



# PERSPECTIVE

VOLUME 39, N°3, 2003



## ALL ABOUT THE NUMBERS!

- Farewell message from Jean-Claude Villiard
- Taking the “Numb” out of Numbers!
- Brand Essentials! — **New**

## QUESTION DE CHIFFRES!

- Message d'au revoir de Jean-Claude Villiard
- Les chiffres, ça se déchiffre!
- À vos marques! — **Nouveau**



Canada 

## EDITORIAL STAFF

### MANAGER, COMMUNICATIONS

Peter De Barros

### EDITOR-IN-CHIEF

**Suzanne Perras Campbell**  
Communications

### WRITING AND EDITING

David A. V. Elver  
Communications Inc.

### DESIGN AND PRODUCTION

Daren MacGowan  
Graphic Design

### TRANSLATION AND PROOFREADING

Linguistic Services, NO

### CONTRIBUTORS

Assisted Housing, NO

**Sylvie Rancourt**

Human Resources, NO

**Cecilia Lee**

Insurance and Securitization, NO

**Lise Vanden Broek**

Innovation Secretariat, NO

**Lori Gandy**

Policy and Research, NO

**Sue Ann Rothwell**

British Columbia and Yukon

**Valerie Rosenthal**

Prairie, Nunavut and NWT

**Sophie Dupuis**

Ontario

**Beth Bailey**

Quebec

**Lise Hamilton**

(Editor of *CMHC Express*)

Atlantic

**Dawn Ring**

(Editor of *The Atlantic Rhythm*)



## IN THIS ISSUE

- 4 Thank You - and Farewell!
- 6 Taking the “Numb” out of Numbers!
- 10 Pension and Benefits Corner
- 12 Brand Essentials!
- 14 Affordable Housing Through Partnerships
- 16 New and Improved CHIC On-line Catalogue
- 18 Opening Doors: *The 2002 Annual Report*
- 20 Home Maintenance Tips
- 22 Linguistics Column
- 24 British Columbia and Yukon Town Hall Meeting
- 26 Let the Building Begin!
- 28 2003 Diversity Champions
- 30 *The President's Challenge!*
- 30 With Regret
- 32 Dispatches from CMHC International
- 34 Toasting a Major Milestone
- 36 Quebec Welcomes Board of Directors
- 38 Condominium Buyers' Guide
- 40 Bravo! Recognition Program
- 40 Coming Events
- 42 In Your Community
- 44 A Closer Look . . .
- 46 Windsor Home Show
- 48 A Snapshot of CMHC

---

## P E R S P E C T I V E

is produced for employees of Canada Mortgage and Housing Corporation. It is YOUR magazine, and we want to hear from YOU! Contact us with contributions, ideas for upcoming business, social or recreational events, or to give us feedback on the current issue. You can reach us at: *Perspective*, c/o Suzanne Perras Campbell, Communications, National Office, 700 Montreal Road, Ottawa ON K1A 0P7. Suzanne can also be reached by e-mail at [perspective@cmhc-schl.gc.ca](mailto:perspective@cmhc-schl.gc.ca), by phone at (613) 748-2094 or by fax at (613) 748-4072.

## DANS CE NUMÉRO

- 5 Au revoir et merci!
- 7 Les chiffres, ça se déchiffre!
- 11 La rubrique sur les pensions et les avantages sociaux
- 13 À vos marques!
- 15 Créer des logements abordables
- 17 Nouveau catalogue amélioré dans CCDH en ligne
- 19 Ouvrir des portes : *Le Rapport annuel 2002*
- 21 Trucs pour l'entretien de votre maison
- 23 Chronique linguistique
- 25 Réunion annuelle de la région de la Colombie-Britannique et du Yukon
- 27 Que la construction commence!
- 29 Les champions de la diversité en 2003
- 31 *Le Défi du Président*
- 31 Avec regret
- 33 Dépêches de SCHL International
- 35 Un sommet important à célébrer
- 37 Le Québec accueille le Conseil d'administration
- 39 *Logements en copropriété - Guide de l'acheteur*
- 41 Programme de reconnaissance Bravo!
- 41 Événements à venir
- 43 Dans nos collectivités
- 45 Coup d'œil sur...
- 47 Le Salon de l'habitation de Windsor
- 48 Un instantané de la SCHL

## PERSPECTIVE

Revue produite pour les employés de la Société canadienne d'hypothèques et de logement. Il s'agit de VOTRE revue et nous voulons avoir de VOS nouvelles! N'hésitez pas à communiquer avec nous relativement à vos articles et à vos idées sur les activités sociales, d'affaires et de loisir à venir et pour nous donner votre rétroaction sur le présent numéro. Vous pouvez communiquer avec nous à *Perspective*, aux soins de Suzanne Perras Campbell, Communications, Bureau national, 700, ch. de Montréal, Ottawa (ON) K1A 0P7. On peut également communiquer avec Suzanne par courriel à l'adresse suivante : [perspective@cmhc-schl.gc.ca](mailto:perspective@cmhc-schl.gc.ca), par téléphone au (613) 748-2094, ou par télécopieur au (613) 748-4072.

### PERSONNEL DE RÉDACTION

#### DIRECTEUR DES COMMUNICATIONS

Peter De Barros

#### RÉDACTRICE EN CHEF

**Suzanne Perras Campbell**  
Communications

#### RÉDACTION ET RÉVISION

David A.V. Elver  
Communications Inc.

#### CONCEPTION ET PRODUCTION

Daren MacGowan  
Graphic Design

#### TRADUCTION ET CORRECTION D'ÉPREUVES

Services linguistiques, BN

#### COLLABORATRICES

Aide au logement, BN

**Sylvie Rancourt**

Assurance et titrisation, BN

**Lise Vanden Broek**

Politiques et Recherche, BN

**Sue Ann Rothwell**

Ressources humaines, BN

**Cecilia Lee**

Secrétariat à l'innovation, BN

**Lori Gandy**

Colombie-Britannique et Yukon

**Valerie Rosenthal**

Prairies, Nunavut et T.N.-O.

**Sophie Dupuis**

Ontario

**Beth Bailey**

Québec

**Lise Hamilton**

(Rédactrice de *SCHL Express*)

Atlantique

**Dawn Ring**

(Rédactrice de *Au rythme de l'Atlantique*)



# THANK YOU - AND FAREWELL!

## A message from Mr. Jean-Claude Villiard

Leaving a job, an organization, and especially a group of people for whom you have nothing but the fondest memories—and the utmost respect—is never an easy thing to do.

The kind words many of you have expressed to me since I announced that I would be leaving CMHC have helped a great deal. Knowing that I have played even a small role in the enormous amount we have accomplished together over the past two and a half years has made an even greater difference.

As I look back, I can say without hesitation that I have thoroughly enjoyed my time here, and the opportunity to work with all of you. I have always been unreservedly impressed with the employees who make this Corporation what it is. Your professionalism, your dedication to your work and your commitment to serving our clients and achieving our objectives have never failed to inspire me.

Perhaps even more importantly, I have discovered just how much CMHC employees seem to genuinely enjoy working here. I was warmly welcomed everywhere I went, and it wasn't long before I came to share your enthusiasm.

When I first joined CMHC on October 23, 2000, I wrote another open letter in *Perspective*, much like this one. In it, I set out two fundamental priorities, and asked you to join me in making them a reality. The first was to share with the whole world the story of CMHC, and the work we do. The second was to do everything I could to make sure your work was as effective, and as rewarding, as possible.

You took up the challenge, and we have worked hard to achieve these and numerous other goals. The results, I think you'll agree, speak for themselves.

Together, we launched CMHC International, and watched as Canadian housing products, services and expertise spread across the globe. We concluded Affordable Housing Program Agreements with all of the provinces and territories, laying a foundation to build more affordable, quality housing in every part of the country. We successfully promoted and achieved the renewal of CMHC renovation programs. We celebrated the record-breaking launch of Canada Mortgage Bonds, introduced a wide range of innovative new insurance products, improved our processes and passed the \$100 Billion mark in mortgage securities and bonds. We launched the Housing Observatory and *Canadian Housing Observer*, providing authoritative reporting on the state of Canada's housing and key trends and influences. We introduced enterprise-wide risk management to help us weather difficult times and protect the Corporation's value, as well as effective performance measurement to help us make better decisions. We increased our internal communication with initiatives like the President's Tour, which gave us a forum for open, candid discussion and feedback. We created and carried out nation-wide consumer information campaigns, making CMHC more visible than ever before. And we benefited from our PACo representatives, who served as both a voice for employees and a valuable source of input on key business issues.

Needless to say, these changes weren't realized without a great deal of effort. But then again, CMHC has always had a strong tradition of adapting to changes in its environment. As the



Jean-Claude Villiard

Corporation moves into the future, it will need to continue to be creative and innovative in finding new ways to meet housing needs.

To this end, I would encourage you to continue to work together, and to recognize each other's commitment to the Corporation. We have already accomplished much together. I trust that I can count on you to continue to pursue the goals we have set out for this year, and beyond.

First and foremost, CMHC must remain visible, viable and relevant. After all, we're all in this together, and the work you do here makes a real difference in people's lives.

To all of you, my co-workers, my colleagues—and my friends—one final word: thank you for making these among the most rewarding years of my career. I wish you all nothing but the best in your future endeavours. ■

# AU REVOIR ET MERCI!

## Message de M. Jean-Claude Villiard

Quitter un emploi, une organisation, et surtout un groupe de personnes dont on gardera toujours un excellent souvenir — et pour lesquelles on éprouve un profond respect — n'est jamais chose facile.

Les bons mots que beaucoup d'entre vous m'ont adressés depuis que j'ai annoncé mon départ m'ont énormément touché. Savoir que j'ai joué un rôle, si modeste soit-il, dans nos nombreuses réalisations au cours des deux dernières années et demie, est d'autant plus réconfortant.

En rétrospective, je peux affirmer sans hésiter que j'ai beaucoup apprécié le temps que j'ai passé ici, à la SCHL, et la chance d'avoir pu travailler avec vous tous. J'ai toujours été vivement impressionné par les employés de la Société grâce auxquels cette dernière s'est taillé la place qu'elle occupe aujourd'hui. Votre professionnalisme, votre dévouement à l'égard de votre travail et votre détermination à répondre aux besoins de nos clients et à atteindre nos objectifs ont toujours été une source d'inspiration.

Chose peut-être encore plus importante, j'ai découvert à quel point les employés de la SCHL semblent aimer vraiment travailler à la Société. Partout où je suis allé, vous m'avez chaleureusement accueilli, et j'ai rapidement partagé votre enthousiasme.

Lorsque je suis arrivé à la SCHL le 23 octobre 2000, j'ai écrit une autre lettre ouverte dans *Perspective*, semblable à celle-ci. J'y avais alors établi deux priorités fondamentales, et je vous avais demandé de vous joindre à moi pour atteindre ces objectifs. Tout d'abord, je voulais faire connaître au monde entier l'existence de la SCHL, son mandat et ses réalisations. Ensuite, je voulais faire

de mon mieux pour que votre travail soit le plus efficace et le plus valorisant possible.

Vous avez relevé le défi, et nous avons travaillé d'arrache-pied pour atteindre ces buts et de nombreux autres objectifs. Les résultats, vous en conviendrez, sont éloquents.

Ensemble, nous avons mis sur pied le groupe SCHL International, et avons suivi les progrès réalisés en ce qui a trait au marketing et à la vente, dans le monde entier, des produits, des services et du savoir-faire canadiens dans le domaine de l'habitation. Nous avons conclu des ententes concernant le logement abordable avec l'ensemble des provinces et des territoires, dans le but de construire davantage de logements abordables et de qualité dans toutes les régions du pays. Nous avons réussi à prolonger nos programmes d'aide à la rénovation résidentielle. Nous avons célébré le lancement d'une émission d'obligations hypothécaires du Canada d'un montant record, dévoilé une série de produits d'assurance novateurs, amélioré nos processus et franchi le cap des 100 milliards de dollars d'obligations et de titres émis. De plus, nous avons mis sur pied l'Observatoire du logement et lancé le rapport intitulé *L'Observateur du logement au Canada*, sources d'informations objectives et fiables sur la situation du logement au Canada et sur les tendances et les facteurs principaux qui influent sur le logement. Nous avons mis en oeuvre la gestion des risques en entreprise pour nous aider à traverser les périodes difficiles et à protéger l'actif de la Société, ainsi qu'un cadre efficace de mesure du rendement pour nous permettre de prendre de meilleures décisions. Nous avons amélioré nos communications internes grâce à des initiatives comme

la visite du président, qui nous ont donné l'occasion d'échanger de façon franche et ouverte. Nous avons organisé des campagnes d'information à l'échelle nationale auprès des consommateurs, ce qui nous a permis d'accroître plus que jamais la visibilité de la SCHL. Et nous avons bénéficié de l'apport des représentants au Conseil consultatif du président, qui ont non seulement transmis les messages des employés, mais aussi apporté un point de vue essentiel à la prise de décisions importantes.

Évidemment, ces changements ont nécessité beaucoup d'efforts. Mais là encore, la SCHL a toujours réussi à s'adapter à l'évolution de son environnement. La Société devra, pour aborder l'avenir, continuer de faire preuve de créativité et d'innovation dans sa recherche de nouveaux moyens de combler les besoins en matière d'habitation.

Ainsi, je vous encourage à poursuivre votre collaboration et à reconnaître l'engagement de chacun à l'égard de la Société. Nous avons déjà accompli une foule de choses ensemble. Je suis persuadé que je peux compter sur vous pour poursuivre les objectifs que nous nous sommes fixés pour 2003 et les années suivantes.

D'abord et avant tout, la SCHL doit demeurer visible, viable et pertinente. Après tout, nous formons une famille, et ce que nous faisons à la Société a une réelle influence sur la vie des gens.

À vous tous, mes collègues, et mes amis, un dernier mot : merci d'avoir fait de ces années à la SCHL l'une des expériences les plus enrichissantes de ma carrière. Je vous souhaite à tous le plus grand succès dans vos futures entreprises. ■

# TAKING THE “NUMB” OUT OF NUMBERS

## The real story behind CMHC’s numbers—and what they mean to you!

> By Al Hahn, Team Leader, Enterprise Risk Management, NO

Remember that hour-long meeting where everyone ended feeling lost about five minutes in? The lengthy report that took three readings just to begin to understand what it was about? Or the presentation that was so full of figures, statistics and percentages that you almost fell asleep?

We’ve all been there. Even worse, most of us are probably guilty at one time or another of delivering such presentations or documents ourselves. But in each of these instances, what was it that turned potentially important or even exciting information into something that failed to capture the attention of an audience?

Nine times out of 10, the most likely reason is also the simplest, and the one that is the most often overlooked: we’ve given our audience the numbers, but forgotten to let them in on what those numbers really mean. In other words, we’ve neglected to give them the real story behind the numbers!

### Tailoring your numbers to your audience

Believe it or not, numbers can be exciting, especially if they mean something concrete for our personal or professional lives.

Don’t buy it? Just consider this: imagine how you’d react if your investment advisor called to tell you that

your portfolio just increased by 300 per cent. Or your realtor told you that your house had gone up in value by 50 per cent. Or your supervisor informed you that everyone in your department was going to start receiving double their current salary, effective immediately.

Pretty exciting numbers, wouldn’t you say? What makes them exciting is that you instantly understand what the numbers mean, why they are relevant, and what kind of direct impact they will have on your life or work.

The same is true for the Corporation’s numbers, as well. Over the past few years, we’ve posted some numbers that are extremely exciting, and of which we all deserve to be proud. Just a brief look through the recently released *2002 Annual Report* (see related article on page 18), for example, reveals a wealth of statistics, benchmarks and other numbers that speak volumes about our challenges, our achievements and our contributions to our fellow Canadians.

But unfortunately, the one thing numbers can’t do, is speak for themselves. That’s why it’s up to us to understand what the numbers really mean, and then figure out how best to tell that story in a way that will mean something to the specific audience we’re addressing.

In other words, while the raw data remains the same, the story it tells can be crafted to create unique messaging that will resonate powerfully with its intended audience.

### Just the facts!

Let’s consider the following example of a key fact from the *2002 Annual Report*:

	2001	2002
CMHC - Income Before Income Taxes (\$M)	564	854
CMHC - Net Income After Taxes (\$M)	345	544

The numbers are just that—numbers. They’re also the raw data behind not just one, but also many interesting stories about the Corporation’s performance over the past year.

In fact, there’s almost no end to what these numbers could mean to different audiences. But to illustrate how the same raw data can lead to different stories for different audiences, let’s take just three possible versions, for three specific audiences.

# LES CHIFFRES, ÇA SE DÉCHIFFRE!

## La réalité derrière les chiffres de la SCHL – et ce qu'ils signifient pour vous

> Al Hahn, chef d'équipe, Gestion des risques en entreprise, BN

**V**ous vous rappelez la réunion interminable où tout le monde se sentait perdu après cinq minutes? Le long rapport qui devait être lu trois fois pour qu'on comprenne de quoi il s'agissait? Ou la présentation qui comportait tellement de chiffres, de statistiques et de pourcentages que vous vous êtes presque endormi?

Nous avons tous connu une telle situation. Pire encore, la plupart d'entre nous sont probablement coupables d'avoir déjà produit de telles présentations ou de tels documents. Mais comment se fait-il que dans chacune de ces situations, des informations potentiellement importantes, voire passionnantes, n'ont pas su capter l'attention des auditeurs?

Neuf fois sur 10, la raison la plus probable est la plus simple, mais aussi la plus négligée : nous avons présenté des chiffres à notre auditoire, mais nous avons oublié d'expliquer ce qu'ils signifiaient réellement. Autrement dit, nous avons omis de présenter la réalité qui se cache derrière les chiffres!

### Adapter les chiffres à l'auditoire

Croyez-le ou non, les nombres peuvent être excitants, en particulier lorsqu'ils décrivent un aspect concret de notre vie personnelle ou professionnelle.

Vous ne le croyez pas? Demandez-vous seulement quelle serait votre réaction si votre conseiller en placement vous apprenait que la valeur de votre portefeuille vient d'augmenter de 300 %? Ou si votre agent immobilier vous disait que la valeur de votre maison a augmenté de 50 %? Ou si votre supérieur vous annonçait que tous les membres de votre service recevront à partir de maintenant le double de leur salaire?

Il s'agirait de chiffres plutôt intéressants, n'est-ce pas? Ce qui les rend intéressants, c'est que vous compreniez immédiatement ce qu'ils indiquent, pourquoi ils sont importants, l'incidence qu'ils ont sur votre vie personnelle ou professionnelle.

C'est la même chose pour les chiffres de la Société. Au cours des dernières années, nous avons publié des chiffres extrêmement intéressants, desquels nous pouvons être fiers. Par exemple, un bref coup d'œil au *Rapport annuel de 2002*, publié récemment (voir l'article à la page 19), fait découvrir une mine de statistiques, de points de référence et d'autres chiffres qui en disent long sur les défis que nous avons à relever, sur les réalisations que nous avons accomplies et sur la contribution que nous apportons à nos compatriotes canadiens.

