

PLACEMENTS ÉPARGNE CANADA RAPPORT ANNUEL 2001-2002

Canada

www.oec.gc.ca



Table des matières

RAPPORT DE LA PRÉSIDENTE-DIRECTRICE GÉNÉRALE	3
POINTS SAILLANTS DU PLAN DE 2001-2002 : PERFORMANCE ET PARTENAIRES	8
POINTS SAILLANTS DU PLAN DE 2002–2003	10
NOTRE PERFORMANCE : REVUE DE L'EXERCICE 2001-2002	12
MARCHÉS FINANCIERS	12
GESTION DU PORTEFEUILLE	12
ANALYSES DES VENTES DE 2001–2002	
ÉTAT DU PORTEFEUILLE DES TITRES SUR LE MARCHÉ DE DÉTAIL	
VENTES ET MARKETING	
GESTION DES OPÉRATIONS	20
ÉQUIPE DE DIRECTION	23
DÉPENSES	
DÉFINITION DES TERMES RELATIFS À LA DETTE	29
MODES DE SOUSCRIPTION DES TITRES	30

Rapport de la présidente-directrice générale

L'exercice 2001–2002 a revêtu une certaine importance pour Placements Épargne Canada (PEC). Dans le cadre de notre mandat, nous avons poursuivi nos efforts en vue de renforcer les opérations centrales pour accroître l'efficience et la rentabilité du programme, compte tenu du fléchissement de la dette. Nous avons amélioré nos relations avec des partenaires et intervenants nouveaux et établis, de sorte que nous avons pu atteindre notre objectif d'optimiser la valeur pour nos clients. C'est pourquoi, aujourd'hui, plus de clients ont accès à nos services tout au long de l'année à des moments qu'ils jugent propices pour combler leurs besoins en épargne.

Au cours de la période comprise entre le 1er avril 2001 et le 31 mars 2002, les taux d'intérêt et les niveaux d'inflation peu élevés, la volatilité des marchés du placement, la vive concurrence et l'incidence économique des événements tragiques du 11 septembre 2001 ont marqué l'environnement économique du Canada. Dans cette conjoncture persistante, nous devons relever le défi immédiat qui consiste à trouver le juste équilibre entre, d'une part, aligner les coûts unitaires avec la baisse prévue de notre portefeuille et, d'autre part, conserver le caractère novateur et concurrentiel de nos produits et services.

Un certain nombre de tendances ont continué de se développer dans l'industrie des services financiers. Dans un marché où les clients ne cessent de se tourner vers une source unique pour obtenir de l'information et des services financiers, de nombreuses institutions financières se sont réinventées et transformées en centres financiers « à guichet unique », afin de pouvoir répondre de mieux en mieux aux attentes du plus grand nombre. Des entreprises concurrentes ont formé des



-JACQUELINE C. ORANGE-

réseaux stratégiques, et nombre d'institutions ont confié en sous-traitance les activités non essentielles pour être en mesure de concentrer leurs efforts sur les activités dans lesquelles elles excellent. Bien souvent, l'agent de changement a été la technologie des communications – plus précisément Internet. PEC a su tirer parti de ces deux stratégies, dans un premier temps en profitant du fait que les opérations et le soutien des systèmes du Programme de placement de titres sur le marché de détail exécutés par la Banque du Canada ont été confiés en sous-traitance à EDS Canada Inc., puis en adoptant Internet comme mode de distribution directe de ses produits aux clients.

NOS RÉSULTATS FINANCIERS

Notre portefeuille a accusé un recul attribuable à la faiblesse des taux d'intérêt pour la période de souscription des obligations d'épargne de novembre et à la conjoncture économique au cours de l'exercice. Dans l'ensemble, le portefeuille des titres non négociables est passé de 26,6 milliards de dollars à 24,3 milliards au 31 mars 2002.

Nous disposons de trois principaux circuits de vente : le réseau traditionnel des institutions financières, le circuit de l'épargne salariale restructuré et le nouveau circuit de ventes directes par téléphone et Internet. Les ventes brutes d'Obligations d'épargne du Canada (OEC) et d'Obligations à prime du Canada (OPC) par le truchement d'institutions financières ont compté pour 1,5 milliard de dollars alors qu'elles se chiffraient à 2 milliards en 2001–2002. Les ventes brutes par l'entremise du programme d'épargne-salaire se sont établies à 1,3 milliard de dollars, soit une croissance d'environ 5 pour cent. Pour la seconde année consécutive, les ventes du circuit de l'épargne salariale ont enregistré une légère hausse, mettant un terme à huit années de régression. Pour leur part, les ventes directes par téléphone ou Internet ont connu un faible recul (34 millions de dollars contre 38 millions en 2001-2002) malgré le lancement cette année de la

vente par Internet, ce qui fait bien ressortir les défis inhérents à cet environnement.

