

L'année en

Entrevue avec
Réjean Robitaille, FCPA, FCA
président et chef de la direction

Q Comment résumeriez-vous le dernier exercice sur le plan de la performance et des résultats?

R L'environnement dans lequel nous évoluons est rempli de défis, liés notamment à l'incertitude économique et aux faibles taux d'intérêt. Cet environnement difficile, nous ne pouvons peut-être pas le contrôler, mais nous pouvons nous y adapter en nous servant de notre ingéniosité et de notre agilité. En 2012, nous avons réussi à nous démarquer et à enregistrer des résultats records et ce, pour une sixième année consécutive. Nous affichons des taux de croissance parmi les plus élevés de l'industrie dans pratiquement tous nos secteurs d'activité. Nous avons créé B2B Banque et avons amorcé l'intégration des Sociétés MRS. En matière de gestion de notre capital humain, la mobilisation de nos employés s'est considérablement améliorée et nous remportons des prix pour le caractère unique de notre culture et passion d'entreprise. Afin de renforcer notre capitalisation et de bien respecter les nouvelles exigences de la réglementation, nous avons complété des émissions de capitaux totalisant 482 millions \$. Et puis, finalement, nous avons réalisé une très importante acquisition, celle de la Fiducie AGF! Du point de vue des résultats et des réalisations, c'est une année très satisfaisante pour la Banque.

questions

Q Vous venez d'aborder la question de l'acquisition de la Fiducie AGF. Pouvez-vous nous en parler davantage ?

R Bien sûr. Disons pour commencer qu'elle fait partie intégrante de la stratégie d'une organisation comme la nôtre de la faire croître, que ce soit de manière interne ou par le biais d'acquisitions. La Banque a choisi d'emprunter ces deux chemins. Au cours des dernières années, nous avons connu une formidable croissance interne et nous entendons bien continuer dans cette voie. Par ailleurs, lorsque nous envisageons une acquisition, nous veillons à ce qu'elle permette d'accélérer notre plan d'action, tout en étant bénéfique à nos clients, employés et actionnaires. Pour être plus précis, disons que nous recherchons des acquisitions complémentaires à nos activités existantes. En ce sens, l'acquisition de la Fiducie AGF vient incontestablement renforcer le positionnement de B2B Banque comme chef de file dans les produits et services offerts aux conseillers financiers indépendants partout au Canada, en plus d'augmenter sa diversité d'opération, tout comme celle des Sociétés MRS. Une fois complétée l'intégration de ces deux entreprises, qui se déroule d'ailleurs selon les plans et échéanciers prévus, ces acquisitions permettront d'améliorer la qualité de nos systèmes et processus, en plus d'accroître notre rayonnement géographique.

Q Comment ces acquisitions s'intègrent-elles dans votre plan d'affaires global ?

R Notre plan d'affaires est fondé sur une stratégie très ciblée, sur l'excellence de notre exécution et sur notre agilité. Compte tenu de l'environnement particulièrement difficile dans lequel nous évoluons actuellement, nous avons ajouté à notre stratégie de base quatre initiatives visant à s'adapter au contexte. Ces initiatives sont les suivantes : accélérer le développement des activités à marges bénéficiaires plus élevées, accroître les revenus autres que d'intérêt, continuer d'exercer un contrôle rigoureux des coûts et enfin, examiner des occasions de partenariats d'affaires et d'acquisitions stratégiques. À ce propos, l'entente de distribution des fonds communs de placement de la Corporation Financière Mackenzie constitue un très bon exemple de notre stratégie d'action car c'est un partenariat qui augmente la profondeur et la qualité de l'offre à notre clientèle, dans un secteur non lié aux taux d'intérêt, celui de la gestion de patrimoine. C'est un excellent ajout à notre gamme de produits et services.

