

CE QUE NOUS DEVONS



Table des matières

Message du président et chef de la direction	12
Réaliser le potentiel	14
Favoriser l'innovation	26
Soutenir la croissance	36
Nos fondations	48
Faits saillants	troisième de couverture

Ce que nous sommes

Fondé en 1817, BMO Groupe financier sert plus de 12 millions de clients – particuliers, entreprises, grandes entreprises et institutions – en Amérique du Nord et dans le monde entier. Nous offrons une vaste gamme de produits dans les domaines des services bancaires de détail, de la gestion de patrimoine et des services de banque d'affaires par l'entremise de nos groupes d'exploitation : les Services bancaires Particuliers et entreprises, le groupe Gestion privée et BMO Marchés des capitaux.

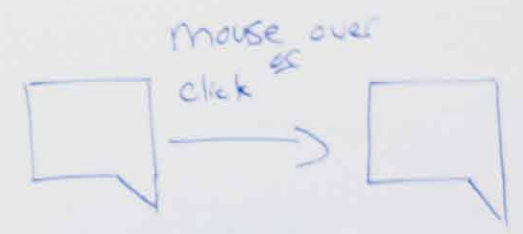
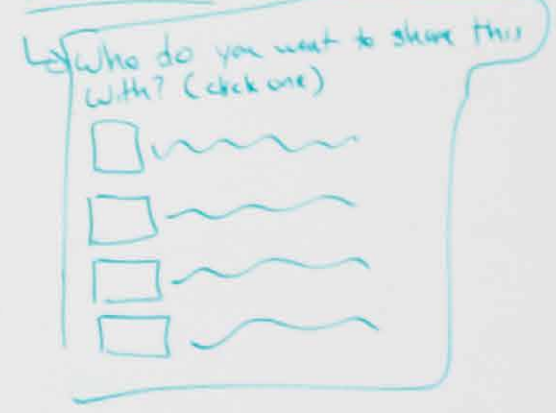
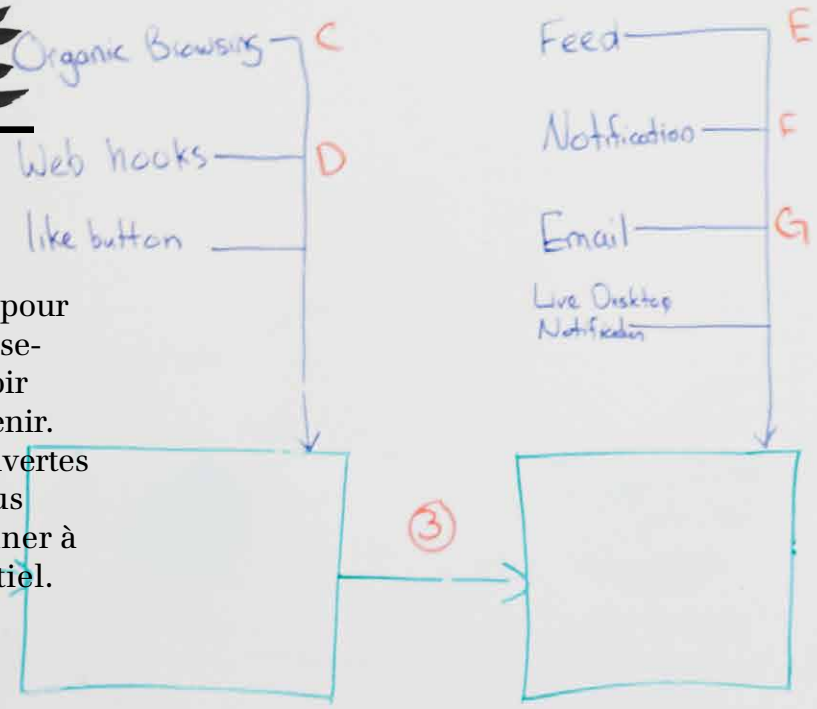
Égalité des chances. Explications simples.
Décisions équilibrées. Communications transparentes. Et confiance fondée sur la fiabilité.

Voilà ce que nous devons.
Et c'est personnel.

En couverture : Jennifer Enright, directrice – Comptes d'entreprise, donne des conseils à Bryan Lahartinger, de Communitel, à Waterloo, Ontario.
Ci-contre : Succursale de BMO Harris Bank à Chicago, Illinois.

LA POSSIBILITÉ

La maison parfaite à un prix qui convient. Une bonne idée pour développer une entreprise ou pour en créer une entièrement nouvelle. Un investissement qui débouche sur un avenir meilleur. Avoir la chance de postuler l'emploi parfait – et l'obtenir. Avec tant de portes qui n'attendent qu'à être ouvertes par tant de personnes différentes, ce que nous devons surtout, c'est l'équité. Il s'agit de donner à tous une chance égale de réaliser leur potentiel.



- High Level Cases to Support
- ① Quick Stick
 - ↳ People in active group
 - ↳ People in other groups
 - ② Normal Note Functionality (ie just text)
 - ③ Quick Stick to tag + add straight up text

→ Coming into a conversation late
→ No low commitment action to say you got the message

How HARD CAN IT BE?!



LA SIMPLICITÉ

Trouver des solutions simples à des problèmes complexes. Expliquer clairement pourquoi une étape vient à la suite d'une autre. Réduire le nombre de niveaux entre une question raisonnable et une réponse utile. Il n'est pas difficile de simplifier les choses. Il s'agit seulement de donner aux gens la possibilité de se concentrer sur ce qui compte vraiment. Sur ce qui reste après avoir éliminé tous les encombrements. Sur ce qui ajoute vraiment de la valeur.

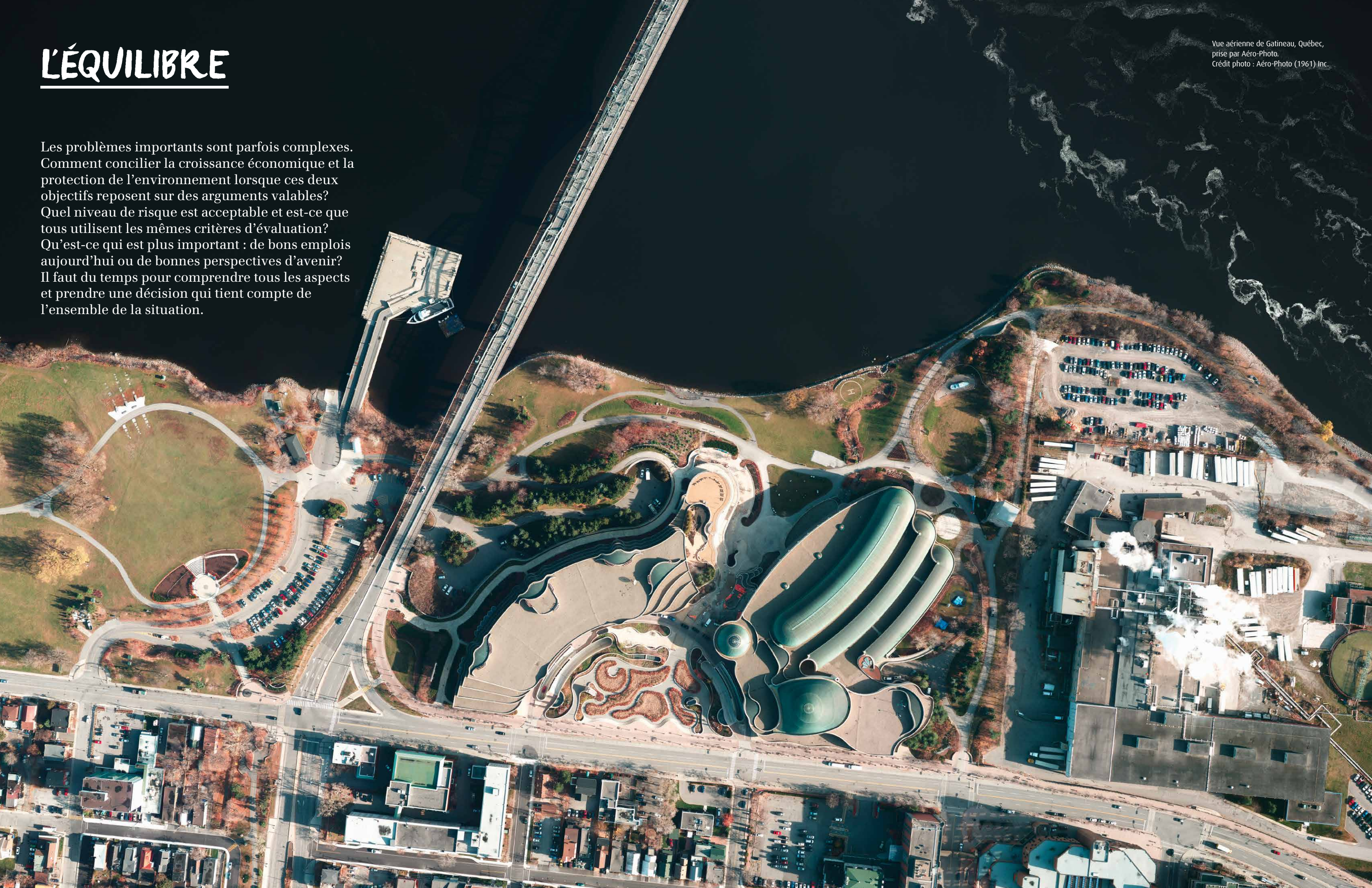
Charles et Dawn Price en compagnie de leur fils Daniel dans leur nouvelle maison à Oshkosh, Wisconsin.