Au cours de l'exercice écoulé, les dépenses globales ont chuté pour la deuxième année de suite, passant de 130 millions de dollars en 2000-2001 à 123 millions en 2001-2002, soit une baisse de près de 5 pour cent, compte non tenu des charges ponctuelles du Programme de placement de titres sur le marché de détail se rapportant au fait que la Banque du Canada ait confié en sous-traitance ses fonctions administratives à EDS Canada Inc. Cette prudence en matière de dépenses s'inscrit dans la stratégie de maintien ou de réduction des coûts unitaires dans le contexte de la réduction du portefeuille.

NOS RÉALISATIONS

Au cours du dernier exercice, PEC a agi de manière proactive en relevant des défis d'importance et en puisant dans ses très grandes forces.

La réalisation la plus importante est l'établissement par la Banque du Canada d'un partenariat opérationnel avec EDS Canada Inc., une entreprise de pointe de traitement de l'information. En vertu de ce partenariat, EDS fournit la totalité des services administratifs et du soutien informatique que la Banque du Canada exerçait auparavant pour notre compte. Cette initiative a été mise en place le 1er septembre 2001. PEC a collaboré étroitement avec la Banque du Canada dans la gestion de cette transition. Nous commençons déjà à voir les avantages, c'est-à-dire des coûts opérationnels moins élevés et des gains d'efficacité.

Nous avons connu des moments palpitants lorsque nous avons lancé notre programme de ventes par Internet au cours de l'exercice 2001–2002. Bien que cette initiative soit un prolongement naturel du programme de ventes directes par téléphone que nous avons instauré l'an dernier, elle constitue un pas de plus vers la prestation entièrement intégrée de services en ligne aux Canadiens. En outre,

nous avons mis à l'essai un formulaire d'inscription en ligne au programme d'épargne-salaire dans les marchés des secteurs privé et public. Les résultats montrent bien que les clients souscrivent à cette initiative de commerce électronique.

En février 2002, lors de notre campagne de souscription du printemps, les taux d'intérêt ont augmenté légèrement et la courbe de rendement a changé.
L'environnement des taux d'intérêt étant déjà assez exigeant, il est essentiel de saisir toutes les occasions qui se présentent. PEC n'a donc pas tardé à réagir à la nouvelle donne en améliorant la structure des taux pour les émissions de mars et d'avril et en appliquant un terme de trois ans pour les taux des OEC et de cinq ans pour ceux des OPC, soit deux ans de plus – dans chaque cas – par rapport au début de la période de vente.

Nous avons également mis au défi l'environnement des taux d'intérêt et le milieu économique en lançant une campagne de marketing dynamique et complète. Dans notre vibrant message aux Canadiens de toutes les régions du pays, nous avons mis l'accent sur la marque et la liberté d'action des consommateurs; nous avons continué d'attirer les épargnants futurs en présentant une campagne d'épargne interactive dirigée vers les jeunes Canadiens. L'excellence de nos efforts a été couronnée par plusieurs prix de l'industrie, dont un prix Golden Marble, un prix argent RSVP de l'Association canadienne du marketing et un prix Plume d'or de l'Association internationale des professionnels de la communication.

Notre succès à long terme repose sur notre campagne relative au programme d'épargne-salaire, qui vise à susciter l'adhésion des sociétés parraineuses au nouveau régime. Nous tenons surtout à remercier Maureen Kempston Darkes, antérieurement présidente-directrice générale de General Motors du Canada Limitée et actuellement viceprésidente du Groupe GM et présidente de GM pour les opérations de



l'Amérique latine, de l'Afrique et du Moyen-Orient, qui a réussi, grâce à son leadership et à sa force de persuasion, à convaincre de nouvelles sociétés et leurs employés à participer à notre programme.

L'année qui vient de se terminer a rudement mis à l'épreuve les compétences et le dévouement de nos employés et de nos partenaires. Nous avons dû relever des défis très exigeants tout en externalisant nos activités et systèmes administratifs chez EDS. À ce chapitre, nous devons une fière chandelle à la Banque du Canada, au ministère des Finances et à EDS Canada Inc. qui nous ont donné une perspective nouvelle et fourni l'énergie nécessaire pour concrétiser notre vision. Je tiens à remercier les employés de Placements Épargne Canada pour l'excellent travail accompli et les efforts déployés dans la perspective d'un avenir meilleur.

En sa qualité d'organisme d'État spécialisé, PEC jouit d'une excellente réputation sur le marché de l'épargne et

du placement. Depuis plus d'un demi-siècle, des millions de Canadiens ont compté sur les Obligations d'épargne du Canada et sur les produits d'épargne connexes, qui assurent une sécurité de placement à toute épreuve, qui leur fournissent un accès facile aux fonds investis et qui constituent un investissement dans l'avenir du Canada. Aujourd'hui, nous avons la chance unique de poursuivre sur la lancée de nos réussites antérieures en fournissant un accès universel aux produits et services d'épargne du gouvernement grâce à une gamme complète de technologies et de modes de prestation innovateurs qui tous sont entièrement garantis par le gouvernement.