Promoteurs de passion du Canada

En novembre 2012, Knightsbridge Talents stratégiques a annoncé que la Banque Laurentienne figurait parmi les dix lauréats nationaux du nouveau programme Promoteurs de passion du Canada. Ce programme rend hommage aux organisations qui, grâce à la passion, l'énergie, l'intensité et la persistance qui les animent au quotidien, génèrent des résultats supérieurs. Ce prix démontre qu'une banque peut réaliser sa mission tout en conservant son caractère humain et en créant des liens de proximité avec ses clients. Être reconnu pour cette passion entretenue depuis plus de 165 années est pour nous une source de grande fierté.



Q La Banque a connu une solide croissance au cours des dernières années. Quel est l'accomplissement dont vous êtes le plus fier ?

R La plupart des gens ignorent que l'actif total de la Banque a presque doublé au cours des cinq dernières années, passant de 18 à 35 milliards \$. C'est une réalisation importante, mais c'est surtout un fait d'armes pour nos employés puisque la majeure partie de cette progression s'appuie essentiellement sur la croissance interne des activités de la Banque. Dans les faits, grâce au travail et au dévouement de nos employés, à la confiance que nous témoignent nos clients, à la solidité de notre plan d'affaires et à la gestion prudente de nos risques, nous avons pu créer une organisation capable de générer une forte croissance interne, année après année, qui figure d'ailleurs parmi les plus élevées de l'industrie bancaire au Canada. Sans rechercher la croissance à tout prix, nous voulons poursuivre dans la même veine. Il faut continuer de faire progresser l'entreprise.

Q Comment la Banque cherche-t-elle à renforcer sa présence partout au Canada ?

R Il fait assurément partie de nos objectifs d'affirmer de plus en plus la présence de la Banque Laurentienne à l'échelle canadienne. Il existe en effet un énorme potentiel d'occasions d'affaires pour la Banque Laurentienne à travers le pays. Une présence pancanadienne offre de nombreux

avantages, dont celui de diversifier nos risques, étant donné les profils économiques et démographiques variés des régions du Canada. Sur l'ensemble du marché canadien, nous allons continuer de déployer une stratégie claire et bien ciblée dans les créneaux spécifiques où nous avons déjà développé des compétences et des avantages concurrentiels. La Banque ne prétendra jamais être tout pour tout le monde. Elle a cependant un énorme potentiel pour occuper une place, SA place, à l'échelle pancanadienne.

Q La Banque a été très active en 2012 sur le plan du capital. Pouvez-vous élaborer sur le sujet ?

R Il est vrai que l'année 2012 a été excellente pour la Banque du point de vue des émissions de capital. Ces émissions de capital nous procurent la marge de manœuvre nécessaire pour respecter les ratios de capitalisation, poursuivre nos opérations et saisir les possibilités de croissance qui s'offrent à nous. De plus, le succès de nos émissions, qui ont totalisé 482 millions \$, démontre la confiance des investisseurs et des marchés financiers envers ce que nous avons accompli au cours des dernières années. C'est un signal très positif du marché à notre égard.

Q À ce propos, quelles sont vos priorités en matière d'investissement ?

R Dans un environnement réglementaire complexe et en constante évolution, nos priorités demeurent les mêmes. Nous devons nous assurer de la solidité de nos ratios de capitalisation afin de continuer d'investir dans le développement des affaires et de bénéficier des occasions de croissance par acquisition, comme celles que nous avons pu réaliser dans les deux dernières années. Notre saine gestion du capital doit aussi nous permettre d'investir dans l'amélioration de nos façons de faire, de nos technologies et de nos systèmes, si nous voulons être de plus en plus compétitifs et innovateur sur le marché des produits et des services financiers. Dernier élément mais non le moindre : une saine capitalisation permet de rétribuer nos actionnaires, qui nous accompagnent et qui nous accordent leur confiance, par une augmentation régulière des dividendes versés sur les actions ordinaires de la Banque.

Q La Banque est reconnue pour sa culture d'entreprise et la qualité de la gestion de son capital humain. Que pouvez-vous nous dire à ce sujet ?

