



Services bancaires personnels au Canada

Michael Rhodes

Chef de groupe, Services bancaires
personnels au Canada

8 JUIN 2023

Mise en garde à l'égard des énoncés prospectifs

De temps à autre, la Banque (comme elle est définie dans le présent document) fait des énoncés prospectifs, écrits et verbaux, y compris dans le présent document, d'autres documents déposés auprès des organismes de réglementation canadiens ou de la Securities and Exchange Commission (SEC) des États-Unis et d'autres communications. En outre, des représentants de la Banque peuvent formuler verbalement des énoncés prospectifs aux analystes, aux investisseurs, aux médias et à d'autres personnes. Tous ces énoncés sont faits conformément aux dispositions d'exonération et se veulent des énoncés prospectifs aux termes de la législation en valeurs mobilières applicable du Canada et des États-Unis, notamment la loi des États-Unis intitulée *Private Securities Litigation Reform Act of 1995*. Les énoncés prospectifs comprennent, entre autres, les énoncés figurant dans le présent document, dans le rapport de gestion (le « rapport de gestion de 2022 ») du rapport annuel 2022 de la Banque à la rubrique « Sommaire et perspectives économiques », aux rubriques « Principales priorités pour 2023 » et « Contexte d'exploitation et perspectives » pour les secteurs Services bancaires personnels et commerciaux au Canada, Services de détail aux États-Unis, Gestion de patrimoine et Assurance et Services bancaires de gros, et à la rubrique « Réalisations en 2022 et orientation pour 2023 » pour le secteur Siège social, ainsi que dans d'autres documents précisant les objectifs et les priorités de la Banque pour 2023 et les années suivantes et les stratégies pour les atteindre, le contexte réglementaire dans lequel la Banque exerce ses activités, et le rendement financier attendu de la Banque. Les énoncés prospectifs se reconnaissent habituellement à l'emploi de termes et expressions comme « objectif », « cible », « croire », « prévoir », « anticiper », « avoir l'intention de », « estimer », « planifier » et « pouvoir » et de verbes au futur ou au conditionnel.

De par leur nature, ces énoncés prospectifs obligent la Banque à formuler des hypothèses et sont assujettis à des risques et incertitudes, généraux ou spécifiques. Particulièrement du fait de l'incertitude quant à l'environnement physique et financier, à la conjoncture économique, au climat politique et au cadre réglementaire, ces risques et incertitudes – dont bon nombre sont indépendants de la volonté de la Banque et dont les répercussions peuvent être difficiles à prévoir – peuvent faire en sorte que les résultats réels diffèrent considérablement de ceux avancés dans les énoncés prospectifs. Les facteurs de risque qui pourraient entraîner, isolément ou collectivement, de tels écarts incluent les risques, notamment, stratégiques, de crédit, de marché (y compris le risque de position sur titres de participation, le risque sur marchandises, le risque de change, le risque de taux d'intérêt et le risque associé aux écarts de taux), d'exploitation (y compris les risques liés à la technologie, à la cybersécurité et à l'infrastructure), de modèle, d'assurance, de liquidité, d'adéquation des fonds propres, ainsi que les risques juridiques, réglementaires et liés à la conduite, d'atteinte à la réputation, environnementaux et sociaux, et les autres risques. Ces facteurs de risque comprennent notamment la conjoncture économique et commerciale dans les régions où la Banque exerce ses activités; le risque géopolitique; le risque d'inflation, d'augmentation des taux d'intérêt et de récession; les répercussions économiques, financières et autres d'une pandémie comme la pandémie de COVID-19; la capacité de la Banque à mettre en œuvre ses stratégies à long terme et ses principales priorités stratégiques à court terme, notamment réaliser des acquisitions et des ventes, fidéliser la clientèle et élaborer des plans stratégiques; les risques liés à la technologie et à la cybersécurité (y compris les cyberattaques, les violations des données et les défaillances technologiques) visant la technologie informatique, Internet, les systèmes d'accès au réseau ou les autres systèmes ou services de communications voix-données de la Banque; le risque de modèle; la fraude à laquelle la Banque est exposée; le défaut de tiers de se conformer à leurs obligations envers la Banque ou ses sociétés affiliées, notamment relativement au traitement et au contrôle de l'information et d'autres risques découlant de l'utilisation par la Banque de fournisseurs de services tiers; l'incidence de la promulgation de nouvelles lois et de nouveaux règlements et de la modification des lois et des règlements actuels ou de leur application, y compris, sans s'y restreindre, les lois fiscales, les lignes directrices en matière d'information sur les fonds propres et les directives réglementaires en matière de liquidité; la surveillance réglementaire et le risque de conformité; la concurrence accrue exercée par les sociétés établies et les nouveaux venus (y compris de la concurrence d'entreprises de technologie financière et autres grands concurrents technologiques); l'évolution des attitudes des consommateurs et des technologies perturbatrices; l'exposition aux litiges et aux affaires réglementaires d'envergure; la capacité de la Banque de recruter, former et maintenir en poste des talents clés; les changements apportés aux notations de crédit de la Banque; les variations des taux de change, des taux d'intérêt, des écarts de taux et du prix des actions; l'augmentation des coûts de financement et de la volatilité des marchés causée par l'illiquidité des marchés et la concurrence pour l'accès au financement; le risque de transition du taux interbancaire offert (IBOR); les estimations comptables critiques et les changements apportés aux normes, politiques et méthodes comptables utilisées par la Banque; les crises d'endettement potentielles et existantes à l'échelle internationale; le risque environnemental et social (y compris les changements climatiques); et l'occurrence d'événements catastrophiques naturels et autres que naturels et les demandes d'indemnisation qui en découlent. La Banque avise le lecteur que la liste qui précède n'est pas une liste exhaustive de tous les facteurs de risque possibles et que d'autres facteurs pourraient également avoir une incidence négative sur les résultats de la Banque. Pour de plus amples renseignements, se reporter à la section « Facteurs de risque et gestion des risques » du rapport de gestion de 2022, telle qu'elle peut être mise à jour dans les rapports aux actionnaires trimestriels déposés par la suite et dans les communiqués (le cas échéant) relatifs à tout événement ou à toute transaction dont il est question aux rubriques « Acquisitions importantes », « Événements importants, événements postérieurs à la date de clôture et acquisitions en cours » ou « Événements importants et postérieurs à la date de clôture » dans le rapport de gestion pertinent, lesquels peuvent être consultés sur le site Web www.td.com/fr. Le lecteur doit examiner ces facteurs attentivement, ainsi que d'autres incertitudes et événements possibles, de même que l'incertitude inhérente aux énoncés prospectifs, avant de prendre des décisions à l'égard de la Banque. Il ne doit pas se fier indûment aux énoncés prospectifs de la Banque.

Les hypothèses économiques importantes étayant les énoncés prospectifs contenus dans le présent document comprennent des hypothèses sur la croissance continue de la population au Canada; la reprise et le rendement continu du marché de l'habitation au Canada; la poursuite de la conjoncture économique très favorable; la normalisation des taux d'intérêt; la capacité des Services bancaires personnels au Canada à attirer et à fidéliser avec succès les clients, y compris les nouveaux arrivants; la capacité d'attirer et de fidéliser avec succès les employés, y compris les spécialistes comme les spécialistes hypothécaires mobiles; l'investissement continu dans la mise en œuvre réussie des améliorations numériques et mobiles; et la poursuite des initiatives actuelles de comarquage ou d'autres arrangements avec certaines entreprises du secteur de détail ou des services non affiliées. D'autres hypothèses importantes sont décrites dans le rapport de gestion de 2022 à la rubrique « Sommaire et perspectives économiques », aux rubriques « Principales priorités pour 2023 » et « Contexte d'exploitation et perspectives » pour les secteurs Services bancaires personnels et commerciaux au Canada, Services de détail aux États-Unis, Gestion de patrimoine et TD Assurance et Services bancaires de gros; et à la rubrique « Réalisations en 2022 et orientation pour 2023 » pour le secteur Siège social, qui peuvent être mises à jour dans les rapports aux actionnaires trimestriels déposés par la suite. Tout énoncé prospectif contenu dans le présent document représente l'opinion de la direction uniquement à la date des présentes et est communiqué afin d'aider les actionnaires de la Banque et les analystes à comprendre la situation financière, les objectifs, les priorités et le rendement financier prévu de la Banque aux dates indiquées et pour les périodes closes à ces dates, et peut ne pas convenir à d'autres fins. La Banque n'effectuera pas de mise à jour de quelque énoncé prospectif, écrit ou verbal, qu'elle peut faire de temps à autre directement ou indirectement, à moins que la législation en valeurs mobilières applicable ne l'exige.

