

NOTRE RESPONSABILITÉ ENVERS NOS CLIENTS

NOUS NOUS ENGAGEONS À...

donner priorité à la **satisfaction** des besoins de nos clients en services financiers, de même qu'à l'**amélioration continue** de l'expérience-client.

Le lien de confiance établi entre nos clients et notre institution repose sur une loyauté partagée. En toute cohérence avec son plan d'affaires, la Banque a continué de maintenir une approche prudente dans ses actions et ses décisions au cours du dernier exercice. La crise financière a renforcé notre détermination à faire preuve d'une vigilance constante et à gérer nos activités avec précaution et rigueur. Cette conjoncture exceptionnelle nous a aussi incités à être encore plus efficaces et à déployer davantage notre culture de qualité de service.

PRIVILÉGIER UNE APPROCHE PRUDENTE

C'est dans ce contexte que nous nous sommes employés, encore en 2009, à faire preuve d'une grande prudence dans nos services aux clients: ces derniers ont pu bénéficier de services et de conseils de premier ordre, malgré les conditions généralement défavorables qui affectaient les marchés.

Dans le milieu bancaire, prudence et sécurité vont de pair. C'est pourquoi nous avons pris différentes initiatives à l'égard de la sécurité des transactions et de la confidentialité de nos clients. C'est dans cette optique que nous avons poursuivi la mise en place de notre infrastructure de cartes à puce, de même que le déploiement et le remplacement progressif des cartes de nos clients.

Afin d'assurer le maximum de sécurité à ses opérations, la Banque a continué d'améliorer ses processus pour parer aux éventualités qui peuvent affecter nos opérations. De cette façon, ses clients continuent de bénéficier des meilleurs services possibles.

Parmi les grands événements de 2009, la pandémie de grippe A H1N1 a mobilisé des actions sans précédent et à tous les niveaux. La Banque a suivi de très près la situation et a affecté un groupe de travail à ce dossier dès les premiers signes d'éventualités, en lien avec le Plan de continuité des opérations en cas de pandémie élaboré il y a quelques années.

UN RÉSEAU QUI POURSUIT SON ÉVOLUTION... EN PROFONDEUR

Notre réseau de succursales de services financiers aux particuliers – le troisième en importance au Québec – se démarque par son accessibilité, son caractère innovant, sa simplicité et la qualité du service qu'on y retrouve. Il est bien appuyé par notre réseau de guichets automatiques, qui a pris une forte expansion en 2009 avec l'attribution, par la Société de transport de Montréal à la Banque, de l'exclusivité de l'exploitation des guichets automatiques dans l'ensemble du réseau des stations de métro.

Avec les 72 guichets que la Banque a déployés dans le métro, ce qui porte à 408³ le nombre total d'appareils automatiques à la disposition des clients, nous concrétisons vraiment notre approche de proximité en permettant aux consommateurs d'avoir accès encore plus facilement aux services bancaires. Certaines fonctionnalités permettent de faciliter l'accès à des clientèles aux besoins particuliers, comme les personnes malvoyantes, qui disposent dorénavant de touches avec caractères en braille sur tous les claviers.

UNE ACCESSIBILITÉ ENCORE PLUS GRANDE À NOS INSTALLATIONS

Nous avons continué de favoriser le développement de nos canaux de distribution afin de mieux servir nos clients. Au cours des cinq dernières années, neuf nouvelles succursales de services financiers aux particuliers ont été ouvertes, 15 ont été relocalisées et près de 25 ont été rénovées. C'est donc une proportion de 30 % des succursales de la Banque qui ont fait l'objet de modifications majeures afin de rehausser l'expérience bancaire en succursale de nos clients. Par ailleurs, nos nouvelles succursales sont très souvent dotées de guichets à l'auto, la Banque agissant comme précurseur à cet égard au Québec. Notre réseau comprend au total 19 guichets à l'auto qui facilitent grandement l'accès pour les clients.

En 2009, une succursale a fait l'objet d'une relocalisation. De plus, nous avons poursuivi notre plan qui privilégie les succursales à fort potentiel de développement dans des marchés géographiques clés, comme les couronnes nord et sud de Montréal où se trouve une forte concentration de notre clientèle cible, les familles.