L'ÉQUILIBRE

Les problèmes importants sont parfois complexes. Comment concilier la croissance économique et la protection de l'environnement lorsque ces deux objectifs reposent sur des arguments valables? Quel niveau de risque est acceptable et est-ce que tous utilisent les mêmes critères d'évaluation? Qu'est-ce qui est plus important : de bons emplois aujourd'hui ou de bonnes perspectives d'avenir? Il faut du temps pour comprendre tous les aspects et prendre une décision qui tient compte de l'ensemble de la situation.

Vue aérienne de Gatineau, Québec,
prise par Aéro-Photo.
Crédit photo : Aéro-Photo (1961) Inc.



LA TRANSPARENCE

Il n'y a qu'une façon de s'assurer que tous comprennent ce que l'on tente de faire et pourquoi : dire la vérité. De façon non sélective. Sans détails cachés dans les petits caractères ou par un habile boniment. Les gens savent quand un message est clair et franc et quand son auteur y croit vraiment. Et même s'ils ne sont pas d'accord avec tout ce qu'on dit, ils respectent l'honnêteté. Parce qu'ils se sentent respectés.

Michael Heath, directeur de comptes
et Curtis Bradley, directeur - Services
aux particuliers à notre succursale de
Schaumburg, Illinois.



BMO
noun:
everyt
see sig

LA CONFIANCE

La confiance véritable exige plus qu'une perspective favorable. C'est une conviction fondée sur la fiabilité. Les gens que nous conseillons et encourageons savent que nous tenons nos promesses, que nous assumons la responsabilité de ce que nous faisons et que nous avons leur intérêt à cœur. Lorsque nos clients, nos employés et les autres parties prenantes ont confiance en nous, ils sentent qu'ils ont pleins pouvoirs pour faire les bons choix, ce qui nous rapproche tous de nos objectifs.

Iain Klugman, président et chef
de la direction de Communitech, à
Waterloo, Ontario.



Message du président et chef de la direction

Notre compréhension de la responsabilité sociétale est fondée sur les réalités du quotidien des services bancaires à BMO. Bien sûr, nous réévaluons constamment l'incidence de nos actions sur nos parties prenantes. Mais en fin de compte, notre point de vue est déterminé par les histoires personnelles de clients qui comptent sur nos conseils et sur notre soutien.

RÉCEMMENT, UNE SPÉCIALISTE des prêts hypothécaires dans une de nos succursales de North Milwaukee nous a raconté cette histoire : Elle travaillait avec un couple de jeunes à régler les modalités de financement de leur première maison. Il s'agissait d'une maison modeste, dont le prix était inférieur à celui que bien des familles de la classe moyenne paient pour leur automobile. Mais pour ce jeune couple, cette maison représentait l'accès à un plus beau quartier et un grand pas vers un avenir meilleur.

Le jour prévu pour la conclusion de la transaction, cependant, un problème a surgi. Comme condition d'achat, le propriétaire avait accepté de poser une nouvelle moquette dans la seule chambre de la maison. Mais lorsque le jeune couple a fait son inspection finale, le plancher était toujours nu, ce qui compromettait toute la transaction. Désespérés, ils ont appelé notre spécialiste des prêts hypothécaires. Elle a immédiatement sauté dans son auto et s'est rendue à la maison. Après avoir pris une photo de la chambre avec son téléphone cellulaire, elle l'a envoyée au vendeur avec un message lui expliquant qu'il avait exactement une heure pour y faire poser une moquette et empêcher ainsi l'annulation de la vente.

Quarante-cinq minutes plus tard, alors qu'elle attendait à la succursale en compagnie des acheteurs anxieux, elle a reçu par courriel une photo montrant la nouvelle moquette installée. Ils ont sauté de joie et se sont félicités pendant que

la jeune femme expliquait à travers ses larmes qu'elle n'avait jamais cru qu'elle posséderait un jour sa propre maison.

Ce n'est là qu'une des innombrables histoires qui se déroulent chaque jour dans le réseau de BMO en Amérique du Nord et dans nos bureaux partout dans le monde. Mais elle illustre parfaitement ce que représente la responsabilité sociétale pour les 46 000 employés de la Banque.

Faire la somme de ce que nous devons

Comme toutes les grandes entreprises, les banques ont une responsabilité qui va bien au-delà du monde des profits et des pertes. Il ne suffit tout simplement pas d'observer la lettre de la loi ou de se conformer rigoureusement aux règles établies. Nous devons améliorer concrètement la vie de nos clients, de nos employés et des collectivités que nous servons. Et nous devons donner l'exemple, en proposant un modèle et en établissant une norme que les autres suivront.

Notre Banque évalue son rendement par rapport à une série de principes fondamentaux qui nous guident depuis près de 200 ans. Nous nous arrêtons fréquemment pour nous poser des questions fondamentales : est-ce équitable? S'agit-il du bon choix? Et surtout, en regardant bien au-delà des exigences minimales : est-ce le mieux que nous puissions faire?

Faire les investissements nécessaires pour répondre aux attentes, aussi bien



Bill Downe, à l'ouverture officielle du centre communautaire AccessPoint, soutenu par Centraide, dans le quartier Danforth, à Toronto.

sociétales que réglementaires, nous rend plus forts à long terme. Et nous consolidons cette force en veillant à ce que les préoccupations relatives à la responsabilité sociétale et au sens civique soient présentes dans toutes nos conversations, pas seulement à l'intérieur de l'organisation, mais aussi lorsque nous participons au débat public. En tant que banque, nous avons la responsabilité d'avoir un point de vue et de nous attaquer à des questions difficiles – sur l'emploi, l'économie, l'environnement – qui ne se résolvent pas en distinguant rapidement ce qui est bon de ce qui est mauvais.

C'est dans ce contexte que nous produisons le Rapport sociétal annuel de BMO. Ce Rapport nous donne la possibilité d'expliquer comment nous

voyons les diverses dimensions de la responsabilité, en présentant nos expériences et nos observations à tous ceux qui s'intéressent à nos convictions et aux actions tangibles qu'elles soutiennent. Et lorsque nous parlons de BMO – à des clients actuels ou potentiels, à des employés, à des investisseurs et à d'autres partenaires – nous constatons qu'ils se réfèrent fréquemment à ce document pour se rappeler les idées que nous défendons et les engagements que nous avons pris.

Dans les pages qui suivent, vous trouverez des histoires qui proviennent de la clientèle diversifiée de BMO et qui mettent en évidence plusieurs aspects de nos activités. Le thème qui les unifie est notre conviction que la responsabilité, c'est essentiellement

l'obligation de faire notre travail, et de bien le faire. Nous devons aux clients et aux collectivités qui nous soutiennent – ainsi qu'à nous-mêmes – d'encourager les nombreuses réussites individuelles qui mènent à la prospérité économique, à une croissance durable et à une meilleure qualité de vie pour tous.

La responsabilité n'est pas seulement une chose à laquelle nous réfléchissons une fois par année en rédigeant un rapport. Elle est présente dans notre vie tous les jours. Et c'est personnel.