Services bancaires personnels au Canada (SBPC) : Un chef de file bien positionné pour dégager des rendements supérieurs

SBPC aujourd'hui

Chef de file des services bancaires de détail au Canada grâce à une marque de confiance, à une forte capacité de distribution, à une puissante gamme de produits et à des collègues axés sur les objectifs

SBPC demain

Dépasser la croissance du marché en devenant la banque de choix de tous les Canadiens

Feuille de route stratégique

Élargir notre position sur le marché en favorisant l'acquisition de clients et en augmentant la part du portefeuille, tout en offrant des expériences personnalisées, connectées et légendaires

Chef de file des services bancaires de détail au Canada grâce à une envergure et à des rendements solides



Dépôts

Au 1^{er} rang pour la part de dépôts de base¹

Au 2^e rang pour les dépôts totaux²

Crédit garanti par des biens immobiliers

Au 2^e rang pour la part de marché³

Cartes

Au 2^e rang pour la part de marché⁴

Canaux

Au 1^{er} rang pour la couverture du réseau de succursales⁵

Au 1^{er} rang pour la portée en ligne⁶

Au 1^{er} rang pour la portée mobile⁷

Aperçu de l'exercice 2022

13 M+	de clients	1 sur 3	canadiens servis
1 060	succursales	17 000+	collègues en succursale
374 G\$	Prêts	5 %	TCAC sur 5 ans ⁸
266 G\$	Dépôts	8 %	TCAC sur 5 ans
11,5 G\$	Produits	4,3 G\$	Bénéfice net après impôts
57 %	Rendement des capitaux propres ⁹	53 %	Moyenne sur 5 ans

Les facteurs de différenciation et l'exécution favorisent une solide fidélisation des clients

Marque ayant la plus grande valeur¹

Distribution de premier plan

Partenariats stratégiques

**Grande occasion
Une seule TD**

Banquiers axés sur les objectifs

Gestion rigoureuse des risques

Méthode agile à l'échelle de la TD

Investir en permanence pour la croissance future

layer 6



Le plus solide réseau de succursales au Canada



Des emplacements urbains très pratiques

- **91 %** des succursales sont situées dans les marchés urbains (par rapport à 82 % pour nos homologues)³
- **54 %** des Canadiens vivent à moins de 2 km d'une succursale
- **11+** heures d'ouverture supplémentaires par semaine par rapport à nos homologues⁴

Des succursales productives et de grande valeur

- **79 %** des succursales ont des soldes de plus de 250 M\$
- **25 %** plus de dépôts par succursale par rapport à la moyenne des homologues¹
- **>2:1** Ratio de gestionnaires, Services financiers personnels par rapport aux collègues du service à la clientèle (1:1 en 2019)
- **-39 %** des volumes d'opérations effectuées en succursales
Du T2 2019 au T2 2023
- **+15 %** de nouveaux comptes par succursale²
Du T2 2019 au T2 2023



Plateforme de services bancaires numériques de premier plan au Canada

La plus grande clientèle qui recourt au numérique au Canada

9 M

d'utilisateurs actifs des services bancaires numériques¹

7 M

d'utilisateurs actifs des services bancaires mobiles²

Hausse de 43 %

des utilisateurs des services bancaires mobiles

Du T2 2019 au T2 2023

Clientèle des services bancaires numériques très engagée

Hausse de 80 %

du temps consacré au contenu de la TD par rapport à la moyenne des homologues³

92 %

de l'ensemble des opérations financières sont effectuées au moyen des canaux libre-service⁴

Hausse de 64 %

des opérations effectuées au moyen des services bancaires mobiles⁵

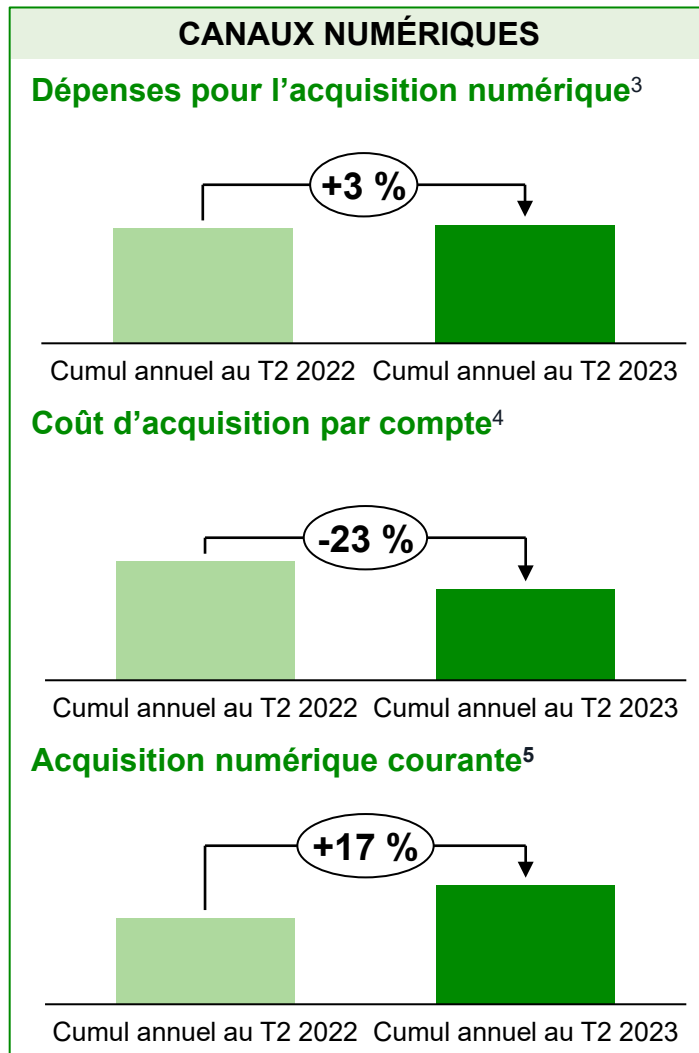
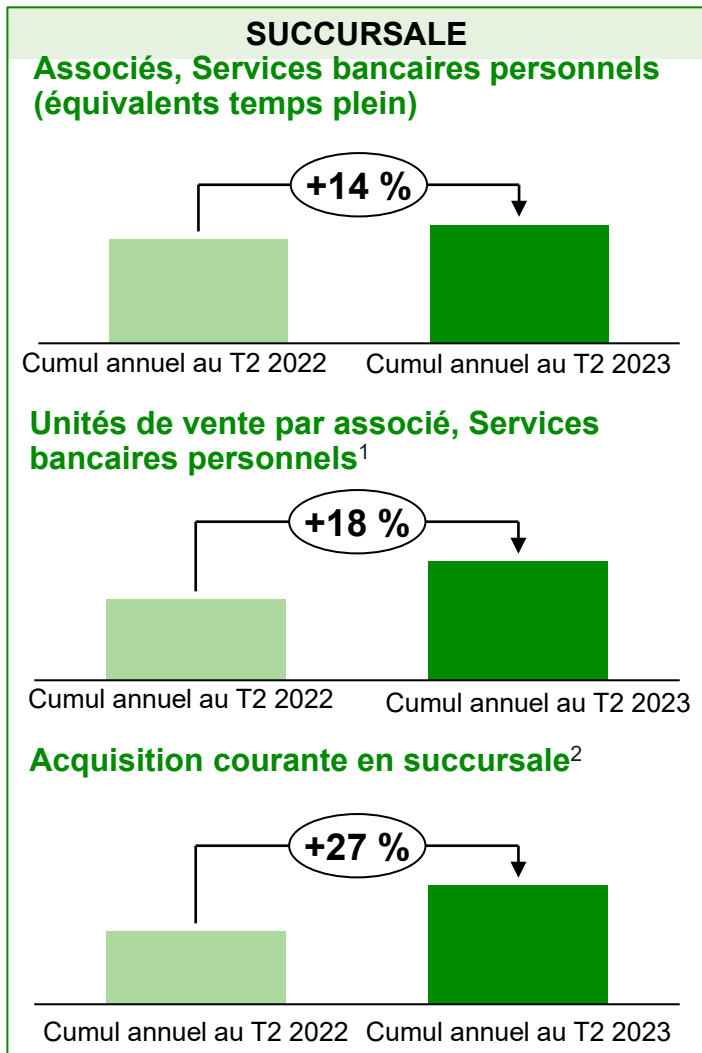
Du T2 2019 au T2 2023

