



COMMUNIQUÉ

Pour diffusion immédiate

**LA BANQUE LAURENTIENNE OSE S’AFFICHER :
OSEZ!.. CHOISIR LA BANQUE LAURENTIENNE**

Montréal, 16 janvier 2004 — OSEZ! Voilà le défi que la Banque Laurentienne du Canada lance aujourd’hui à tous les Québécois — consommateurs, propriétaires, épargnants et entrepreneurs — dans le cadre d’une campagne publicitaire et, surtout, d’une offre de services en succursales aussi attentionnée que distinctive.

Troisième institution financière au Québec par le nombre de ses succursales, la Banque Laurentienne invite en effet ses clients actuels à OSER profiter de tous les services offerts dans leurs succursales, et ses futurs clients à OSER choisir la Banque Laurentienne.

Cette initiative s’inscrit dans la mise en oeuvre du plan d’affaires triennal de la Banque Laurentienne, tel que présenté par le président et chef de la direction, M. Raymond McManus, au mois de décembre 2003. À cette occasion, M. McManus déclarait : « Nous revenons à des principes de base et à un positionnement plus ciblé. Notre taille constitue un avantage grâce auquel nous sommes plus en mesure que d’autres de mettre l’accent sur un service de qualité et une compréhension véritable des besoins des collectivités avec lesquelles nous faisons affaires. »

« La nouvelle campagne publicitaire de la Banque Laurentienne, développée en étroite collaboration avec Marketel, met ainsi l’accent sur la présence de la Banque à travers le Québec, sur son caractère distinctif, et sur le choix qu’elle représente comme alternative aux autres institutions financières», d’ajouter M. Luc Bernard, premier vice-président Marketing de la Banque Laurentienne.

Les clients, actuels et futurs, de la Banque Laurentienne pourront d'ailleurs constater par eux-mêmes, en succursale, que cette alternative s'exprime déjà quotidiennement en termes d'accueil, de commodité, de contacts personnalisés et de solutions innovatrices, tous destinés à leur simplifier la vie.

La campagne publicitaire de la Banque Laurentienne s'amorce aujourd'hui et s'étendra sur une période de trois mois, essentiellement à la télévision mais également dans les quotidiens, à la radio et sur Internet

Fondée en 1846, la Banque Laurentienne se situe au septième rang des banques à charte canadienne (Annexe I) avec un actif de plus de 16 milliards de dollars. Elle répond à l'ensemble des besoins bancaires et financiers des particuliers, des petites et moyennes entreprises, et des conseillers financiers indépendants, grâce à une gamme complète de produits hautement concurrentiels et à un service personnalisé de qualité supérieure. Les actions ordinaires de la Banque Laurentienne (symbole boursier : LB) sont inscrites à la Bourse de Toronto. L'adresse de son site Internet est www.banquelaurentienne.com

-30-

Pour renseignements :

Banque Laurentienne du Canada
Nathalie Roberge
Vice-présidente, Affaires publiques et communications
Bureau : (514) 284-4500, poste 7511
Cellulaire : (514) 893-3963
nathalie.roberge@banquelaurentienne.ca