Le président et chef de la direction,

Bill Downe



RÉALISER LE POTENTIEL

Il peut s'agir d'une entreprise en démarrage ou d'une société bien établie en voie de transformation. D'un épargnant consciencieux qui projette d'acheter une maison ou d'investir. D'un investissement dans un atelier d'activités parascolaires ou d'une bourse pour contribuer à égaliser les chances. D'un atelier de littératie financière qui permet aux gens de planifier leur avenir en toute confiance. Ou, bien sûr, de nos propres efforts pour développer le potentiel des employés talentueux de BMO, afin qu'ils puissent faire la même chose pour nos clients et nos collectivités.

Pia Schmidt-Hansen et Fun Man Lee, membres du groupe d'affinité BMO Pride, à la First Canadian Place à Toronto, Ontario.



Su Casa

Véritable institution du paysage communautaire au cœur de Chicago, Casa Central offre des possibilités, des encouragements et de l'espoir aux personnes qui tentent de réaliser leur plein potentiel.



IL Y A DIX ANS, une mère célibataire et sans abri s'est présentée à Casa Central, organisme de services sociaux principalement destinés à la collectivité hispanique de Chicago, pour demander de l'aide. Elle avait besoin de travailler pour subvenir aux besoins de ses trois enfants, mais ne possédait aucune compétence monnayable. Le personnel l'a inscrite à un cours de base en informatique, domaine auquel elle ne connaissait rien. Puis, lorsqu'un poste de débutant s'est libéré dans la salle du courrier d'un journal local, les membres de l'équipe ont vivement conseillé à la jeune femme hésitante d'offrir sa candidature. Aujourd'hui, elle dirige le service.

C'est grâce à de telles réussites que Casa Central est devenu un élément essentiel de la vie urbaine de Chicago. Fondé par un groupe d'églises en 1954, l'organisme de bienfaisance a commencé ses activités avec un effectif de

trois personnes; aujourd'hui, fort de plus de 550 employés et d'un budget annuel de 17 millions de dollars, il est le plus important organisme hispanique de services sociaux du Midwest.

Les objectifs de l'organisme sont résumés dans sa mission : « Casa Central transforme la vie des personnes, en particulier les Hispaniques, et renforce les collectivités. Notre réseau de services aide une population diversifiée de tous âges à devenir autosuffisante et à jouir d'une meilleure qualité de vie. » Ces services vont des programmes d'éducation pour enfants et adultes aux programmes d'aide aux personnes âgées, en passant par le logement et le soutien des familles sans abri et la consultation en matière de violence familiale.

« Il faut mener sa mission avec passion », affirme la chef de la direction Ann Alvarez, une travailleuse sociale qui a débuté dans les écoles de Chicago et

qui dirige Casa Central depuis 1989. « Les organismes sans but lucratif font face à de nombreux obstacles. Il faut persévérer et être prêt à apprendre. »

La mesure du succès

La relation de longue date entre BMO Harris Bank et Casa Central compte de nombreux volets : services bancaires, bénévolat des employés et dons d'entreprise. Le libre accès aux fonds, c'est-à-dire que les fonds ne sont pas affectés à un programme donné, permet à l'organisme de s'adapter rapidement à de nouvelles priorités. « Nous sommes très bien soutenus par la Banque, affirme M^{me} Alvarez, et nous savons que nous pouvons compter sur elle en cas de difficulté. »

La réussite de Casa Central repose sur son engagement à fonctionner comme une entreprise, avec des objectifs précis, des plans de travail

détaillés et des résultats quantifiables. Les programmes doivent afficher un taux de réussite de 85 % mesuré en fonction des personnes qui obtiennent un emploi, des enfants qui progressent à l'école ou d'autres critères de réussite, car on croit que chaque pas en avant d'une personne ou d'une famille contribue à la croissance et à la prospérité économiques de l'ensemble de la population.

« Une fois qu'on a appris à quantifier ses activités, explique Ann Alvarez, et que chacun se concentre sur la réalisation des objectifs, on atteint d'excellents résultats. » ☺

Les programmes de l'organisme Casa Central sont axés sur la famille et sur la réalisation du plein potentiel de chacun des membres de la famille, affirme la chef de la direction Ann Alvarez.

Un investissement judicieux

Depuis plus de dix ans, BMO Harris Bank participe avec des centaines d'organismes à l'initiative Money Smart Week^{MD} afin de favoriser la littératie financière dans les collectivités que nous servons. Organisée par la Banque fédérale de réserve de Chicago, cette semaine nationale d'information prévoit une foule d'activités gratuites ciblant des publics précis. Cette année, nous avons participé à 70 activités, dont les suivantes :

Conseils aux jeunes mariés

« S'occuper de ses finances est déjà difficile quand on est célibataire, estime Dean Urbanski, vice-président et directeur national des ventes de BMO Harris Bank; ce l'est d'autant plus lorsqu'on doit tenir compte des désirs d'une autre personne. » L'exposé de BMO portait sur la façon de combiner les actifs, d'établir un budget, de fixer des objectifs, d'épargner en vue d'acheter une propriété, d'éviter l'endettement et de planifier la retraite.

Achat d'une première propriété

Des professionnels de BMO ont expliqué comment trouver la propriété idéale tout en conciliant diverses priorités financières, et comment établir un budget, épargner en vue d'une mise de fonds et choisir le prêt hypothécaire qui convient. « La première étape consiste à évaluer honnêtement le bilan du ménage, explique Kevin Christopher, chef, Ventes de prêts hypothécaires. On peut ensuite évaluer de façon responsable les moyens dont on dispose. »

Concours de dissertation

Organisé par la Banque fédérale de réserve de Chicago et coparrainé par BMO, le concours Money Smart Kid Essay Contest aide les jeunes à parfaire et à partager leurs connaissances financières. Le gagnant de cette année est un élève de 5^e année, Dayton Melaniphy, de Naperville, Illinois, qui a obtenu une bourse d'études de 5 000 \$ de BMO pour sa dissertation sur les investissements qu'il effectuerait dans sa collectivité.

Milwaukee Money Conference

Cette année encore, BMO a commandité la Milwaukee Money Conference, présentée par Asset Builders of America; une équipe de la Banque a présenté un exposé sur les rudiments de l'accession à la propriété. Destinée aux jeunes et aux familles à revenu faible ou modeste, la conférence a aidé plus de 10 000 personnes à faire leur budget et à dresser des plans d'épargne et de placement en vue d'améliorer leur solvabilité, d'acheter une propriété ou de démarrer une entreprise.



De l'eau au moulin

L'économie vitale de la région des Grands Lacs doit beaucoup à la plus vaste concentration mondiale d'entreprises des technologies de l'eau, dont se démarque la société Badger Meter.

« **LES INFORMATIENS SE RENDENT À** Silicon Valley, observe Rich Meeusen. Je rêve du jour où les jeunes qui veulent travailler dans le secteur des technologies de l'eau viendront, par la force des choses, à Milwaukee. »

M. Meeusen contribue à la réalisation de ce rêve; il est coprésident du conseil de l'organisme The Water Council, qu'il a cofondé en 2007 dans le but de faire de sa ville natale un centre mondial de recherche, d'enseignement et d'innovation dans le domaine de l'eau douce. La région compte au moins 150 entreprises des technologies de l'eau, parmi lesquelles se trouve Badger Meter, dont M. Meeusen est chef de la direction depuis 11 ans.

Le marché nord-américain ne compte qu'une demi-douzaine de fabricants de compteurs d'eau. Badger, reconnue comme un chef de file sur

le marché, fabrique des appareils de mesure et de commande de débit d'eau et d'autres liquides à la fine pointe de la technologie. Fondée en 1905, la société ouverte connaît une forte croissance depuis quelques années, car de plus en plus de villes américaines ont cessé de facturer la consommation d'eau sur une base forfaitaire, et opté pour le principe de l'utilisateur-payeur. À Chicago, par exemple, environ le tiers des foyers sont dotés de compteurs, dont la plupart ont été fabriqués par Badger.

Un flot de possibilités

Située au bord du lac Michigan, au confluent de trois rivières, Milwaukee compte depuis longtemps des industries consommatrices d'eau, dont celle de la brasserie. Il s'agit donc de l'endroit tout désigné pour le nouvel essor des entreprises des technologies de l'eau. On

y trouve bon nombre des principaux fabricants mondiaux de robinets, d'éviers et d'appareils de salle de bain, ainsi que de vannes, de pompes, d'appareils de chauffage et de systèmes de filtration.