Malheureusement, ce que les chiffres ne peuvent pas faire, c'est de parler

par eux-mêmes. Il nous appartient de dégager leur véritable signification et de trouver la façon de décrire la réalité sous-jacente de manière à ce qu'ils signifient quelque chose pour le public auquel nous nous adressons.

Autrement dit, bien que les données brutes restent les mêmes, l'histoire qu'elles racontent peut être habilement présentée pour créer un message unique, qui résonnera puissamment auprès du public concerné.

### Les faits, seulement les faits!

Considérons l'exemple suivant, un fait clé du *Rapport annuel 2002* :

	2001	2002
SCHL – Bénéfice avant impôts sur les bénéfices (en millions de dollars)	564	854
SCHL – Bénéfice net après impôts sur les bénéfices (en millions de dollars)	345	544

Ces chiffres ne sont que des chiffres. Mais ils constituent aussi les données brutes qui traduisent nombre d'histoires intéressantes sur le rendement de la Société l'année dernière.

En fait, les significations possibles de ces nombres selon l'auditoire sont pratiquement infinies. Afin d'illustrer comment ces mêmes données brutes peuvent raconter des histoires différentes à des auditoires différents, considérons seulement trois versions possibles, destinées à trois publics distincts.

## After all, numbers themselves never tell the story.

### Story No. 1: The number crunchers

For accountants, auditors and other financially oriented parties interested in reviewing annual financial results, for example, the story could be:

*“Actual Income Before Income Taxes (IBIT) in 2002 of \$854 million is \$290 million or 51.4 per cent higher than actual IBIT in 2001 of \$564 million, while 2002 net income after income taxes of \$544 million is \$199 million or 58 per cent greater than actual 2001 net income after income taxes of \$345 million.”*

For the rest of us, this may not mean much. But for those who deal with figures for a living, believe me, this is practically the story of the year!

### Story No. 2: Our external stakeholders

For our external stakeholders, meanwhile, the same numbers could be used by business line owners to report the highlights of our operating results for the past year, namely:

*“A robust Canadian economy in 2002, combined with low interest rates and high employment, generated strong consumer confidence in the housing sector. This led to a stellar year for CMHC, which reported record business volumes and resulting income substantially higher than the previous year.”*

This is essentially the same story. But because it is oriented towards an audience more interested in the big picture than in the details, it focuses on the results instead of the specific statistics behind them.

### Story No. 3: One for the team

Finally, for Managers sharing this information with their teams, the same good news has another meaning entirely:

*“The results are in, and 2002 was a simply incredible year for CMHC! We all worked our tails off, and met or exceeded all of our business goals. We helped a lot of people, and to boot, we received a 3 per cent cash bonus to recognize our good work in rising to the challenge. Congratulations to everyone!”*

### The full story

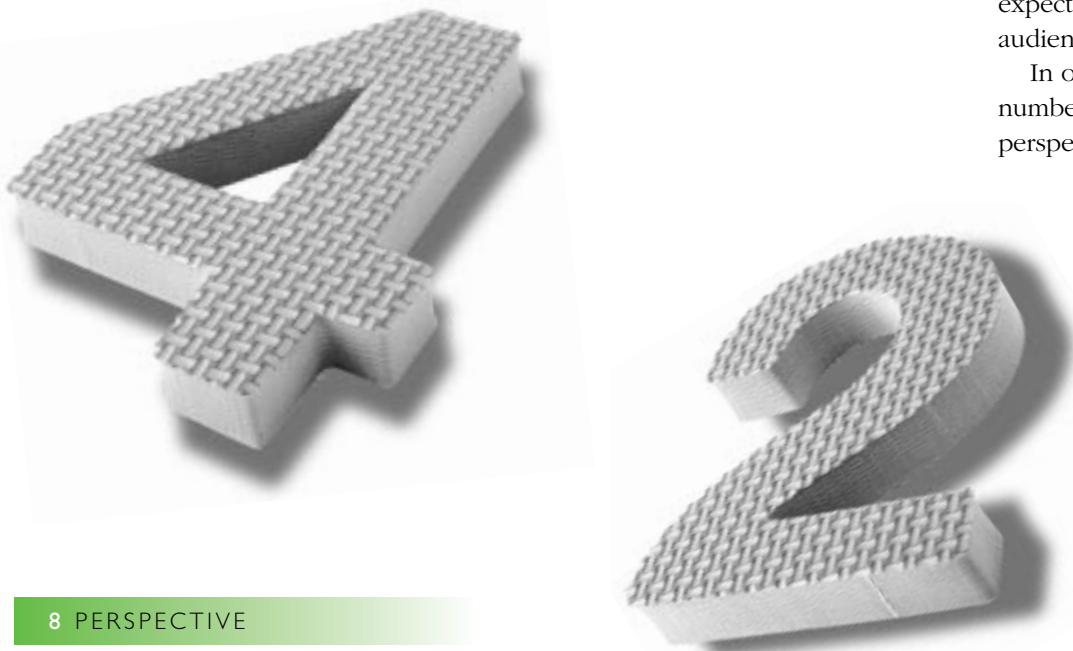
Obviously, these examples reflect the focus of the intended recipients. Where we run into trouble is when we are called on to deliver to one particular audience, material that was consciously produced with a different group of recipients in mind.

When this happens, the best tack is to tell the “whole story,” combining all three versions (or more). In the above example, this could mean something like:

*“In 2002, CMHC rose to the challenge to produce outstanding financial results in the form of Net Income After Taxes of \$544 million, 58 per cent higher than the previous year. This is due in large part to a robust Canadian economy, and fuelled by a strong housing sector. It is also thanks to the extraordinary efforts of the hard-working, professional and dedicated staff throughout the Corporation. Without them, this achievement would not have been possible . . .”*

After all, numbers themselves never tell the story. It’s the context of the information—financial results in this case—crafted into a clear, compelling story line and tailored to the interests, expectations and needs of the intended audience, which will truly hit the mark.

In other words, when it comes to numbers, it’s always a question of perspective! ■





### Histoire n° 1 : les amateurs de chiffres

Pour les comptables, les vérificateurs et autres personnes intéressées aux aspects financiers, l'histoire qui se cache derrière les résultats financiers annuels pourrait être :

*« Le bénéfice effectif avant impôts sur les bénéfices s'est établi à 854 millions de dollars en 2002, contre 564 millions de dollars en 2001, ce qui représente une hausse de 290 millions de dollars, ou 51,4 %. Le bénéfice net après impôts sur les bénéfices a pour sa part atteint 544 millions de dollars en 2002, contre 345 millions de dollars en 2001, ce qui représente une hausse de 199 millions de dollars – ou 58 % – par rapport à l'exercice précédent. »*

Pour les autres d'entre nous, cela ne signifie pas grand-chose. Mais pour ceux qui gagnent leur vie avec les chiffres, croyez-moi, c'est pratiquement l'histoire de l'année!

### Histoire n° 2 : les acteurs externes

Pour les acteurs externes, les mêmes chiffres pourraient être utilisés par les chefs de secteur d'activités pour faire part des faits saillants de nos résultats d'exploitation de l'an dernier :

*« La vigueur de l'économie canadienne en 2002, conjuguée à des taux d'intérêt bas et à un taux d'emploi élevé, a généré une forte confiance des consommateurs en ce qui a trait à l'habitation. Ces facteurs ont contribué à l'année exceptionnelle qu'a connue la SCHL, qui a déclaré un chiffre d'affaires record et un bénéfice sensiblement plus élevé que celui de l'année précédente. »*

Il s'agit essentiellement de la même histoire. Mais, comme elle est orientée vers un public plus intéressé à une vue d'ensemble qu'aux détails, elle se concentre davantage sur les résultats que sur les statistiques précises qui les sous-tendent.

### Histoire n° 3 : un bon point pour l'équipe

Enfin, pour un directeur qui partage cette information avec son équipe, les mêmes bonnes nouvelles revêtent une signification entièrement différente :

*« Les résultats du dernier exercice ont été publiés. L'année 2002 s'est révélée tout à fait exceptionnelle pour la SCHL! Nous avons tous travaillé très dur et nous avons atteint ou dépassé tous nos objectifs. Non seulement avons-nous aidé beaucoup de gens, mais encore, nous avons reçu une prime en argent*

net après impôts sur les bénéfices de 544 millions de dollars, soit une augmentation de 58 % par rapport à l'exercice précédent. Ce succès est dû en grande partie à la robustesse de l'économie canadienne et à l'essor du secteur de l'habitation, mais aussi aux efforts extraordinaires de tout le personnel de la Société, qui s'est investi sans compter et de manière très professionnelle dans son travail. Sans ces personnes, un tel succès n'aurait pas été possible... »

**Après tout, ce ne sont jamais  
les chiffres eux-mêmes qui racontent  
l'histoire et qui font en sorte que  
l'objectif de communication est atteint.**

*de 3 % en reconnaissance de notre bon travail et des défis que nous avons relevés. Félicitations à tous et à toutes!*

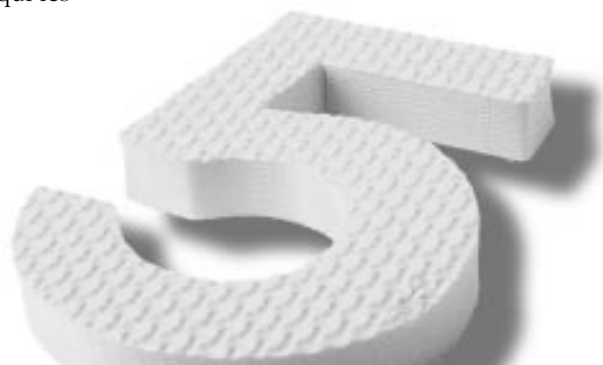
#### Toute l'histoire

Évidemment, ces exemples sont le reflet des intérêts de leurs destinataires. Il est parfois difficile de présenter à un public particulier de l'information qui a été produite pour d'autres destinataires.

Lorsque cela se produit, la meilleure solution est de raconter « toute l'histoire », en combinant toutes les versions (ou d'autres). Dans l'exemple susmentionné, cela pourrait se traduire comme suit « En 2002, la SCHL a relevé avec brio les défis auxquels elle faisait face et a publié des résultats financiers exceptionnels, affichant un bénéfice

Après tout, ce ne sont jamais les chiffres eux-mêmes qui racontent l'histoire et qui font en sorte que l'objectif de communication est atteint. C'est plutôt le contexte de l'information – les résultats financiers dans le cas présent – habilement présenté dans un scénario clair, convaincant et adapté aux intérêts, aux attentes et aux besoins du public visé.

Autrement dit, quand il est question de chiffres, il est toujours question de perspective! ■



In this issue, the Compensation, Pension and Benefits team asks:

### ***Will my CMHC pension benefits be impacted at age 65, when I start receiving other government pension benefits?***

When planning your retirement income, an important financial consideration to take into account is the change that will occur to your CMHC pension benefits when you reach age 65.

As with many other pension plans, the CMHC Pension Plan is integrated with the Canada and Quebec (C/QPP) pension plans. If you retire before age 65 (the age at which C/QPP retirement benefits usually start), for example, you will begin by receiving full benefits from your CMHC Pension Plan. Once you reach age 65, however, your CMHC pension benefits will be reduced by a set amount, in order to take into account the integration of our pension plan benefits with those of the Canada and Quebec pension plans.

Why the reduction? The short answer is that your pension benefits are reduced when the C/QPP normally kicks in, because the contributions you made into the CMHC Plan throughout your work life were already reduced with the C/QPP benefits in mind. In other words, when you reach 65, you will be receiving pension benefits from the two pension plans (CMHC and C/QPP) that you contributed to during your career. (For information and examples of how your contributions are integrated and how this reduction to your pension benefits is calculated, visit the HR On-line Web site or refer to the booklet, *Your CMHC Pension Plan*.)

The reduction in your CMHC pension will not start until age 65, even if you start to receive reduced CPP benefits prior to age 65. The reduction to your CMHC pension may not be equivalent to the amount of benefits you're entitled to receive from C/QPP for any number of reasons. For example, because it's possible to receive C/QPP at a reduced rate as early as age 60, it's also possible that the amount of the reduction in your CMHC pension benefits starting at age 65 could exceed the amount of the benefits you receive from C/QPP. On the other hand, because your CMHC pension reduction is based only on your pensionable service with CMHC, the amount of the benefits you would receive from C/QPP might be greater than the reduction applied to your CMHC pension benefits.



For more information on your C/QPP benefits, refer to your personal Statement of Contributions issued annually by the Canada Pension Plan or the Quebec Pension Plan. Other pension benefits that become payable at age 65 are Old Age Security (OAS) and, for some individuals, the Guaranteed Income Supplement (GIS). Additional information regarding C/QPP, OAS and the GIS can also be found on the Human Resources Canada Web site, at [www.hrhc-drhc.gc.ca](http://www.hrhc-drhc.gc.ca)

If you're interested in finding out more about the impact of the reduction at age 65 and how your CMHC Pension Plan works, you're welcome to attend the Employee Pension Information Sessions that are being held at a location near you.

**For more information on CMHC pensions or benefits, go to the HR On-line Web site, or contact the Pension and Payroll Group.**

*Your feedback is important to us! If you have any suggestions for topics you'd like to see covered or questions you'd like to have answered through the Pension and Benefits Corner, please submit them by e-mail to Michelle Marin or Joanne Pilon. ■*

## La rubrique sur les pensions et les avantages sociaux

> par la Division de la rémunération, des pensions et des avantages sociaux

Dans ce numéro, l'équipe de la rémunération, pensions et avantages sociaux se penche sur la question suivante :

### **Mes prestations de pension de la SCHL changeront-elles, lorsque je toucherai les rentes versées en vertu d'autres régimes de retraite de l'État, à l'âge de 65 ans?**

De même que beaucoup d'autres régimes de retraite, celui de la SCHL est intégré au Régime de pensions du Canada (RPC) et au Régime de rentes du Québec (RRQ). À titre d'employé, si vous prenez votre retraite avant 65 ans (c'est-à-dire avant l'âge auquel vous commencez habituellement à toucher les prestations du RPC/RRQ), vous recevrez au départ une pleine pension en vertu du Régime de retraite de la SCHL. Une fois que vous aurez atteint l'âge de 65 ans, toutefois, vos prestations de la SCHL seront réduites d'un montant déterminé, afin de tenir compte de l'intégration des prestations de la Société à celles du RPC et du RRQ.

Pourquoi y a-t-il une réduction? En bref, vos prestations sont réduites dès que le RPC/RRQ entre en vigueur, parce que vos cotisations au Régime de retraite de la SCHL pendant vos années d'emploi avaient été calculées en tenant compte des prestations du RPC/RRQ. Autrement dit, lorsque vous atteignez l'âge de 65 ans, vous recevrez des prestations des deux régimes de retraite (celui de la SCHL et le RPC/RRQ) auxquels vous avez cotisé pendant votre carrière. (Le site Web RH en ligne et la brochure *Votre Régime de retraite de la SCHL* offrent de plus amples renseignements et des exemples concernant l'intégration de vos cotisations et le mode de calcul de la réduction.)

La réduction ne sera cependant appliquée que lorsque vous atteindrez l'âge de 65 ans, même si vous commencez à recevoir des prestations réduites du RPC avant cet âge. Il se peut par ailleurs que la réduction appliquée à votre pension de la SCHL ne corresponde pas au montant des prestations auquel vous avez droit en vertu du RPC/RRQ, pour diverses raisons. À titre d'exemple, comme on peut recevoir une pension réduite aux termes des régimes de l'État dès l'âge de 60 ans, il est possible que le montant de la réduction appliquée à vos prestations de la SCHL, quand vous atteindrez l'âge de 65 ans, soit supérieur aux prestations versées en vertu du RPC/RRQ. En revanche, puisque la

réduction appliquée aux prestations de la SCHL n'est fondée que sur vos années de services validables, le montant de prestation que vous touchez en vertu du RPC/RRQ pourrait être supérieur à la réduction appliquée à vos prestations de la Société.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur les rentes qui vous seront versées en vertu du RPC/RRQ, veuillez consulter l'état de compte personnel que vous recevez annuellement à cet effet. À l'âge de 65 ans, vous êtes aussi admissibles aux prestations de la Sécurité de la vieillesse (SV). Certaines personnes peuvent en outre recevoir le Supplément de revenu garanti (SRG). D'autres informations sur le RPC, le RRQ, la SV et le SRG se trouvent au site de Développement des ressources humaines Canada à l'adresse [www.hrdc-drhc.gc.ca](http://www.hrdc-drhc.gc.ca)

Pour en savoir plus sur la réduction de vos prestations à l'âge de 65 ans et la façon dont fonctionne le Régime de retraite de la SCHL, vous êtes invités à assister aux séances d'information qui ont lieu dans votre région.

**Pour obtenir plus d'information sur les pensions et avantages sociaux de la SCHL, veuillez accéder au site Web RH en ligne ou communiquer avec le groupe chargé des pensions et de la paye.**

*Nous accordons beaucoup d'importance à vos commentaires! Si vous avez des sujets ou des questions que vous voulez voir traiter dans le cadre de cette rubrique, veuillez les faire parvenir par courriel à Michelle Marin ou à Joanne Pilon. ■*





# RAND ESSENTIALS!

By the Marketing Division, NO

Interested in finding out a little bit more about the power of the CMHC Brand, why it's such a big deal—and what it *really* means for you? Then look no further than **Brand Essentials!**—the latest regular feature of *Perspective!*

This new column will feature all the branding information you always wanted to know, including helpful guidelines, new projects and handy branding tips. **Brand Essentials!** will also assist you in becoming a great CMHC ambassador, by helping you better understand the CMHC brand.

For this inaugural issue, we invite you to join us in celebrating the launch of the newest tool in CMHC's branding toolbox: Branding On-line. Officially unveiled on May 13th, the Branding On-line database offers “quick, easy access to anything and everything pertaining to the CMHC brand,” says Carmen Foglietta, Manager, Corporate Brand and Information Marketing.

Branding On-line hosts a wealth of information, from our corporate signature, colour palettes and fonts to downloadable files of everything including the CMHC logo and presentation templates.

Branding On-line will also keep you informed of key developments in the CMHC brand, current branding projects, initiatives that may affect your work, and all the latest tools developed to assist you in knowing and promoting the CMHC brand. Plus, Branding On-line is also available to external suppliers through the CMHC Web site, which houses all the same resources except for specific information intended for CMHC employees' eyes only.

To access Branding On-line, just go to the Marketing On-line database, or visit [www.cmhc.ca/branding](http://www.cmhc.ca/branding). If you have any questions or concerns about the CMHC brand, contact Jan Riopelle, CMHC Brand Consultant, at (613) 748-4868 or Carmen Foglietta, Manager, Corporate Brand and Information Marketing, at (613) 748-2030.