SUCCESSALES RELOCALISÉES

Succursale de Gatineau (127)

Du 139, boul. de l'Hôpital,
Gatineau, J8T 8A3
au 325, boul. Gréber,
Gatineau, J8T 8J3

SUCCESSALES FERMÉES

Aucune

Exercice 2009 (en date du 31 octobre 2009)

³ Au 31 octobre 2009

DES CONSEILLERS QUI SE DÉPLACENT ET DES SOLUTIONS MISES EN PLACE

La Banque a poursuivi en 2009 le déploiement de son service de conseillers en direct, qui constitue en quelque sorte une extension des succursales de la Banque. Ce service a pour mandat de proposer aux clients la grande flexibilité et le service personnalisé d'un conseiller facilement accessible au bout du fil. Chaque client peut ainsi faire appel à un conseiller qui lui est personnellement attiré.

Nous avons de plus continué d'élargir notre force mobile, c'est-à-dire notre réseau d'experts qui se rendent directement chez nos clients pour discuter de leurs besoins financiers.

Par ailleurs, la Banque Laurentienne apporte une attention particulière à des clientèles requérant des solutions bancaires abordables, comme les étudiants et les aînés, qui bénéficient de rabais pour des forfaits conçus spécifiquement à leur intention.

Les clientèles à la recherche de produits flexibles trouvent également une oreille attentive à la Banque, qui favorise des solutions innovatrices notamment avec le lancement par B2B Trust du Compte d'investissement à intérêt élevé. Ce compte représente une alternative de placement fort intéressante.

Afin de se conformer aux exigences de normalisation internationale de l'initiative EMV pour contrer la fraude affectant les cartes de crédit et de débit, la Banque a lancé le projet Évolution Cartes à puce, visant par la même occasion l'actualisation de ses procédures et de ses opérations dans l'optique d'améliorer son service à la clientèle. Elle a donc procédé à la mise en place d'un environnement technologique conforme aux normes EMV et poursuit la mise en place de notre infrastructure de cartes à puce de même que le déploiement et le remplacement progressif des cartes de nos clients.

BIEN CIBLER POUR MIEUX SERVIR

En 2009, la Banque a raffiné les stratégies de communication qu'elle emploie de façon à bien cibler ses offres aux clients (la bonne offre, au bon client, au bon moment). C'est ainsi qu'elle effectue un examen après coup des campagnes précédentes afin d'analyser et de recommander les meilleures actions pour le développement des campagnes de l'année.

LES COMMUNAUTÉS CULTURELLES: UNE CLIENTÈLE QUI REÇOIT UNE ATTENTION PARTICULIÈRE

Les membres des communautés culturelles, qui connaissent très bien la Banque pour sa collaboration historique à l'intégration des nouveaux arrivants au Canada, trouvent réponse à leurs besoins spécifiques chez nous.

À cet égard, le comité des communautés culturelles de la Banque a poursuivi son mandat en vue du rapprochement de l'institution avec ces communautés, et de l'amélioration de notre prestation de services à leur endroit par divers moyens. Le comité a également pour mandat de favoriser le recrutement d'employés issus des communautés culturelles ciblées dans des secteurs spécifiques. Par ailleurs, la Banque tient à affirmer son implication sociale par la délégation d'« ambassadeurs » dans les différentes communautés. Elle compte ainsi participer pleinement à des événements organisés par ces communautés et s'intégrer dans leurs associations à vocation sociale ou culturelle.





La magie de l'Hôtel de Glace

DES ACTIVITÉS SPÉCIALES POUR NOS CLIENTS

Lors de certaines occasions, la Banque est heureuse de démontrer concrètement à ses clients l'importance qu'elle leur accorde, et de leur faire vivre une expérience unique, dans un lieu hors du commun. C'est une façon originale pour la Banque de remercier et d'exprimer sa reconnaissance envers ses clients et de resserrer encore plus les liens avec eux.

C'est dans cette perspective qu'un événement exclusif a été organisé dans la région de Québec: le concours *Vivez la magie de l'Hôtel de Glace avec la Banque Laurentienne* s'adressait à tous les clients qui adhéraient à un produit d'investissement dans l'une des succursales de la région de Québec en début d'année. Près de 400 clients, invités et employés ont visité ce site magnifique et ont ainsi profité d'une superbe soirée.

LES TRANSACTIONS ÉLECTRONIQUES TOUJOURS EN CROISSANCE

La croissance constante du nombre de transactions effectuées sur Internet nous incite à maintenir nos outils Web aussi performants que la technologie nous le permet. Dans cette optique, nous avons poursuivi en 2009 l'amélioration de la navigation et de l'information disponible sur le Web. Nous désirons permettre une meilleure compréhension des produits et services de la Banque et ainsi faciliter l'utilisation de notre site Web pour nos clients.

