveaux de croissance augmenteront lentement mais sûrement et se situeront aux alentours de 5 %.

Comme nous l'avons démontré au cours des dernières années, notre modèle fournit des résultats opérationnels solides, même dans un contexte économique incertain. Et comme je l'ai mentionné aujourd'hui, nous sommes sûrs que les nombreuses plateformes de croissance contribueront à notre croissance interne de façon continue.

Deuxièmement, les taux d'intérêt faibles pourraient être maintenus pendant une période prolongée, ce qui aurait une incidence défavorable sur les marges de la TD, en particulier, en raison de l'importance des dépôts qu'elle détient.

Troisièmement, bien que les réformes réglementaires aux États-Unis, comme le *Durbin Amendment*, soient maintenant plus claires, la mise en œuvre de plans d'atténuation afin de recouvrer les produits perdus et tirer parti de l'incidence de ces réformes devrait prendre environ deux ans.

Toutefois, dans l'ensemble, nous estimons que nous sommes bien positionnés pour tirer parti des facteurs favorables et atténuer les facteurs défavorables.

Ceci conclut ma présentation. Si vous avez des questions, ce sera un plaisir pour moi d'y répondre.

Membre anonyme du public :

Vous mettez beaucoup l'accent sur le fait que vous offrez des services améliorés aux meilleurs emplacements et sur l'ajout d'heures d'ouverture dans le secteur des services de détail. Quelle est l'incidence de ces améliorations sur vos coûts par rapport aux coûts engagés par vos concurrents du secteur de détail?

Tim Hockey

***Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD,
Président et chef de la direction, TD Canada Trust***

Excellente question. Au Canada, notre territoire, notre ratio d'efficacité se situaient environ à 60 % il y a 10 ans. Au dernier trimestre, nous avons atteint 45 %, soit un écart avantageux de 300 points de base par rapport à notre concurrent le plus près. De plus, nos heures d'ouverture sont prolongées de 50 %, nous sommes ouverts tous les jours et nous offrons, de loin, les meilleurs services dans le secteur. Comme vous l'avez mentionné, plusieurs seraient tentés de croire que ce modèle entraîne des coûts plus importants. Je ne suis pas de cet avis. Comme nous l'avons démontré du point de vue de l'efficacité, ce modèle entraîne assurément des coûts plus faibles pour chaque dollar gagné.

Notre stratégie est composée de deux volets. Nous sommes une entreprise en croissance. Comme je l'ai mentionné, nos produits ont augmenté d'un point et demi à deux points de plus que ceux de la concurrence. Cependant, nous travaillons aussi sans relâche pour réduire les coûts.

Par exemple, il y a 10 ans, lors de la fusion de la TD et Canada Trust, nous avions un groupe de soutien à l'exploitation qui était composé de 2 000 personnes situées dans 28 emplacements différents. L'année prochaine, ce groupe sera composé de 400 personnes qui seront situées à un seul endroit. Ce groupe a enregistré une augmentation de son volume de plus de deux fois et demie en ce qui a trait aux fonctions qu'il assume.

Cet exemple prouve que nous ne ménages pas les efforts pour alléger nos processus en orientant nos investissements dans les processus les plus prometteurs. Le principe Six sigma occupe une place importante de notre stratégie d'affaires et nous sommes toujours à l'affût des occasions à cet égard.

Cela dit, il est difficile de surpasser un ratio de 60 %, et encore plus un ratio de 45 %. Cependant, nous continuons de croire qu'il existe plusieurs autres occasions de réduction des coûts.

Membre anonyme du public : (question inaudible)

Tim Hockey

***Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD,
Président et chef de la direction, TD Canada Trust***

Je ne sais pas si nous sommes les premiers en matière d'appels téléphoniques, mais nous en recevons beaucoup d'intervenants en financement d'entreprise qui souhaitent nous faire part de leurs idées. Nous avons également un rendement, une stabilité, une sécurité et une trésorerie relative, ce qui nous a bien servi au cours des dernières années dans le cadre des acquisitions.

