

Les gens : depuis toujours au cœur de nos préoccupations



Luc Bernard, vice-président exécutif, Particuliers et PME-Québec

Fidèle à sa stratégie, le secteur Particuliers et PME-Québec a continué de générer de la croissance, malgré un contexte incertain en 2011. La solide croissance du portefeuille de prêts a contribué au bénéfice net, qui s'est établi à 44,5 millions \$. Les prêts hypothécaires résidentiels ont augmenté de 10 %, tandis que les prêts aux petites et moyennes entreprises se sont accrus de près de 18 %. Les revenus provenant des services aux détenteurs de cartes et de la vente de fonds communs de placement ont enregistré des taux de croissance à deux chiffres. Dans les faits, les ventes de fonds communs de placement ont atteint un niveau record.

« En dépit d'un contexte difficile, nous n'avons pas ralenti nos activités et avons poursuivi notre plan stratégique », explique Luc Bernard, vice-président exécutif. « Nous avons maintenu le cap sur une croissance organique rentable, grâce à nos investissements réalisés dans le passé et à la priorité que nous accordons à développer les synergies entre nos trois réseaux de distribution : physique, virtuel et mobile. Une fois de plus cette année, notre agilité a été un atout. »

Au moment où la Banque célèbre ses 165 ans d'existence, son ADN est fermement ancré au Québec. Le client reste au cœur des préoccupations dans un réseau bien ramifié de succursales, où il bénéficie d'un service courtois et compétent. Véritable modèle en matière de transformation de l'expérience client, la Banque Laurentienne s'appuie sur la convivialité et l'accessibilité, un service de qualité supérieure et une offre adaptée aux exigences de la clientèle.

Rejoindre nos clients

La Banque exploite le troisième plus important réseau de succursales bancaires au Québec. L'innovation dans l'interaction avec la clientèle a permis simultanément de rendre plus conviviales les rencontres en personne, tout en offrant d'autres possibilités lorsque le client le désire.

Ainsi, pour répondre à tous les besoins usuels et courants, un réseau virtuel offre aux clients un accès aux services bancaires 24 heures sur 24, 7 jours par semaine, par l'intermédiaire des guichets automatiques, d'Internet, du téléphone et, depuis l'été 2011, des appareils mobiles.

Au-delà de toutes ces innovations, la succursale du coin de la rue demeure évidemment le lieu de prédilection de contact avec la clientèle. Une nouvelle génération de succursales a d'ailleurs été implantée avec succès en 2011, avec une succursale à Montréal et une autre à Québec. D'ici le début



POUVEZ-VOUS OUVRIR MA PETITE BANQUE ?

Lancement d'un programme d'encouragement à l'épargne destiné aux enfants. Les petites banques ne peuvent être ouvertes qu'en succursale.

UNE POUSSÉE DE CROISSANCE

La Banque procède à l'acquisition de 43 succursales de la Banque Scotia au Québec.

LA BANQUE DANS LE MÉTRO

La Banque remporte un contrat d'exclusivité pour l'opération de guichets automatiques (81 présentement) dans le métro et les trains de Montréal.

1873

LE DÉBUT D'UN RÉSEAU

Avec pour principe fondateur d'aider les familles de travailleurs à gérer leurs économies, la Banque est la première à ouvrir quatre succursales dans les milieux ouvriers de Montréal. Elle est aussi la première à ouvrir ses portes six soirs par semaine, en plus des horaires usuels de 10 h à 15 h.

1902

1961

EXPANSION TERRITORIALE

Grâce à des changements à sa charte, la Banque ouvre sa première succursale à l'extérieur de l'île de Montréal, sa 46^e.

2001



2004

UN PEU DE CRÈME AVEC VOTRE DÉPÔT ?

Ouverture du premier Café-Banque Espresso et lancement du concept de boutiques de services financiers.

2009



2011

PARTOUT ET EN TOUT TEMPS

La Banque lance ses services pour appareils mobiles et renforce son réseau virtuel de services bancaires.

Il ne s'agit plus toujours de relations face à face, mais la proximité demeure une clé du succès

de 2012, la plupart des succursales du réseau auront été soit rénovées, relocalisées ou nouvellement construites. C'est là le résultat concret du programme d'optimisation du réseau de succursales qui s'est échelonné sur une période de sept ans.