Hausse de 116 %

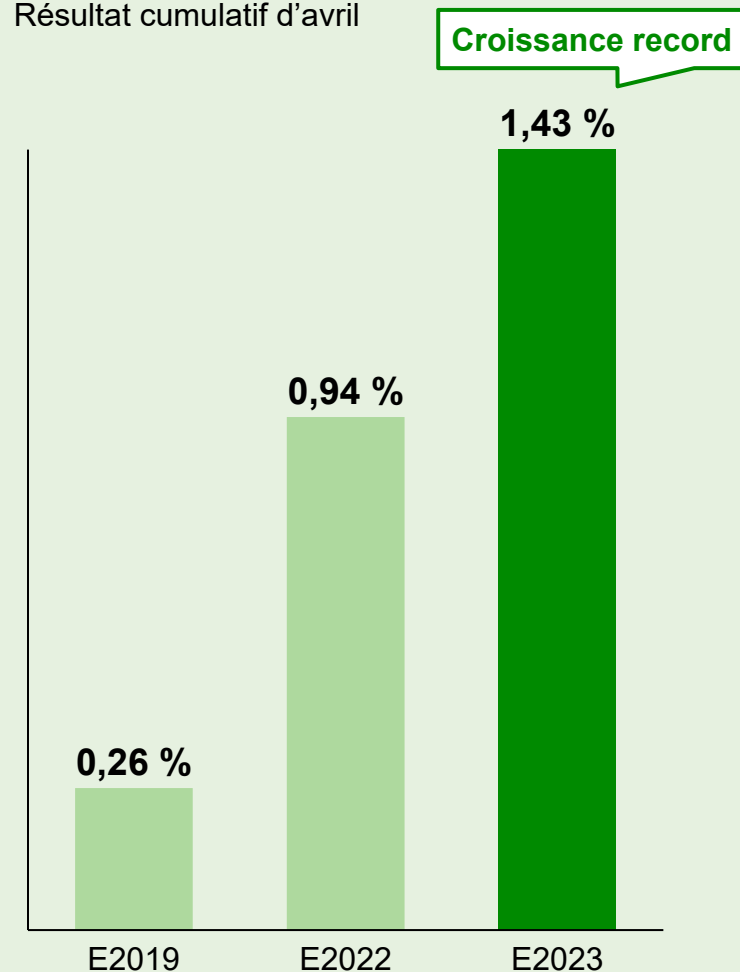
des ventes numériques⁶

Du T2 2019 au T2 2023

Accélérer l'acquisition de clients dans l'ensemble de nos canaux de distribution



Taux de croissance net de la clientèle
Résultat cumulé d'avril

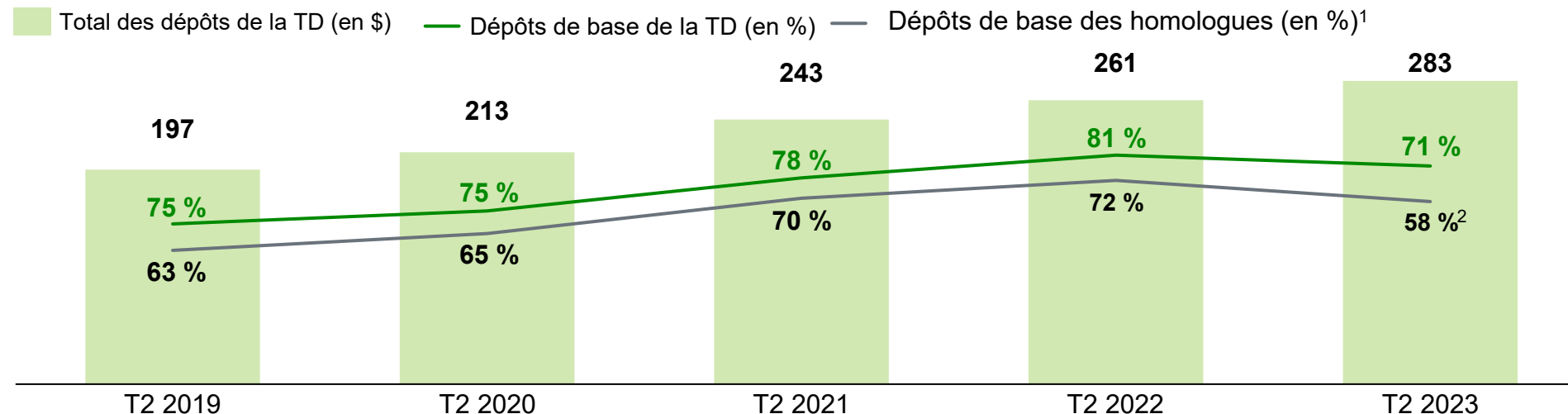


Base de dépôts de haute qualité, en croissance et à faible coût de service

Plus grande part des dépôts de base et forte croissance du total des dépôts

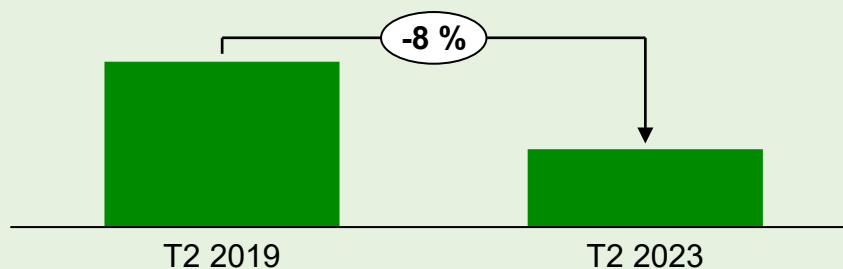
(TCAC de 9 % sur 4 ans)

Moyenne des dépôts des SBPC (en G\$)

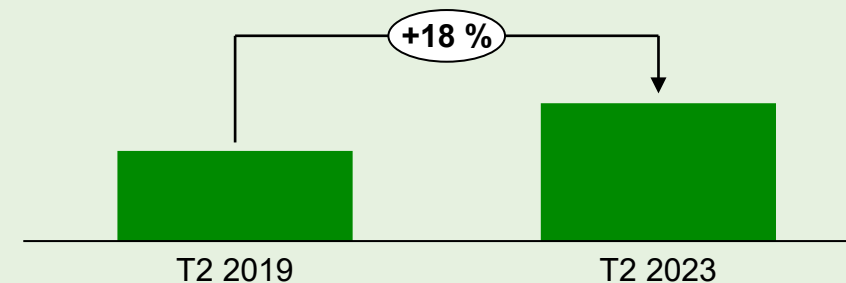


Réduire le coût de service des dépôts tout en augmentant les marges

Coût de service des SBPC³ (en %)



Marge sur dépôt des SBPC (en %)