Cependant, nous disposons actuellement d'un réseau bien établi du Maine à la Floride. Auparavant, on aurait pu dire que notre présence n'était pas assez forte, mais aujourd'hui, en Amérique du Nord, à titre d'un des dix principaux intervenants, nous croyons fermement en nos possibilités de croissance interne. Par conséquent, notre seuil de rendement est plus élevé en ce qui a trait aux rendements financiers et à la synergie prévus. En outre, compte tenu des perspectives aux États-Unis et de notre présence dans ce pays, par la façon dont les occasions se présentent à nous, il n'est pas certain que nous sauterions sur la prochaine, car les occasions de croissance interne aux États-Unis ne sont pas encourageantes en ce moment.

Membre anonyme du public :

J'ai quelques questions. La première concerne vos activités liées à l'assurance au Canada. Quels sont les défis à surmonter étant donné que vous n'êtes pas en mesure de vendre des produits d'assurance à l'extérieur de votre réseau de succursales?

Tim Hockey

***Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD,
Président et chef de la direction, TD Canada Trust***

Nous ne pouvons pas vendre des produits d'assurance vie traditionnels qui sont habituellement vendus par les employés ayant un contact avec les clients du réseau de succursales. Cependant, nous pouvons vendre un produit nommé « assurance crédit ». Par conséquent, environ 55 % des emprunts ou prêts hypothécaires consentis par l'intermédiaire de notre réseau de succursales canadien sont assortis d'une assurance crédit. C'est une activité très rentable pour nous. Précisément, c'est la vente de produits d'assurance vie qui est interdite.

Nous excellons en ce qui a trait à la provision pour assurance directe. Nous sommes d'ailleurs l'un des chefs de file en cette matière au Canada. Nous avons également un très bon secteur d'affinité. Cependant, le chef de notre secteur de l'assurance surveille le total du marché des primes au Canada. Comme je l'ai mentionné plus tôt, notre taux de pénétration est très faible. Il s'agit donc pour nous d'un facteur favorable. Par contre, nous ne prévoyons aucun changement dans l'environnement réglementaire qui pourrait permettre la vente de produits d'assurance vie dans les succursales à court terme.

Membre anonyme du public :

Que pouvez-vous nous dire sur le marché résidentiel au Canada?

Tim Hockey

Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD, Président et chef de la direction, TD Canada Trust

Nous sommes d'avis qu'une grande partie de la croissance enregistrée au Canada est attribuable à une augmentation de l'activité sur le marché résidentiel et, par le fait même, du ratio d'endettement des Canadiens. Le taux de croissance est maintenant supérieur au taux de croissance qu'affichaient les États-Unis. Au Canada, le ratio d'endettement s'élève maintenant à environ 148 %. Celui des États-Unis a atteint plus de 160 % et est maintenant inférieur au ratio d'endettement du Canada. Il s'agit donc d'une statistique que l'on surveille. En grande partie, la croissance a été stimulée par le marché résidentiel.

Notre économiste en chef serait sûrement d'avis que le marché résidentiel canadien est surévalué d'environ 10 % à 15 %. La bonne nouvelle est que le secteur du prêt hypothécaire au Canada est assez différent de celui d'autres pays, notamment les États-Unis, sur le plan structurel. Par conséquent, nous disposons d'une garantie du gouvernement qui nous protège bien contre une baisse.

En ce qui a trait à notre secteur du prêt hypothécaire non assuré, ou plutôt non approuvé par le gouvernement, notre ratio emprunt/valeur est inférieur à 50 %. Nous sommes donc protégés contre une baisse si une correction devait avoir lieu.

Membre anonyme du public :

Puis-je vous poser quelques questions en ce qui a trait à vos débuts dans le secteur du prêt automobile?

Tim Hockey

Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD, Président et chef de la direction, TD Canada Trust

Bien sûr.