And we'll see you with more tips in the next installment of **Brand Essentials!** ■



Launch of Branding On-line, National Office, May 13.

Lancement de Image de marque en ligne, Bureau national, le 13 mai.

Photos: André Mondou



# VOS MARQUES!

par la Division du marketing, BN

**V**ous aimeriez en savoir un peu plus sur l'importance de l'image de marque de la SCHL, comprendre pourquoi on s'en préoccupe tant et ce qu'elle signifie vraiment pour vous? Ne cherchez plus. Vous trouverez toutes vos réponses à l'intérieur de la plus récente chronique **À vos marques!** de *Perspective*.

Cette nouvelle chronique vous expliquera tout ce que vous avez toujours voulu savoir sur l'image de marque. Elle contiendra notamment des directives et des conseils utiles sur le sujet et on y fera mention des nouveaux projets.

**À vos marques!** vous aidera également à devenir un grand ambassadeur de la SCHL puisque vous comprendrez mieux le sens de notre image de marque.

À l'occasion de cette première chronique, nous vous invitons à célébrer avec nous le lancement du tout nouvel outil de mise en place de l'image de marque de la SCHL : Image de marque en ligne. Inaugurée officiellement le

13 mai, la base de documents Image de marque en ligne offre « un accès simple et rapide à tout ce qui touche l'image de marque de la SCHL », indique Carmen Foglietta, directrice, Image de marque et marketing de l'information.

La base Image de marque en ligne offre une foule de renseignements allant de la signature visuelle de la Société, à la palette de couleurs, en passant par les polices de caractères et différents fichiers téléchargeables contenant le logo de la SCHL et des gabarits de présentations.

La base de documents Image de marque en ligne vous tiendra également au courant des développements fondamentaux concernant l'image de marque de la SCHL, des projets en cours et des initiatives touchant la mise en place de l'image de marque et pouvant avoir une incidence sur votre travail, ainsi que des derniers outils mis à votre disposition pour vous aider à mieux comprendre et à promouvoir l'image de marque de la SCHL. À part quelques renseignements réservés aux employés de la SCHL, la base de documents est accessible aux fournisseurs externes par l'entremise du site Web de la SCHL.

Pour consulter Image de marque en ligne, vous pouvez passer par la base de documents Marketing en direct ou par le site [www.schl.ca/imagemarque](http://www.schl.ca/imagemarque). Si vous avez des questions ou des préoccupations au sujet de l'image de marque de la SCHL, veuillez communiquer avec Jan Riopelle, consultante, Image de marque, au (613) 748-4868 ou Carmen Foglietta, directrice, Image de marque et marketing de l'information, au (613) 748-2030.

D'autres conseils vous attendent dans la prochaine chronique de **À vos marques!** ■



# AFFORDABLE HOUSING THROUGH PARTNERSHIPS

## New tools to help communities create more affordable housing across Canada

**W**e all know that strong communities need to have safe, affordable housing. But when it comes to building homes that are both of good quality and affordable, it takes more than just good wishes. It takes the vision, creativity and concentrated efforts of a wide range of partners, working together to develop and implement innovative ways of meeting the housing needs in their communities.

More and more, partners from the private, public, non-profit and community sectors are coming together—and making their visions a reality—thanks to CMHC's Canadian Centre for Public-Private Partnerships in Housing (CCPPPH). Whether it's help getting started with a housing project, financial assistance provided at key points along the way, or simply that all-important advice on how to cultivate the most effective partnerships possible, the CCPPPH team is always there to help in whatever way they can.

Since it was established in 1991, the Centre has facilitated almost 500 projects, with more than 25,000 housing units across Canada. Now, CMHC has developed a whole new series of tools to help groups and individuals get their efforts underway, in order to provide more affordable housing in their communities:

### 1. Seed Funding: getting off to a good start

First, CMHC recently introduced a comprehensive new Seed Funding initiative designed to help housing proponents flesh out their proposals for housing that is either innovative, community-based, affordable or some combination of the three. Successful applicants will be able to access up to \$20,000 in funding very early on in the process, to help them cover such important groundwork costs as carrying out feasibility and community need studies, developing a business plan, evaluating procurement options and conducting property inspections, to name just a few.

### 2. Capacity development training: shortening the learning curve

To help build the capacity of communities to create housing organizations and develop and manage their own housing stock, CMHC will also be offering targeted training hand-in-hand with the Seed Funding initiative. Offering a clear understanding of the housing development process, the capacity development training will prepare proponents to drum up community support, and search out the resources they need to turn their ideas into bricks and mortar.

### 3. Enhanced proposal development loans: finding ways to make it work

CMHC is also enhancing the development funding it offers to help take housing proposals to the next stage. The limits on these interest-free loans have been increased to \$100,000, with a forgivable portion based on the projected affordability of the housing being proposed.

### 4. Expanded consultation services: help along the way

To ensure potential partners get the information and advice they need, when they need it, CMHC is expanding its consultation services, including doubling its resources and providing more consultation earlier in the housing development process.



**Seed Funding:  
Apply before July 2, 2003**

# CRÉER DES LOGEMENTS ABORDABLES AU MOYEN DE PARTENARIATS

## De nouveaux moyens pour aider les collectivités canadiennes à créer des logements abordables

**N**ous savons tous que les collectivités, pour demeurer fortes, doivent disposer d'un parc de logements sûrs et abordables. Mais lorsque vient le temps de construire des maisons abordables et de bonne qualité, il faut plus que de bonnes intentions. Il faut une vision, de la créativité et une étroite collaboration entre plusieurs partenaires qui ensemble développeront et mettront en œuvre des solutions novatrices qui répondront aux besoins en logement de la collectivité.

Grâce à l'assistance du Centre canadien du partenariat public et privé en habitation de la SCHL (CCPPPH), un nombre croissant de partenariats se forment — et réalisent leur vision — parmi les intervenants des secteurs privé et public et ceux des organismes à but non lucratif et communautaires.

Que ce soit en aidant au démarrage de projets d'habitation, en fournissant de l'aide financière à un moment critique ou simplement en donnant de précieux conseils sur la mise sur pied de partenariats fonctionnels, le CCPPPH est toujours là pour aider.

Depuis sa fondation en 1991, le Centre a pris part à plus de 500 projets ayant permis la création de plus de 25 000 logements au Canada. La SCHL a récemment créé une nouvelle série de services visant à aider les groupes et les particuliers à créer des logements abordables dans leur collectivité.

### 1. Financement initial – partir du bon pied

D'abord, la SCHL a récemment lancé une nouvelle initiative de financement qui offre un financement initial aux personnes et aux organismes qui présentent des projets d'ensemble de logements soit innovateurs, soit à tendance communautaire, soit abordables, ou une combinaison des trois. Les demandeurs peuvent obtenir jusqu'à 20 000 \$ au tout début de leur projet; ce financement est destiné à éponger les coûts initiaux élevés associés notamment aux études de faisabilité, à l'analyse des besoins de la collectivité, à la préparation d'un plan d'affaires, à l'évaluation des options d'approvisionnement et à l'inspection des bâtiments.

### 2. Formation et développement des compétences – accélérer l'apprentissage


De concert avec le financement initial, et pour aider les collectivités à développer les compétences nécessaires à la création d'organismes d'habitation et à la gestion de leur parc de logements, la SCHL offre également de la formation spécialisée. En expliquant clairement le processus de développement de projets immobiliers, cette formation prépare les personnes qui la suivent à trouver le soutien communautaire et les ressources nécessaires à la matérialisation de leurs idées.

### 3. Bonification des prêts destinés au développement de projets – accélérer le déroulement des projets

La SCHL a dégagé des fonds supplémentaires pour accélérer le développement des projets en cours. Le plafond de ces prêts sans intérêt a été porté à 100 000 \$, dont une portion peut être remise en fonction de l'abordabilité des logements proposés.

### 4. Services de consultation élargie – accompagner les intervenants

Soucieuse d'offrir à ses partenaires l'information et les conseils dont ils ont besoin en temps opportun, la SCHL a élargi ses services de consultation en doublant leurs ressources et en offrant davantage de consultation au début du projet.



**Financement initial :**  
**Faites votre demande**  
**avant le 2 juillet 2003**

## 5. More flexibilities in insured financing: expanding the menu of options

In addition, CMHC's newly announced mortgage insurance flexibilities will make it easier than ever to obtain financing for affordable rental and homeowner projects. Because no "one size fits all," producers of non-profit and for-profit affordable housing will be able to choose from a menu of options that can be tailored to suit their specific needs. Rental projects that meet affordability criteria will be eligible for larger loan amounts, lower mortgage insurance premiums and greater flexibility related to cash flow requirements, loan advancing and repayment. Plus, affordable home ownership proposals can benefit from CMHC's recognition of a greater range of equity contributions and rent-to-own arrangements. In general, the more affordable the housing, the greater the degree of flexibility that CMHC will offer.

Through these new tools, CMHC is making it possible for more housing proponents in every region of the country to pursue their efforts to build affordable homes, revitalize neighbourhoods, instill a sense of

## Partnership Centre Projects Across Canada

- **Carew Lodge, St. John's, Newfoundland and Labrador:** affordable housing project in downtown St. John's for low-income single persons
- **Mères avec pouvoir, Montréal, Quebec:** affordable homes for single mothers
- **Abbeyfield Houses Society, Shanty Bay, Ontario:** seniors' housing project near the shores of Lake Simcoe
- **Bob Ward Residence, Calgary, Alberta:** residence for individuals with special needs or requirements
- **St. Paul's Housing Society, Victoria, British Columbia:** life-lease project for seniors, built on land donated by an adjacent church

pride in their communities and improve the living conditions of their residents for years to come.

As Denise Van Herk, Acting Manager of the Partnership Centre, says: "[This] package of new options ... will enable non-profit or private sector housing proponents to develop their housing project proposals. The more affordable the housing, the wider the range of tools and services available." For more information visit our Web site at [www.cmhc.ca](http://www.cmhc.ca) ■



On April 11, 2003, Mr. Steven Mahoney was appointed as Secretary of State for Selected Crown Corporations, including CMHC. The Honourable David Collenette retains the responsibility as Minister of Transport and Minister responsible for Canada Mortgage and Housing Corporation.

## New and Improved CHIC On-line Catalogue – Coming Soon!

Check out CHIC on-line this summer for a new and improved version of the library catalogue, including:

- Web-based access
- New features
- Even easier to use

*Coming soon to a desktop near you!*



## 5. Souplesse accrue en matière d'assurance – étoffer le menu d'options

Enfin, les nouvelles modalités d'assurance prêt hypothécaire de la SCHL sont plus souples. Elles facilitent plus que jamais la tâche à ceux et celles qui souhaitent obtenir du financement pour des projets d'ensemble de logements locatifs ou d'habitations de propriétaires-occupants. Comme chaque cas est unique, les promoteurs de logements abordables avec ou sans but lucratif ont maintenant accès à un choix d'options correspondant à leurs besoins particuliers. Les projets d'ensemble de logements locatifs qui répondent aux critères d'abordabilité seront admissibles à des prêts plus substantiels, à des primes d'assurance prêt hypothécaire plus basses et à un traitement plus souple en matière d'exigences d'encaisse, de versement initial et de remboursement. De plus, les projets d'ensemble de logements abordables peuvent profiter de nombreuses options d'apport en capitaux reconnues par la SCHL, ainsi que des possibilités de location avec option d'achat. En règle générale, plus le logement est abordable, plus la SCHL assouplit ses exigences.

Le 11 avril 2003, M. Steven Mahoney a été nommé Secrétaire d'État pour des sociétés d'État déterminées, notamment la SCHL. L'honorable David Collenette conserve ses responsabilités à titre de ministre des Transports et ministre responsable de la Société canadienne d'hypothèques et de logement.

## Projets du Centre au Canada

- **Carew Lodge, St. John's, Terre-Neuve-et-Labrador** : projet d'ensemble de logements abordables pour personnes seules à faible revenu – centre-ville de St. John's.
- **Mères avec pouvoir, Montréal, Québec** : maisons abordables pour mères seules.
- **Abbeyfield Houses Society, Shanty Bay, Ontario** : projet d'ensemble de logements pour personnes âgées – près des berges du lac Simcoe.
- **Bob Ward Residence, Calgary, Alberta** : résidence pour personnes ayant des besoins particuliers.
- **St. Paul's Housing Society, Victoria, Colombie-Britannique** : projet de baux viagers pour personnes âgées – terrain donné par une église adjacente.

Grâce à ces nouvelles mesures, la SCHL permettra à un plus grand nombre d'intervenants du secteur de l'habitation de toutes les régions de poursuivre leurs projets d'ensemble de logements abordables et de revitaliser leur quartier, insufflant ainsi une fierté nouvelle dans les collectivités, et améliorant du coup la qualité de vie des résidents pour de nombreuses années.

Selon Denise Van Herk, directrice intérimaire du Centre, « [cet] ensemble de nouvelles options [...] permettra aux intervenants des organismes à but non lucratif et du secteur privé de faire avancer leurs projets d'habitation. Plus les logements qu'ils proposeront seront abordables, plus la SCHL mettra d'outils et de services à leur disposition. » Pour de plus amples renseignements, consultez notre site Web au [www.schl.ca](http://www.schl.ca) ■

## Nouveau catalogue amélioré dans CCDH en ligne – Bientôt disponible!

Cet été, surveillez CCDH en ligne qui mettra à votre disposition une nouvelle version améliorée de son catalogue de bibliothèque, comprenant :

- un accès Web
- de nouvelles fonctions
- une utilisation encore plus conviviale

*Disponible bientôt sur un bureau près de chez vous!*

# OPENING DOORS: THE 2002 ANNUAL REPORT

The 2002 CMHC Annual Report was formally tabled in Parliament on April 28, 2003. Entitled “Opening Doors,” its key message was one of success—for CMHC, for the Canadian housing sector, and for all of the Canadians that we helped, “opening the doors” to housing assistance, to home ownership, and to expertise and advice on housing choices.

The numbers—many of which were detailed in the article covering the Leaders Conference and President’s Tour in the last issue of *Perspective*—were impressive. But the story behind them was even more exciting.

In Insurance and Securitization, for example, 2002 saw record volumes of over 500,000 units insured for the first time in the history of the Corporation. Over one-third of this business was in areas where Canadians have historically found it especially difficult to access home financing, such as in rural and remote regions, single industry towns and on-reserve. Plus, CMHC remained the only mortgage insurer of loans for rental accommodation and specialized



housing needs such as nursing and retirement homes. The continuing popularity of our Canada Mortgage Bonds and NHA Mortgage-Backed Securities led to an increase in our securitization activities by more than 60 per cent over our previous best year.

In his Message to staff and stakeholders, CMHC President Jean-Claude Villiard summarized this success by citing that the strength of the Canadian economy, “coupled with CMHC’s tireless efforts in all of its business lines, resulted in another outstanding year for the Corporation.”

“CMHC is very proud of . . . all of its accomplishments outlined in this year’s Annual Report. Meeting our goals and objectives on behalf of Canadians, while furthering the Government of Canada’s housing policies and other priorities—including children and families, innovation and the environment—is the Corporation’s number one priority.”

“With the tools at its disposal, CMHC constantly looks for new opportunities to grow and expand its products and services for the benefit of all Canadians.”

Peter R. Smith, in his final Annual Report as Chairman of CMHC, echoed Mr. Villiard’s sentiments for the current and future success of the Corporation, stating: “In its 56th year of operation, CMHC continues to demonstrate that it has the strength and commitment to fulfill its traditional roles and responsibilities, as well as the vision and creativity to set new directions in response to changing needs.”

“As it has always done in the past, the Corporation continues to open the door to home ownership for Canadians in every province and territory. We are key providers of housing assistance, expertise and advice to those who need it, and we continue to position ourselves as a gateway to the world for our industry partners looking to expand their business abroad.”

“Looking forward, I sense a renewed and growing enthusiasm within the Corporation for the challenges and opportunities that lie ahead. With our experienced senior management team and dedicated staff, I am confident that CMHC will continue to be the key to quality, affordable housing in Canada.” ■

*For more information—including all the facts and figures for achievements over the past year—check out the 2002 CMHC Annual Report for yourself.*

# OUVRIR DES PORTES: LE RAPPORT ANNUEL 2002

Le *Rapport annuel 2002* de la SCHL a été déposé au parlement le 28 avril 2003. Intitulé « Ouvrir des portes », le rapport a transmis avant tout un message de réussite — pour la SCHL, pour le secteur canadien de l'habitation, et pour tous les Canadiens qui ont aidé à « ouvrir des portes » à l'aide au logement, à l'accession à la propriété ou à de l'expertise et des conseils pour le choix de logements.

Les chiffres — dont un grand nombre ont été mentionnés dans l'article portant sur la Conférence des gestionnaires et la Visite du président, dans le dernier numéro de *Perspective* — sont impressionnants. Les faits derrière ces chiffres sont, toutefois, encore plus excitants.

Dans le domaine de l'assurance et de la titrisation, par exemple, la Société a, pour la première fois de son histoire, fourni une assurance prêt hypothécaire à plus de 500 000 personnes et familles, en 2002. Plus du tiers de ces prêts assurés visaient des logements situés dans des régions où les Canadiens éprouvent depuis toujours de la difficulté à obtenir du financement hypothécaire, comme les régions rurales et les régions éloignées, les villes monoindustrielles et les réserves. De plus, la SCHL est demeurée la seule à offrir de l'assurance prêt hypothécaire pour les ensembles de logements locatifs et les logements spéciaux, comme les centres d'hébergement et les résidences pour retraités. Enfin la popularité soutenue de nos Obligations hypothécaires du Canada et des titres hypothécaires LNH a donné lieu à une augmentation de nos activités de titrisation de plus de 60 % par rapport à notre meilleure année précédente.