Chaque fois que Badger a investi dans le développement de produits et procédé à des acquisitions pour diversifier ses activités, Rich Meeusen a eu recours au soutien de longue date de BMO Harris Bank : « Quand une occasion se présente, nous rencontrons les représentants de BMO et leur expliquons notre stratégie. Ils posent toujours des questions très pertinentes pour vérifier si nous avons bien étudié la situation. Puis, nous sommes étonnés de la rapidité avec laquelle ils nous donnent une réponse. »

La croissance de Badger témoigne de la sensibilisation grandissante du public à la nécessité de conserver une ressource qui se raréfie : aux

Rich Meeusen soutient activement la conservation de l'eau à Milwaukee dans le cadre de ses fonctions de chef de la direction de Badger Meter et de coprésident du conseil de l'organisme The Water Council.

États-Unis, l'utilisation de compteurs d'eau s'accompagne habituellement d'une baisse de la consommation d'environ 25 %. « La réalité de notre entreprise, c'est le service que nous rendons à la société », estime M. Meeusen.

Au-delà des efforts de conservation, cette incidence positive contribue à une relance économique bienvenue dans une partie du pays dont bon nombre des industries d'origine ont réduit leurs activités ou quitté la région. « Nous pouvons miser sur notre maîtrise des technologies de l'eau pour stimuler l'économie régionale, explique M. Meeusen. Compte tenu des problèmes auxquels le monde fait face, le secteur des technologies de l'eau offre de belles perspectives de croissance. En concertant les efforts de nos entreprises avec ceux de l'État et du milieu universitaire, nous pouvons réaliser de grandes choses à Milwaukee. Je veux créer des possibilités économiques pour mes enfants, mes petits-enfants – pour tous les habitants de la région. »



Conduisez-moi à vos leaders

BMO tire sa force des compétences de ses employés et de leur volonté d'offrir tous les jours une expérience client exceptionnelle. Nous travaillons sans relâche à faire en sorte que nos employés se sentent unis par un but commun et à former de futurs leaders capables de suivre l'évolution des besoins de nos clients et d'y répondre.

En 2012, le groupe Bersin by Deloitte offrant des services de recherche et de consultation en gestion des ressources humaines a examiné les pratiques de gestion des talents et de planification de la relève de BMO. Selon les résultats, nos méthodes sont exemplaires au sein du secteur bancaire et se démarquent par des processus d'évaluation bien formulés, un niveau élevé d'évaluation des talents et de formation dans le cas des dirigeants ainsi qu'un solide engagement en matière de leadership et de mobilisation à tous les niveaux de l'organisation, jusqu'au chef de la direction.

Les évaluateurs ont aussi loué notre culture axée sur les talents, qui repose sur quatre grandes priorités. Voici quelques exemples des mesures prises afin de mettre en œuvre ces priorités en 2012 :

1. Instaurer une culture axée sur les talents :

Des conseillers spécialisés en gestion des talents offrent une assistance professionnelle individuelle ainsi que des séances de rétroaction à 360 degrés et d'orientation professionnelle pour aider les gestionnaires et les leaders à repérer et à accompagner les leaders en devenir.

2. Mobiliser nos employés :

Nous voulons que nos employés soient passionnés par leur travail à BMO. La mobilisation des employés, la fidélisation de la clientèle et la rentabilité de notre organisation sont étroitement liées. En 2012, dans le cadre du sondage annuel auprès des employés de BMO, l'indice de mobilisation des employés a atteint 75 %*, comparativement à la norme sectorielle de 67 %.

3. Offrir des occasions de croissance et de perfectionnement :

Nous encourageons les affectations provisoires, l'alternance entre des fonctions d'exploitation et de soutien, et les programmes de formation continue, dont nos programmes de MBA pour dirigeants et de formation en leadership, offerts par L'Académie BMO.

4. Créer un milieu de travail diversifié et inclusif :

Depuis plus de 20 ans, BMO est à l'avant-garde pour ce qui est de promouvoir la diversité en milieu de travail. En 2012, nous avons renouvelé notre stratégie en matière de diversité et nous sommes donné comme objectif de faire encore mieux. Notre stratégie de renouvellement prévoit principalement l'intégration des meilleures pratiques en matière de diversité dans les pratiques de gestion des talents de la Banque, et des plans d'action visant à accroître nos compétences culturelles et la responsabilisation à l'égard de la diversité. Ces pratiques ont notamment donné lieu à l'embauche d'un nombre accru d'Autochtones et de personnes handicapées.



*Donnée tirée du Rapport sur la responsabilité environnementale, sociale et de gouvernance et Déclaration annuelle de 2012.



Un chez-soi à prix abordable

Un jeune couple du Wisconsin savait que le programme de prêts aux anciens combattants lui donnait la possibilité d'accéder à la propriété, mais il a fallu l'aide d'un représentant de BMO Harris Bank pour l'aider à faire le reste de ses démarches.



« CHARLES ET MOI EN RÉVIONS depuis longtemps, dit Dawn Price en parlant de la maison d'Oshkosh, Wisconsin, dans laquelle son mari et elle ont emménagé récemment avec leur bébé d'un an. Quand nous nous sommes rencontrés, nous ne savions pas où nous serions cinq ans plus tard. Aujourd'hui, nous sommes installés dans notre maison à

nous et mon fils a enfin une cour pour jouer dehors avec le chien. »

Le couple Price a pu réaliser son rêve grâce à un prêt aux anciens combattants accordé par BMO Harris Bank et garanti par le département américain des Anciens combattants. Offerts aux anciens combattants, aux réservistes et aux membres de la Garde nationale

ainsi qu'à leurs conjoints survivants admissibles en vertu du *GI Bill*, ces prêts permettent d'acheter une maison sans mise de fonds ni assurance hypothécaire privée, suivant un processus plus souple que celui des prêts hypothécaires ordinaires.

Pour les Price, la possibilité qui leur est donnée d'accéder à la propriété est appréciée d'autant plus qu'ils la considèrent comme une reconnaissance des services rendus par Charles à son pays. En tant que sapeur de combat, il a servi cinq ans en Allemagne, effectuant des missions au Kosovo et en Iraq, puis trois ans dans la Garde nationale du Wisconsin. Il travaille maintenant à la société Oshkosh, important fabricant de camions militaires.

Dans le petit appartement des Price, le berceau du bébé occupait une grande partie de la salle de séjour. Ils ont commencé à planifier en vue de l'achat d'une maison, sachant qu'un prêt garanti aux anciens combattants leur permettrait d'accéder à la propriété plus rapidement. Pourtant, ils ont eu du mal à trouver une banque accréditée par le programme. « C'était décourageant, se souvient Dawn Price, de voir que si peu de gens voulaient collaborer avec l'État pour offrir ces prêts. » Après plusieurs démarches, ils ont appris que dans leur localité, seule BMO Harris Bank s'occupait de crédit aux anciens combattants.

Grâce aux prêts aux anciens combattants, Charles et Dawn Price ont acquis plus qu'une nouvelle maison : « Nous faisons maintenant partie d'un merveilleux quartier », explique Dawn Price.

La confiance en l'avenir

Le couple a communiqué avec Todd Bestor, ancien représentant de Marshall & Ilsley, qui était ravi d'offrir de nouveau des prêts aux anciens combattants dans le cadre de ses nouvelles fonctions à BMO. « Faire affaire avec Todd, c'était comme faire affaire avec un ami, observe M^{me} Price. On nous avait dit qu'obtenir un prêt hypothécaire serait un cauchemar, mais Todd nous a facilité les choses. Il nous a bien expliqué tous les aspects de la transaction, puis nous a aidés à la conclure. Tout s'est déroulé sans accroc. C'était super! »

La satisfaction de Dawn Price va au-delà de la joie de posséder une maison : « On oublie facilement l'apport de nos anciens combattants et ce qu'ils ont perdu. Au retour de la guerre, ils ont un lourd fardeau à porter. Par contre, le soutien que nous avons eu de Todd et de BMO nous rappelle que les gens se souviennent des sacrifices de nos soldats et qu'ils en sont reconnaissants. »

Si les Price apprécient la vie dans leur nouvelle collectivité, ils envisagent aussi un avenir prometteur. « La confiance qu'apporte la capacité d'acheter une maison nous fait prendre conscience des possibilités qui s'offrent à nous, observe M^{me} Price. Nous pouvons passer plus de temps en famille et nous pensons avoir un deuxième enfant, car nous avons maintenant des chambres inoccupées! » ☺

Au service de la santé



Un peu partout au Wisconsin, la société Ghidorzi Companies mène des projets d'aménagement très complexes dans un but précis : améliorer la santé économique, environnementale et humaine au sein des collectivités.