R Au-delà des chiffres et des résultats, il ne faut jamais oublier qu'il y a un visage humain derrière tout ce qu'accomplit une institution financière comme la Banque Laurentienne. Nous entretenons depuis de nombreuses années de très bonnes relations avec notre Syndicat. Ces excellents rapports, que nous considérons comme un véritable partenariat, ont notamment permis en 2012 la signature d'une nouvelle convention d'une durée de six ans. Je suis très heureux de pouvoir affirmer que le niveau de mobilisation, tout comme le sentiment d'appartenance et de fierté de nos employés, ont progressé au fil des dernières années. Nos efforts sont d'ailleurs reconnus et récompensés. La Banque Laurentienne a remporté en 2011 un prix prestigieux au concours des cultures d'entreprise les plus admirées au Canada, présenté par Waterstone Human Capital, de même qu'un autre prix au programme Promoteurs de passion du Canada 2012 présenté par Knightsbridge Talents stratégiques. Ce dernier programme est assez unique en son genre car il reconnaît les organisations qui cherchent et réussissent à promouvoir leur passion, et qui

suscitent l'énergie, l'intensité et la persistance nécessaires pour générer des résultats supérieurs. Ces deux honneurs rejaillissent sur nos quelque 4 200 employés. Je tiens ici à leur rendre hommage pour l'excellent travail réalisé en 2012, et à les remercier pour tout ce qu'ils accomplissent au quotidien pour la clientèle et pour l'organisation.

Q Parlant de clientèle, voici une question plutôt directe : pourquoi faire affaire avec la Banque Laurentienne ?

R C'est bien sûr une évidence, mais notre clientèle, c'est notre première raison d'être. Sans clients et sans employés, il n'y aurait pas de Banque ! Nous voulons que nos clients nous perçoivent comme un partenaire d'affaires et un conseiller de choix, dans tous nos secteurs d'activité. La Banque Laurentienne est reconnue pour l'excellence de son service, sa simplicité et sa proximité. Nous devons faire en sorte que ces valeurs se reflètent dans tous les gestes accomplis au quotidien. Peu importe la conjoncture économique, le client doit demeurer notre priorité absolue et toujours être au cœur de toutes nos préoccupations. Il ne faut jamais l'oublier et c'est une de mes priorités de le rappeler à tous, continuellement, au risque de me répéter...

Q Comment voyez-vous l'avenir de la Banque ?

R Pour avoir un bel avenir, il faut d'abord s'assurer de posséder de solides fondations. Notre Banque est aujourd'hui mieux capitalisée que jamais. Son bilan est très sain. Ses activités sont bien diversifiées, que ce soit sur le plan sectoriel ou géographique. Nos employés se démarquent, nos clients se montrent très satisfaits et nos actionnaires continuent de nous témoigner leur confiance. Nous sommes très bien outillés pour poursuivre notre croissance. Nos bases sont donc excellentes et nous nous appliquons à fortifier les éléments où nous pouvons nous améliorer. Nous avons une stratégie claire, très ciblée et qui a fait ses preuves depuis quelques années. Pour toutes ces raisons, l'avenir de la Banque est très prometteur. Et j'espère de tout cœur que nos clients, nos employés et nos actionnaires seront encore longtemps avec nous pour en bénéficier eux aussi.

L'ANNÉE 2012 EN UN COUP D'ŒIL

- Progrès significatifs dans l'intégration des Sociétés MRS
- Début de la vente des fonds Banque Laurentienne en collaboration avec Placements Mackenzie
- Ajout de deux nouveaux membres à l'équipe de direction
- Signature d'une convention collective d'une durée de six ans
- Transition de B2B Trust à B2B Banque
- Lancement des hypothèques B2B Banque
- Ouverture d'un bureau de VMBL à Winnipeg
- Acquisition de la Fiducie AGF
- Émissions de capital totalisant 482 millions \$
- Augmentation à deux reprises du dividende trimestriel