Dans son message aux employés et aux publics cibles, le président de la SCHL, M. Jean-Claude Villiard, a résumé cette réussite en affirmant que la

vigueur de l'économie canadienne, « combinée aux efforts soutenus de la SCHL dans tous ses secteurs d'activité, ont permis de connaître une autre année exceptionnelle. »

« La SCHL est très fière de... toutes ses réalisations qui sont mentionnées dans le rapport annuel 2002. Tout en contribuant au succès de la politique du logement du gouvernement du Canada et au respect de ses autres priorités, notamment les enfants, les familles, l'innovation et l'environnement, la Société s'emploie en premier lieu à atteindre ses objectifs pour le compte des Canadiens. »

« Munie des outils dont elle dispose, la SCHL cherche constamment de nouvelles possibilités de progresser et d'élargir la gamme de ses produits et services dans l'intérêt de tous les Canadiens. »

M. Peter R. Smith, dans son dernier rapport annuel à titre de président du Conseil d'administration de la SCHL, a abondé dans le même sens que M. Villiard concernant la réussite actuelle et future de la Société, en déclarant : « La SCHL existe depuis 56 ans et continue de démontrer qu'elle a non seulement la force et la détermination d'assumer son rôle et ses responsabilités habituels, mais aussi la vision et la créativité nécessaires pour se donner de nouvelles orientations qui tiennent compte de l'évolution des besoins. »

« Comme elle l'a toujours fait, la Société continue de faciliter l'accession à la propriété pour les Canadiennes et



les Canadiens de chaque province et de chaque territoire. Nous jouons un rôle clé, en fournissant de l'aide, de l'expertise et des conseils en matière de logement à ceux qui en ont besoin, et nous demeurons une porte ouverte sur le monde pour nos partenaires du secteur de l'habitation, désireux d'étendre leurs activités à l'étranger. »

« Dans une démarche prospective, je perçois un enthousiasme renouvelé et croissant au sein de la Société à l'idée de relever les défis et de tirer profit des possibilités qui nous attendent. Grâce à nos cadres supérieurs chevronnés et à nos employés dévoués, je suis convaincu que la SCHL continuera de faciliter l'accès à des logements de qualité, à prix abordable, partout au Canada. » ■

*Pour obtenir plus de renseignements, notamment tous les faits et chiffres concernant les réalisations de la dernière année, consultez le Rapport annuel 2002 de la SCHL.*

# MAINTENANCE TIPS FOR YOUR HOME

> By Darrel Smith, Senior Researcher, NO

Put CMHC's research to work for you! With a regular checklist of monthly maintenance and repairs, you can keep your home healthy, safe and sound all year round, in as little as a few minutes a week.

This summer and early fall, make sure you remember to:

## July:

- Inspect your range hood and clean or replace the filter if necessary.
- Check and clean or replace air filters in your heat recovery ventilator and ventilation system.
- Check all faucets for signs of dripping, and change washers as needed.
- Repair and paint fences as necessary, and clear all drainage ditches and culverts of debris.
- Inspect your home security against possible break-ins, including light and visibility around the outside of the house, the quality and condition of all locks and the security habits of your family.
- Monitor basement humidity and use a dehumidifier if necessary to ensure the relative humidity remains below 60 per cent.

## August:

- Inspect your range hood and clean or replace the filter if necessary.
- Inspect electrical service lines for secure attachment where they enter your house, and make sure there is no water leakage into the house along the electrical conduit.
- Check basement pipes for condensation or dripping and take corrective action if required, such as reducing relative humidity or insulating cold water pipes.
- Inspect and lubricate the garage door mechanism, and examine all doors for binding or poor latching.
- Check all windows for proper functioning, and lubricate where needed.
- Check the basement floor drain to ensure the trap has water in it, and refill with water if necessary.
- Run water briefly through any plumbing fixture that isn't frequently used to keep water in the trap, including a laundry tub or spare bathroom sink, tub or shower stall.
- Check exterior wood siding and trim for signs of deterioration, and clean, replace or refinish as needed.

Check out CMHC's *Homeowner's Inspection Checklist* and our revised *Home Care - A Guide to Repair and Maintenance* for more tips on protecting your home—and preserving your most important investment—in every season!

## September:

- Inspect your range hood and clean or replace the filter if necessary.
- Check and clean or replace air filters in your furnace and heat recovery ventilator.
- Have the furnace or heating system serviced by a qualified service company (every two years for a gas furnace or every year for an oil furnace).
- Check chimneys for obstructions such as nests.
- Ensure all windows and doors to the outside shut tightly, and check other doors for ease of use.
- Remove the grilles on forced air systems and vacuum inside the ducts, and vacuum electric baseboard heaters to remove dust.
- Bleed air from hot water radiators and lubricate the circulating pump on hot water heating systems.
- Turn the gas furnace pilot light ON.
- Open the furnace humidifier damper on units with central air conditioning, and clean the humidifier.
- Ensure that the ground around your home slopes away from the foundation wall, so that water doesn't drain into your basement.
- Check and replace damaged caulking and weatherstripping around windows and doorways, including the doorway between the garage and the house.
- If the door between your house and garage has a self-closing device, check to ensure it closes the door completely and adjust if needed.

## October:

- Inspect your range hood and clean or replace the filter if necessary.
- Check and clean or replace air filters in your furnace each month during the heating season.
- Examine the forced air furnace fan belt for wear, looseness or noise, and clean fan blades of any dirt build-up (after disconnecting the electricity to the motor first).
- Test all fire, smoke, carbon monoxide and security alarms, and replace the batteries.
- Check the gauge on all fire extinguishers, and recharge or replace if necessary.
- Drain and store outdoor hoses, close the valve to the outdoor hose connection and drain the spigot (unless your house has frost proof spigots).
- Remove and store screen doors, and replace screen windows with winter storm windows.
- If you have a septic tank, measure the sludge and scum to determine if it needs to be emptied before the spring. Tanks should be pumped out at least once every three years.
- Winterize your landscaping, including erecting snow fences and preparing gardens and young trees or bushes for winter.
- Clean leaves from eavestroughs and roofs and test downspouts to ensure proper drainage from the roof. ■

# TRUCS POUR L'ENTRETIEN DE VOTRE MAISON

> Par Darrel Smith, chercheur principal, BN

**Tirez parti des recherches de la SCHL! Grâce à un programme mensuel d'entretien et de réparation, vous pourrez conserver votre maison saine, sûre et en bon état à longueur d'année, en n'y consacrant que quelques minutes par semaine.**

Cet été et au début de l'automne, vérifiez les points suivants :

## Juillet

- Inspectez la hotte de cuisinière et nettoyez ou remplacez le filtre au besoin.
- Vérifiez, nettoyez ou remplacez au besoin les filtres à air du ventilateur récupérateur de chaleur et de l'installation de ventilation.
- Vérifiez toute fuite des robinets et remplacez les rondelles au besoin.
- Réparez et repeignez la clôture s'il y a lieu et dégagez le fossé et le ponceau de tous débris.
- Vérifiez la résistance de votre maison aux entrées par effraction, y compris l'éclairage et la visibilité autour de la maison, la qualité et l'état de toutes les serrures ainsi que les habitudes de votre famille en matière de sécurité.
- Vérifiez le degré d'humidité au sous-sol et s'il y a lieu ayez recours à un déshumidificateur pour ramener le degré d'humidité relative en deçà de 60 %.

## Août

- Inspectez la hotte de cuisinière et nettoyez ou remplacez le filtre au besoin.
- Vérifiez la solidité du branchement électrique de la maison et l'étanchéité à l'eau le long du conduit d'électricité.
- Vérifiez toute trace de condensation ou d'égouttement d'eau des conduites au sous-sol et remédiez à la situation selon le cas, en réduisant le degré d'humidité relative ou en recouvrant de manchons isolants les conduites d'eau froide.
- Inspectez et lubrifiez le mécanisme d'ouverture de la porte de garage et réparez toute porte qui coince ou se verrouille mal.
- Vérifiez le bon fonctionnement des fenêtres et lubrifiez-les au besoin.
- Vérifiez la garde d'eau de l'avaloir du sous-sol et ajoutez de l'eau s'il le faut.
- Faites brièvement couler de l'eau dans les appareils sanitaires peu employés de manière à conserver de l'eau dans le siphon, y compris le bac de lessive ou l'évier de salle de bains, d'une baignoire ou d'une cabine de douche peu utilisées.
- Vérifiez si le parement et les boiseries à l'extérieur sont détériorés et procédez à leur nettoyage, refinition ou remplacement selon les besoins.

**Consultez le Guide d'inspection pour le propriétaire-occupant et notre nouvelle édition de *Votre maison : l'entretien et la réparation* pour obtenir d'autres trucs pour l'entretien de votre maison et pour préserver votre investissement le plus important en toute saison!**

## Septembre

- Inspectez la hotte de cuisinière et nettoyez ou remplacez le filtre au besoin.
- Vérifiez, nettoyez ou remplacez les filtres à air du générateur de chaleur et du ventilateur récupérateur de chaleur, le cas échéant.
- Faites vérifier le générateur de chaleur ou l'installation de chauffage par un technicien qualifié (tous les deux ans pour un générateur à gaz et tous les ans pour un générateur au mazout).
- Vérifiez la présence de toute obstruction dans la cheminée, comme un nid.
- Assurez-vous que toutes les fenêtres et portes donnant à l'extérieur ferment bien; puis vérifiez le fonctionnement des autres portes.
- Enlevez les grilles de l'installation à air pulsé, puis passez l'aspirateur à l'intérieur des conduits; passez aussi l'aspirateur sur les plinthes électriques.
- Purgez l'air des radiateurs à eau chaude et lubrifiez la pompe de circulation de l'installation de chauffage à eau.
- Allumez la veilleuse (flamme pilote) du générateur de chaleur au gaz.
- Ouvrez le registre de l'humidificateur du générateur de chaleur si vous avez un climatiseur central et nettoyez l'humidificateur.
- Vérifiez que le sol autour de la maison accuse une pente descendante depuis le mur de fondation pour éviter que l'eau s'écoule jusque dans le sous-sol.
- Vérifiez et remplacez au besoin le calfeutrage et les coupe-froid autour des portes et des fenêtres, y compris ceux de la porte reliant le garage à la maison.
- Si la porte reliant la maison au garage est pourvue d'un dispositif de fermeture automatique, vérifiez son mode de fonctionnement et procédez au réglage s'il y a lieu.

## Octobre

- Inspectez la hotte de cuisinière et nettoyez ou remplacez le filtre au besoin.
- Vérifiez, nettoyez ou remplacez les filtres du générateur de chaleur tous les mois au cours de la saison de chauffage.
- Vérifiez l'usure, la tension ou le bruit de la courroie du ventilateur du générateur à air pulsé, nettoyez les pales du ventilateur ou enlevez toute accumulation de poussière (après avoir d'abord coupé le courant du moteur).
- Mettez à l'essai les avertisseurs et alarmes d'incendie, de fumée, de monoxyde de carbone et de sécurité, et remplacez les piles.
- Vérifiez l'indicateur des extincteurs d'incendie, faites remplir les extincteurs ou remplacez-les au besoin.
- Videz et entreposez les boyaux d'arrosage, fermez les robinets extérieurs et vidangez les tuyaux correspondants (à moins d'avoir un robinet à l'épreuve du gel).
- Enlevez et entreposez les portes-moustiquaires et remplacez les moustiquaires de fenêtres par des contre-fenêtres s'il y a lieu.
- Si vous avez une fosse septique, mesurez le niveau des boues et le chapeau pour déterminer s'il y a lieu de la faire vider avant le printemps. La fosse doit être vidangée au moins tous les trois ans.
- Protégez contre l'hiver votre aménagement paysager en érigeant des clôtures à neige et en préparant le jardin et les jeunes arbres ou les arbustes pour la saison froide.
- Nettoyez les gouttières, enlevez les feuilles qui se trouvent sur le toit et assurez-vous que les descentes pluviales sont libres de débris pour que l'eau s'écoule bien du toit. ■

# TERM-BITS FOR YOUR IDLE THOUGHTS!

By Gregg Joe, Terminologist, Linguistic Services, NO

In this month's instalment of Term-bits, CMHC Terminologist Gregg Joe takes us on an exploration of:

## “In and around the home”—terms we don't use in Canada!

With Canada Day drawing near, there's no better time to take a closer look at some of the word choices we as Canadians make for commonplace items in and around the house, and how these choices differ from those made by our cousins across the Atlantic or south of the border.

Even within our own borders, Canadians often have more than one word for a given object, especially when it comes to different regions of the country. But despite the regional disparities, certain recurring patterns do exist that help differentiate us from other speakers of English or French. Hopefully, by understanding these differences and similarities, we'll all be able to communicate just a little bit more precisely the next time we travel on business—or pleasure!

1. Any closet in the house, and not only in the kitchen.
2. British English uses “garden” for any of the property connected to a house that is cultivated, even a lawn. In North America, “garden” refers specifically to areas where a particular sort of planning is done, such as a flower/vegetable garden.
3. Because of the rarity of land in the U.K., owning a “detached house” is perceived as a mark of success. The U.S. and CDN equivalent are merely descriptive and do not carry the same prestige.
4. The word “garden” in the U.K. is generic. It simply means “yard” in North America.

Canada (English/Français)	U.S.
apartment building/ <i>un immeuble d'habitation,</i> <i>un immeuble résidentiel</i>	apartment building
attic/ <i>un grenier</i>	attic
bachelor apartment, studio/ <i>un 1 1/2 [Québec]</i>	studio, bachelor apartment
baseboard/ <i>une plinthe</i>	baseboard
closet/ <i>une garde-robe, placard</i>	closet
(back)yard/ <i>une arrière-cour,</i> <i>une cour (arrière)</i>	yard
bungalow/ <i>un bungalow</i>	single-storey house
closet/ <i>un placard,</i> <i>(roberie = walk-in closet)</i>	closet
clothes pin, clothes peg/ <i>une épingle à linge</i>	clothespin
single family dwelling single family home single-(family) detached house/ <i>une maison individuelle</i>	single family house
floor lamp/ <i>une lampe sur pied,</i> <i>une torchère (fluted)</i>	floor lamp
gyprock (trademark), gypsum (plaster) board/ <i>une plaque de plâtre</i>	sheet rock (Texas)
pruning shears/ <i>un sécateur,</i> <i>une cisaille (plus grosse)</i>	pruning shears
laundry hamper/ <i>un panier à linge</i> <i>(plus petit qu'une corbeille à linge)</i>	laundry hamper
(food) cupboard, pantry (rare in new constructions)/ <i>un garde-manger</i>	cupboard
range, stove/ <i>un poêle,</i> <i>une cuisinière</i>	range, stove
trash can/ <i>une poubelle</i>	trash can
vegetable garden, vegetable patch/ <i>un jardin, un potager</i>	vegetable patch
wood trim (on furniture)/ <i>une boiserie</i>	wood trim

Gregg Joe is available to answer your terminological questions, English or French, at [gjoe@cmhc-schl.gc.ca](mailto:gjoe@cmhc-schl.gc.ca) or (613) 748-4826. ■



par Gregg Joe, terminologue, Services linguistiques, BN

U.K.	Autre Francophonie
block of flats	un immeuble d'habitation, un immeuble résidentiel
loft	un grenier, une mansarde
bachelor flat	une garçonnière
skirting board	une plinthe
cupboard <sup>1</sup>	un placard
garden <sup>2</sup>	une arrière-cour
bungalow	une maison de plain pied
wardrobe (walk-in wardrobe)	un placard (penderie = walk-in closet)
clothes peg	une pince à linge
detached house <sup>3</sup>	un pavillon
standard lamp	un lampadaire
plaster board	un panneau de placoplâtre (marque de commerce)
secateur	un sécateur
laundry basket	une corbeille à lessive
larder, pantry	un office; un garde manger (= petite armoire mobile ou un placard extérieur)
cooker	une cuisinière
bin	une poubelle
kitchen garden <sup>4</sup>	un potager
beading	une boiserie

Ce mois-ci, Gregg Joe, terminologue à la SCHL, explore :

## « L'intérieur et l'extérieur de la maison » — dans le but de nous faire connaître certains termes non utilisés au Canada!

Comme la fête du Canada approche rapidement, c'est l'occasion idéale d'examiner de plus près les choix de mots que nous faisons, en tant que Canadiens, pour désigner des objets d'utilité courante à l'intérieur et à l'extérieur de la maison et la façon dont ces choix diffèrent de ceux de nos cousins de l'autre côté de l'Atlantique ou du sud de la frontière.

Même à l'intérieur de nos propres frontières, les Canadiens possèdent souvent plusieurs mots pour désigner le même objet, particulièrement dans les différentes régions du pays. Malgré ces différences régionales, nous possédons certaines caractéristiques communes qui nous distinguent d'autres locuteurs du français et de l'anglais. En comprenant mieux ces différences et similitudes, nous pourrions tous éventuellement parvenir à utiliser le mot juste pendant nos voyages d'affaires – ou d'agrément!

1. Toute armoire dans la maison et non seulement dans la cuisine.
2. En anglais britannique « garden » désigne tout terrain cultivé attenant à une habitation, même une pièce de gazon. En Amérique du Nord, ce terme désigne spécifiquement les espaces qui font l'objet d'un aménagement quelconque, notamment un jardin de fleurs ou un potager.
3. À cause de la rareté des terrains au Royaume-Uni, la possession d'une « maison individuelle » est perçue comme une preuve de succès. Aux États-Unis et au Canada, ce terme n'est que descriptif et ne comporte pas le même prestige.
4. Le mot « garden » au Royaume-Uni est générique. En Amérique du Nord, il désigne simplement une « cour ».

Gregg Joe est disponible pour répondre à vos questions de terminologie, en français comme en anglais. Vous pouvez communiquer avec lui par téléphone, au (613) 748-4826, ou par courriel, à [gjoe@cmhc-schl.gc.ca](mailto:gjoe@cmhc-schl.gc.ca) ■

# BCY RAISES THE BAR

## Third annual B.C. and Yukon Town Hall Meeting focuses on client service, innovation ... and fun!

In conjunction with the President's Tour this spring, the British Columbia and Yukon Region continued their popular three-year tradition by holding a Town Hall Meeting to discuss central issues of concern to the entire region.

From April 7 to 8, employees from across the region met for frank and constructive discussions on topics such as how to foster innovation, as well as how to improve their client focus and time management skills. Staff also took an in-depth look at how the region was becoming a more constructive and positive culture since their Organizational Culture Inventory (OCI) was first carried out in 2000 and 2001.

To address client focus, the Town Hall team produced a video featuring interviews with a representative sample of key business centre clients—such as the Aboriginal Housing Management Association, Urban Development Institute, local developers and ScotiaBank—who spoke about their

customer service expectations. This was followed by an open forum on how CMHC could improve its client focus, and be more responsive to clients' needs.

In a session entitled "Focus, Execute, Achieve—Client Focus: Achieving Your Highest Priorities," Patricia Lambert of the internationally renowned training firm, the FranklinCovey Institute, gave an informative presentation on how each employee could better manage their time to more effectively achieve their business priorities. One of her key messages was that we should all seek to spend most of our time in areas that are important but not urgent, in order to improve our quality of life and achieve greater balance, productivity and overall effectiveness.



### B.C. and Yukon Town Hall Organizing Team

- Charles King (Chair)
- John Lynch
- Lino Siracusa
- Lauren Hobson
- Lisa Preston
- Annie Barnard
- Tiffany Kask
- Yvonne Sawkins
- Tammy Tom
- Tracy Wells
- Philip Chang
- Guy Belair (EDS)



A few "hot ideas!"  
Quelques « idées sulfureuses »!