Membre anonyme du public :

Je me demande quel est l'intérêt de ce secteur. J'aimerais également savoir dans quelle mesure vos activités dépendent des variations de la part de marché et de la réputation de Chrysler?

Tim Hockey

***Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD,
Président et chef de la direction, TD Canada Trust***

Excellente question. Laissez-moi d'abord clarifier ceci. Nous avons acheté Chrysler Financial, qui consistait en une annexe de prêts automobiles captive. Il y a quelques années, une scission partielle a eu lieu. Par conséquent, Chrysler Financial n'est plus affiliée au concessionnaire et le nom de marque a été remplacé par Financement auto TD. Notre but est donc que Chrysler Financial ne soit plus une société de prêt automobile captive.

Nous avons combiné la société avec nos divisions de financement auto existantes appartenant à la Banque au Canada et aux États-Unis et nous avons créé une société indépendante. Par conséquent, parmi les 6 800 vendeurs du réseau américain, moins du tiers sont des vendeurs de Chrysler. Les autres sont indépendants.

Voyons plus en détail les raisons stratégiques de notre arrivée dans le secteur du financement auto. En bref, nous avons environ 1 300 succursales aux États-Unis qui excellent sur le plan de la génération de dépôts, mais qui ne sont pas en mesure de générer une croissance des emprunts interne. En contrepartie, nous disposons de plus de 60 G\$ à titre de dépôts excédentaires. Plutôt que de placer ces dépôts dans un portefeuille de titres, nous préférons qu'ils génèrent des actifs de qualité.

Dans le cadre de nos recherches d'un secteur qui pourrait être un bon générateur d'actifs, nous avons remarqué avec surprise que, pendant la récession, le secteur du prêt automobile a enregistré un très bon rendement. En effet, les gens cessent de payer leur hypothèque bien avant leur prêt-auto. C'est pour cette raison que nous sommes intéressés par cette catégorie d'actifs.

Chrysler Financial s'est avéré une excellente acquisition pour nous. Son équipe de direction était formidable, mais elle était complètement inactive en raison du manque de mécanisme de financement. C'est alors que nous nous sommes présentés, banque canadienne dotée d'une importante somme de dépôts excédentaires, et avons décidé de restructurer la société. Nous avons conservé l'équipe de direction, qui a été combinée avec notre équipe existante, et nous sommes maintenant convaincus que nous sommes en voie de devenir l'une des cinq principales sociétés de financement auto appartenant à une banque aux États-Unis, ou que nous le sommes déjà. Nous estimons également que nous ferons partie des cinq principales sociétés de ce type si l'on se compare aux sociétés captives des cinq à dix prochaines années.

Membre anonyme du public :

Veuillez m'excuser à l'avance pour cette question tranchante. Si le taux de croissance du marché résidentiel diminue de 10 % à 15 %, qu'arrivera-t-il aux actifs? Aussi, s'appuyer sur le gouvernement est une bonne chose, mais nous savons que ce n'est pas toujours une stratégie gagnante pour aller de l'avant. Donc quelle serait l'incidence d'une telle éventualité sur l'ensemble de l'économie?

Tim Hockey

Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD, Président et chef de la direction, TD Canada Trust

Oui. Excellente question. Comme vous pouvez l’imaginer, depuis un moment, les participants du secteur sont passés maîtres dans l’art de réaliser des tests de tension. En effet, nous avons réalisé plusieurs tests de tension différents compte tenu de ce scénario.

Le test de tension auquel je fais référence ressemble beaucoup à celui des États-Unis. Nous avons élaboré un scénario dans lequel le prix des maisons au Canada subit une correction de 30 %, le taux de chômage atteint un sommet, passant d’environ 7 % aux alentours de 10 %, et les taux d’intérêt augmentent de quelques centaines de points de base. Ce scénario reflète l’incidence potentielle d’une perte de crédit sur notre portefeuille résidentiel, notre portefeuille de prêts hypothécaires garantis et notre dette non garantie. De plus, notre provision pour pertes de crédit, après l’approbation du gouvernement, augmenterait sûrement de plusieurs centaines de millions de dollars, mais cette éventualité respecte notre tolérance au risque.