Jacqueline C. Orange Présidente-directrice générale Placements Épargne Canada

Points saillants du plan de 2001-2002 : performance et partenaires

Ainsi que le prévoit la stratégie de gestion de la dette du gouvernement, Placements Épargne Canada (PEC) a pour mandat d'administrer un programme dynamique, innovateur et rentable de placement de titres au détail, qui offre des produits de valeur aux épargnants canadiens tout en contribuant à la diversification de la clientèle d'investisseurs. Un autre aspect du mandat consiste à faire en sorte que la population canadienne soit au courant des titres offerts par le gouvernement du Canada et qu'elle y ait accès.

En sa qualité d'organisme de service spécial du ministère des Finances, PEC doit rendre compte de sa performance au ministre des Finances. Cette responsabilité suppose la préparation d'un plan d'activité triennal et d'un rapport sur l'état de réalisation des objectifs fixés.

INITIATIVES ENTREPRISES EN 2001-2002

Efficacité accrue des services administratifs

 La Banque du Canada a conclu et mis en œuvre un marché avec EDS Canada Inc. pour la fourniture des services administratifs et du soutien des systèmes.

Lancement des ventes directes sur Internet

 PEC a instauré son mode de ventes directes sur Internet pour faciliter encore plus la tâche des épargnants canadiens qui veulent acheter des OEC et des OPC.

Programme d'épargne-salaire

 PEC a continué d'étendre ses options d'achat en ligne par retenues salariales à l'intention des employés de sociétés parraineuses.

Exploitation des marchés

- Pour présenter aux jeunes les rudiments de l'épargne, PEC a continué son concours interactif en ligne par l'entremise de YTV Canada et du Groupe TVA, des médias offrant une programmation destinée à la jeunesse. Le nombre de participants a été plus de deux fois supérieur à celui de l'an dernier.
- On a lancé un concours en ligne intitulé Portez un témoignage sur les OEC, qui est venu compléter le lancement des ventes par Internet en octobre. Des centaines de personnes y ont participé.



Points saillants du plan de 2002-2003

Au nombre des nouvelles activités pour l'année, mentionnons la prestation de services en ligne accrus aux Canadiens et l'amélioration des initiatives visant à accroître l'efficience et la rentabilité.

SERVICES EN LIGNE

- Développement des ventes sur Internet: Nous améliorerons notre capacité de ventes en ligne pour faciliter encore plus les rapports avec nous. Ces améliorations seront fondées sur les commentaires fournis par les clients.
- Présentation en ligne de demandes de retenues salariales: Le processus d'inscription en ligne sera offert à plus d'employeurs, de sorte que des dizaines de milliers de

Canadiens pourront adhérer au programme d'épargne-salaire et modifier depuis leurs ordinateurs de bureau le montant de leurs retenues salariales.

 Établissement d'un système de consultation de compte et de rachat en ligne à l'intention des participants au programme d'épargne-salaire : En ajoutant l'accès en ligne à leur compte, nous faisons en sorte que les clients puissent consulter celui-ci en ligne et encaisser du même coup des OEC à partir de leur régime non enregistré.

Ces initiatives nous rapprochent encore plus de la fourniture de services en ligne pleinement intégrés aux Canadiens et de la réduction des coûts de production et de distribution qui se rattachent aux transactions sur papier et par téléphone.



PLUS GRANDE EXTENSION

 Maintien de la promotion auprès des jeunes: Nous consoliderons le succès de nos outils destinés aux jeunes par l'actualisation du site Web et le lancement d'une nouvelle promotion de l'épargne à l'automne pour préserver la pertinence de nos activités d'extension.

EFFICACITÉ ET RENTABILITÉ ACCRUES

 Efficacité accrue du soutien aux services administratifs: La diminution appréciable des frais administratifs devrait constituer un des avantages du marché que la Banque du Canada a conclu avec EDS Canada Inc., même en tenant compte des coûts de transition uniques.



Notre performance : revue de l'exercice 2001-2002

MARCHÉS FINANCIERS

L'exercice de PEC s'est amorcé en pleine période de fléchissement économique suivant une année au cours de laquelle les taux d'intérêt avaient déjà chuté d'un plein point de pourcentage. Tout au long de l'année, l'économie canadienne a été le reflet d'un ralentissement généralisé de l'économie mondiale marqué par le repli des marchés des titres, sous l'impulsion du secteur technologique. Les consommateurs ont réagi avec prudence en investissant dans des instruments financiers à court terme très liquides, comme les bons du Trésor.

Les événements tragiques du 11 septembre 2001 ont aggravé une conjoncture économique déjà peu reluisante. La réponse de la Banque du Canada ne s'est pas fait attendre : elle a accru les stimulants monétaires en réduisant dramatiquement les taux d'intérêt, qui ont atteint leur plus bas niveau en plus d'un quart de siècle.