# LA RÉGION DE LA COLOMBIE-BRITANNIQUE ET DU YUKON RELÈVE LA BARRE

## La troisième réunion annuelle d'échange de la région de la Colombie-Britannique et du Yukon était axée sur le service à la clientèle, l'innovation ... et divertissante!



**D**ans le cadre de la visite du Président ce printemps, la région de la Colombie-Britannique et du Yukon a poursuivi sa tradition vieille de trois ans de tenir une réunion en vue d'aborder des questions importantes qui touchent l'ensemble de la région.

Les 7 et 8 avril, les employés de la région ont pris part à des discussions ouvertes et constructives sur divers sujets, notamment, sur la façon de favoriser l'innovation, d'améliorer le service à la clientèle et de développer leurs aptitudes pour la gestion du temps. Ils ont en outre étudié en profondeur la façon dont la région s'oriente vers une culture plus constructive et positive, depuis la réalisation de l'Inventaire des cultures organisationnelles en 2000 et 2001.

Pour ce qui concerne le service à la clientèle, l'équipe chargée de la réunion a réalisé une vidéo présentant des entretiens avec un groupe représentatif des principaux clients du centre d'affaires, notamment, l'organisme Aboriginal Housing Management Association, l'Institut du développement urbain, des promoteurs locaux et la Banque Scotia – qui ont parlé de leurs attentes quant au service à la clientèle. Les employés ont ensuite participé à une discussion libre sur la façon dont la SCHL pourrait accorder plus d'importance aux clients et mieux répondre à leurs besoins.

Dans l'une des séances sur le thème « Focaliser, exécuter, réaliser –

importance accordée aux clients : atteindre ses objectifs prioritaires », Mme Patricia Lambert de l'institut FranklinCovey, une entreprise de formation de renommée internationale, a donné un exposé pertinent sur la façon dont chaque employé peut atteindre efficacement ses objectifs professionnels en améliorant sa gestion du temps. L'un des messages clés qui est ressorti de son exposé : nous devrions consacrer la majeure partie de notre temps aux éléments importants mais non urgents, afin d'améliorer notre qualité de vie, d'atteindre un meilleur équilibre et d'accroître notre productivité et efficacité globale.

### L'équipe chargée d'organiser la réunion d'échange de la région de la Colombie-Britannique et du Yukon

- Charles King (président)
- John Lynch
- Lino Siracusa
- Lauren Hobson
- Lisa Preston
- Annie Barnard
- Tiffany Kask
- Yvonne Sawkins
- Tammy Tom
- Tracy Wells
- Philip Chang
- Guy Belair (EDS)

« Joe Millionnaire » !  
"Joe Millionnaire"!



Staff were also entertained with an hilarious interactive session on CMHC's organizational culture by the well-known Vancouver improvisers troupe, TheatreSports, including highlights of any negative subcultures that may still exist. But without a doubt, the hit of the two-day event had to be the "Business Plan Slam," in which each Business Line had to present its plan for the year in less than 10 minutes, and using any means except traditional Freelance presentations.

With General Manager Peter Friedmann and Executive Co-ordinator

Annie Barnard as judges, teams eagerly competed for awards such as Best Bilingual Presentation, Best Use of Props and/or Costumes, and Most Dramatic Presentation. Bonus points were given for using the phrases "best practice," "business measurement" and "performance and goals."

Several teams used Reality TV Shows as a backdrop for their slams, including Business Services who delivered a spoof on "Are You Hot?" and Assisted Housing, whose hilarious take-off on "Joe Millionaire" earned them the Grand Prize. Real Estate and Default Management meanwhile proved

the saying that a picture is worth a thousand words, by presenting their entire business plan without saying a single word!

The overall result was an event that was as energizing as it was entertaining. As Charles King, Manager, Market Analysis, and Chair of this year's Team Hall Meeting, says: "this year's event demonstrated the creativity and innovation of our region's staff. Everyone came away feeling energized, informed and ready to tackle the challenges of the year." ■

---

## LET THE BUILDING BEGIN!

### CMHC signs Affordable Housing Agreements with all provinces and territories

It's official! CMHC has now signed Affordable Housing Program Agreements with all of the provinces and territories, paving the way to dramatically increase the supply of affordable housing across Canada.

Based on the joint framework endorsed by the federal, provincial and territorial housing ministers on November 30, 2001, the bilateral agreements are tailored to meet the unique needs of each region of the country. The result is a flexible national housing program that addresses the particular needs and priorities of each province and territory.

Federal funding will be matched 50/50 in all jurisdictions through contributions from provinces and territories, as well as from municipalities, non-profit groups and the private

sector. The matching funds will take a variety of forms, including matching capital grants, monthly rent supplements and "in kind" contributions such as land.

In signing these agreements, all the partners involved reaffirmed their commitment to meeting the challenge head on, and working together to improve the housing situation in Canada. At the most recent federal/provincial/territorial meeting in Winnipeg, housing ministers unanimously agreed to move forward quickly on breaking ground for new affordable housing projects. A number of projects are under development in several jurisdictions.

Watch upcoming issues of *Perspective* for more information, and for details on the housing being built under these new agreements. ■

Le personnel a aussi assisté à une séance interactive fort amusante sur la culture organisationnelle de la SCHL, présentée par la troupe de théâtre d'improvisation renommée TheatreSports de Vancouver, laquelle intégrait en outre les points saillants des sous-cultures négatives qui pourraient encore persister. Mais, sans contredit, le clou de l'événement de deux jours a été la séance au cours de laquelle chaque secteur d'activité devait présenter son plan annuel en moins de 10 minutes en utilisant diverses techniques, sauf les logiciels habituels de Freelance.

Devant les deux juges, Peter Friedmann, directeur général, et Annie Barnard, coordonnatrice de direction, les équipes se sont livrées une vive

concurrence pour obtenir l'un des prix décernés, notamment, pour le meilleur exposé bilingue, le meilleur usage d'accessoires et/ou de costumes, et l'exposé le plus dramatique. Des points supplémentaires ont été accordés pour l'utilisation d'expressions comme « pratique exemplaire », « mesures des activités commerciales » et « rendement et objectifs ».

Plusieurs équipes ont utilisé comme toile de fond le thème des émissions vérité. L'équipe du Service aux affaires, notamment, a fait une parodie de l'émission « Are You Hot? ». Cependant, le premier prix a été remporté par l'équipe de l'Aide au logement pour son exposé fort amusant, inspiré de l'émission « Joe Millionaire ». Pour sa

part, l'équipe des Propriétés immobilières et de la gestion des cas de défaut a mis en pratique la maxime qui dit qu'une image vaut mieux qu'un long discours, en présentant l'intégralité de son plan d'activité sans prononcer un seul mot!

Dans l'ensemble, cet exercice a été à la fois stimulant et fort divertissant. M. Charles King, directeur du Service d'analyse de marché et président de la réunion d'échange 2003, a déclaré : « La réunion de cette année a mis en évidence l'esprit créatif et innovateur des employés de notre région. Tous les participants en sont ressortis mieux motivés, informés et prêts à relever les défis qui se présenteront au cours de l'année ». ■

---

## QUE LA CONSTRUCTION COMMENCE!

### La SCHL conclut des ententes de logement abordable avec la totalité des provinces et des territoires

C'est maintenant officiel : la SCHL a signé des ententes de logement abordable avec la totalité des provinces et des territoires, ouvrant ainsi la voie à une forte augmentation de la production de logements abordables à l'échelle du Canada.

Fondées sur le cadre de référence adopté le 30 novembre 2001 par les ministres fédéral, provinciaux et territoriaux responsables du logement, les ententes bilatérales sont ajustées aux besoins particuliers de chaque région du pays. Cela donne ainsi lieu à un programme de logement national flexible répondant aux priorités et besoins précis de chaque province et territoire.

Les fonds versés par le gouvernement fédéral seront complétés par des sommes équivalentes de la part des provinces et des territoires, de même que des municipalités, des groupes sans but lucratif et du secteur privé. Cette contrepartie peut notamment prendre la forme de subventions d'immobilisations, de suppléments de loyer mensuels et de contributions en nature telles que des terrains.

En signant ces ententes, les parties réaffirment leur engagement à attaquer ce problème de front et à collaborer en vue d'améliorer la situation du logement au Canada. À la dernière rencontre fédérale-provinciale-territoriale qui s'est tenue à Winnipeg, les ministres

responsables du logement ont unanimement convenu d'agir avec célérité en vue de mettre en chantier de nouveaux ensembles de logements abordables. Un certain nombre d'ensembles sont, à ce propos, en cours de réalisation à divers endroits du pays.

Nous vous donnerons plus d'information sur le sujet dans les prochains numéros de *Perspective*, de même que des détails sur les logements produits dans le cadre de ces nouvelles ententes. ■

# 2003 DIVERSITY CHAMPIONS

**D**iversity has always been at the heart of CMHC. It's one of our core values as a Corporation, and it guides how we relate to our clients, our partners and to each other.

This past February, the 2003 National Diversity Champion Campaign was launched to celebrate CMHC's rich diversity, and recognize staff from across the Corporation who demonstrate ongoing diversity values. Open to all employees, the campaign invited staff to nominate colleagues who they felt were true "Diversity Champions"—individuals who treat people with respect, who value differences, and who draw on those differences to create better solutions to their day-to-day challenges.

A total of 56 nominations were received, along with reasons why each nominated individual deserved to hold the title of Diversity Champion. Based on a set of criteria related to our core values of valuing and respecting individuals, a review committee comprised of one representative from each of the Regional and National Office Diversity Committees then selected 18 employees as National Diversity Champions for 2003:

- **National Office:** Angelo D'Angelo (Administrative Services), Dan Lau (Risk Management), Denys Chamberland (Insurance and Securitization), Grace Thrasher (Corporate Relations and Communications), Joseph Di Pietro (Information Technology), Lise Roy (Human Resources), Marcelle Gareau (Policy and Research), Patricia Levesque (Insurance and Securitization) and William Finnagan (Information Technology)
- **Atlantic Region:** Geoff Atkinson (Business Service Centre) and Iromi Amit (CMHC International)

- **Quebec Region:** Richard Anctil (Human Resources) and Marlene Gagnon (Assisted Housing)
- **Ontario Region:** Anne Paul (Human Resources) and Marcia Villamoya (Assisted Housing)
- **Prairie, Nunavut and N.W.T. Region:** Sandra Turner (Corporate Representative) and John Morgan (Insurance)
- **British Columbia and Yukon Region:** Mary Lou Thomas (Human Resources)

Thanks to all employees who took the time to fill in the form, all the nominees and the diversity committee members. And to this year's Champions: congratulations on your achievements, and thanks for leading the way! ■



Iromi Amit



Geoff Atkinson



Marlene Gagnon



Richard Anctil



First row from left to right / De gauche à droite première rangée : Denys Chamberland, William Finnagan, Lise Roy, Angelo D'Angelo  
 Second row / Deuxième rangée : Marcelle-Marie Gareau, Dan Lau, Joseph Di Pietro, Grace Thrasher  
 Missing / Absente : Patricia Levesque

Photo: Geneviève Soucy

# LES CHAMPIONS DE LA DIVERSITÉ EN 2003

La diversité a toujours été au cœur de la SCHL. Elle est une de nos valeurs fondamentales en tant que Société et elle dirige nos relations avec nos clients, nos partenaires et nos collègues.

En février dernier, nous avons lancé la Campagne nationale visant à découvrir les champions de la diversité 2003 afin de célébrer la grande diversité de la SCHL et d'applaudir les employés de l'ensemble de la Société qui pratiquent les principes de la diversité. Ouverte à tous les employés, la campagne invitait ces derniers à désigner les collègues qui, selon eux, étaient de véritables « champions de la diversité » — des personnes qui respectent les gens, qui valorisent la différence et qui

puisent dans celle-ci pour trouver de meilleures solutions à leurs défis quotidiens.

Au total, 56 mises en nomination ont été reçues, et les raisons pour lesquelles chaque personne mise en nomination méritait d'avoir le titre de champion de la diversité. En se fondant sur une série de critères relatifs à nos valeurs fondamentales visant la valorisation et le respect de la personne, un comité d'examen composé d'un représentant des comités sur la diversité des bureaux régionaux et du Bureau national a ensuite choisi 18 employés en tant que champions nationaux de la diversité en 2003 :

■ **Bureau national :** Angelo D'Angelo (Services administratifs), Dan Lau (Gestion des risques), Denys Chamberland (Assurance et Titrisation), Grace Thrasher (Relations et communications de la Société), Joseph Di Pietro (Technologie de l'information), Lise Roy (Ressources humaines), Marcelle Gareau (Politique et Recherche), Patricia Levesque (Assurance et Titrisation) et William Finnagan (Technologie de l'information)

- **Région de l'Atlantique :** Geoff Atkinson (Centre de soutien des activités) et Iromi Amit (SCHL international)
- **Région du Québec :** Richard Anctil (Ressources humaines) et Marlene Gagnon (Aide au logement)
- **Région de l'Ontario :** Anne Paul (Ressources humaines) et Marcia Villamoya (Aide au logement)
- **Région des Prairies, du Nunavut et des T. N.-O. :** Sandra Turner (représentante de la Société) et John Morgan (Assurance)
- **Région de la Colombie-Britannique et du Yukon :** Mary Lou Thomas (Ressources humaines)

Nous remercions tous les employés qui ont pris le temps de remplir le formulaire, toutes les personnes mises en nomination et tous les membres des comités sur la diversité. Et aux champions de cette année : félicitations pour vos réalisations et merci de nous montrer la voie! ■



Marcia Villamoya, Anne Paul



Sandra Turner,  
Jean-Claude Villiard



John Morgan



Mary Lou Thomas

# What makes a Diversity Champion?

A wide variety of nominations were received for the 2003 National Diversity Champion Campaign. A number of key characteristics were frequently mentioned as the basis for what makes a true Diversity Champion. Among the most common quotes were:

- “has a global outlook (individuals, environment, food, way of life) and respects all differences”
- “goes out of the way to make sure that problems are resolved in the best and most effective way possible while respecting individuals”
- “very attuned to the different backgrounds of colleagues and clients, and actively nurtures the ties with employees in other areas of CMHC”
- “works effectively and respects everyone . . . the person’s level doesn’t matter . . . but that the person contributes to a project, matters . . .”
- “knows not only how to recognize and appreciate the cultural and background differences of the people with whom they work and interact, but also knows how to put these differences to positive and constructive use”
- “draws out the interest and needs of others for the benefit of the entire group . . . is a constant advocate of constructive change . . .”



## TAKE THE PRESIDENT’S CHALLENGE!

**D**on’t forget to enter this month’s *President’s Challenge* employee contest, for your chance to win a prize—and learn a little bit more about CMHC! To enter, just go to the intranet (<http://intranet>) on your Web browser, and answer this month’s multiple-choice question. Good luck! ■

## WITH REGRET

With regret the Corporation advises that the following people have passed away:

### PENSIONERS

André Séguin  
Laurent Ledoux  
Clifford Stone  
Alexander Fraser

### DATE

April 11  
May 13  
May 14  
May 19

### BRANCH/DIVISION

Corporate Security Centre, NO  
Montreal Office  
London Office  
Winnipeg Office

N.B. *With Regret* is a regular column produced by *Perspective*. Information provided in this column was obtained from CMHC’s Pension and Benefits Group (Human Resources). ■



## RELEVEZ LE DÉFI DU PRÉSIDENT!

N'oubliez pas de participer encore ce mois-ci, au concours Le Défi du Président, destiné aux employés. Vous pourriez gagner un prix tout en vous renseignant un peu plus sur la SCHL. Pour participer, il vous suffit d'aller sur Intranet (<http://intranet>) à partir de votre navigateur Web et de répondre à la question du mois. Bonne chance! ■

## Qu'est-ce qui fait un champion de la diversité?

Un grand nombre de mises en nominations a été reçu dans le cadre de la Campagne nationale visant à découvrir les champions de la diversité 2003. Certaines caractéristiques clés qui constituent la base fondamentale que possède un champion de la diversité ont été soulevées à maintes reprises. Parmi les citations les plus courantes, mentionnons celles-ci :

- « possède des perspectives globales (personnes, environnement, alimentation, mode de vie) et respecte toutes les différences »
- « fait l'impossible pour s'assurer que les problèmes sont résolus le plus efficacement possible tout en respectant les personnes »
- « est très conscient des milieux différents de ses collègues et de ses clients, et entretient activement des relations avec les employés des autres secteurs de la SCHL »
- « travaille efficacement et respecte tous les gens... le niveau de la personne importe peu... mais il importe qu'elle contribue à un projet... »
- « non seulement sait reconnaître et apprécier les différences de culture et de milieu de ses collègues et de ses clients, mais sait également utiliser ces différences de manière positive et constructive »
- « fait ressortir les besoins et les intérêts des gens pour le plus grand avantage du groupe... se fait constamment le défenseur du changement constructif... »

## AVEC REGRET

La SCHL a le regret d'annoncer le décès des personnes suivantes :

<b>RETRAITÉS</b>	<b>DATE</b>	<b>POINT DE SERVICE/DIVISION</b>
André Séguin	11 avril	Centre de sécurité de la Société, BN
Laurent Ledoux	13 mai	Bureau de Montréal
Clifford Stone	14 mai	Bureau de London
Alexander Fraser	19 mai	Bureau de Winnipeg

N.B. *Perspective* publie régulièrement cette notice nécrologique. Les renseignements proviennent du Groupe des pensions et des avantages sociaux (Ressources humaines). ■

## CMHC trade missions lead to new joint venture agreement in China

Thanks to key support from CMHC International, a leading Canadian technology licensing firm has just inked a new joint venture agreement that will help a Chinese construction company better meet residential housing demands in China.

Toronto-based Rotary Press Systems is the owner of several innovative-patented technologies used mainly in the construction and metal stamping industries. At the core of its business is the patented Rotary Press Machine, the fastest metal stamping machine in the world.

Available to construction and other companies on a licensing basis, the Rotary Press Machine is used to produce specially designed light gauge steel framing components called “Thermasteel.” Strong, versatile and possessing exceptional thermal, fire and acoustic properties, Thermasteel provides the global construction industry with an innovative and cost-effective building alternative.

Ronald J. Bogart, COO of Rotary Press Systems Inc., attended both the 2001 and 2002 CMHC Missions to China, which he used as a springboard to negotiate the US\$10 million licensing contract with AT Group Corporation of the Chinese municipality of Dalian. The agreement, which was signed during a Canada-China Business Council Reception at the Grand Hyatt Hotel, Beijing, will establish a production facility to manufacture Thermasteel for the Dalian home construction industry. Rotary Press Systems will also supply approximately US\$2 million in Canadian equipment for the plant, which will be manufactured by Toronto firm Samco Machinery Ltd.