Lorsque les secteurs public et privé s'unissent pour construire un nouvel établissement de soins de santé, les défis liés à la conception et à la construction semblent parfois moins complexes que le financement du projet. À preuve, les nouvelles installations du 1102, S. Park, intégrées au réseau de soins de santé administré par l'Université du Wisconsin à Madison. Il s'agit de l'un des derniers projets axés sur la collectivité menés par la société Ghidorzi Companies.

« C'est une clinique dans un quartier aspirant à la revitalisation, explique Chuck Ghidorzi, cofondateur (avec sa femme Mary Ann) de la société établie à Wausau. En raison de sa nature, de son emplacement, de son incidence démographique et de la création éventuelle d'emplois, le projet était admissible aux diverses sources de financement public nécessaires pour le rendre financièrement réalisable. »

Pour les non-initiés, l'éventail d'options financières est impressionnant : crédits d'impôt pour les nouveaux marchés, subventions dans le cadre du programme d'assainissement des sites désaffectés de la ville de Madison et du programme d'élimination de la dégénérescence urbaine de l'État du Wisconsin, obligations de financement par de nouvelles taxes foncières, subventions accordées dans des zones sinistrées du Midwest, etc. « BMO Harris Bank a compris la structure complexe à adopter pour réaliser ce projet,

estime M. Ghidorzi. Son équipe de professionnels nous a apporté connaissances exceptionnelles, valeur et rapidité pour nous aider à mener à bien le processus. »

La nouvelle clinique, dont l'ouverture est prévue en 2013, élargira l'accès aux soins de santé primaires et spécialisés à la collectivité de Madison, notamment aux personnes aux prises avec des obstacles financiers, culturels et linguistiques. Construites selon les normes LEED de durabilité, l'établissement pourra servir 30 000 patients dont 20 000 proviennent d'une clinique voisine plus ancienne, créera 18 nouveaux emplois et ajoutera six postes de médecin résident.

Engagement communautaire

« L'un des aspects les plus motivants de notre travail, estime Chuck Ghidorzi, c'est de constater combien un seul immeuble peut avoir une incidence importante sur le paysage communautaire. » Dans ce cas-ci, un ancien site industriel s'est transformé en secteur animé propice à un développement futur. « La clinique va revitaliser ce quartier du Sud de Madison. BMO y a joué un rôle important en accélérant le processus d'approbation et en favorisant l'avancement du projet. La Banque offre le double avantage de posséder un vaste réseau national et de connaître parfaitement le marché local de Madison. C'est un exemple de partenariat public-privé des plus réussis. »



Des participantes à la Journée de bénévolat de BMO emballent des fournitures scolaires destinées à des enfants, à Montréal.



Comment pouvons-nous vous aider?

BMO tient à avoir une incidence positive dans les collectivités où il exerce ses activités. Cette valeur fondamentale témoigne de ce que nous sommes et de ce qui nous tient à cœur, individuellement et collectivement.

Journée de bénévolat de BMO

Dans le cadre de la journée de bénévolat de BMO, des milliers de nos employés en Amérique du Nord prêtent main-forte à des organismes de bienfaisance locaux. Chaque année, nos employés sont invités « à prendre congé et à faire une bonne action » en participant – pendant les heures de travail – à l'une des 6 000 activités de bénévolat organisées par la Banque. Cet événement rassemble notre organisation autour d'un but unique : travailler ensemble en vue d'égaliser les chances et d'améliorer la vie des personnes dans les collectivités où nous vivons et travaillons.

Campagne Générosité BMO

L'engagement de BMO à l'égard des collectivités se traduit aussi par notre campagne Générosité BMO annuelle, qui permet aux employés de soutenir financièrement des organismes qui leur tiennent à cœur – en particulier Centraide – au moyen de retenues

salariales. Notre campagne de dons est l'une des plus importantes du genre en Amérique du Nord.

Initiatives communautaires

En 2012, nous avons contribué à financer, entre autres, les initiatives suivantes :

- **Centraide du Grand Chicago** : Cet organisme de bienfaisance urbain offre à un million de personnes des services de placement, de tutorat pour des élèves d'écoles intermédiaires, de soins primaires et de soutien en cas de crise.
- **Danforth Community Hub** : Soutenu par un don d'un million de dollars de BMO, ce centre communautaire de l'Est de Toronto aide annuellement plus de 13 000 personnes, par l'intermédiaire de programmes d'aide à l'établissement, de soins de santé complémentaires, d'éducation de la petite enfance, etc. »

Une culture de générosité

Jour de bénévolat de BMO
7 juin 2012

6 490

occasions de bénévolat menées à bien

400

projets partout en Amérique du Nord

Plus de

16 600

heures de généreux soutien

Campagne Générosité

21,2 millions de dollars

recueillis par BMO et ses employés pour les organismes locaux de Centraide et d'autres organismes caritatifs dans toute l'Amérique du Nord

35 500

employés ont contribué à la cause

76 %

taux de participation – un niveau sans précédent



À livre ouvert

En plus de promouvoir la littératie financière, BMO soutient divers programmes de littératie s'adressant aux enfants afin de les aider à acquérir les bases nécessaires pour comprendre le monde et exprimer leurs points de vue.



First Book

CHACUN SAIT QUE L'INITIATION aux livres dès un jeune âge développe l'esprit des enfants et stimule leur imagination, mais la littératie a aussi une incidence matérielle. Des études montrent que lorsque les familles à faible revenu participent à des programmes

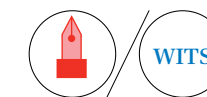
d'encouragement à la lecture, le risque de dépendre entièrement de l'aide sociale passe de 67 % à 11 %.

Voilà pourquoi BMO soutient activement les initiatives de littératie destinées aux enfants dans les collectivités qu'il sert. L'une des plus récentes est la Semaine du livre qui a eu lieu en mars 2013 au profit de l'organisme First Book Canada, qui s'associe à des maisons d'édition pour offrir aux écoliers, principalement ceux issus de familles d'immigrants, des occasions de lecture. Des employés de BMO ont participé bénévolement à la distribution de plus de 60 000 livres neufs à plus de 20 000 enfants et adolescents d'un peu partout au pays. Chaque jeune a reçu trois livres convenant à son âge pour commencer à constituer sa bibliothèque personnelle.

L'initiative a remporté un franc succès. Selon 99 % des écoles participantes et des organismes communautaires, ces dons de livres leur permettent de renforcer leurs efforts de promotion de la littératie.

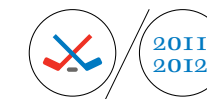
« BMO nous a grandement aidés à joindre plusieurs nouveaux groupes, affirme Tom Best, directeur général de First Book Canada. Nous sommes aussi reconnaissants à nos partenaires éditeurs et nous sommes impressionnés par le dévouement et l'enthousiasme

des enseignants, des bibliothécaires et des directeurs d'école, ainsi que des dirigeants communautaires, qui ont donné de leur temps pour que ces enfants aient accès à ces merveilleux livres. »



Lire à l'école

BMO Harris Bank est un partenaire de longue date de Working in the Schools (WITS), une initiative de Chicago qui fait la promotion de la littératie et de l'amour de la lecture chez les jeunes. Au cours de la dernière année, nous avons versé 50 000 \$ au programme et 60 employés ont passé bénévolement plus de 500 heures à encadrer des élèves afin d'élargir leurs horizons d'apprentissage. Au déjeuner-causerie annuel tenu en octobre 2012, l'équipe de BMO a reçu le prix Wheels on the Bus, décerné chaque année aux établissements qui encouragent la réussite scolaire et qui favorisent l'esprit de bénévolat.



Un but de scolarité

BMO Harris Bank a fait équipe avec les IceHogs de Rockford, Illinois, de la Ligue américaine de hockey pour promouvoir la littératie dans les écoles de la région au moyen du programme de mentorat en lecture mené par l'organisme Centraide de Rock River Valley. Dans le cadre d'une campagne intitulée Goals for Grades, nous avons donné 20 \$ pour chaque but compté pendant la saison régulière 2011-2012 à l'aréna BMO Harris Bank Center de Rockford. Le total a atteint 4 140 \$; BMO l'a ensuite porté à 6 000 \$.