GESTION DU PORTEFEUILLE

Le gouvernement tente de maintenir une clientèle d'investisseurs diversifiée pour assurer la stabilité du portefeuille de titres tout en gardant au minimum les frais de service. Au cours de l'exercice 2001–2002, la dette du gouvernement contractée sur le marché se chiffrait à 442 milliards de dollars, desquels 24,3 milliards (4 pour cent) représentaient des titres au détail non négociables et 68,8 milliards des bons du Trésor négociables et des obligations du gouvernement détenues par des particuliers. Ensemble, les deux portefeuilles comptent pour 21 pour cent de la dette publique totale.

Les taux des obligations repères du gouvernement du Canada au cours de l'exercice ont été le reflet de la faiblesse de l'économie ainsi que du moins grand besoin d'emprunts du gouvernement. Les taux d'intérêt des OEC et des OPC ont par



conséquent été très bas – leur niveau le moins élevé en 50 ans – traduisant bien la concurrence entourant les taux.

Il s'en est suivi un relatif fléchissement des ventes et un taux exceptionnellement élevé de rachat d'obligations en circulation (en partie à cause de l'arrivée à échéance d'un grand nombre d'OEC) donnant lieu au recul des titres au détail non négociables, qui sont passés de 26,6 milliards de dollars en 2000–2001 à 24,3 milliards en 2001–2002.

ANALYSE DES VENTES DE 2001-2002

Les ventes totales des OEC et des OPC s'élevaient à 2,8 milliards de dollars au cours de la période de souscription comprise entre le 1^{er} octobre 2001 et le 31 mars 2002 contre des ventes de 3,3 milliards de dollars enregistrées à l'exercice précédent. Il existe trois modes distincts de souscription des OEC et des OPC : les institutions financières, les organisations parraineuses du programme d'épargne-salaire et les ventes directes (par téléphone et Internet).

Les ventes brutes réalisées par le circuit de l'épargne salariale ont été évaluées à 1,3 milliard de dollars en 2001–2002. Pour le deuxième exercice consécutif, ce mode de souscription a enregistré une hausse. Des ventes totales attribuables à ce circuit, 92 pour cent proviennent d'organisations ayant adopté le nouveau programme.

En 2001–2002, les ventes par les institutions financières ont atteint environ 1,5 milliard de dollars, soit près de 50 pour cent des ventes brutes, en baisse d'approximativement 25 pour cent (0,5 milliard de dollars) par rapport au dernier exercice. Les institutions financières comptent pour environ 92 pour cent des ventes au comptant (toutes les ventes hors celles par le circuit de l'épargne salariale), tandis que les courtiers en valeurs mobilières représentent près de 6 pour cent de celles-ci et les ventes directes, approximativement 2 pour cent.



Les ventes directes en 2001-2002 sont évaluées à 34 millions de dollars. De cette somme, 26 millions sont le fait de ventes par téléphone et 8 millions de ventes par Internet. Les ventes totales réalisées par ce mode de souscription ont accusé une baisse de 13 pour cent comparativement à l'exercice précédent.

Des deux principales catégories de produits (les OEC et les OPC), les ventes des OPC comptent pour 1,1 milliard de dollars ou 39 pour cent des ventes brutes de 2,8 milliards. Toutefois, les ventes des OPC par les institutions financières représentent 75 pour cent de l'ensemble des ventes réalisées par ce mode. L'OPC n'est pas disponible dans le circuit de l'épargne salariale.

RÉSULTATS DES VENTES

Exercice (en milliards de dollars)	2001–2002 (Réels)	2000–2001 (Réels)
Ventes totales d'OEC et d'OPC	2,8	3,3
Ventes brutes par l'épargne salariale	1,3	1,0
Ventes par les institutions financières	1,5	2,0
Ventes directes	0,034	0,038



ÉTAT DU PORTEFEUILLE DE TITRES AU DÉTAIL

Exercice (avoirs en titres de créance en milliards de dollars)	2001–2002 (Réels)	2000–2001 (Réels)
Total des titres au détail non négociables (1)	24,3	26,6
Total des titres au détail négociables directs et indirects (2)	68,8	59,3
Total des titres au détail du gouvernement du Canada (3)	93,1	85,9
Total de la dette du gouvernement du Canada sur le marché (4)	442,0	447,0
Total des ventes brutes de titres au détail non négociables	2,8	3,3
Variation dans le portefeuille de titres au détail non négociables	(2,3)	(0,5)

Les renvois dans le présent graphique sont expliqués à la page 17.