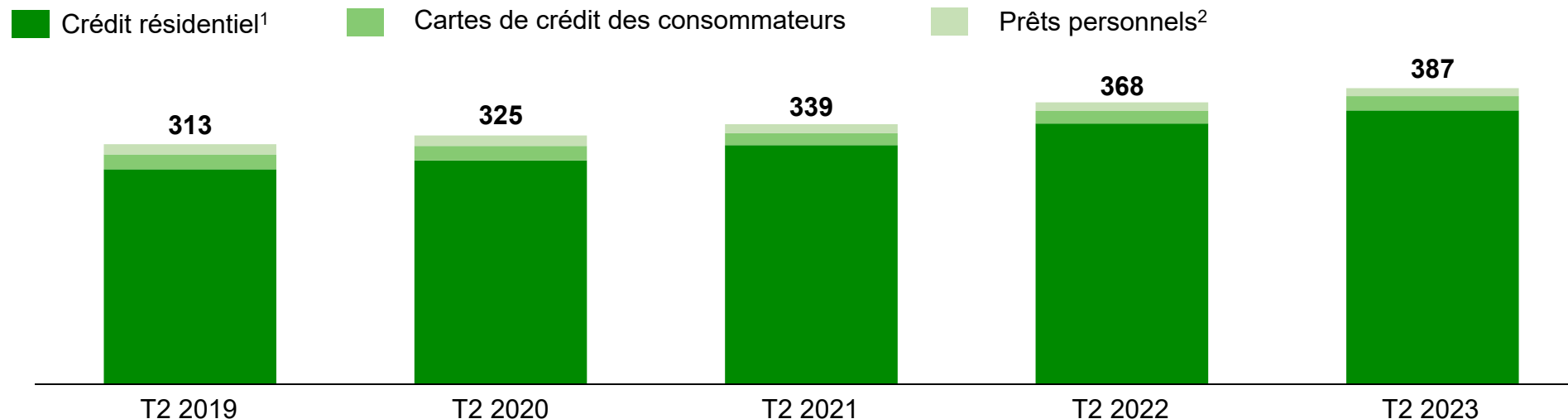


Forte croissance des prêts et gestion rigoureuse des risques

Composition équilibrée du portefeuille affichant une croissance stable

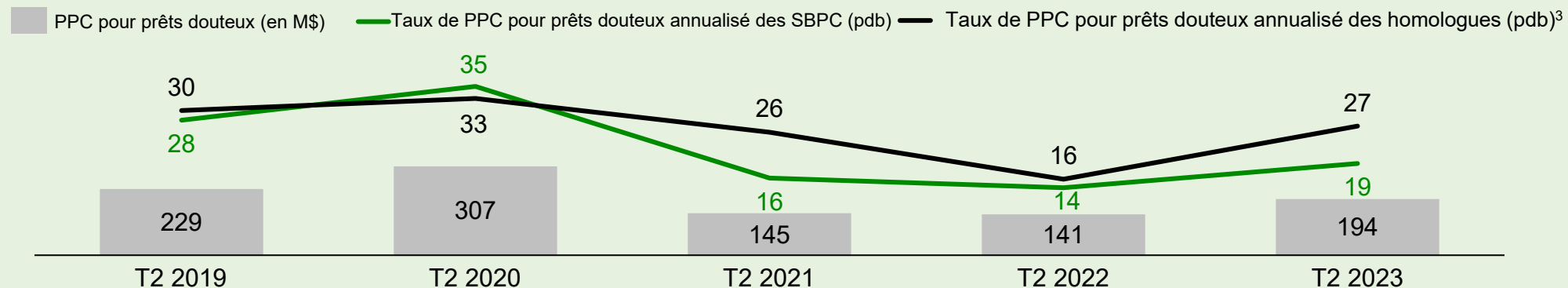
(TCAC de 5 % sur 4 ans)

Moyenne des prêts accordés par les SBPC (en G\$)



Faibles taux de PCC pour prêts douteux, ce qui reflète la composition de notre portefeuille

PPC pour prêts douteux



Solide lancée récente de nos activités

**Expérience client
légendaire**

**Fidélisation record dans
le secteur du crédit
garanti par des biens
immobiliers**

**Croissance nette
de la clientèle**



**Acquisition de clients dans le
segment des nouveaux
arrivants au Canada**

**Croissance du
volume des prêts
sur cartes**

**Vélocité des
fonctionnalités mobiles**

Ambitions de croissance à moyen terme des SBPC

Dépasser la croissance du marché en devenant la banque de choix de tous les Canadiens

Élargir notre clientèle à un rythme plus rapide que celui de la population canadienne

Croissance de 50 % de l'acquisition de clients dans le segment des nouveaux arrivants au Canada¹

Au 1^{er} rang

pour la part de marché de dépôts de base²

Au 1^{er} rang

pour la part de marché dans le secteur des cartes de crédit³

500 milliards de dollars

de prêts garantis par des biens immobiliers⁴



Feuille de route stratégique

Expérience client personnalisée, connectée et légendaire

- Mettre l'accent sur la convivialité, la valeur et les conseils fiables
- Le bon canal au bon moment
- Expérience simplifiée

Obtenir le meilleur taux d'acquisition de clients

- Commodité
- Expérience client légendaire
- Grande variété de produits et de services

Accélérer les gains de la part du portefeuille

- Tirer profit d'Une seule TD
- Personnalisation grâce à une technologie et des données orientées vers l'avenir
- Investissements dans les collègues