Ouverture à la diversité

Plus que jamais, l'embauche, le perfectionnement et l'avancement de talents diversifiés sont au centre de nos préoccupations. Notre nouveau Conseil sur le renouvellement en matière de diversité, dirigé par des membres de la haute direction, oriente nos efforts dans ce domaine, consolidant notre position de chef de file et mettant en œuvre nos stratégies. Et l'initiative commence déjà à porter ses fruits. Voici trois exemples de nos efforts de promotion de la diversité en 2012 :

- Notre nouvelle initiative « BMO, j'en fais partie! » sensibilise les employés à l'égard des personnes handicapées et change notre façon de penser, de gérer des équipes et de voir le talent, de manière à accueillir la diversité et à accroître notre rendement.
- Au dernier trimestre de 2012, les personnes handicapées représentaient 2,5 %* de notre effectif, contre 2,3 % au trimestre précédent; nous visons une proportion de

3,8 % en 2015.

- Au Canada, l'embauche d'Autochtones a augmenté de 20 % se traduisant par l'accueil de 76 nouveaux employés en 2012.

La force du nombre

Nous sommes particulièrement fiers de nos progrès en matière de représentation féminine à l'échelle de BMO au cours de l'année écoulée :

- Quatre femmes se sont ajoutées au Comité de direction, faisant passer la représentation féminine à 25 %.
- Au deuxième rang l'an dernier, nous avons reconquis la position de chef de file parmi les institutions financières canadiennes quant à la représentation des femmes au sein de la haute direction.
- En 2012, nos tables rondes sur la gestion des talents et nos nominations avaient notamment pour but de réaliser le potentiel, et la proportion de femmes dans

notre bassin de leaders en devenir est passée de 34 % à 38 %.

- Le Conseil d'administration de la Banque a publié sa politique en matière de diversité pour la première fois cette année. Celle-ci stipule que les femmes doivent représenter au moins le tiers des membres du conseil d'administration indépendant de BMO.
- Nous nous sommes fixé comme objectif une représentation des femmes de 40 % aux postes de cadres supérieurs d'ici 2016.

Tous ces efforts ont contribué à faire obtenir à BMO le Prix de la responsabilité sociale 2013 à la remise des Prix des conseillers juridiques du Canada.

*Donnée tirée du Rapport sur la responsabilité environnementale, sociale et de gouvernance et Déclaration annuelle de 2012.



Une nouvelle école de pensée

Sur le campus de l'Université d'Aurora, en Illinois, les étudiants d'aujourd'hui et les enseignants de demain apprennent ensemble dans un milieu scolaire unique.



« **NOUS SOMMES TOUS DES ÉTUDIANTS**, affirme Rebecca Sherrick. Peu importe notre âge, nous sommes tous des apprenants. Le rôle de l'université, c'est d'ouvrir ses portes au public. » M^{me} Sherrick met ce principe en pratique tous les jours en tant que rectrice de l'Université d'Aurora, établissement privé mixte situé à Aurora, Illinois, à 64 kilomètres à l'ouest de Chicago.

L'Université d'Aurora, qui compte un peu plus de 4 400 étudiants, entretient avec la collectivité des liens étroits qui remontent à sa fondation en 1893. Lorsqu'elle est devenue rectrice en 2000, M^{me} Sherrick a vu une occasion de renforcer ces liens en réunissant les étudiants et le corps professoral avec des résidents, des organismes sans but lucratif et des sociétés partenaires de l'endroit pour affronter les enjeux économiques et sociaux.

L'Université était tout indiquée pour contribuer sur le plan de l'éducation publique. En partenariat avec des dirigeants scolaires et communautaires, elle a ouvert en 2004 l'Institut for Collaboration où les futurs enseignants inscrits au programme d'éducation de l'Université pourraient enseigner, sur le campus, à des élèves de niveau primaire. Ce programme est avantageux pour tous. Les élèves bénéficient d'un environnement d'apprentissage unique axé sur des méthodes de pointe. De plus, ça leur donne un avant-goût de l'expérience universitaire et ils apprennent la valeur de l'éducation permanente. Quant aux futurs enseignants, ils acquièrent une expérience pratique essentielle.

Une fois établis les partenariats nécessaires, il restait à financer le programme, ce qui a été fait grâce à l'émission d'obligations par BMO Harris

Bank, qui s'occupe maintenant de toutes les affaires bancaires de l'Université. Aujourd'hui, les huit classes de l'Institut reçoivent plus de 200 élèves de niveau primaire du réseau d'éducation public d'Aurora. En outre, un auditorium de 500 places sert à promouvoir les arts et la culture sur le campus et dans la collectivité.

L'Université d'Aurora s'est ensuite attaquée au fameux déficit américain dans l'enseignement des sciences, de la technologie, du génie et des mathématiques. Sur la foi de travaux de recherche soulignant l'importance de la formation des enseignants, l'Institut travaille à créer une école en partenariat pour les élèves de la 3^e à la 8^e année. Les chargés de cours seront des enseignants des districts scolaires de la région qui poursuivent parallèlement des études supérieures dans ces domaines. Premier du genre aux États-Unis, ce programme

est vu comme un modèle à suivre dans d'autres écoles américaines.

« Il s'agit d'améliorer la vie de notre collectivité et de notre nation, observe M^{me} Sherrick à propos de cette ambitieuse initiative. Un enseignement pratique en mathématiques et en sciences donnera à nos jeunes citoyens les outils dont ils ont besoin pour s'épanouir et réussir dans la vie. Pour résoudre bon nombre d'enjeux économiques et sociaux complexes de notre société, il faut mettre en valeur cette ressource essentielle. »

Rebecca Sherrick croit fermement aux bienfaits de la motivation : « Imaginez une Amérique où tous les travailleurs sont résolus à faire toujours mieux que la veille. »

Un partenariat constructif

Pour la société The Whitsett Group, la récession a représenté à la fois un banc d'essai et une source de débouchés grâce à l'investissement des collectivités de l'Indiana dans des projets de logements abordables et de logements pour personnes âgées.

« Sur notre propriété, nous avons une cabane en rondins que nous avons construite il y a longtemps, raconte Joe Whitsett. C'est là que nous avons installé notre bureau lorsque nous avons lancé cette entreprise en 2007. Nous n'avions ni coûts indirects, ni adjoints, ni salaires. Il n'y avait que moi, mon fils Tony, un télécopieur et une imprimante. Nous y sommes restés deux ans. »

Depuis ces débuts modestes, The Whitsett Group est devenue une société de promotion immobilière de 50 employés qui construit et gère en tant que propriétaire des logements abordables ainsi que des logements pour personnes âgées un peu partout en Indiana. Établis à Indianapolis, Joe Whitsett et son équipe supervisent toutes les étapes du processus, du concept à la location. L'entreprise offre également des services spécialisés comme la conception de bâtiments écologiques et la revalorisation d'édifices historiques afin de ramener les gens au centre-ville. « Je crois fermement à la revitalisation du noyau urbain, explique M. Whitsett. Il en sortira toujours une ville plus forte. »

Lancer une nouvelle entreprise à la veille de la récession de 2008 a entraîné son lot de défis. Le ralentissement pesant lourdement sur l'économie américaine, le crédit aux entreprises s'est considérablement resserré. Toutefois, deux facteurs clés ont joué en faveur