ÉTAT DU PORTEFEUILLE DE TITRES AU DÉTAIL (suite)

Notes:

(1) Ces chiffres sont tirés de l'état vérifié de la Banque du Canada de l'encours de la dette du gouvernement du Canada au 31 mars 2002. On trouve dans les comptes publics et diverses publications du ministère des Finances le chiffre de 26,5 milliards de dollars pour l'exercice 1999–2000, 26,1 milliards pour l'exercice 2000–2001 et 24,0 milliards pour l'exercice 2001–2002. Explication de l'écart :

	2001–2002	2000–2001
COMPTES PUBLICS (Tableau 6.4) (*)	24,0	26,1
Ajustements pour dette échue et OEC détenues dans des comptes d'employés figurant dans d'autres tableaux des comptes publics. Ces chiffres comprennent aussi les ventes courues du programme d'épargne-salaire d'origine.	0,3	0,5
Solde d'après les états vérifiés de la Banque du Canada	24,3	26,6

- Les titres négociables comprennent des titres négociables directs, dont la plupart représentent des obligations négociables et des bons du Trésor vendus par des intermédiaires, et des titres négociables indirects, qui représentent essentiellement des titres négociables détenus par des particuliers par le biais de fonds communs de placement. Depuis la mise en place de notre mesure du total des titres de créance au détail du gouvernement du Canada en 2000 et comme nous l'avons indiqué dans notre rapport annuel de 2000–2001, de nouvelles données révisées et publiées par Statistique Canada et MorningStar Data ont entraîné des révisions aux données de 1995 à 2000. Le résultat net indique une révision fortement à la baisse du pourcentage des titres de créances au détail du gouvernement fédéral, d'environ 2,5 pour cent en moyenne, pour les données historiques et estimatives jusqu'à la période courante. Malgré ces rajustements, on continue d'observer une tendance relative au maintien de la part que les titres de créance au détail représentent de la dette totale. Source : Placements Éparqne Canada et le ministère des Finances.
- (4) La dette publique comprend la dette contractée sur le marché et la dette interne :
 - La dette contractée sur le marché représente la partie de la dette financée sur les marchés publics et comprend les obligations négociables, les bons du Trésor, les titres au détail non négociables (principalement les OEC) et les obligations libellées en devises étrangères, ainsi que les obligations émises en faveur du Régime de pensions du Canada.
 - La dette interne comprend la dette intérieure du gouvernement qui représente principalement les engagements au titre des régimes de retraite du secteur public fédéral et le passif à court terme du gouvernement (comptes créditeurs, charges à payer, intérêts et paiements de la dette mutuelle). Source : ministère des Finances.

VENTES ET MARKETING

Mise au point de produits

Nous avons réagi rapidement à la légère amélioration des taux d'intérêt et de la courbe de rendement survenue lors de la campagne en prorogeant les échéances des émissions de mars et d'avril des Obligations d'épargne du Canada et des Obligations à prime du Canada, qui sont passées respectivement à trois ans et à cinq ans. Ainsi, les clients pourront profiter de la hausse des taux pendant une plus longue période et obtenir un rendement global supérieur, s'ils conservent les obligations jusqu'à leur échéance.

Les clients de PEC ont continué d'acheter des produits obligataires pouvant être versés à des REER et à des FERR. Au 31 mars 2002, le portefeuille enregistré se chiffrait à 457 millions de dollars, en hausse de plus de 10 pour cent par rapport à l'an dernier.

La campagne

Les messages de la campagne de l'automne ont mis l'accent sur les forces traditionnelles de notre marque à savoir une épargne sûre et un esprit canadien optimiste. Cette année, la campagne axée sur les objectifs s'adressait à une population plus jeune et faisait la promotion de messages mettant en vedette la liberté d'action des consommateurs et l'épargne prévoyante grâce au slogan « Vous pouvez y arriver ». Il ressort de sondages menés après la campagne que les attitudes à l'égard de la marque se sont améliorées dans les quatre catégories de mesure, soit des produits conçus pour des gens comme vous, des produits financiers qui vous aident à bâtir sur du solide, des produits attrayants qui offrent un refuge sûr pour vos placements et des produits rétrogrades et dépassés.

Pleins feux sur la segmentation

La constitution d'une nouvelle génération d'acheteurs d'obligations a continué de figurer parmi nos priorités de marketing



pour l'exercice 2001–2002. Même si le budget total de marketing n'a pas changé, la composante en ligne a doublé au cours de l'année, venant compléter l'importance croissante de notre mode de ventes directes.

Près de 36 000 bulletins de participation ont été reçus pour le concours en ligne ciblant les jeunes et coparrainé par YTV Canada et Groupe TVA Inc., ce qui représente plus du double du nombre reçu l'an dernier.

Dans le dessein de prolonger la campagne et à titre de complément de la nouvelle caractéristique des ventes directes, PEC a donné le coup d'envoi à une initiative nationale de témoignages en ligne en collaboration avec Bell Globemedia. Intitulé « Portez un témoignage sur les OEC », ce concours interactif accrocheur a suscité plus de 20 000 consultations de notre site Web et près de 800 inscriptions.