*Signing of the License Agreement between Rotary Press Systems Inc. and AT Group Corporation in Beijing on November 28, 2002.*

*From left to right: Murray Rasmussen, Manager - China, Prairie, Nunavut and Northwest Territories Business Centre; Dr. Lei Xu, Assistant Professor, Department of Civil Engineering, University of Waterloo; Ronald J. Bogart, COO, Rotary Press Systems Inc.; Joseph Caron, Canada's Ambassador to China; Liu Fu Jun, Chairman of the AT Group Corporation; James Miller, Manager, CMHC International and Professional Services, Prairie, Nunavut and Northwest Territories Business Centre; Yang Ge, President of the AT Group Corporation.*

Throughout the entire process, the CMHC International team was instrumental in providing essential market information about the Chinese housing sector, and organizing strategic matchmaking meetings with major Chinese Real Estate Developers both in Canada and during the trade missions abroad.

As Mr. Bogart notes, “prior to our initial trip, it was obvious on our arrival that a tremendous amount of effort had gone into developing suitable contacts in the Chinese building community, both in the Government and the private sector. This was not just in preparation for this 2001 trip, but was the result of a much longer-term commitment. Consequently, the exposure that we received from the Missions was tremendous.”

“Murray Rasmussen [CMHC International, China Team Manager] and his entire team worked extremely hard

during each of these Missions, and took a genuine interest in the companies that participated. The efforts of the CMHC team were instrumental in the successful completion of a License Agreement which was executed in November 2002 between ourselves and the AT Group Corporation of Dalian, China.”

Jorge Malisani, Senior Trade Consultant, Ontario Business Centre, credits both staff at CMHC International as well as Rotary Press Systems’ own team for this most recent contract among a growing list of successful negotiations in the region.

“Rotary Press Systems’ success in China came not only from the valuable advice and market connections that CMHC International staff provided,” he says; “but also from Mr. Bogart’s strong commitment, focus and professional approach to finding a licensee for the company’s technology.” ■



## Les missions commerciales de la SCHL mènent à une nouvelle entente de coentreprise en Chine

*Signature du contrat de licence entre les sociétés Rotary Press Systems Inc. et AT Group Corporation à Beijing le 28 novembre 2002.*

*De gauche à droite : Murray Rasmusson, directeur - Chine, Centre d'affaires des Prairies, du Nunavut et des T. N.-O.; Lei Xu, professeur adjoint, département de génie civil, Université de Waterloo; Ronald J. Bogart, directeur de l'exploitation de Rotary Press Systems Inc.; Joseph Caron, ambassadeur du Canada en Chine; Liu Fu Jun, président du Conseil, AT Group Corporation; James Miller, directeur, SCHL International et Services professionnels, Centre d'affaires des Prairies, du Nunavut et des T. N.-O.; Yang Ge, président, AT Group Corporation.*

Grâce au soutien capital de SCHL International, l'une des plus importantes sociétés canadiennes de concession de licence, spécialisée dans la technologie, vient de conclure une nouvelle entente de coentreprise qui aidera une compagnie de construction chinoise à mieux répondre à la demande de logements dans ce pays.

La société torontoise Rotary Press Systems Inc. possède plusieurs techniques innovatrices brevetées, lesquelles sont utilisées principalement dans les industries de la construction et de l'emboutissage de métal. L'élément clé de l'entreprise, c'est sa presse à barillet brevetée, l'outil le plus rapide qui soit au monde pour l'emboutissage de métal.

Après avoir obtenu la licence nécessaire, les entreprises de construction et autres sociétés peuvent utiliser cette presse pour la production de composants de charpente en acier léger spéciales, appelées Thermasteel. Solides, polyvalents et possédant des propriétés thermiques et acoustiques exceptionnelles, en plus d'un haut

degré d'inflammabilité, les éléments Thermasteel offrent à l'industrie de la construction mondiale des options novatrices et rentables.

M. Ronald J. Bogart, directeur de l'exploitation de Rotary Press Systems, qui a participé aux deux missions commerciales de la SCHL en Chine, en 2001 et 2002, s'est servi de ces visites comme tremplin pour négocier un contrat de concession de licence d'une valeur de 10 millions de dollars américains avec la société AT Group Corporation de la municipalité chinoise de Dalian. Signé lors d'une réception du Conseil commercial Canada-Chine à l'hôtel Grand Hyatt de Beijing, l'accord permettra d'établir des installations de production d'éléments de type Thermasteel pour le secteur de la construction résidentielle de Dalian. La société Rotary Press Systems fournira en outre à l'usine de l'équipement canadien évalué à environ 2 millions de dollars américains, lequel sera fabriqué par l'entreprise torontoise Samco Machinery Ltd.

Tout au long du processus, l'équipe de SCHL International a fourni l'information commerciale essentielle sur le secteur de l'habitation chinois et organisé des réunions stratégiques avec d'importants promoteurs immobiliers chinois tant au Canada que durant les missions commerciales à l'étranger.

M. Bogart a précisé : « Dès le premier voyage, il était évident à notre arrivée que des efforts considérables avaient été déployés afin de trouver des contacts appropriés dans le milieu de la construction en Chine, tant

dans le secteur public que privé. Ces démarches ne constituaient pas de simples préparatifs de la mission de 2001 mais témoignaient d'un engagement à long terme. Nous avons donc sensiblement accru notre visibilité pendant ces missions. »

« M. Murray Rasmusson [SCHL International, directeur de l'équipe en Chine] et toute son équipe ont travaillé d'arrache-pied durant chacune de ces missions et se sont vraiment intéressés aux entreprises qui y ont participé. C'est en partie grâce aux efforts de l'équipe de la SCHL que nous avons réussi à signer en novembre 2002 ce contrat de licence avec la société AT Group Corporation de Dalian, en Chine. »

Selon M. Jorge Malisani, conseiller principal en commerce extérieur au Centre d'affaires de l'Ontario, ce dernier contrat, qui s'ajoute à une liste croissante de négociations fructueuses dans la région, est le fruit des efforts déployés à la fois par l'équipe de SCHL International et celle de la société Rotary Press Systems.

« Le succès qu'a obtenu la société Rotary Press Systems en Chine est attribuable non seulement aux judicieux conseils et aux contacts fournis par le personnel de SCHL International, mais aussi au profond engagement et aux intenses efforts de M. Bogart, ainsi qu'au professionnalisme dont il a fait preuve, afin de trouver un concessionnaire pour la technologie que possède son entreprise. » ■

# TOASTING A MAJOR MILESTONE

## Awards dinner celebrates \$100 billion mark in housing finance

**A**t a gala awards dinner this past April 9th at the Sutton Place hotel in downtown Toronto, President Jean-Claude Villiard, Chairman Peter Smith, Board members Dino Chiesa and Hugh Heron, and some members of the CMHC Securitization team joined lenders, issuers, sellers, SWAP counterparties, dealers and other guests from the Securitization industry across Canada, to celebrate a major milestone in the history of the Corporation:

surpassing \$100 billion in mortgage securities and bonds issued with the CMHC “Timely Payment Guarantee.”

Hosted by Karen Kinsley, Vice-President, Insurance and Securitization, the event also featured the presentation of awards to five major industry partners, in recognition of their important contributions in building towards this extraordinary achievement (See sidebar).

—the largest syndicated bond ever issued in a single tranche in the history of Canada.

These innovative programs help to lower the funding cost of mortgage financing, enabling more Canadians to realize their dreams of home ownership and supporting increased demand for other CMHC products, such as Mortgage Loan Insurance.

As Ms. Kinsley told the assembled gathering: “CMHC has played a major role in the Canadian housing sector since it was created in 1947.”

“In cooperation with the industry, CMHC developed and introduced the NHA Mortgage-Backed Securities Program ... in 1987. This Program changed the landscape of financial markets in Canada by providing securitization for mortgage lending, a feature that was new to Canadian housing finance markets.”

“[In 2001], we unveiled our newest program, the Canada Mortgage Bonds. This Program, like MBS, is a first of its kind, and has opened new paths for mortgage funding by accessing capital markets through the creation of the Canada Housing Trust and the issuance of bonds. With the creation of the CMB Program and the continued utilization of the existing NHA MBS Program, we have now reached an important milestone for the Canadian securitization industry.”

“CMHC would like to thank all of the people and institutions that have been involved in ensuring this success over the last 16 years.” ■



From left to right: Karen Kinsley, Vice-President, Insurance and Securitization, CMHC; Anita Stefan, Vice-President, Securitization and Team Funding, Royal Bank of Canada; Ed Gettings, President and CEO, CIBC Mortgages Inc.; Alan Jetté, Senior Vice-President, Treasury and Balance Sheet Management, The Toronto Dominion Bank; Chris Dobrzanski, Senior Vice-President, Risk Management and Operations, Vancouver City Savings Credit Union; Jim Dysart, Vice-President, Mortgage and Regional Manager, Ontario, Peoples Trust; Peter Smith, Chairman, CMHC; Jean-Claude Villiard, President and CEO, CMHC.

De gauche à droite : Karen Kinsley, Vice-présidente, Assurance et Titrisation, SCHL; Anita Stefan, Vice-présidente, Titrisation et financement collectif, Banque Royale du Canada; Ed Gettings, président et chef de la direction, CIBC Hypothèques Inc.; Alan Jetté, Premier vice-président, Trésorerie et gestion du bilan, Banque Toronto Dominion; Chris Dobrzanski, Premier vice-président, Gestion des risques et exploitation, coopérative d'épargne et de crédit VanCity; Jim Dysart, vice-président, Hypothèques et directeur régional, Ontario, Peoples Trust Company; Peter Smith, président du Conseil, SCHL; Jean-Claude Villiard, président et premier dirigeant, SCHL.

Over the last 16 years, CMHC has played a key role in the development of the mortgage securitization industry in Canada, including leading the market with the introduction of the innovative NHA Mortgage-Backed Securities Program. More recently, CMHC has continued to play a key role within this industry, with the June 2002 \$3.8 billion issue of Canada Mortgage Bonds (CMBs)

### \$100 Billion Mark Industry Recognition Awards

- **Largest Issuer: The Toronto-Dominion Bank**  
Issued more than \$21 billion, including 351 pools and funding for over 125,000 loans
- **Second Largest Issuer: Royal Bank of Canada**  
Issued more than \$12 billion, including 69 pools and funding for over 98,000 loans
- **Largest Regional Issuer: Vancouver City Savings Credit Union**  
Issued more than \$2.4 billion, including 90 pools and funding for over 16,000 loans
- **Most Continuous Issuer: Peoples Trust**  
Issued more than \$2.6 billion, including 201 pools and funding for over 2,300 loans
- **Special Recognition Award: FirstLine Mortgages**  
Issued more than \$2.9 billion up to October 31, 1995, including 378 pools and funding for over 12,000 loans

# UN SOMMET IMPORTANT À CÉLÉBRER

## Un dîner pour souligner la marque des 100 milliards de dollars dans le domaine du financement de l'habitation

Le 9 avril dernier, lors d'un dîner de célébration qui avait lieu à l'hôtel Sutton Place, au centre-ville de Toronto, Jean-Claude Villiard, président de la SCHL, Peter Smith, président du Conseil d'administration, Dino Chiesa et Hugh Heron, membres du Conseil, ainsi que des membres de l'équipe de la titrisation de la SCHL étaient en compagnie de prêteurs, d'émetteurs, de vendeurs, de contreparties de swap, de courtiers et d'autres invités du secteur de la titrisation partout au Canada pour souligner un sommet important dans l'histoire de la Société. En effet, le total des obligations et des titres hypothécaires émis avec la garantie de paiement ponctuel a maintenant dépassé la marque des 100 milliards de dollars.

Présidé par Karen Kinsley, vice-présidente, Secteur de l'assurance et de la titrisation, l'événement incluait également la remise de prix à cinq de nos principaux partenaires pour leur contribution importante à cette extraordinaire réussite. (Voir encadré).

Au cours des 16 dernières années, la SCHL a joué un rôle clé dans l'expansion du secteur de la titrisation hypothécaire au Canada, entre autres grâce à la mise en oeuvre du Programme des titres hypothécaires LNH. Son rôle de premier plan a de



Jean-Claude Villiard a remis un prix spécial d'excellence au président du Conseil de la SCHL, Peter Smith.

Jean-Claude Villiard presenting a Special Achievement Award to CMHC Chairman, Peter Smith.

nouveau été confirmé plus récemment par l'émission en juin 2002 d'Obligations hypothécaires du Canada (OHC) d'une valeur de 3,8 milliards de dollars — la plus importante émission consortiale à être offerte en une seule tranche dans l'histoire du Canada.

Ces programmes novateurs contribuent à réduire le coût du financement hypothécaire et permettent ainsi à un nombre plus grand de Canadiens de réaliser leur rêve de devenir propriétaires. Ces programmes soutiennent aussi la demande accrue pour les autres produits de la SCHL comme l'assurance prêt hypothécaire.

Comme l'a mentionné M<sup>me</sup> Kinsley à l'assemblée, « Depuis sa création en 1947, la SCHL a joué un rôle important dans le secteur canadien de l'habitation. »

« En collaboration avec les gens du secteur, la SCHL a élaboré et mis en oeuvre le Programme des TH LNH... en 1987. Ce programme a transformé le paysage financier au Canada en offrant la titrisation des prêts hypothécaires, une possibilité nouvelle pour le marché du financement de l'habitation au pays. »

« [En 2001], nous avons dévoilé notre programme le plus récent, le Programme des Obligations hypothécaires du Canada. Comme le Programme des TH LNH, le Programme des OHC est le premier en son genre. Il a ouvert de nouvelles voies au secteur du financement hypothécaire en améliorant l'accès aux marchés financiers grâce à l'établissement de la Fiducie du Canada pour l'habitation et à l'émission d'obligations. La création du Programme des OHC et la continuation du Programme des TH LNH nous ont permis d'atteindre une étape importante pour le secteur canadien de la titrisation. »

« La SCHL souhaite remercier toutes les personnes et tous les établissements qui, au cours des 16 dernières années, ont contribué à ce succès. » ■

### Marque des 100 milliards de dollars – prix de reconnaissance du secteur

- **Émetteur le plus important : La Banque Toronto-Dominion**

Émission dépassant les 21 milliards de dollars, y compris 351 blocs et plus de 125 000 prêts financés

- **Deuxième émetteur le plus important : Banque Royale du Canada**

Émission dépassant les 12 milliards de dollars, y compris 69 blocs et plus de 98 000 prêts financés

- **Émetteur régional le plus important : Vancouver City Savings Credit Union**

Émission dépassant les 2,4 milliards de dollars, y compris 90 blocs et plus de 16 000 prêts financés

- **Émetteur le plus constant : Peoples Trust**

Émission de plus de 2,6 milliards de dollars, y compris 201 blocs et plus de 2 300 prêts financés

- **Prix de reconnaissance spécial : FirstLine Mortgages**

Émission de plus de 2,9 milliards de dollars jusqu'au 31 octobre 1995, y compris 378 blocs et plus de 12 000 prêts financés.

# QUEBEC WELCOMES BOARD OF DIRECTORS

Each year, CMHC's Board of Directors meets at least six times to oversee the strategic direction of the Corporation, and review and consider matters important to the Corporation. Two of those meetings are held in different regions of the country. Organized by both the host region and National Office employees from the Corporate Secretariat and Corporate Relations and Communications, the meetings give Board members a first-hand appreciation of Canada's diversity, and the unique issues and challenges of each region.

In 2002, the Board visited Ontario and Nova Scotia. For the first regional meeting of 2003, the Board traveled to Quebec, spending a whirlwind five days from May 25 to 29 discovering CMHC's wide-ranging involvement throughout the region.

First on the agenda was a tour of the *Kabnawake Mohawk Reserve*, guided by former Grand Chief Billy Two Rivers. Board members were impressed with the network of social services, economic institutions and cultural centres of this First Nations community located 10 km southwest of Montréal. Rounding out the tour was a visit to the *Kanata Healthy Housing* pilot project, a sustainable community initiative developed in collaboration with Indian and Northern Affairs Canada, Natural Resources Canada and CMHC.

Next came a tour of *l'École des métiers de la construction de Montréal* (EMCM), the province's largest construction trade school and site for the first "Buying and Owning a Home" seminar organized by CMHC in Quebec. Board members were able to view the school's extensive facilities, and sit in as a CMHC employee explained the homebuying process to aspiring homeowners.

The following morning brought a visit to Sainte-Anne-de-la-Rochelle and *MIC-Alouette*, a leading manufacturer of pre-engineered homes and a proven star of the Quebec housing industry. Over the past few years, CMHC has provided strategic export advice to help *MIC-Alouette* branch out internationally. A regular participant on CMHC's commercial missions, *MIC-Alouette* received the prestigious *Export Trophy* by *l'Association de la Construction du Québec*, and enjoys the distinction of being the first Canadian company to build a Super-E home in the United Kingdom.

In Sherbrooke, Board members toured the *Manoir du Musée*, an exemplary seniors' residence made possible by CMHC Mortgage Loan Insurance. With a full range of medical services, recreational activities and amenities, the *Manoir* gives true meaning to the words "quality of life." The late afternoon brought the Board members back to the host city, where they took a leisurely stroll through the famed cobblestone streets of Old Montréal. While admiring the paintings featured outdoors in the "Artists' Alley", Chairman Peter Smith came across an unexpected

portrait: his own! You can imagine his surprise when he saw a self-portrait displayed amongst the other artwork, with the artist who painted it on-site to greet him! Later on in the evening, CMHC's clients and stakeholders came out in full force for a cocktail reception at the *Marché Bonsecours*, one of Canada's finest heritage buildings, and an essential stop on any visit to Old Montréal.

Finally, the tour ended with a casual meet-and-greet with CMHC employees at the Bell Centre. The Montreal Canadiens' renowned sports and entertainment complex seemed a fitting venue for Chairman Peter Smith, who makes no secret of his passion for the game! For being leadership role models, Mr. Smith and President Jean-Claude Villiard received Montreal

Leadership on and off the ice.  
Leadership, sur la glace et à l'extérieur de la patinoire.



At the *École des métiers de la construction de Montréal*.  
À l'École des métiers de la construction de Montréal.

# LE QUÉBEC ACCUEILLE LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Les membres du Conseil se réunissent au moins six fois par an afin de coordonner l'orientation stratégique de la Société, et d'examiner les questions d'importance pour la Société. Deux de ces rencontres se tiennent dans différentes régions du pays. Organisées à la fois par la région hôte et les employés du Secrétariat général, et des Relations et communications de la Société au Bureau national, ces réunions permettent aux membres du Conseil de saisir par expérience personnelle la diversité du Canada, et les enjeux uniques de chaque région.

En 2002, les membres du Conseil ont visité l'Ontario et la Nouvelle-Écosse. Ils se sont rendu au Québec pour la première rencontre régionale de 2003, et en cinq courtes journées, du 25 au 29 mai, ils ont découvert la vaste portée de l'engagement de la SCHL dans l'ensemble de la région.