Facteurs de différenciation des SBPC

Marque ayant la plus grande valeur¹

Distribution de premier plan

Partenariats stratégiques

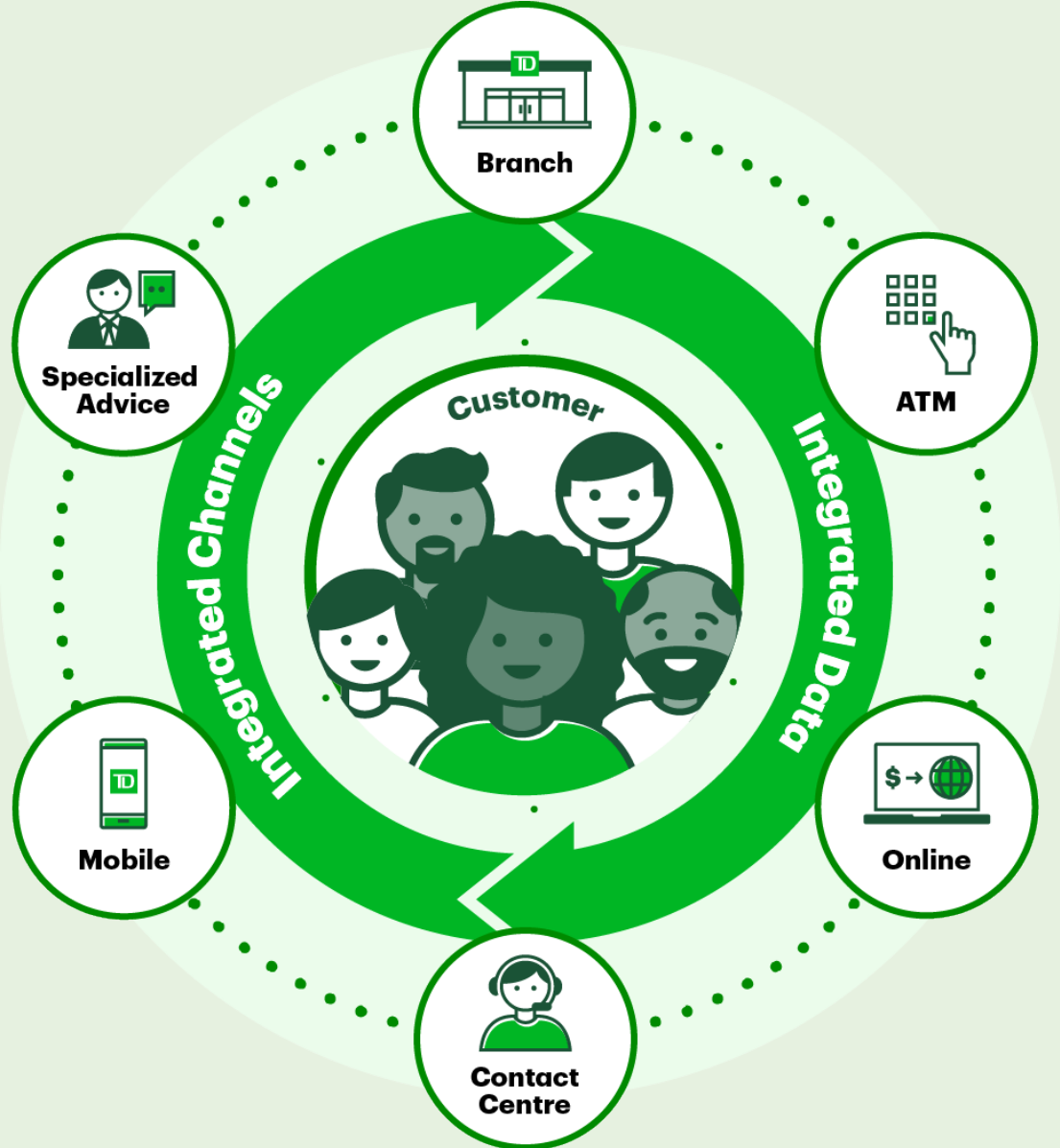
Grande occasion Une seule TD

Méthode agile à l'échelle de la TD

Banquiers axés sur les objectifs

Gestion rigoureuse des risques

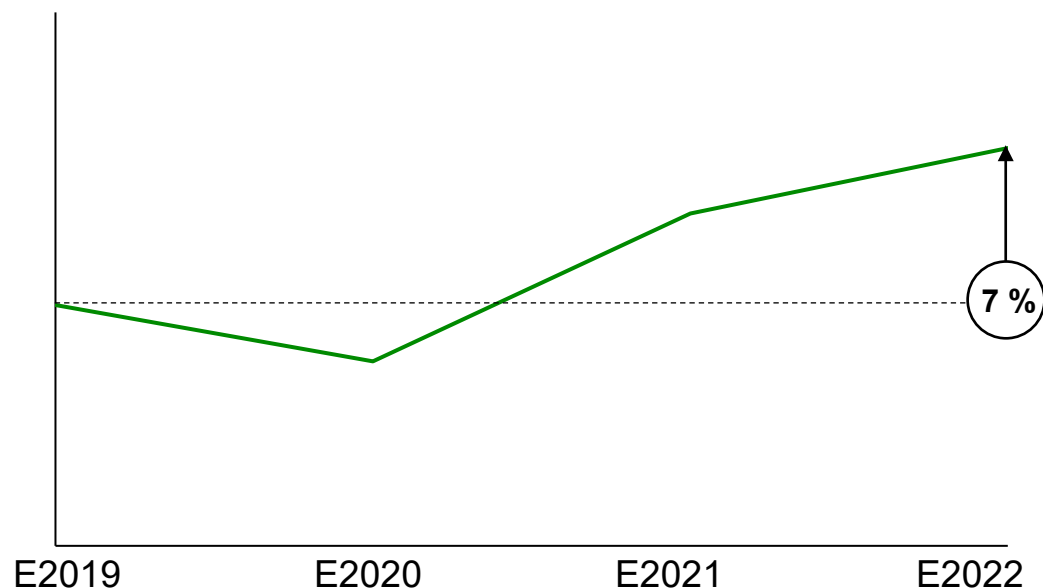
Expérience client personnalisée, connectée et légendaire



Occasion d'accélérer les gains de la part du portefeuille grâce à Une seule TD

Élan de croissance de la part du portefeuille au sein des SBPC

Nombre de produits détenus après 12 mois de relation avec le client
E2019-E2022



Soldes importants auprès d'autres institutions

270 G\$

Prêts hypothécaires

17 G\$

Cartes de crédit

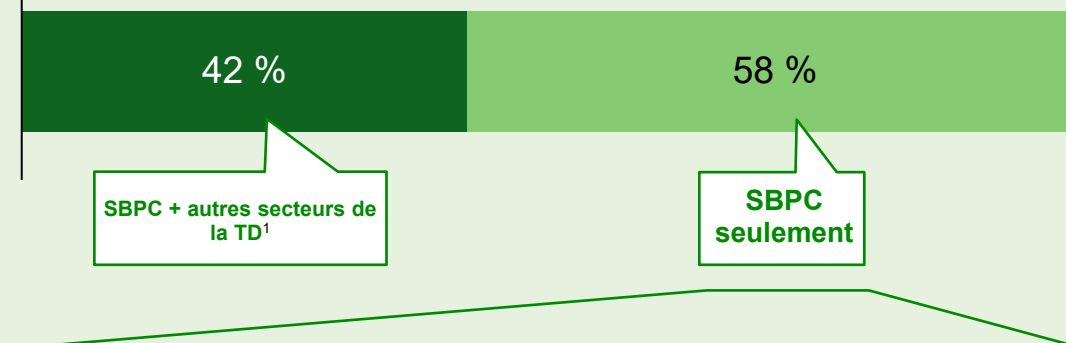
90 G\$

Dépôts et
fonds communs de
placement

Occasion importante Une seule TD

Répartition des clients des SBPC en fonction de la profondeur de la relation avec la TD

À l'exercice 2022, il y avait 13 M de clients au total



Possibilité de fidéliser les clients des SBPC dans l'ensemble de la TD

Estimation de la taille des marchés potentiels au sein de la clientèle des SBPC

2,4 M

de clients de
Gestion de
patrimoine²

360 K

clients des
Services
bancaires
aux PME³



Services bancaires courants et Épargne et placements



Services bancaires courants et Épargne et placements : un chef de file positionné stratégiquement pour assurer la croissance

Au 1^{er} rang

pour la part de marché de dépôts de base¹ (478 pdb d'avance par rapport à l'homologue au 2^e rang)



Acquisition record de clients dans le segment des nouveaux arrivants au Canada²

Exécution rigoureuse...

- ✓ Relations à long terme avec les clients qui sont favorisées par des taux de primauté historiquement élevés
- ✓ Évolution des capacités de conseil en matière de placement, entre autres grâce au lancement du Créateur d'objectifs TD.
- ✓ Efforts encore plus grands consacrés à nos forces en matière d'acquisition et accent mis sur le segment à forte croissance des nouveaux arrivants au Canada



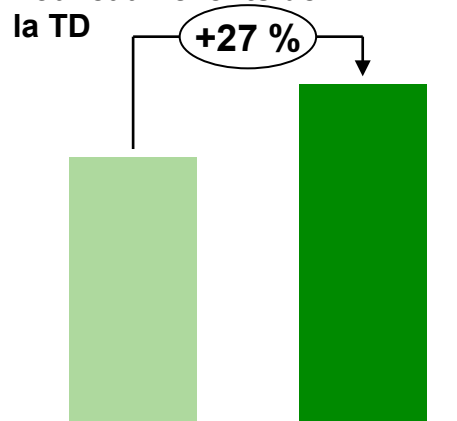
Taux d'attrition du portefeuille de comptes-chèques historiquement bas

Au 1^{er} rang

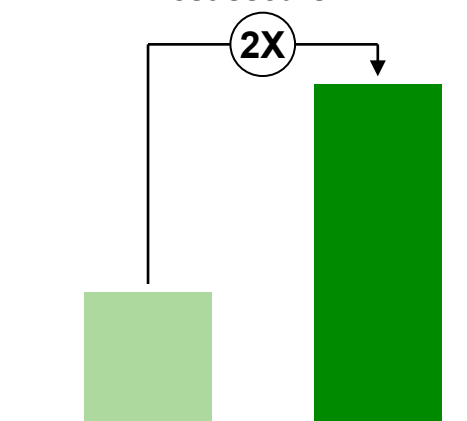
Virement *Interac*, débit et part de marché de Flash *Interac*³