La campagne menée par les divisions respectives des Ventes et du Marketing pour 2001-2002 a su tirer tous les avantages possibles des médias, y compris des relations publiques. Dans l'ensemble, les annonces de la campagne ont ciblé les clients principaux en recourant au thème : « Les Nouvelles Obligations d'épargne du Canada sont un excellent mode d'épargne. C'est garanti. » De plus, des panneaux frappants en noir et blanc installés à l'extérieur de la *Union Station* à Toronto et de la Gare centrale de Montréal ont attiré l'attention d'un auditoire plus jeune. Toutes les annonces publicitaires de 30 secondes à la télévision ont mis à profit des scènes et des valeurs canadiennes puissantes pour traduire le caractère sûr et fiable des Nouvelles Obligations d'épargne du Canada. Les annonces sont passées aux heures de grande écoute. Les annonces précises, comme celles portant sur les dates d'échéance des émissions, ont été appuyées par des messages imprimés ciblés, dont des envois ciblés relatifs aux REER.

Points saillants sur les médias

GESTION DES OPÉRATIONS

En 2001–2002, PEC et la Banque du Canada ont fait d'immenses progrès en vue de l'atteinte de leur objectif d'investir dans des initiatives de réduction des coûts. À titre d'exemple, la Banque du Canada a confié en sous-traitance à EDS Canada Inc., une entreprise de pointe de traitement de l'information au Canada, la majeure partie des opérations et systèmes administratifs de son programme de placement de titres sur le marché de détail.

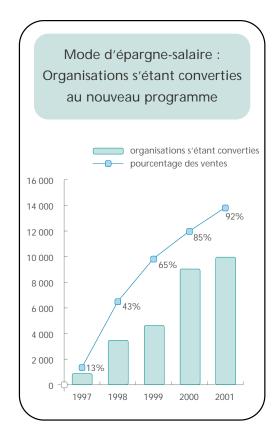
Cette initiative veillera à ce que les coûts demeurent compétitifs et permettra à PEC d'offrir à ses clients des services administratifs plus souples et mieux adaptés.

Amélioration des niveaux de service

Des scénarios de réponse plus courts et plus efficaces ont permis d'accroître l'efficience des opérations de notre mode de ventes directes par téléphone. Près de 25 pour cent de tous les appels reçus ont été convertis en ventes (le rapport passant de 4:1 à 3:1), tandis que la durée des appels est passée de plus de six minutes par appel à environ cinq minutes.

Moyens novateurs de conclure des affaires

À l'investissement dans la réduction des coûts vient s'ajouter un investissement simultané et correspondant dans l'innovation. La technologie est le moteur de la stratégie d'innovation de PEC, qui gravite autour de l'approche électronique (e-vision), une initiative qui offre un accès électronique économique pour la vente et l'administration de nos produits et services. Cette initiative recourt à une technologie fondée sur Internet pour rationaliser les procédés commerciaux et de vente ainsi que pour rentabiliser davantage le programme pour les agents vendeurs, les sociétés parraineuses, le gouvernement et les clients. Grâce à l'approche électronique, les détenteurs d'obligations pourront avoir accès à de l'information, acheter ou encaisser des obligations, recevoir de l'information sur leur compte et faire des mises à jour, le tout par Internet.





La stratégie d'approche électronique de PEC est également conforme au mandat de l'initiative *Gouvernement en direct*, qui stipule que tous les ministères et organismes gouvernementaux devront fournir un accès en ligne à leurs services d'ici à 2005.

Connexion @u travail

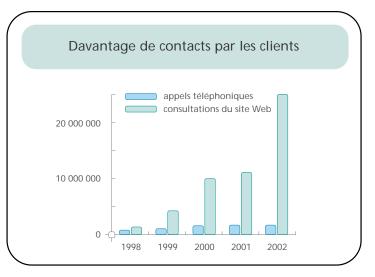
Depuis le lancement du nouveau programme d'épargne-salaire il y a cinq ans, nous avons concentré nos efforts sur la rationalisation des procédures administratives et la réduction des frais d'administration des organisations parraineuses.

Nous avons réduit considérablement la charge de travail des organisations qui ont fait la transition au nouveau programme. Nous nous efforçons maintenant de leur offrir encore plus de gains d'efficacité en permettant aux employés de s'inscrire en ligne pour souscrire des OEC ou apporter des changements à leurs retenues, le tout à partir de leur ordinateur de bureau. Ces efforts ont su gagner la faveur populaire

puisque les organisations qui offrent un accès électronique constatent des réductions de coûts et une plus grande participation des employés au programme d'épargne-salaire.

Investissement dans Internet

L'Internet fournit un accès aux services ou permet d'améliorer les niveaux de service, quel que soit le mode de souscription choisi par les clients. En 2001–2002, le site Web de PEC a été consulté à près de 25 millions de reprises, soit 125 pour cent de plus que le nombre record enregistré l'an dernier.