Le programme débutait par la visite de la *Réserve Kahnawake Mohawk*, sous la conduite de l'ancien grand chef Billy Two Rivers. Les membres ont été vivement impressionnés par le réseau de services sociaux, d'institutions économiques et de centres culturels de cette communauté des Premières nations située à 10 km au sud-est de Montréal. Pour terminer, les membres ont visité le projet pilote *Kanata*

*Healthy Housing*, une initiative relative au développement de collectivités durables et le fruit de la collaboration d'Affaires indiennes et du Nord Canada, de Ressources naturelles Canada et de la SCHL.

Les membres ont ensuite visité *l'École des métiers de la construction de Montréal (EMCM)*, la plus grande école d'enseignement professionnel de la province dans laquelle s'est tenu le premier séminaire « *Devenir propriétaire* » organisé au Québec par la SCHL. Ils ont pu voir les nombreuses installations de l'école et assister à un exposé sur le processus d'achat d'une maison donné par un employé de la SCHL aux futurs propriétaires.

Le lendemain matin, ils se sont rendu à Sainte-Anne-de-la-Rochelle et ont visité l'entreprise *MIC-Alouette*, un grand fabricant de maisons préfabriquées et sans conteste la vedette de l'industrie de l'habitation québécoise. Au cours des dernières années, la SCHL a fourni à ce fabricant des conseils stratégiques en matière d'exportations afin de l'aider à trouver des débouchés sur la scène internationale. *MIC-Alouette* a participé régulièrement aux missions commerciales de la SCHL et a reçu le prestigieux *Export Trophy* de *l'Association de la Construction du Québec*. *MIC-Alouette* a été la première

entreprise canadienne à construire une maison Super-E en Grande-Bretagne.

À Sherbrooke, les membres ont visité le *Manoir du Musée*, une résidence modèle pour les aînés dont la production a été rendue possible grâce à l'assurance prêt hypothécaire de la SCHL. Ce manoir, qui comprend un large éventail de services médicaux, d'activités et de commodités récréatives, donne tout son sens à l'expression « qualité de vie. » En fin d'après-midi, les membres sont revenus à la ville hôte, où ils se sont promenés sur les fameuses rues pavées du Vieux-Montréal. Tout en admirant les peintures affichées à l'extérieur dans l'allée des artistes, le président du Conseil, Peter Smith, a trouvé par hasard un portrait : le sien! Vous pouvez imaginer sa surprise lorsqu'il a vu un portrait de lui-même parmi d'autres œuvres, avec l'artiste sur place! Plus tard dans la soirée, les clients de la SCHL et les groupes intéressés ont assisté en grand nombre à un cocktail organisé au *Marché Bonsecours*, un des plus beaux édifices du patrimoine de Montréal et un endroit qu'il faut absolument visiter.

Enfin la visite s'est achevée en compagnie du personnel de la SCHL, et par une rencontre informelle avec les employés de la SCHL au Centre Bell. Le complexe sportif et de divertissement où se déroulent les parties de hockey de la célèbre équipe des Canadiens de Montréal semblait l'endroit idéal pour Peter Smith, le président du Conseil d'administration, qui ne cache pas sa passion pour ce sport! Pour avoir servi de modèles en leadership, M. Smith et M. Jean-Claude Villiard ont reçu des chandails des Canadiens de Montréal honorant deux des plus grandes étoiles du hockey : M. Smith a reçu le n° 9, celui du légendaire Maurice « Rocket » Richard et M. Villiard, le n° 4, celui du



Une belle surprise dans les rues du Vieux-Montréal.  
A nice surprise in Old Montréal.

Canadiens jerseys honouring two of the biggest stars in hockey: Mr. Smith received a no. 9, the number of the legendary Maurice “Rocket” Richard, and Mr. Villiard was given a no. 4 jersey, a tribute to the great Jean Béliveau. On behalf of the Quebec Business Center employees, Mr. Villiard

was also presented with an oil painting of the Old Montréal cityscape, a final souvenir of his memorable visit.

Complete with lively discussion, employee lifetime service achievement awards presented by Quebec Board members Michel Bérubé and Sophie Joncas, and an address by Chairman

Peter Smith congratulating employees on the results of their hard work, the informal event was the perfect end to the Board’s first regional tour of 2003, and sent them on their way with a dash of the “joie de vivre” for which “la belle province” is so justly famous. ■

## CMHC GOES CONDO BUYING

> By Rosemary Wrong, Corporate Relations and Communications, National Office and Duncan Hill, Policy and Research Division, National Office

### Did you know?

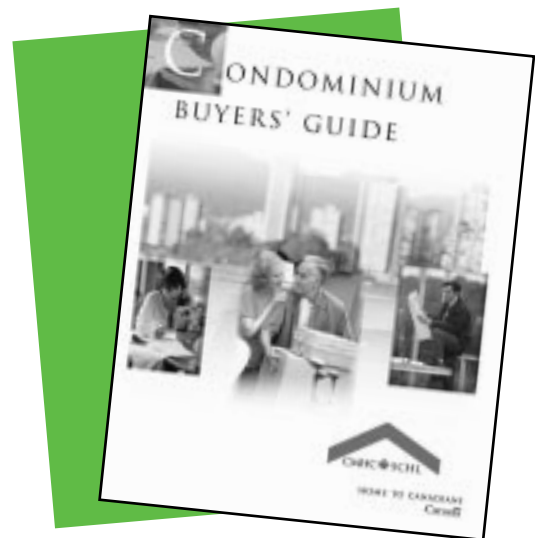
- There are over 6,016 condominium projects in Canada, representing more than 500,000 dwelling units.
- One in four new homes built in Canada is a condominium.
- The Toronto condominium market expanded by five per cent from 2001 to 2002.
- More than 20 per cent of Toronto condos are occupied by renters.

These are just a few of the numbers that point to a clear and growing interest among Canadians in the “condo lifestyle.” Whether first-time homebuyers, empty nesters looking to downsize or just someone looking for an urban lifestyle in a hip downtown core, more and more Canadians already live in—or aspire to live in—a condominium.

### A one-stop resource for Canada’s condominium buyers

To help respond to this growing phenomenon, CMHC has developed the *Condominium Buyers’ Guide*: a one-stop resource written in plain language, available free of charge in both print and electronic format, and designed to help prospective condominium buyers to

- get the information they need to start on the path to condominium ownership
- identify important questions to ask before purchasing a condominium
- narrow down the choices between different types of condominiums
- identify additional sources of information at the provincial and national level



### Practical, reliable and pan-Canadian

The *Condominium Buyers’ Guide* provides concrete, practical information in straightforward language and an easy-to-use format. Plus, because it’s available on our Web site, CMHC is making this important information accessible to interested buyers across the country and at any time of the day, whenever and wherever they have access to the Internet.

The reviews are already coming in, and so far, feedback from the media has been nothing but positive. In its April review of the Guide, for example, the Toronto Star called this “Free condo guide great for starters; [the] publication offers tips, explains terminology. ‘Condominium’ covers more than you might think.”

Interested in finding out more? To view or download your own copy of this insightful new tool, visit the CMHC Web site at [www.cmhc.ca](http://www.cmhc.ca), click on “Buying or Renting a Home > Buying a Home” from the left-hand menu, and then scroll down to the “Condominium Buyers’ Guide” link.

And if you’re in the market for a condo yourself—happy hunting! ■

grand Jean Béliveau. De la part des employés du Centre d'affaires du Québec, M. Villiard a également reçu une peinture à l'huile du Vieux-Montréal, un dernier souvenir de sa visite mémorable.

Cet événement informel et animé a clos la première rencontre régionale de 2003 et a été ponctué par la remise des certificats d'années de service par Michel Bérubé et Sophie Joncas, les membres du Québec, et l'allocution

du président du Conseil, M. Peter Smith qui a félicité les employés des résultats de leur dévouement. Tous les membres sont revenus animés de cette « joie de vivre » qui fait à juste titre la renommée de la belle province. ■

## LA SCHL SE LANCE DANS L'ACHAT DE COPROPRIÉTÉS

> Par Rosemary Wrong, Relations et communications de la Société, et Duncan Hill, Division des politiques et de la recherche, Bureau national

### Le saviez-vous?

- Le Canada compte plus de 6 016 ensembles de logements en copropriété, lesquels comprennent au total au-delà de 500 000 habitations?
- Au Canada, un logement neuf sur quatre représente une habitation en copropriété?
- Le marché des copropriétés de Toronto s'est agrandi de 5 % entre 2001 et 2002?
- Plus de 20 % des logements en copropriété à Toronto sont occupés par des locataires?

Ce ne sont là que quelques chiffres qui témoignent de l'intérêt évident et croissant que manifestent les Canadiens pour le style de vie qu'offre un logement en copropriété. Qu'il s'agisse d'accédants à la propriété, de ménages âgés sans enfants recherchant une habitation à un cran inférieur ou simplement d'une personne désirant habiter dans un quartier à la mode du centre-ville, un nombre croissant de Canadiens vivent dans un logement en copropriété ou aspirent à le faire.

### Un guide unique pour les acheteurs de logements en copropriété au Canada

En réaction à ce phénomène croissant, la SCHL a élaboré la publication, *Logements en copropriété – Guide de l'acheteur* : une ressource unique, facile à comprendre, gratuite et disponible en format imprimé ou électronique. Cette publication vise à aider les acheteurs éventuels de copropriété à :

- obtenir l'information nécessaire pour entreprendre le processus menant à l'acquisition d'une copropriété
- poser les questions pertinentes avant d'acheter un logement en copropriété
- faire un choix judicieux parmi la vaste gamme d'habitations offertes
- trouver d'autres sources d'information aux niveaux provincial et national



### Pratique, fiable et disponible à l'échelon national

La publication, *Logements en copropriété – Guide de l'acheteur* offre des renseignements concrets, pratiques et clairs dans un format convivial. Plus encore, la SCHL offre cette précieuse information sur son site Web, de sorte que les acheteurs éventuels ayant accès à l'Internet peuvent y accéder en tout temps, à l'échelon du pays.

On commence déjà à recevoir des commentaires, et jusqu'à présent ceux des médias sont tous positifs. À titre d'exemple, le Toronto Star a indiqué par suite de son examen du guide en avril, que « cette publication gratuite constitue un très bon guide pour les débutants; elle offre des conseils pratiques et explique la terminologie. Le terme 'copropriété' englobe plus d'éléments qu'on ne le pense. » [Traduction]

Vous désirez en savoir plus? Pour consulter ou télécharger ce précieux outil, visitez le site Web de la SCHL à l'adresse [www.schl.ca](http://www.schl.ca). Dans le menu à gauche, cliquez sur « Achat ou location d'un logement » > Achat d'un logement », puis défilez vers le bas jusqu'au lien.

Et si vous recherchez vous-même une copropriété – bonne chance! ■

# BRAVO!

## New employee recognition program celebrates staff accomplishments and dedication

**B**eginning this summer, a brand new Recognition Program will be put in place to celebrate employee contributions and dedication towards making Canada one of the best-housed nations in the world.

Open to all employees, the new program—aptly named **Bravo!**—is based on the idea that recognition truly is everyone's business. Simple, fun and transparent, it allows employees to take the initiative into their own hands, by nominating colleagues who they feel have gone "above and beyond" in six key areas of excellence:

- providing outstanding service to clients or improving client relationships
- achieving excellence or outstanding accomplishment in a business area
- developing new products, services and ways of doing business
- teaching, coaching and mentoring others
- demonstrating responsible risk taking
- working in teams/team building

For maximum flexibility, Bravo! features various levels of recognition to reflect different kinds of contribution. "Recognizers" who nominate one of their fellow employees will play a role in deciding which level of recognition is most appropriate, including:

- **E-cards** – theme e-cards with personalized messages for widespread use by all employees;
- **Applause level** – open on-line nominations requiring Manager or Director approval, and offering the nominated employee a choice of gifts valued at \$100 from an on-line catalogue;
- **Ovation level** – open on-line nominations requiring Vice-President or General Manager approval, and offering the nominated employee a choice of gifts valued at \$300 from an on-line catalogue; and
- **Encore level** – length of service awards for 25, 30 and 35 years,



offering a choice of gifts valued at \$100 from an on-line catalogue.

For more information or to nominate one of your colleagues for recognition, just log onto HR on-line and click on "Bravo!" Then, be sure to bookmark the site for quick and easy access the next time around—and stay tuned to future issues of *Perspective* for more details on this exciting and evolving new initiative! ■

## COMING EVENTS

Throughout the year, CMHC representatives participate in a wide variety of housing-related conferences and events across the country to meet with our clients and partners, promote our products and services, and increase awareness and visibility.

Some events in which CMHC will be taking part in the coming months:

- **Canadian Institute of Planners (CIP):** July 6 to 9 in Halifax
- **Canadian Association of Home and Property Inspectors (CAHPI):** November 15 and 16 in Toronto

Upcoming CMHC event:

- **CMHC Board of Directors Tour:** August 17 to 21 in Calgary



# BRAVO!

## Un nouveau programme de reconnaissance des employés souligne les réalisations et le dévouement du personnel

Un tout nouveau programme de reconnaissance sera mis en place au début de l'été pour souligner la contribution et le dévouement des employés à faire des Canadiens l'un des peuples les mieux logés du monde.

Ouvert à tous les employés, le nouveau programme — judicieusement appelé Bravo! — est basé sur l'idée que la reconnaissance est véritablement la responsabilité de tous. Simple, amusant et transparent, il permet aux employés de prendre l'initiative de nommer un collègue qui, selon eux, apporte une contribution remarquable dans six secteurs d'excellence :

- fournir un service à la clientèle exceptionnel ou améliorer les relations avec les clients

- atteindre l'excellence ou obtenir une réussite incomparable dans un secteur d'activité
- élaborer un nouveau produit, un nouveau service et une nouvelle façon de faire des affaires
- enseigner aux autres, les encadrer et leur servir de mentor
- prendre des risques de manière responsable
- travailler en équipe ou favoriser la collaboration

Pour un maximum de flexibilité, Bravo! comporte une variété de niveaux de reconnaissance adaptée à différents genres de contribution. Les employés qui nomment un de leurs collègues joueront un rôle dans la détermination du niveau de reconnaissance le plus approprié, ce qui inclut :

- **Cartes électroniques :** Cartes thématiques avec message personnalisé destinées à une utilisation à grande échelle par tous les employés.
- **Niveau Applaudissements :** Processus ouvert de mise en nomination en ligne nécessitant l'approbation du directeur de groupe ou de division. L'employé choisit un cadeau dans un catalogue électronique d'une valeur approximative de 100 \$.
- **Niveau Ovation :** Processus ouvert de mise en nomination en ligne nécessitant l'approbation du vice-président ou du directeur général. L'employé choisit un cadeau dans un catalogue électronique d'une valeur approximative de 300 \$.
- **Niveau Rappel :** Récompenses pour l'ancienneté, soit 25, 30 et 35 années de service. L'employé choisit un cadeau dans un catalogue électronique d'une valeur approximative de 100 \$.

Pour obtenir plus d'information ou pour souligner la contribution d'un de vos collègues, vous n'avez qu'à vous connecter à RH en ligne et à cliquer sur « Bravo! ». Puis, assurez-vous d'ajouter le site à vos signets pour un accès ultérieur plus rapide et facile. Finalement, restez à l'affût des futures parutions de *Perspective* pour en savoir plus sur cette nouvelle initiative emballante et en pleine évolution! ■

## ÉVÉNEMENTS À VENIR

Tout au long de l'année, des représentants de la SCHL participent à un grand nombre de conférences et d'événements connexes à l'habitation dans l'ensemble du pays, afin de rencontrer nos clients et nos partenaires, de promouvoir nos produits et services et d'accroître notre notoriété et notre visibilité.

Dans les mois à venir la SCHL participera aux événements suivants :

- **Institut canadien des urbanistes (ICU) :** du 6 au 9 juillet à Halifax
- **Association canadienne des inspecteurs de biens immobiliers (ACIBI) :** les 15 et 16 novembre à Toronto

Futur événement de la SCHL :

- **Tournée du Conseil d'administration de la SCHL :** du 17 au 21 août à Calgary

# In Your Community



**In Your Community profiles staff across the country who are getting involved in their communities to lend a helping hand, and make a difference**

## Relay for Life supports one of own in Ottawa

In honour of one of their friends and colleagues, the Corporate Relations and Communications Group, and a number of employees from other sections at National Office participated in the Canadian Cancer Society's 5th annual *Relay for Life* at the Nepean Sportsplex on June 6th, from 7:00 p.m. to 7:00 a.m. the following morning.

The 12-hour event features teams of 10 people walking, jogging or running around a track to celebrate the lives of those touched by cancer, while raising money for the Canadian Cancer Society's research and programs. The Corporate Relations and Communications Group first became involved in the Relay for Life last year in support of fellow staff member Renée Guibord, who is facing a battle with cancer.

Running under the names "Team Renée" and "Équipe Guibord," the two CMHC squads joined 160 other teams to raise \$450,000 in 2002. While final numbers were not available at press time, this year it's hoped that an estimated 175 teams will raise even more funds to help in the fight against cancer.

In addition to the annual relay, the Group has also raised thousands more through bake and daffodil sales, 50/50 draws



Renée Guibord (centre) with colleagues Cal Singer and Hélène Durocher.  
Renée Guibord (au centre) avec ses collègues Cal Singer et Hélène Durocher.

and the sale of luminaries—candles that line the Relay for Life track, bearing the names of a loved one who has either survived cancer or lost the fight. As Diane Gervais, Chief of the Correspondence Unit and Renée's boss, says, "at dusk, the candles are lit in a moving ceremony, providing light and inspiration as participants walk or run through the night."

"Renée is an extraordinary woman, and her example serves to inspire us all throughout the year." ■

## Going green and helping homeowners in Vancouver

British Columbia has always enjoyed a reputation as one of the "greenest" provinces in Canada. Now, CMHC's Vancouver office has developed a pilot project to help keep their city green, while making sure more new homeowners get the information they need to start the next chapter in their lives right.

This fall, CMHC will provide some 200 VanCity Credit Union mortgage customers throughout Vancouver and the Lower Mainland with a brand new CMHC recycling container for their home, filled with such homeowner-oriented publications as our *Healthy Housing* fact sheets, the *FlexHousing Pocket Planner*, *Safe at Home* and many more.

Working in partnership with VanCity, the project will help increase the Corporation's visibility with both homeowners

and credit union employees, while also reflecting VanCity and CMHC's commitment to our clients, healthy housing and the environment.

As Karen Ungerson, Business Development Project Manager, says: "This project lets us help new homeowners, build on our relationship with VanCity, and reaffirm our mutual commitment to social responsibility—and to the community!" ■

*Project presentation by Karen Ungerson at VanCity Manager's meeting in Vancouver on May 15, 2003.*

*Présentation du projet par Karen Ungerson lors d'une réunion des gestionnaires de VanCity à Vancouver le 15 mai 2003.*

# Dans nos collectivités

La chronique *Dans nos collectivités* nous fait connaître les activités d'employés de toutes les régions au pays qui participent à la vie dans leur collectivité et qui tendent la main pour faire une différence.