Pour terminer, le gouvernement est conscient de la situation, a été pris en compte lors de ce test de tension, a analysé l’incidence sur les banques ainsi que sur le CMHC, l’organisme fournissant l’assurance, et a déterminé que le risque était assez raisonnable.

Membre anonyme du public :

Compte tenu de vos grands objectifs, comment la Banque trouve-t-elle son équilibre entre la recherche de nouveaux clients uniques et le maintien de la base de clients existante au moyen de la traditionnelle vente croisée? Y a-t-il des écarts entre les marges?

Tim Hockey

Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD, Président et chef de la direction, TD Canada Trust

Ça dépend de la région. En ce qui a trait au Canada, environ 40 % des individus pouvant faire des affaires avec une banque profitent de nos services, et ce pourcentage grimpera sensiblement avec l’acquisition de MBNA Canada. Les banques canadiennes en général, dont, plus particulièrement, la TD, ont de bons résultats en matière de ventes croisées par l’intermédiaire d’un réseau de succursales. C’est un domaine dans lequel nous excellons.

Pour illustrer l’occasion que représente la vente d’actifs par l’intermédiaire de notre réseau de distribution américain, mentionnons que par l’intermédiaire de nos succursales canadiennes, nous vendons en moyenne 37 cartes de crédit par succursale par mois. Aux États-Unis, on en vend moins d’une par succursale par mois. Cet exemple démontre bien que la détention des dépôts fait partie de la philosophie du réseau de distribution américain. Ils peuvent consentir un prêt de temps à autre alors que nous nous orientons vers le principe de vente croisée. Et, en effet, les ventes constituent la forme de service la plus rentable.

Il semble que Bharat Masrani, mon homologue aux États-Unis, tente d’être en mesure de faire de la vente croisée auprès de ses quelque six millions de clients, et nous avons justement l’occasion en ce moment.

Au Canada, notre stratégie consiste principalement à convaincre notre importante part de clients canadiens qui utilisent déjà l'un de nos services d'utiliser un service additionnel. L'acquisition de MBNA était une stratégie classique. Non seulement nous acquérons un million de nouveaux clients, mais nous sommes également en mesure d'offrir une carte Visa et une carte MasterCard à nos clients existants, plutôt qu'une carte Visa uniquement. Et nous savons qu'ils apprécient posséder les deux.

Membre anonyme du public :

Pouvez-vous utiliser les dépôts de TD Ameritrade pour financer les emprunts consentis par d'autres secteurs d'affaires?

Tim Hockey

Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD, Président et chef de la direction, TD Canada Trust

Oui. Nous sommes liés à la TD Bank, America's Most Convenient bank (la banque américaine la plus pratique). Et elle est prise en compte dans le calcul de nos dépôts excédentaires.

Membre anonyme du public :

En matière de vente croisée, est-ce possible que la loi sur l'assurance soit modifiée pour vous permettre de vendre des produits d'assurance vie éventuellement? Considérez-vous cette éventualité?

Tim Hockey

Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD, Président et chef de la direction, TD Canada Trust

Nous la considérons certainement. Toutefois, le gouvernement a été clair à ce sujet; il ne prévoit pas annuler l'interdiction pour le moment. Le secteur a exercé diverses pressions sur le gouvernement au cours des années, mais nous ne prévoyons aucun changement dans un proche avenir.

John Hughes, UBS :

Merci beaucoup, Tim. Passons maintenant à la prochaine présentation.

Tim Hockey

Groupe Banque TD – chef de groupe, Services bancaires canadiens et Financement auto TD, Président et chef de la direction, TD Canada Trust

Très bien, merci.