Les agents à titre de partenaires

Les agents vendeurs de PEC représentent l'accès le plus direct à des millions de clients au détail et, à ce titre, constituent des intervenants clés de nos efforts d'avancement. Ces dernières années, toutefois, ils ont fait savoir que les coûts



élevés d'infrastructure se rapportant aux ventes d'OEC et d'OPC érodaient le revenu qu'ils tirent de la vente de nos produits. La réduction de ces coûts, grâce à la mise en œuvre d'une interface fondée sur le Web entre les institutions financières et EDS Canada Inc., rationalisera le processus administratif et se soldera par une formule gagnante sur toute la ligne.

Ventes directes d'OEC

Les ventes directes de produits obligataires, que ce soit par téléphone ou par Internet, viennent tout juste de s'ajouter à la gamme de modes de souscription traditionnels de PEC. En 2001-2002, PEC a instauré sa plate-forme de ventes axée sur Internet, qui vient compléter le mode des ventes directes par téléphone. Les ventes brutes réalisées par ces deux modes s'élèvent à 34 millions de dollars. En dépit du niveau modeste des ventes actuelles, les ventes directes devraient augmenter au cours des prochaines années, à mesure que les clients adhèrent à la nouvelle option d'achat électronique.

ÉQUIPE DE DIRECTION

Jacqueline C. Orange Présidente-directrice générale

Paul Bailey Vice-président, Marketing

Sue Stimpson Vice-présidente, Services ministériels

Louise Montague Vice-présidente, Ventes et Distribution

Clifford Prupas Vice-président, Gestion des produits



De gauche à droite : Clifford Prupas, Sue Stimpson, Paul Bailey, Jacqueline C. Orange et Louise Montague



Maureen Kempston Darkes Présidente de la campagne nationale 2001 Programme d'épargne-salaire des Nouvelles Obligations d'épargne du Canada

Maureen Kempston Darkes, antérieurement présidente-directrice générale de General Motors du Canada Limitée et actuellement vice-présidente du Groupe GM et présidente de GM pour les opérations de l'Amérique latine, de l'Afrique et du Moyen-Orient, a occupé le poste de présidente de la campagne nationale de 2001. En cette qualité, elle a considérablement contribué aux efforts déployés pour que les Obligations d'épargne du Canada soient offertes sur le lieu de travail à un nombre croissant de travailleurs canadiens par voie de retenues salariales.



Dépenses

RÉSUMÉ DES DÉPENSES BUDGÉTAIRES

Exercice (en milliers de dollars)	2001–2002 (Prévues)	2001–2002 (Réelles)	2000–2001 (Réelles)
Placements Épargne Canada			
Dépenses directes contrôlables	29 006	23 829	23 884
Investissement dans la nouvelle technologie et études spéciales (1)	5 000	0	387
Total partiel — Coûts contrôlables non variables de PEC	34 006	23 829	24 271
Commissions et rémunération du personnel de vente (2)	26 300	24 735	32 084
Total — Coûts contrôlables non variables de PEC	60 306	48 564	56 355
Banque du Canada			
Systèmes et opérations (3)	73 812	74 331	73 385
Total — Dépenses du programme de placement de titres sur le marché de détail (4)	134 118	122 895	129 740

Les renvois dans le présent graphique sont expliqués à la page 25.



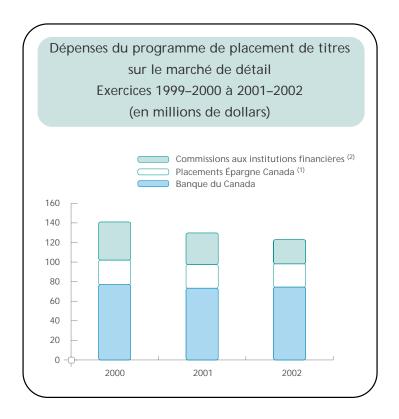
RÉSUMÉ DES DÉPENSES BUDGÉTAIRES (suite)

Notes:

- ① Ces dépenses, payées à même le budget de PEC, sont engagées directement par PEC ou par l'intermédiaire de la Banque du Canada.
- (2) Comprend les commissions aux institutions financières et les commissions de ventes amorties des années précédentes et les frais de rachat. Ce poste de dépense est inférieur aux prévisions en raison des économies attribuables au nouveau programme de rémunération négocié ave les institutions financières ainsi qu'à une baisse des ventes au comptant.
- (3) Les dépenses de la Banque du Canada ne comprennent pas des coûts uniques de sous-traitance de 23,2 millions de dollars (soit 16 millions en 2001–2002 et 7,2 millions en 2000–2001).
- (4) Rapprochement avec les comptes publics du gouvernement du Canada :

122 895	129 740
15 832	7 250
138 727	136 990
}	138 727

RÉSUMÉ DES DÉPENSES SUR TROIS ANS





PRODUITS ET SERVICES

Obligations à prime du Canada

Ces obligations, entièrement garanties par le gouvernement du Canada, portent au moment de l'émission un taux d'intérêt supérieur à celui des Obligations d'épargne du Canada (OEC) mises en vente simultanément. Elles peuvent être encaissées sans pénalité une fois l'an, à la date anniversaire de l'émission et durant les 30 jours suivants.