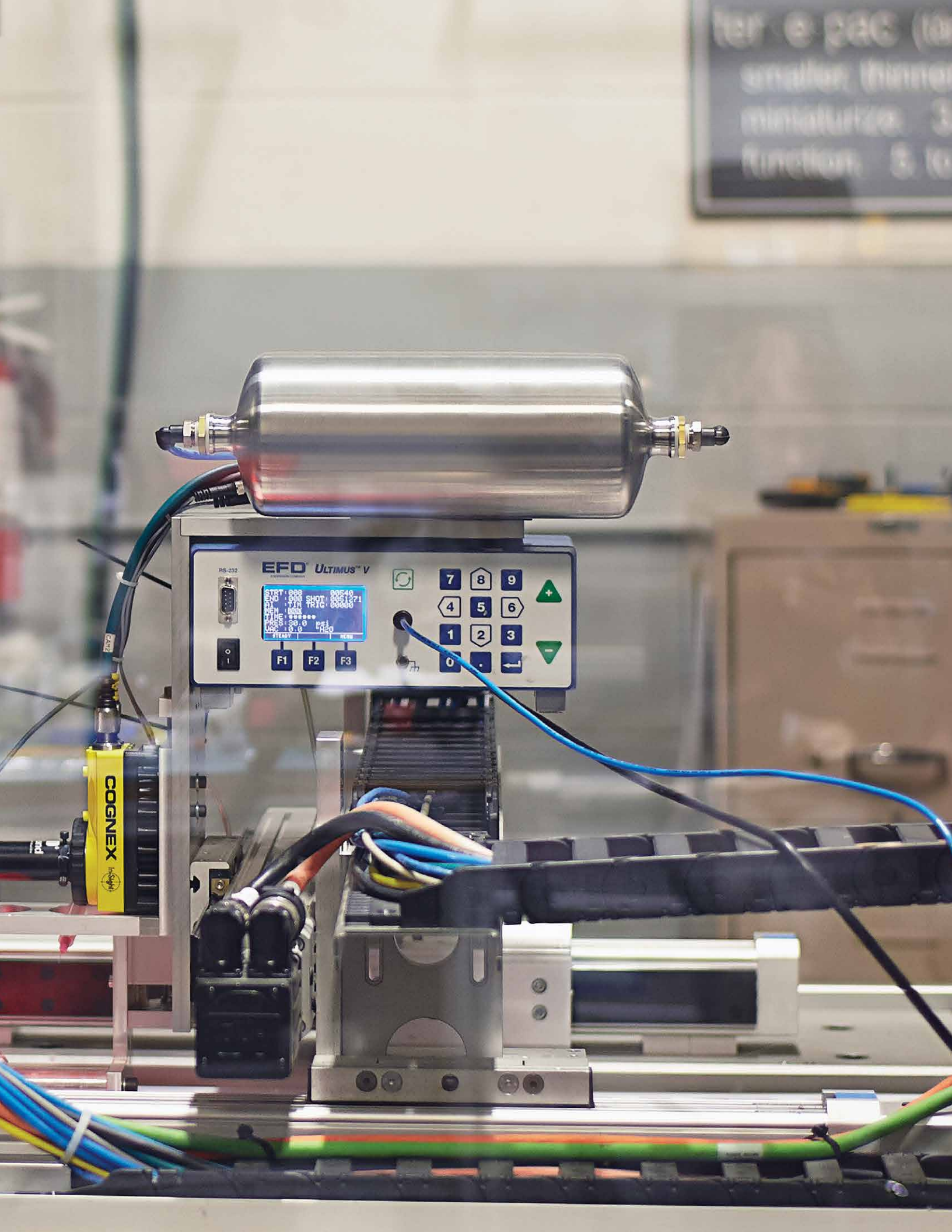
de la jeune société : une injection massive de fonds de relance de l'administration fédérale, destinés en grande partie au logement abordable, et le soutien d'une institution financière ayant une vue à long terme des placements immobiliers et les ressources nécessaires – BMO Harris Bank.

Soutenue par des représentants expérimentés des services bancaires aux entreprises habitués à combiner financement public et investissement en capital, la société a réalisé ses deux premiers projets de logements abordables et a entrepris d'autres projets. L'injection de fonds publics a eu l'effet souhaité en favorisant l'emploi dans le domaine de la construction. Un peu partout en Indiana, The Whitsett Group a aidé des localités à offrir de nouvelles options de logement aux personnes qui, autrement, n'auraient pas eu les moyens de se loger, tout en créant des emplois à long terme dans des secteurs comme les services d'entretien et de nettoyage d'immeubles.

Le partenariat de la société avec BMO s'annonce durable, car The Whitsett Group entend lancer des projets de logement pour personnes âgées dans tout le Midwest. « La Banque a joué un rôle essentiel dans notre croissance, affirme Joe Whitsett. Cette relation, ainsi que nos liens étroits avec les investisseurs, nous a permis de percer dans un marché difficile. »



YOUnity Village, Terre Haute, Indiana



FAVORISER L'INNOVATION

L'innovation est la clé d'une économie saine et productive. Elle nécessite de la créativité. De nouvelles façons d'envisager la compétitivité. De meilleures façons d'aborder les nouveaux enjeux, comme la sécurité en ligne et le changement climatique. Des points de vue novateurs sur le renouveau économique. La première étape, essentielle, consiste à reconnaître la différence entre une idée originale et une idée réellement valable. Ensuite, si les essais sont concluants, nous évaluons les risques d'investir. Et alors, nous devenons nous-mêmes innovateurs, en facilitant le processus pour les visionnaires d'aujourd'hui qui imaginent le monde dans lequel nous vivrons demain.

Prototype de machine de production
utilisé par Terepac à Waterloo, Ontario.



Une connexion parfaite

Pionnière en matière de technologie, Terepac peut fabriquer des dispositifs dotés de processeurs, de mémoire et de capteurs mesurant moins d'un millimètre carré, plus minces que du papier et qui constituent la clé de l'Internet des objets.



IMAGINEZ SI VOTRE MAISON pouvait vous parler : votre appareil de chauffage pourrait vous confirmer qu'il fonctionne efficacement, le toit vous avertirait en cas de fuite, le frigo vous rappellerait d'acheter des œufs et même un carton de lait pourrait sonner l'alarme si son contenu avait tourné.

Ce qui était naguère un scénario de science-fiction devient une réalité technologique avec l'apparition de l'Internet des objets, réseau d'objets dotés de capteurs et d'émetteurs pouvant réagir à leur environnement, puis communiquer avec nous. Le défi, toutefois, consiste à miniaturiser des composants complexes pour les intégrer à des électroménagers, à des vêtements ou à des appareils médicaux, et ce, de manière assez économique pour passer à la production en série. L'un des chefs de file en ce domaine est la société Terepac, de Waterloo, Ontario.

Grâce à ses technologies révolutionnaires, Terepac peut « imprimer » sur des substrats souples ultraminces des puces bien plus petites que les micro-puces actuelles, pour une fraction du coût. Depuis sa fondation en 2004, la société a développé un procédé visant à produire des dispositifs de plus en plus petits dotés d'une puissance de calcul de plus en plus grande. Il en résultera une foule de nouveaux produits intelligents qui pourront opérer une transformation, qu'il s'agisse d'un gicleur qui optimise la consommation d'eau ou d'un chapeau qui surveille l'état de santé de la personne qui le porte.

L'établissement de liens entre ces dispositifs exige des échanges massifs de données. Là encore, Terepac s'impose en élaborant des solutions de réseautage qui facilitent la capacité de dispositifs de toutes sortes à communi-

quer avec leurs utilisateurs et entre eux. Pour paraphraser le slogan de la société, Terepac « donne une voix au monde ».

Le pouvoir de transformer

« Nous sommes un moteur d'innovation », affirme Ric Asselstine, chef de la direction de Terepac. Avec la cofondatrice Jayna Sheats, chef de la technologie et titulaire d'un doctorat de Stanford, il a bâti la société en faisant appel à des concepteurs novateurs de sa branche d'activité et en attirant des personnes brillantes à ses bureaux de Waterloo, de Palo Alto et de Dresde, en Allemagne. « Nous savons que nous sommes sur une bonne piste et, quand les gens nous découvrent, ils veulent travailler avec nous. Nous avons, on dirait, un certain magnétisme. »

La croissance rapide de Terepac exige aussi de solides bases financières. Lorsqu'une autre banque a

refusé de renouveler son soutien initial à la recherche-développement en raison d'un changement à sa politique, l'équipe des Services bancaires aux entreprises de BMO a pris la relève pour aider Terepac à une période cruciale où d'importants clients étaient intéressés, mais n'avaient pas encore signé de contrat. « Nous savons que l'innovation remplace les sources traditionnelles de richesse économique, explique Alex McIntosh, de BMO, qui travaille avec des entreprises de haute technologie de la région de Waterloo. Le marché voit que nous offrons un soutien important à ce secteur, et cela crée des possibilités. »

Ric Asselstine souligne l'importance de ce soutien : « Alex a pris le temps de nous connaître, d'en apprendre plus sur notre technologie et sur les gens – et il comprend notre vision. Tout comme le banquier d'autrefois,

il s'intéresse personnellement à nous. » Maintenant que la société a signé des contrats importants et qu'elle en négocie d'autres, l'entrepreneur entrevoit pour Terepac un avenir très prometteur : « L'effet d'entraînement est renversant. Nous contribuons à transformer la création d'emplois, la vitalité culturelle, les établissements d'enseignement, et j'en passe. Les perspectives sont très bonnes. »

Terepac peut transformer l'interaction des clients avec le monde qui les entoure. « Le monde physique peut prendre une dimension émotive », estime Ric Asselstine, chef de la direction.