## Virer au vert tout en aidant les propriétaires-occupants de Vancouver

La Colombie-Britannique a toujours eu la réputation d'être l'une des provinces les plus « vertes » au Canada. Le bureau de Vancouver de la SCHL a lancé un projet pilote qui vise à protéger l'environnement de leur ville et à faire en sorte qu'un nombre accru de nouveaux propriétaires reçoivent l'information nécessaire pour partir du bon pied.

Cet automne, la SCHL fournira à quelque 200 détenteurs de prêts hypothécaires de la VanCity Credit Union à Vancouver et dans la vallée du bas Fraser un bac de recyclage neuf, rempli de publications destinées aux propriétaires-occupants, notamment, des feuillets documentaires sur la maison saine, l'*Agenda de poche Bâti-Flex*, *Vivre à domicile en toute confiance*, et une vaste gamme d'autres documents.

Entrepris en partenariat avec VanCity, ce projet accroîtra la visibilité de la SCHL auprès des propriétaires-occupants et du personnel de la coopérative de crédit. Il permettra en outre de faire valoir l'engagement de VanCity et de la SCHL envers nos clients, l'habitation saine et l'environnement.

M<sup>me</sup> Karen Ungerson, directrice de projet au Centre de développement des affaires, a déclaré : « Ce projet nous permet d'aider les nouveaux propriétaires-occupants, de resserrer nos liens avec VanCity et de réaffirmer notre engagement mutuel envers la responsabilité sociale – et la collectivité! ». ■



## Les participants au Relais pour la vie à Ottawa apportent un appui à l'une des leurs

En l'honneur d'une amie et collègue, un groupe de la Division des relations et des communications de la Société, ainsi que des employés d'autres sections au Bureau national, ont participé au cinquième relais annuel pour la vie de la Société canadienne du cancer, tenu au Nepean Sportsplex la nuit du 6 au 7 juin, entre 19 h et 7 h.

Cet événement de 12 heures met à contribution des équipes de 10 personnes qui, à tour de rôle, marchent, joggent ou courent le long d'une piste afin de célébrer les vies de ceux qui ont été touchés par le cancer, tout en amassant des fonds pour les initiatives de recherche et les programmes de la Société canadienne du cancer. Le groupe de la Division des relations et des communications de la Société a participé au Relais pour la vie pour la première fois l'an dernier, afin d'appuyer l'une de leurs collègues, Renée Guibord, qui lutte contre la maladie.

En 2002, les deux groupes de la SCHL, soit « Team Renée » et « Équipe Guibord », se sont joints à 160 autres équipes et ont amassé 450 000 \$. Bien que les chiffres finals ne soient pas disponibles au moment de la publication de ce numéro, on espère que les quelque 175 équipes participantes cette année amasseront encore plus de fonds.

En plus de participer au relais annuel, le groupe a aussi recueilli plusieurs milliers de dollars en organisant des ventes de pâtisseries et de jonquilles, des loteries moitié-moitié et une vente de luminaires. Placés tout autour de la piste, ces derniers portent le nom des survivants du cancer et des personnes qui ont perdu la bataille contre la maladie. Mme Diane Gervais, chef, du groupe de la Correspondance et superviseuse de Renée, a déclaré : « Lors d'une cérémonie émouvante à la brunante, les bougies sont allumées et deviennent une source de lumière et d'inspiration pour les participants qui marchent ou courent pendant toute la nuit ».

« Renée est une femme extraordinaire dont l'exemple sert d'inspiration pour nous tous, pendant toute l'année. » ■

# A CLOSER LOOK ...

## At performance management planning with Prairie, Nunavut and N.W.T.'s Penny Donnan

In this regular feature, *Perspective* lets you take a walk in the footsteps of one of your colleagues, to find out a little more about who they are, what they do and how their work fits into the bigger picture of CMHC! This month, we take *A Closer Look* at Penny Donnan's 15 years at CMHC, and her work developing a new "Scorecard" for employee job performance.

For a self-confessed travel addict, CMHC's Penny Donnan has crafted an exceptionally diverse career at CMHC.

Penny first joined the Corporation on a six-month contract over 20 years ago. She then spent over half a decade traveling and working in the travel industry in New Zealand and Australia.

But all the time she was abroad, Penny never lost touch with some of her former CMHC colleagues. So when she finally decided to return to Canada, she also returned to the Corporation, joining the Calgary office as an underwriting clerk.

For the next 15 years, she undertook a wide range of assignments and positions, but always in Calgary Insurance Operations.

### Investing in employees

In fact, according to Penny, the opportunity to continually take on interesting new challenges is the best thing about her job—and the Corporation.

"I think my career is a good example of how CMHC really invests in its employees," she says.

"CMHC has some incredible employees, with a great willingness to share their skills and experience. I'm always taking new courses, and all of my managers have gone out of their way to recognize employees' skills, and



offer them the chance to take on any number of new challenges. As a result, I've been able to really grow and expand in my professional life."

Currently, for example, Penny is working on a special assignment as a business analyst with the Business Development group, a job that has allowed her to focus on her analytical skills. Before accepting this special assignment, Penny was also instrumental in developing an important employee performance measurement tool for Insurance Operations in the Prairie, Nunavut and Northwest Territories region: the "Tier 4 Scorecard."

### Measuring for success

"CMHC is very aware of the importance of measurement in tracking corporate performance," Penny notes. "The Tier 4 Scorecard is a way for employees to track their own individual performance, in relation to their specific job goals."

Essentially, the Tier 4 report is a tool for individual employees to track how consistently they're meeting their goals and objectives in relation to their job descriptions.

Both departmental and individual Scorecards set a number of key performance targets based on national and regional levels, as well as criteria unique to each employee, including delivery of the regional Business Plans, operating efficiencies, teamwork, training and so on. Analysts like Penny take that raw data, and package it into user-friendly reports that illustrate how each employee is progressing in meeting their goals within each category.

Employees can then take that information to their supervisors on their own initiative, in order to discuss possible methods and areas for improvement, or how better to tailor their goals.

While still in the pilot stage, eventually all employees will be able to use Tier 4 reports to "keep score" of their performance on a regular basis. Taken together, these assessments can also help ensure that each team, region and the entire Corporation are working effectively towards meeting all of our business objectives.

As for Penny's assessment of her own career, she perhaps puts it best when she simply says, "I love coming to work!" ■

## La planification de la gestion du rendement avec Penny Donnan de la région des Prairies, du Nunavut et des Territoires du Nord-Ouest

Dans cette chronique, *Perspective* vous permet de suivre un de vos collègues, pour en savoir un peu plus sur lui, sur ce qu'il fait et sur la façon dont son travail s'intègre aux activités globales de la SCHL. Ce mois-ci, nous regardons de plus près le travail de Penny Donnan pendant ses 15 années au service de la SCHL et son rôle dans l'élaboration d'une nouvelle fiche d'évaluation pour le rendement des employés.

Même si, de son propre aveu, Penny Donnan est une grande passionnée de voyages, elle a néanmoins mené une carrière exceptionnellement diversifiée à la SCHL.

Après s'être jointe à la Société à titre de contractuelle pour une période de six mois, il y a de cela plus de 20 ans, Penny a voyagé et travaillé pendant plus de cinq ans dans l'industrie du voyage en Nouvelle-Zélande et en Australie.

Pendant toutes ses années à l'étranger, elle n'a cependant jamais rompu le contact avec certains de ses anciens collègues de la SCHL. Une fois revenue au Canada, elle est aussi retournée à la SCHL, en tant que commis à la Souscription.

Au cours des 15 prochaines années, elle a assumé un éventail de fonctions dans divers postes, mais toujours dans le domaine de l'assurance à Calgary.

### Investir dans ses employés

En fait, selon Penny, la possibilité de relever régulièrement des défis nouveaux et stimulants représente l'aspect le plus intéressant de son travail – et de la Société.

« Je crois que ma carrière illustre très bien la façon dont la SCHL investit dans ses employés », a-t-elle déclaré.

« La Société possède des employés exceptionnels qui partagent volontiers leurs compétences et leur expérience. Je suis constamment de nouveaux

cours, et mes directeurs se sont toujours efforcés de reconnaître les aptitudes des employés et de leur offrir la possibilité d'assumer de nouvelles initiatives. C'est ce qui m'a permis de me perfectionner et d'évoluer dans ma vie professionnelle. »

Par exemple, Penny occupe actuellement une fonction spéciale à titre d'analyste dans le groupe chargé du développement des affaires, une initiative qui lui a permis de mettre en pratique ses aptitudes d'analyse. Avant d'accepter cette affectation spéciale, Penny a aussi contribué à l'élaboration de la fiche d'évaluation pour le rendement des employés du groupe 4, un nouvel outil important pour le personnel des Opérations d'assurance dans la région des Prairies, du Nunavut et des Territoires du Nord-Ouest.

### Mesurer pour assurer la réussite

« La SCHL est très consciente de l'importance des mesures dans le suivi de l'évolution du rendement, indique Penny. La nouvelle fiche d'évaluation permet aux employés de suivre la progression de leur rendement en regard de leurs objectifs particuliers. »

Essentiellement, il s'agit d'un outil avec lequel chaque employé peut évaluer la mesure dans laquelle il atteint régulièrement ses buts et objectifs par rapport à sa description de poste.

Les fiches visant à mesurer le rendement du service et de chaque employé comprennent un certain

nombre d'objectifs clés fondés sur les niveaux établis à l'échelon national et régional, ainsi que des critères propres à chaque employé, notamment, pour ce qui concerne la présentation des plans d'activité régionaux, l'efficacité opérationnelle, le travail en équipe et la formation. Par la suite, des analystes comme Penny, regroupent les données brutes et les présentent dans des rapports faciles à utiliser, lesquels indiquent le progrès de chaque employé en ce qui a trait à l'atteinte des objectifs fixés dans chaque catégorie.

Les employés peuvent ensuite, de leur propre initiative, partager cette information avec leur superviseur en vue de prendre des mesures d'amélioration éventuelles ou de personnaliser davantage leurs objectifs.

Bien que la fiche soit encore à l'étape de projet pilote, tous les employés pourront ultérieurement utiliser ces rapports pour suivre régulièrement l'évolution de leur rendement. Ensemble, ces évaluations pourront aussi assurer que chaque équipe, chaque région et la Société travaillent de concert à la réalisation de tous les objectifs fixés.

Pour ce qui concerne l'évaluation de sa propre carrière, Penny a tout dit en déclarant simplement : « J'aime venir travailler! ». ■

# PLANNING ON RENOVATING?

## CMHC helps Windsor Home Show participants avoid bumps in the road

> By Sue Dinchik, Windsor (Ontario Business Centre)

*“Your home is a big investment. Renovations can be time consuming and disruptive. Which is why you need objective and reliable information before you renovate.”*

This year at the Windsor Home Show, CMHC's Ontario Business Centre and The Royal Bank partnered to help the city's renovators avoid any unnecessary bumps on the road to a successful renovation, by sponsoring an in-depth seminar on the subject by HGTV's Real Reno's Master Contractor Jim Caruk.

Held over the course of the March 8-9 weekend, a total of four sessions were open to the public at the well-attended Home Show venue, attracting a minimum audience of 140 per session.

With his endless charm and 20 years experience, Jim brought his audiences a step closer to understanding the renovation adventure. Accompanying Jim on this adventure were a panel of true experts in the field, including financial advisers from The Royal Bank, several local contractors and members of the Greater Windsor Home Builders Association, and CMHC's own Bill Crawford, Senior Technical Advisor - Research.

Jim walked the audience through the renovation process from start to finish with his 10 tips for a successful renovation. He ended each seminar by telling the participants that, if they followed his tips, nothing could possibly go wrong with their renovation project—a piece of advice that never failed to evoke a laugh from both Jim and the audience. In fact, the question

and answer periods that followed Jim's seminars were so popular that the moderator, CMHC's Sue Dinchik, was hard-pressed to limit audience questions to under an hour!

Following the seminars, Jim and the panel members stayed to meet the public, answer more questions and share their personal renovation advice. Jim also spent additional time wandering through the Home Show, speaking with show patrons as well as visiting the CMHC and Royal Bank booths.

The Royal Bank was very pleased with the seminars, the visibility and the potential clients that approached their

staff throughout the event. While Sue and Bill were occupied with the seminars, CMHC's Diane VanAlstyne and Judy Binder staffed the CMHC booth, helpfully answering any and all questions from everyone who dropped by.

According to Diane and Judy, what was the most popular publication produced by CMHC? Without a doubt, the hands-down winner was *About Your House: How to Hire a Contractor* — Home Show guests simply couldn't get enough of them! And who was (almost) as popular as Jim Caruk? Why, who else but Leo the Lion, pictured here! ■



Left to right: Diane VanAlstyne and Sue Dinchik, Business Development, CMHC; Jim Caruk, Real Reno's Master Contractor; Lisa Bell, RBC Residential Mortgage Specialist; Lynn Corbeil, RBC Residential Mortgage Specialist.

De gauche à droite : Diane VanAlstyne et Sue Dinchik, Développement des affaires, SCHL; Jim Caruk, entrepreneur chevronné de l'émission Real Reno; Lisa Bell, spécialiste en prêts hypothécaires résidentiels, RBC; Lynn Corbeil, spécialiste en prêts hypothécaires résidentiels, RBC.

# VOUS PRÉVOYEZ FAIRE DES RÉNOVATIONS?

## La SCHL aide les participants au salon de l'habitation de Windsor à éviter des difficultés

> Par Sue Dinchik, Windsor (Centre d'affaires de l'Ontario)

*« Votre maison est un investissement important. Un projet de rénovations peut accaparer une grande partie de votre temps et déstabiliser votre vie. Il vous faut donc de l'information objective et fiable avant de l'entreprendre. »*

Cette année, à l'occasion du salon de l'habitation à Windsor, le Centre d'affaires de la SCHL et la Banque Royale ont conclu un partenariat afin d'aider les rénovateurs de la localité à éviter tout obstacle inutile pouvant entraver leurs projets de rénovations, en parrainant un séminaire complet sur le sujet animé par Jim Caruk, l'entrepreneur chevronné qui présente l'émission Real Reno à la chaîne de télévision Home and Garden.

Au cours de la fin de semaine du 8 au 9 mars, quatre séances au total ont été offertes au public venu en grand nombre au salon de l'habitation, et ont attiré près de 140 personnes à chaque séance.

Personne charismatique et comptant près de 20 années d'expérience, Jim a permis aux participants de mieux comprendre les opérations à risques que sont les rénovations. Jim était secondé par un groupe de véritables experts dans le domaine, notamment, des conseillers financiers de la Banque Royale, plusieurs entrepreneurs locaux et des membres de la Greater Windsor Home Builders Association, ainsi que Bill Crawford, le propre conseiller principal technique, Recherche, de la SCHL.

Jim a expliqué le processus de rénovation d'un bout à l'autre et donné ses 10 conseils pour une réussite garantie. Il a mis fin à chaque séminaire en indiquant aux participants que s'ils

suivaient ses conseils, rien ne viendrait entraver leur projet – un conseil qui ne manque jamais de susciter un éclat de rire de Jim et de son auditoire. Les périodes de questions et réponses qui ont suivi ont en fait remporté tant de succès que Sue Dinchik, la modératrice de la SCHL a eu du mal à les limiter à une heure!

Jim et les experts sont restés après les séminaires afin de rencontrer le public, de répondre à davantage de questions et de transmettre leurs conseils personnels en matière de rénovation. Jim a également parcouru le salon, parlé aux commanditaires et visité les kiosques de la SCHL et de la Banque Royale.

La Banque Royale a été très satisfaite des séminaires, de la visibilité et des clients éventuels qui se sont renseignés auprès de son personnel pendant l'événement. Tandis que Sue et Bill s'occupaient des séminaires, Diane VanAlstyne et Judy Binder de la SCHL répondaient à toutes les questions que posaient les visiteurs au kiosque de la Société.

Quelle a été la publication de la SCHL la plus populaire? Aux dires de Diane et Judy, c'était sans conteste *Votre maison : Les relations avec l'entrepreneur*. Tous les visiteurs du Salon de l'habitation la réclamait! Et qui a été aussi populaire que Jim Caruk (enfin presque)? Voyons, qui d'autre que Leo, le lion, dont vous voyez ici la photo! ■

De gauche à droite : Cheryl Brook, directrice de succursale, RBC; Stephen Wilson, spécialiste en prêts hypothécaires résidentiels, RBC; Sue Dinchik, SCHL; Léo le Lion; Diane VanAlstyne, SCHL.  
Left to right: Cheryl Brook, RBC Branch Manager; Stephen Wilson, RBC, Residential Mortgage Specialist; Sue Dinchik, CMHC; Leo the Lion; Diane VanAlstyne, CMHC.



# A SNAPSHOT OF CMHC

## 2002 Employee Demographic Profile now available on HR on-line!

**E**ach year, an employee demographic profile is carried out at CMHC to create a detailed picture of the people who make up the Corporation. Among other interesting facts and figures, the 2002 profile (now available in its entirety on HR On-line) reveals that, as of December 31, 2002:

- CMHC had 1,849 employees, including 1,686 regular employees and 163 contract employees.
- Employees averaged 11.4 years of service and 43.2 years of age.
- In addition to English and French, many employees had capabilities in at least one of 53 other languages. The most common were Spanish, Italian, Cantonese and German.
- The representation of designated group members within the workforce for 2002 was 9.6% for visible minorities, 3.3% for persons with disabilities and 2.4% for Aboriginal peoples.
- In 2002, women represented 59.2% of the employee population as a whole.



# UN INSTANTANÉ DE LA SCHL

## Le profil démographique du personnel 2002 se trouve maintenant dans RH en ligne!

**U**n profil démographique du personnel est produit chaque année à la SCHL afin de brosser un tableau détaillé des effectifs de la Société. Entre autres données et chiffres dignes d'intérêt, le profil de 2002 (qui est maintenant accessible intégralement dans RH en ligne) révèle qu'au 31 décembre 2002 :

- La SCHL comptait 1 849 employés, notamment 1 686 employés permanents et 163 employés contractuels.
- Les employés avaient en moyenne 11,4 années de service et étaient âgés de 43,2 ans.
- Outre l'anglais et le français, de nombreux employés connaissaient au moins l'une des 53 autres langues. Les plus courantes étaient l'espagnol, l'italien, le cantonais et l'allemand.
- La représentation des membres des groupes désignés au sein des effectifs en 2002 était de 9,6 % pour les minorités visibles, de 3,3 % pour les personnes handicapées et de 2,4 % pour les peuples autochtones.
- En 2002, les femmes représentaient 59,2 % de l'ensemble des effectifs de la Société.