Les banquiers mobiles qui se déplacent directement chez les clients pour les conseiller sur leur financement hypothécaire sont devenus un canal de distribution apprécié par la clientèle et performant pour la Banque. Après cinq ans d'existence, près de la moitié des prêts hypothécaires de la Banque proviennent de cette équipe.

Amélioration de l'efficacité

Au cours de l'année, plusieurs initiatives ont été mises en place dans le but d'améliorer l'efficacité de la Banque. Parmi ceux-ci figure le déploiement d'un système automatisé de traitement des transactions hypothécaires. Cette démarche s'est traduite par des améliorations d'efficacité, avec des avantages notables à la fois pour les clients, les employés et la Banque.

Mieux connaître son client

L'instauration d'un système de pointe de gestion de la relation client s'est avérée un engagement important pour l'amélioration de l'offre des services bancaires. Implanté en cours d'année, ce système d'information procure aux conseillers une vision globale des services et des actifs du client. Il les aide à formuler des recommandations correspondant encore mieux au profil financier de leurs clients.

La Banque est la première institution financière au Québec à recourir à ce type de système pour sa clientèle de particuliers. Les fondements de ce système ont été instaurés il y a plusieurs années en vertu de l'approche visionnaire de la Banque. Aujourd'hui, le système s'est déployé pour devenir un atout stratégique important de l'unité d'affaires, qui servira à propulser sa croissance.

Améliorer l'offre de fonds communs de placement

Les fonds communs de placement constituent une zone de croissance significative pour la Banque. L'entente conclue avec la Corporation Financière McKenzie, un gestionnaire de fonds de premier plan au pays, pour la distribution de la famille des fonds communs de cette firme à compter de 2012, devrait contribuer à l'accélération de cette croissance. Elle ajoutera également de la profondeur à l'offre de produits de gestion de patrimoine.

Petites et moyennes entreprises

En 2011, les prêts commerciaux aux petites et moyennes entreprises ont franchi le cap du milliard de dollars. Cette forte croissance a permis d'afficher une augmentation de 59 % des dépôts et de 18 % des prêts.

PROFIL DU SECTEUR D'AFFAIRES

PRÊTS ET ACCEPTATIONS MOYENS : 12,4 MILLIARDS \$

DÉPÔTS MOYENS : 9,1 MILLIARDS \$

Particuliers

Produits et services transactionnels, de financement et d'investissement au Québec.

Petites et moyennes entreprises

Solutions de financement, dépôts, services électroniques, règlements de transactions internationales, etc.

Activités au Québec

La Banque a adopté, il y a quatre ans, une stratégie pour concentrer ses activités dans des créneaux de financement commercial. « Les décideurs au sein des PME sont confrontés à un environnement d'affaires de plus en plus complexe », explique Luc Bernard. « Selon nous, le rôle d'un banquier ne consiste pas seulement à leur donner accès à de l'argent, mais aussi à accompagner ces entrepreneurs dans leur réussite. » La Banque offre une gamme complète de produits spécifiques à chacun des créneaux desservis. Ces services ont été initialement offerts aux entreprises actives dans trois secteurs – les pharmaciens propriétaires, les garderies privées subventionnées et les entreprises agricoles. En peu de temps, la Banque est devenue l'un des plus importants prêteurs auprès de la clientèle des pharmaciens propriétaires au Québec.

DES SPÉCIALISTES DÉDIÉS AU SECTEUR AGRICOLE

Dans la poursuite de son approche de proximité, la Banque a mis sur pied des équipes d'experts afin d'offrir des solutions adaptées aux besoins des entrepreneurs en fonction de leurs secteurs d'activité. C'est pour répondre aux besoins particuliers des propriétaires agricoles qu'elle a formé une équipe d'agronomes et de professionnels vouée exclusivement au financement agricole. En mettant sur pied ses programmes de *Transfert intergénérationnel de ferme* et d'*Aide à la relève agricole*, elle s'adapte ainsi aux nouvelles réalités de sa clientèle.