...À la source de notre lancée récente

Acquisition de comptes-chèques pour les nouveaux clients de la TD



Acquisition nette de nouveaux investisseurs⁴



Cumul annuel au T2 2019 Cumul annuel au T2 2023 Cumul annuel au T2 2019 Cumul annuel au T2 2023

Priorités stratégiques pour le segment des nouveaux arrivants au Canada

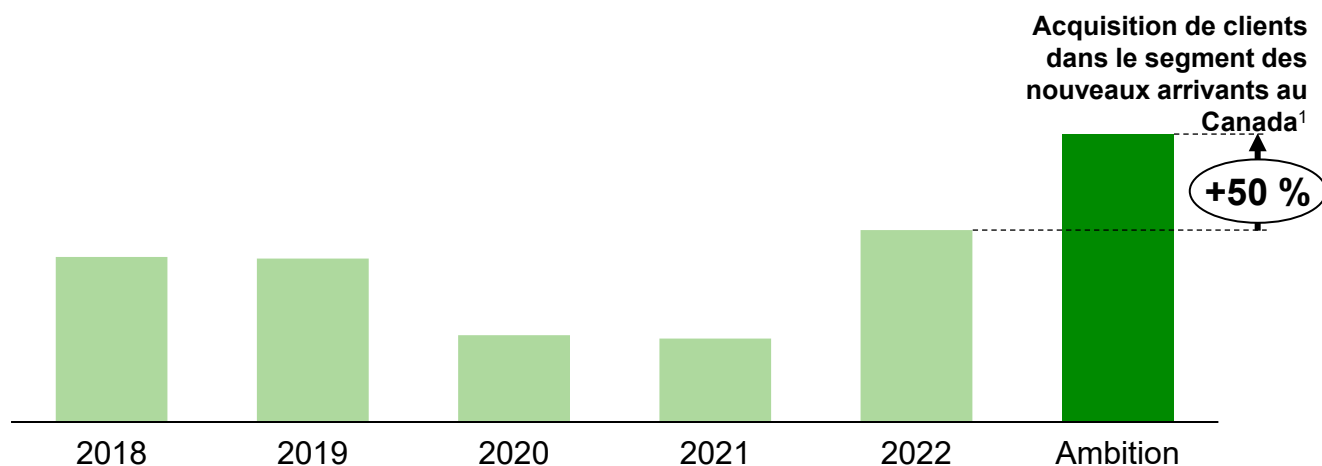
Ambition : Agrandir notre clientèle nette à un rythme plus rapide que l'accroissement de la population canadienne grâce à une croissance de 50 % dans l'acquisition de clients dans le segment des nouveaux arrivants au Canada

Des offres conçues pour chaque **étape de la vie et chaque sous-segment**

Accroître l'acquisition au moyen de **partenariats**, en ciblant les clients **avant leur arrivée**

Politiques de crédit améliorées dans tous les segments

Forfaits bancaires de premier plan pour les nouveaux arrivants, premier sur le marché avec le forfait bancaire pour étudiants étrangers



Cartes de crédit

La présence importante sur le marché des cartes de crédit et les partenariats créent de la valeur pour les clients

Au 1^{er} rang

au chapitre de la clientèle active au Canada¹

Au 2^e rang

pour la part de marché au Canada²

Au 1^{er} rang

La carte Infinite TD Aéroplan nommée meilleure carte de crédit de transporteur aérien³ et meilleure carte de primes-voyage⁴

83 %

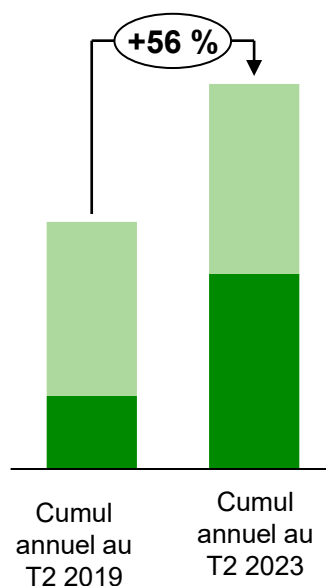
des clients détenant des cartes de crédit TD ont une cote de crédit de plus de 680 contre une moyenne de 77 % pour le secteur⁵

Exécution rigoureuse...

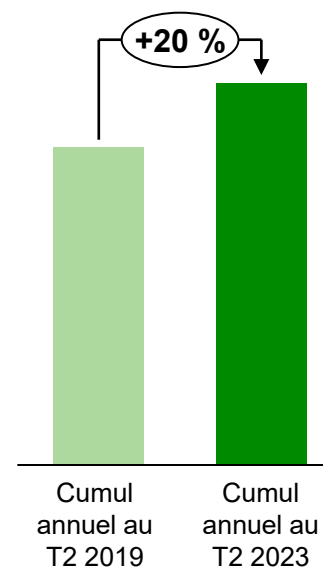
- ✓ Mettre l'accent sur les segments de croissance
- ✓ Optimiser l'entonnoir de demandes
- ✓ Tirer avantage des partenariats conclus avec Air Canada et Amazon
- ✓ Adopter une approche de gestion des risques de crédit tout au long du cycle

...À la source de notre lancée récente

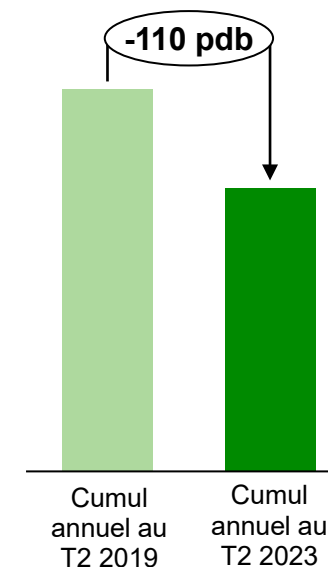
Nouveaux comptes
■ Succursale⁶ ■ Numérique⁷



Dépenses par compte actif



Attrition



Partenariats stratégiques distinctifs et puissants

Des partenariats de premier plan sur le marché qui créent de la valeur pour les clients



Plus de 4 M d'échanges effectués à l'aide des points Primes TD¹



Plus de 325 K clients détenant une carte liée à un compte Starbucks et admissibles à des Étoiles en prime²



Acquisition de cartes de crédit Aéroplan : **+90 % sur 12 mois**³



Plus de 6 M de voyages réservés au moyen d'Expedia pour la TD⁴



Partenariat visant à créer de la valeur pour les clients

Innovations permettant d'accroître l'acquisition et l'engagement



Portail de fidélisation de la clientèle

- **Mes récompenses TD** est une plateforme centralisée qui offre un accès pratique et personnalisé pour échanger des points contre des récompenses



Fonction Demander et acheter

- **Innovation brevetée** qui permet l'approbation immédiate de la demande et l'utilisation instantanée de la carte de crédit TD au point de vente
- Intégré à l'**appli Portefeuille d'Apple**

Priorités stratégiques pour les cartes de crédit

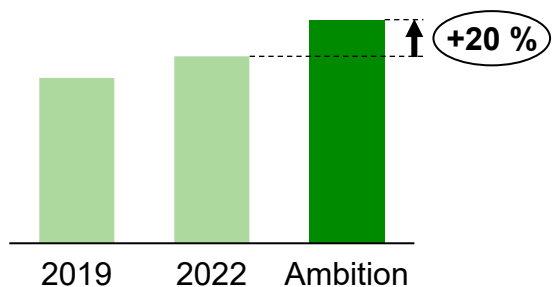
Ambition : Être au 1^{er} rang pour la part de marché dans le secteur des cartes de crédit¹

Être un chef de file pour l'**acquisition** et **approfondir les relations** dans les **segments clés**, notamment le segment des nouveaux arrivants au Canada

