



Résumé

Politique sur marketing responsable

Le présent document est un résumé (le « Résumé ») de la Politique sur marketing responsable (la « Politique ») de Banque Laurentienne du Canada (« la Banque »). La Politique étant ponctuellement révisée et modifiée, le présent résumé peut ne pas refléter entièrement la version à jour de la Politique. En cas de disparité entre le contenu du présent résumé et les dispositions de la Politique, la Politique prévaut.

1. INTRODUCTION

La Banque Laurentienne du Canada (la « **Banque** ») s'engage à adopter des pratiques de marketing et de publicité responsables dans tous ses canaux de communication, y compris les médias imprimés, numériques, vocaux et autres. Elle a créé cette politique afin de guider les employés et les partenaires externes sous contrat impliqués dans le marketing et la publicité à l'échelle de la Banque.

2. OBJECTIFS

La mission de la Banque Laurentienne est d'aider les clients, les institutions et les émetteurs à améliorer leur santé financière. Elle repose sur son objectif qui consiste à changer l'expérience bancaire pour le mieux, en voyant au-delà des chiffres, en accordant la priorité aux gens et en donnant à chacun la possibilité de se sentir à sa place et de s'épanouir. Ses actions sont guidées par les valeurs fondamentales suivantes : nous plaçons nos clients au premier plan, nous travaillons ensemble comme une seule équipe, nous faisons preuve de courage, nous sommes axés sur le résultat et nous croyons que tout le monde a sa place. En harmonisant ses pratiques de marketing et de publicité à sa mission et ses valeurs fondamentales bien définies, la Banque s'efforce de rendre les services financiers plus accessibles à tous et de renforcer la confiance des clients dans les produits et services qu'elle offre.

En faisant preuve de transparence sur ses pratiques de marketing et de publicité, la Banque réaffirme son engagement à soutenir les besoins et les objectifs financiers individuels de ses clients, qu'ils soient liés à des placements durables ou à des opérations financières courantes.

3. PORTÉE

Cette politique s'adresse aux employés, aux sous-traitants et aux fournisseurs qui offrent un soutien marketing et publicitaire à la Banque et à ses filiales.

4. DESCRIPTION DES ÉLÉMENTS PRINCIPAUX

La Banque s'engage à fournir à ses clients des renseignements marketing qui sont utiles et faciles à comprendre. Les dépliants, les publicités, les campagnes de vente et les médias numériques décrivent ses produits et services de manière claire et simple et elle s'efforce de faire en sorte que tous les documents fournis à ses clients soient faciles à comprendre.

La Banque reconnaît que la publicité est fortement réglementée dans les marchés où elle exerce ses activités et dispose d'un programme de conformité réglementaire pour s'assurer qu'elle respecte la législation applicable, notamment les lois sur la protection des consommateurs et les lois régissant la publicité, l'affichage et l'étiquetage. Elle suit les directives de divers organismes de réglementation, ainsi que les lignes directrices et les normes de pratique établies. De plus, la Banque s'est engagée à respecter plusieurs codes de conduite volontaires du secteur bancaire qui ont été conçus pour protéger les consommateurs et qui décrivent les droits et les responsabilités des banques et de leurs clients. Pour en savoir plus, visitez le site Web de la Banque au www.banquelaurentienne.ca.

L'objectif de la Banque est d'offrir des communications marketing qui permettent aux clients de faire des choix éclairés sur ses produits et services financiers. En créant des documents de marketing et de vente, elle s'efforce d'être :

Claire : La Banque utilise un langage simple et facile à comprendre. Elle s'assure que tous les renseignements, y compris ceux sur les produits, sont justes, complets et facilement comparables.



Résumé

Politique sur marketing responsable

- Honnête :** La Banque transmet à ses clients les renseignements sur ses produits et services de façon honnête et précise, elle fait en sorte de ne pas les induire en erreur ou de ne pas faire de fausses déclarations dans ses documents de publicité et de marketing et adhère aux lignes directrices et aux pratiques de divers organismes d'autoréglementation
- Intègre :** La Banque inclut tous les renseignements pertinents, y compris toutes les divulgations, informations et sources réglementaires applicables, pour permettre aux clients de prendre des décisions éclairées sur ses produits et services.
- Digne de confiance :** La Banque agit avec intégrité et équité dans toutes ses interactions avec les clients, y compris dans ses canaux de marketing et de publicité.
- Inclusive :** Les documents de la Banque présentent la diversité humaine sous diverses formes et reflètent la réalité de ses clients. Elle est sensible aux différents groupes culturels, sociaux, ethniques et religieux dans sa publicité et son marketing.
- Axée sur le client :** La Banque accorde la priorité aux clients et s'engage à les traiter avec respect, franchise et reconnaissance dans toutes ses interactions. Elle est à l'écoute et répond à leurs préoccupations.

5. RÔLES ET RESPONSABILITÉS

Le vice-président ou la vice-présidente, Marketing, est responsable de l'application de la présente Politique dans l'ensemble de la Banque, et toute question ou préoccupation à ce sujet doit être portée à son attention.

6. INTERRELATIONS AVEC D'AUTRES DOCUMENTS

La présente Politique doit être lue conjointement avec le code d'éthique, la politique de traitement des plaintes et les autres politiques et lignes directrices qui peuvent être mises en œuvre par la Banque de temps à autre. En cas de divergence entre la présente Politique et le code d'éthique, les dispositions du code d'éthique ont préséance.

7. FRÉQUENCE DE RÉVISION

La présente Politique sera révisée tous les trois ans ou plus fréquemment si nécessaire.

Février 2022