Obligations d'épargne du Canada

Ces obligations ont des rendements garantis et peuvent être encaissées en tout temps; elles procurent un maximum de sécurité et un maximum de souplesse. Elles sont entièrement garanties par le gouvernement du Canada et portent des taux d'intérêt révisables à la hausse si la conjoncture du marché le justifie. Elles peuvent également être achetées au travail, par retenues salariales automatiques.

Options REER et FERR

Tant les OEC que les OPC présentent des options REER et FERR sans frais. Ces options combinent la sécurité des obligations aux avantages d'un REER ou d'un FERR.

Obligations négociables

Les obligations négociables du gouvernement du Canada ont ordinairement une échéance supérieure à un an et prévoient un paiement d'intérêt fixe semestriel. Elles ne peuvent être encaissées avant leur échéance, mais elles peuvent être achetées et vendues aux prix du marché, qui varient quotidiennement. Elles peuvent être achetées ou vendues moyennant une prime ou un escompte par rapport à leur valeur nominale, selon les taux d'intérêt. Il existe sur le marché des obligations dont l'échéance varie entre un mois et 30 ans.



Bons du Trésor

Il s'agit de titres négociables émis périodiquement avec des échéances de 98 jours, six mois et un an. Les bons du Trésor sont habituellement vendus moyennant un escompte par rapport au capital, et leur valeur à l'échéance correspond à leur valeur nominale. Comme pour les obligations négociables, ces titres ne sont pas encaissables avant leur échéance, mais ils peuvent être achetés et vendus aux prix du marché, qui varient quotidiennement.

Obligations à rendement réel

Le rendement de ce produit se présente sous forme de paiements fixes d'intérêt semestriel, et il est redressé en fonction de l'Indice des prix à la consommation (IPC) du Canada. Ces obligations sont stables et offrent une protection contre l'inflation à long terme. Elles ne sont pas encaissables avant leur échéance, mais peuvent être achetées et vendues aux prix du marché, qui varient en fonction de l'évolution des rendements réels et des fluctuations de l'IPC.



DÉFINITION DES TERMES RELATIFS À LA DETTE

La **dette publique** désigne l'encours des obligations financières du gouvernement du Canada, ce qui comprend la dette contractée sur le marché et la dette interne.

La dette contractée sur le marché est la partie de la dette financée sur les marchés publics. Elle comprend les obligations négociables, les bons du Trésor, les titres au détail non négociables (essentiellement les OEC), les bons et obligations libellés en devises étrangères, ainsi que les émissions d'obligations en faveur du Régime de pensions du Canada.

La **dette interne** désigne la dette intérieure du gouvernement, qui comprend principalement les engagements au titre des régimes de retraite du secteur public fédéral et le passif à court terme du gouvernement (comptes créditeurs, charges à payer, intérêts et paiement de la dette échue).

Les **titres au détail** comprennent les titres du gouvernement du Canada que détiennent des particuliers canadiens. On en retrouve deux catégories principales : les titres non négociables, dont les OEC et les OPC, et les titres négociables, dont les obligations à rendement réel, les obligations négociables et les bons du Trésor.



Modes de souscription des titres

ACHAT DIRECT SUR INTERNET ET AU TÉLÉPHONE

Durant la campagne de souscription annuelle, les Canadiens peuvent acheter des Obligations d'épargne du Canada et des Obligations à prime du Canada directement en se connectant à www.oec.gc.ca à n'importe quel moment ou en composant le 1 888 773-9999, du lundi au vendredi, de 8 h à 20 h, heure de l'Est.

INSTITUTIONS FINANCIÈRES

Les Canadiens peuvent acheter les Nouvelles Obligations d'épargne du Canada dans leurs établissements bancaires ou financiers, notamment les banques, auprès des courtiers en valeurs mobilières, dans les sociétés d'épargne, ainsi que dans les coopératives de crédit.

ACHAT SUR LE LIEU DE TRAVAIL PAR RETENUES SALARIALES

Les OEC peuvent être souscrites par retenues salariales dans les organisations parraineuses du Programme d'épargne-salaire des Nouvelles Obligations d'épargne du Canada. Des sommes sont prélevées périodiquement sur la paye des employés et affectées à des régimes individuels.

COMMENT NOUS JOINDRE

Pour tout complément d'information, il suffit de nous contacter par téléphone au 1 800 575-5151 ou par l'intermédiaire de notre site Web à www.oec.gc.ca

Placements Épargne Canada 110, rue Yonge, bureau 900 Toronto, ON M5C 1T4