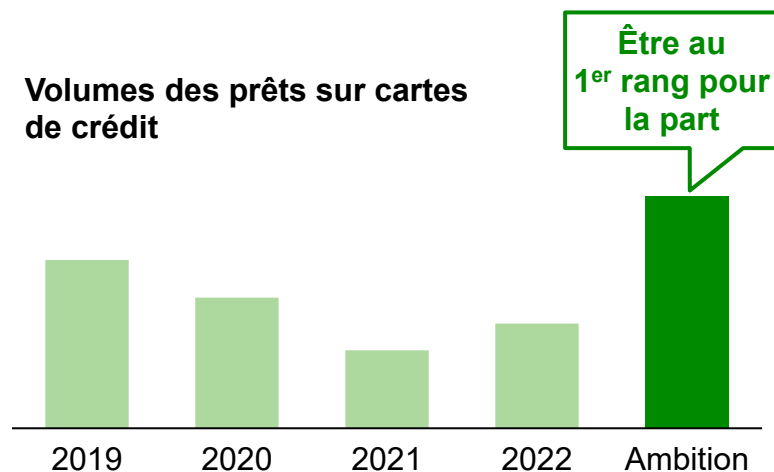
Processus simple et intégré en succursale et processus numérique qui visent à améliorer l'expérience client et le rendement de l'entonnoir de demandes

Accélérer notre **transformation de la fidélisation** pour apporter plus de valeur aux clients et accroître l'acquisition

Part de marché dans l'acquisition de cartes de crédit¹



Volumes des prêts sur cartes de crédit



Crédit garanti par des biens immobiliers



Tirer parti de l'envergure et d'une base solide pour accroître la part de crédit garanti par des biens immobiliers

Au 2^e rang

pour la part de marché¹



Accès aux clients



Réseau de distribution diversifié



Solide qualité de crédit

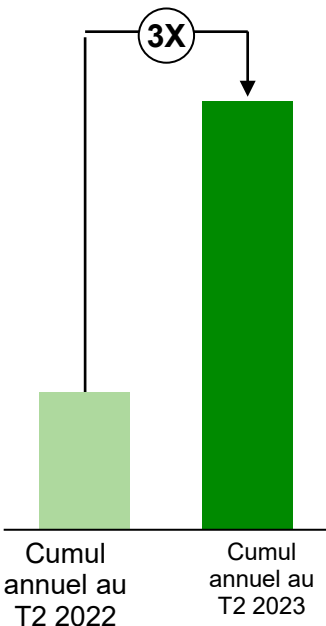
Moins de 1 % de nos prêts non assurés ont un rapport prêt-valeur supérieur à 75 % et une cote de crédit inférieure à 650

Exécution rigoureuse...

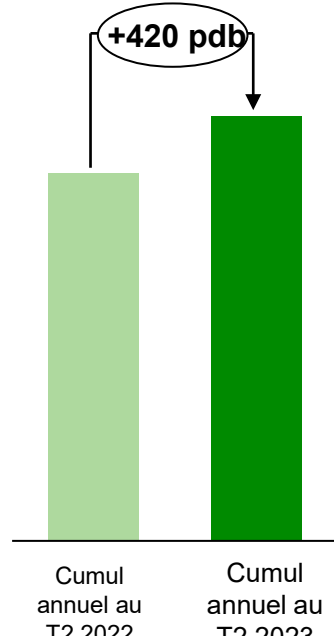
- ✓ Améliorer l'efficacité des pistes en intégrant un objectif lié au numérique
- ✓ Assurer une gestion rigoureuse du pipeline
- ✓ Investir dans la formation des collègues de première ligne et l'intégration des nouveaux collègues
- ✓ Exploiter les données et les capacités numériques pour les renouvellements

...À la source de notre lancée récente

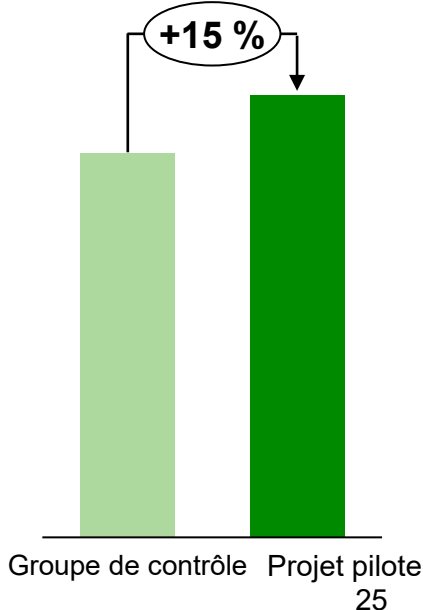
Taux de financement des pistes²



Rétention du portefeuille³



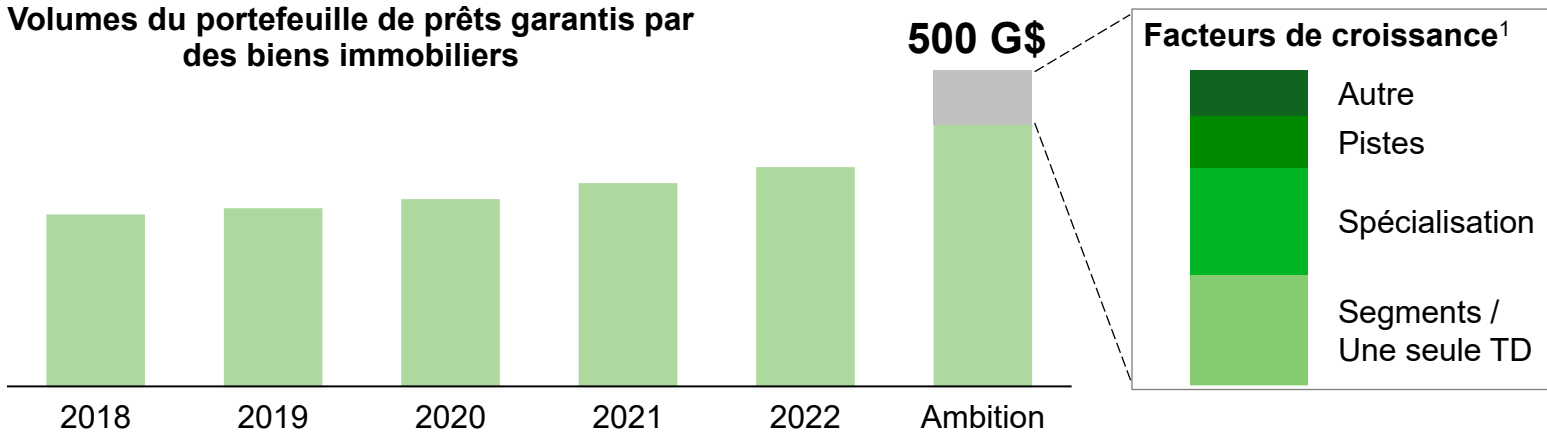
Amélioration du volume de spécialisation⁴



Priorités stratégiques pour le crédit garanti par des biens immobiliers

Ambition : 500 G\$ de crédit garanti par des biens immobiliers

- Améliorer la **gestion des pistes**
- Faire croître les **segments clés** grâce à une approche concentrée sur l'**exécution**
- Améliorer la **productivité** grâce à la spécialisation
- Se moderniser pour offrir des **expériences simples, évolutives, efficaces et connectées**
- Mettre l'accent en permanence sur la **fidélisation** pour soutenir les clients tout en tirant parti des capacités numériques



Conversation informelle animée par Michael Rhodes

Participants

Sona Mehta

PVP, Services bancaires courants et Épargne et placements

Meg McKee

PVP, Paiements par carte et Fidélisation

Frank Psoras

PVP, Crédit garanti par des biens immobiliers



SBPC :

Un chef de file bien positionné pour dégager des rendements supérieurs

SBPC aujourd'hui

Chef de file des services bancaires de détail au Canada grâce à une marque de confiance, à une forte capacité de distribution, à une puissante gamme de produits et à des collègues axés sur les objectifs

SBPC demain

Dépasser la croissance du marché en devenant la banque de choix de tous les Canadiens