Par ailleurs, les quelque 15 000 conseillers financiers indépendants qui font affaire avec B2B Trust apprécient les investissements continus dans nos systèmes électroniques. Des améliorations ont été apportées à la plateforme électronique EASE afin d'accélérer le traitement des demandes de prêts investissement que font les conseillers pour le compte de leurs clients. B2B Trust a aussi mis en œuvre une solution innovatrice pour aider les conseillers à naviguer sur EASE: une démonstration animée. Cette animation permet aux conseillers de suivre toutes les étapes nécessaires à la présentation d'une demande en ligne. Tout comme EASE, la démonstration est simple et facile à utiliser: elle simule la présentation d'une demande de prêt étape par étape. Ce nouvel outil démontre l'engagement de B2B Trust à soutenir efficacement ses clients conseillers dans leurs opérations quotidiennes.

QUALITÉ DU SERVICE: NOTRE OBSESSION

La qualité du service, sous tous ses angles, demeure un des aspects distinctifs les plus appréciés de nos clients. Nos employés appelés à transiger avec la clientèle y accordent une grande importance, et nous nous employons à revoir périodiquement comment nous pouvons encore nous améliorer.

À cet égard, nous menons régulièrement des sondages réalisés auprès des clients pour mesurer leur satisfaction: la Banque souhaite ainsi demeurer à l'affût de la satisfaction de l'expérience client afin de toujours améliorer la qualité du service.

DES PRODUITS ET SERVICES ASSUJETTIS À DES NORMES ÉLEVÉES

La Banque apporte beaucoup de soin et de rigueur à la conception de ses produits et services. Elle s'assure qu'ils sont conformes aux lois et règlements qui les régissent, de même qu'aux codes de conduite de l'industrie.

De plus, la Banque tient à ce que son offre globale de produits et services reflète les valeurs qu'elle prône dans l'ensemble de ses activités. Ainsi, tout produit et service doit répondre préalablement à des normes internes rigoureuses, qui régissent également l'offre de ces produits et la prestation de ces services auprès de la clientèle.

UN PROCESSUS EFFICACE POUR LE RÈGLEMENT DES PLAINTES

La Banque Laurentienne se conforme à plusieurs codes volontaires de l'industrie bancaire dont le but premier est la protection du consommateur. Parce que nous privilégions aussi la satisfaction de notre clientèle, des mécanismes bien précis ont été mis en place pour recueillir les commentaires des clients sur les politiques de la Banque et sur la qualité de ses services, de même que pour établir la manière la plus rapide d'intervenir lorsqu'une situation exige des mesures correctives de sa part. Tout en privilégiant le règlement des dossiers à la source, la Banque a continué d'améliorer la qualité du service, d'offrir l'assistance nécessaire à tout client qui en fait la demande et de communiquer au besoin avec les autorités concernées.

Les démarches que nous proposons à notre clientèle de la Banque peuvent s'échelonner en quatre étapes. La première consiste à s'adresser d'abord au personnel, verbalement ou par écrit. Si le client n'a pas obtenu satisfaction, nous l'invitons à communiquer directement avec l'équipe de la Direction qualité et conformité de la Banque. Si le problème n'est toujours pas résolu à la satisfaction du client après avoir franchi cette deuxième étape, celui-ci pourra communiquer par écrit avec le bureau de l'Ombudsman de la Banque Laurentienne. Ultiment, le client aura la possibilité de communiquer avec l'Ombudsman des services bancaires et d'investissement. Le client peut également communiquer en tout temps avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada.

Chez Valeurs mobilières Banque Laurentienne (VMBL), la politique de traitement des plaintes et de règlement des différends s'inscrit dans le cadre des dispositions par la Loi sur l'Agence nationale d'encadrement du secteur financier (Loi 107). L'application de la politique relève de l'agent senior en conformité, sous l'autorité du chef de la Conformité. Si le plaignant n'est pas satisfait de l'examen de sa plainte ou du résultat de cet examen, il peut demander que son dossier soit transféré à l'Autorités des marchés financiers.

Chez B2B Trust, les plaintes peuvent être formulées par téléphone auprès du service à la clientèle. À l'étape suivante, la plainte peut également être adressée au vice-président des opérations de B2B Trust. Après avoir fait appel au processus de résolution des plaintes, le client pourra communiquer avec l'Ombudsman de B2B Trust, ou l'Ombudsman des Services bancaires et investissement, à Toronto, ou encore avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada à Ottawa.