Feuille de route stratégique

Élargir notre position sur le marché en favorisant l'acquisition de clients et en augmentant la part du portefeuille, tout en offrant des expériences personnalisées, connectées et légendaires

Notes explicatives des diapositives 4-9

Diapositive 4

1. Part de dépôts sans terme, selon le BSIF (février 2023).
2. Part de dépôts avec et sans terme, selon le BSIF (février 2023).
3. Fondée sur les informations accessibles au public en date de janvier 2023. Les homologues mentionnés dans le cadre de cette présentation sont la Banque Royale du Canada, la Banque de Montréal, la Banque de Nouvelle-Écosse et la Banque Canadienne Impériale de Commerce.
4. Soldes impayés selon le rapport Nilson 2022.
5. 5 % plus de Canadiens vivent à moins de 2 km d'une succursale TD par rapport à nos homologues.
6. Outil Media Metrix® Multi-Platform de Comscore, services financiers – services bancaires, audience totale, cumul annuel 2023 (mars 2023).
7. Données d'utilisation collectées par data.ai au T1 2023. Données sur les utilisateurs actifs mensuels des appareils Android et iOS.
8. Le TCAC désigne le taux de croissance annuel composé calculé de 2017 à 2022.
9. Pour en savoir plus sur cette mesure, consulter le glossaire du rapport de gestion 2022, lequel est intégré par renvoi.

Diapositive 5

1. Le Groupe Banque TD a été classé au premier rang des marques de grande valeur au Canada dans le rapport annuel 2023 de Brand Finance.

Diapositive 7

1. Dépôts avec et sans terme, selon le BSIF (février 2023).
2. Total des ventes de comptes-chèques, de comptes d'épargne et de comptes de carte de crédit dans l'ensemble des succursales.
3. Donnée fondée sur les emplacements des succursales divulgués publiquement sur les sites Web des homologues au T2 2023.
4. Donnée fondée sur les heures d'ouverture divulguées publiquement sur les sites Web des homologues au T1 2023.

Diapositive 8

1. Utilisateurs actifs uniques qui recourent aux services bancaires numériques, que ce soit les services bancaires en ligne ou les services bancaires mobiles, au cours d'une période de 90 jours au T2 2023.
2. Utilisateurs actifs uniques qui recourent aux services bancaires mobiles au cours d'une période de 90 jours au T2 2023.
3. Outil MMX Multi-Platform de Comscore, audience totale, liste personnalisée qui inclut les sites Web de la Banque Royale du Canada, de la Banque de Montréal, de la Banque de Nouvelle-Écosse et de la Banque Canadienne Impériale de Commerce, cumul annuel 2023.
4. Les canaux libre-service sont définis comme les guichets automatiques, les services bancaires en ligne, les services bancaires mobiles et le système RVI. Comprend la part des opérations financières totales au T2 2023.
5. Comprend les transactions financières et non financières.
6. Ventes numériques de bout en bout (y compris les ventes de comptes-chèques, de compte d'épargne, de protection contre les découverts, de cartes de crédit et de crédit personnel).

Diapositive 9

1. Nombre d'unités de vente par conseiller, Services bancaires personnels travaillant dans une succursale, notamment les ventes de comptes-chèques, de comptes d'épargne, de protection contre les découverts et de cartes de crédit.
2. Nombre d'unités de vente dans les succursales, notamment les ventes de comptes-chèques, de comptes d'épargne, de protection contre les découverts et de cartes de crédit et de crédits personnels.
3. Dépenses totales pour l'acquisition d'annonces payées dans les médias au sein des Canaux numériques (comptes-chèques, comptes d'épargne et cartes de crédit).
4. Coût moyen d'acquisition d'un compte dans le canal numérique (comptes-chèques, comptes d'épargne et cartes de crédit).
5. Nombre d'unités de vente numérique, notamment les ventes de comptes-chèques, de comptes d'épargne, de protection contre les découverts, de cartes de crédit et de crédits personnels.

Notes explicatives des diapositives 10-19

Diapositive 10

1. Soldes finaux mensuels à la fin du T2 2023 selon le BSIF.
2. Données en date de février 2023.
3. Total des charges de dépôt autres que d'intérêts exprimés en pourcentage des volumes de dépôt des SBPC.

Diapositive 11

1. Le crédit résidentiel inclut les prêts hypothécaires résidentiels et les lignes de crédit sur valeur domiciliaire, avec ou sans amortissement.
2. Les prêts automobiles indirects ne sont pas inclus.
3. Les PPC pour prêts douteux de la Banque Royale du Canada, de la Banque de Montréal et de la Banque Canadienne Impériale de Commerce incluent les Services bancaires aux PME. Les données sur les homologues sont tirées de leurs informations financières.

Diapositive 13

1. Croissance de 50 % dans l'acquisition annuelle de clients dans le segment des nouveaux arrivants au Canada par rapport à 2022 (donnée mesurée grâce au nombre d'unités de ventes de comptes-chèques).
2. Selon les données du BSIF sur la part de marché des produits sans terme.
3. D'après les soldes impayés des comptes de carte de crédit.
4. Soldes du portefeuille.

Diapositive 14

1. Le Groupe Banque TD a été classé au premier rang des marques de grande valeur au Canada dans le rapport annuel 2023 de Brand Finance.

Diapositive 16

1. Pourcentage de clients des SBPC qui entretiennent une relation avec un autre secteur de la TD (Gestion de patrimoine, Services bancaires aux entreprises ou TD Assurance).
2. Estimation du nombre de clients dans les segments des clients bien nantis, à valeur nette élevée et à valeur nette très élevée qui font seulement affaire avec les SBPC, tels que définis par les actifs investissables modélisés.
3. Analyse interne fondée sur les données de Statistique Canada, les données internes sur les clients et la part (<1 M\$ de crédit) des Services bancaires aux PME de la TD.

Diapositive 18

1. Part de dépôts sans terme, selon le BSIF (février 2023).
2. Au T2 2023.
3. Sommaire des mesures de la direction relatives à l'émetteur d'*Interac* en date de mars 2023.
4. Les nouveaux investisseurs nets comprennent les clients qui ont investi pour la première fois dans un certificat de placement garanti, un compte d'épargne-placement, un régime enregistré avec liquidités ou un fonds commun de placement.

Diapositive 19

1. Unités de vente de nouveaux comptes-chèques dans le segment des nouveaux arrivants au Canada.

Notes explicatives des diapositives 21-26

Diapositive 21

1. Nombre de comptes actifs selon le rapport Nilson 2022.
2. Soldes impayés selon le rapport Nilson 2022.
3. Rewards Canada 2023.
4. GreedyRates, septembre 2022.
5. Étude d'Argus Advisory sur les cartes des consommateurs; résultats en date de décembre 2022.
6. Nombre de comptes provisionnés en succursales, y compris les comptes de carte pour PME.
7. Nombre de comptes provisionnés dans le canal numérique.

Diapositive 22

1. Nombre d'échanges effectués par les clients depuis le lancement du programme en octobre 2020.
2. Depuis le lancement du programme en mars 2022.
3. Exercice 2022 par rapport à l'exercice 2021.
4. Depuis le lancement du programme en octobre 2011.

Diapositive 23

1. Fondée sur les soldes des cartes de crédit.

Diapositive 25

1. Donnée fondée sur les informations accessibles au public en date de janvier 2023.
2. Augmentation des taux de financement grâce aux améliorations apportées aux programmes de pistes.
3. Rétention totale du portefeuille de prêts hypothécaires résidentiels et de lignes de crédit sur valeur domiciliaire.
4. Amélioration sur 7 mois du volume de financement généré en succursale par les spécialistes, CGBI par rapport au groupe de contrôle (conseillers non spécialisés) dans le cadre d'un projet pilote de 10 mois.

Diapositive 26

1. Répartition par priorité stratégique des facteurs générant un accroissement des nouveaux prêts (au-dessus du revenu annualisé).