Hommage à l'innovation



L'an dernier, BMO a été la seule banque canadienne à recevoir un prestigieux *prix WhatWorks* pour l'excellence en leadership, grâce à son approche novatrice en matière d'apprentissage et de gestion des talents. Depuis 2008, plus de 1 600 employés ont participé au programme de formation en leadership de la Banque.

Un prix Celent Model Bank Impact 2012

a couronné les Services sur rendez-vous de BMO, nouvel outil qui offre aux clients la possibilité de prendre rendez-vous en ligne auprès d'une succursale. Au cours des premiers mois suivant son lancement, plus de 29 000 rendez-vous ont été fixés au moyen de ce service.

BMO Ligne d'action a remporté le prix du meilleur usage technologique au *Gala canadien du placement de Morningstar*. Ce prix récompense notre service de placement en ligne, ConseilDirect, jugé convivial, intuitif et efficace parce qu'il rehausse l'expérience de l'utilisateur et améliore l'ensemble du processus de placement en ligne.

Pour une troisième année d'affilée, l'organisme Carbon Disclosure Project a reconnu nos efforts de réduction des émissions polluantes en inscrivant BMO à l'indice *Global 500 Climate Performance Leadership Index*. Nous sommes la seule organisation canadienne parmi les 34 entreprises sélectionnées à l'échelle mondiale pour faire partie de l'indice.



À vol d'oiseau

L'entreprise québécoise de cartographie aérienne Aéro-Photo doit sa réussite à une compréhension unique de la façon dont ses clients veulent voir le monde.

ON UTILISE LA PHOTOGRAPHIE AÉRIENNE en cartographie et en arpentage depuis les débuts de l'aviation. Or, avec l'arrivée des technologies d'imagerie numérique et de logiciels de cartographie perfectionnés, il est maintenant possible de produire des vues aériennes remarquablement exactes et détaillées qui servent en construction, en aménagement, dans l'évaluation de gisements minéraux et dans des projets d'assainissement de l'environnement.

Le Canada est un pionnier de l'utilisation de l'imagerie aérienne pour cartographier et étudier les vastes étendues inexploitées du pays. Depuis une quarantaine d'années, Aéro-Photo compte parmi les chefs de file canadiens de ce secteur hautement spécialisé.

Établie à Québec, Aéro-Photo offre un vaste éventail de services, de l'imagerie aérienne et la télédétection au laser à la cartographie topographique et thématique, en passant par l'intégration de données géographiques à des applications analytiques perfectionnées. La société compte parmi ses nombreux clients des géants des secteurs de l'énergie et des ressources, des firmes d'ingénierie et d'urbanisme, des promoteurs publics et privés et des organisations telles que l'Agence canadienne de développement international (ACDI) et

la Banque mondiale. Le dénominateur commun aux différents projets menés dans plusieurs pays est la demande de renseignements précis et accessibles pouvant servir à la prise de décisions et à l'établissement de politiques importantes en matière d'aménagement.

Miser sur l'innovation

Reconnue pour ses technologies et ses moyens de production numériques de pointe, Aéro-Photo a contribué à la mise au point d'applications d'imagerie qui fournissent des renseignements plus détaillés que jamais et de façon plus efficace que jamais. « Nos opérations peuvent sembler complexes aux non-initiés », observe Paul Grenier, chef de la direction. Physicien et arpenteur-géomètre, il a racheté la société de son père Wilfrid en 1974. « BMO a pris le temps de comprendre nos processus, nos cycles de production, nos défis et nos possibilités. La Banque nous offre un excellent soutien sous forme de crédit à l'exploitation et répond à nos besoins de financement à long terme d'avions et de matériel. »

BMO a aussi joué un rôle dans l'obtention du plus récent contrat d'Aéro-Photo : un vaste relevé géographique en Colombie. « La Banque nous a vraiment aidés à



présenter notre proposition, explique M. Grenier; elle nous a suggéré diverses options pour soutenir notre croissance rapide et faciliter l'investissement dans le matériel. » Stimulé par ce nouveau projet, l'entrepreneur estime que son chiffre d'affaires progressera d'au

moins 30 % au cours de la prochaine année et qu'il poursuivra sa croissance. « Grâce aux compétences et à l'expérience de notre équipe, à notre technologie de pointe et à notre approche novatrice, j'entrevois un brillant avenir pour notre entreprise. » ☺

Aperçu de projets récents d'Aéro-Photo

Costa Rica : Imagerie aérienne complète pour une nouvelle cartographie de l'ensemble du pays.

Afghanistan : Acquisition de données essentielles pour la construction de routes et de ponts dans des zones abondamment minées où les relevés de terrain sont trop dangereux.

ACDI : Formation d'agents locaux à l'utilisation de données géospatiales pour la planification d'aménagement en Côte d'Ivoire, au Burkina Faso, au Maroc, au Sénégal et au Venezuela.

Ouest canadien : Aide à l'élaboration de stratégies de lutte contre la plus grave infestation de coléoptères de l'histoire récente de l'Amérique du Nord, sur 18,1 millions d'hectares de forêt en Colombie-Britannique seulement.

Québec : Mesure de l'élévation du sol et du couvert forestier pour produire de meilleurs inventaires des arbres.

Marcher pour les jeunes



Une jeune femme se fait maquiller lors de l'activité Faites un pas vers les jeunes tenue à Halifax, Nouvelle-Écosse.

Plus de

600 000 \$

La marche Faites un pas vers les jeunes, activité pancanadienne présentée par BMO, rallie des milliers de jeunes, de parents, d'enseignants, de membres des collectivités et de sociétés donatrices pour soutenir les 6,5 millions d'enfants, d'adolescents et de jeunes adultes qui, partout au pays, peuvent bénéficier des services de consultation et de soutien de Jeunesse, J'écoute.

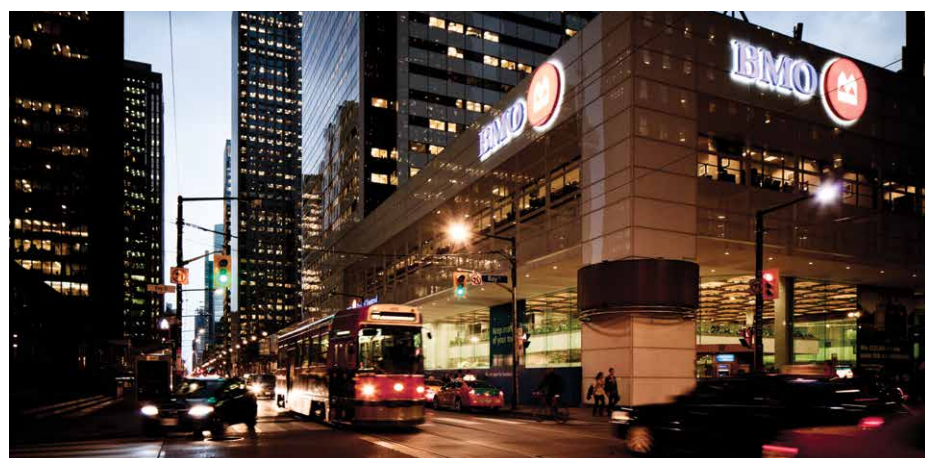
BMO est un partenaire fondateur de Jeunesse, J'écoute, qu'il soutient depuis 1989. Au cours des 24 dernières années, nos employés ont recueilli des millions de dollars pour favoriser le bien-être mental et émotionnel des enfants et des jeunes. En 2013, plus de 3 000 de nos employés se sont inscrits à la marche de 5 kilomètres dans 30 collectivités et ont recueilli quelque 600 000 \$ pour l'instant. Les résultats finaux seront connus en juillet.

« Nous tenons à être présents auprès des jeunes du Canada, souligne Sharon Wood, présidente et chef de la direction de l'organisme sans but lucratif. BMO a aidé Jeunesse, J'écoute à devenir le principal service canadien de consultation professionnelle pour les jeunes et à acquérir une renommée mondiale. En assumant ce rôle de chef de file à l'égard de la plus vaste marche de bienfaisance au profit de la santé mentale des enfants et des jeunes canadiens, la Banque réaffirme son engagement à l'égard du bien-être de chaque enfant de chaque collectivité – urbaine, rurale ou éloignée. »



Économiser l'énergie

Carboneutre depuis 2010, BMO entend réduire ses émissions polluantes de 10 % de plus – par rapport à l'année de référence 2011 – dans tous les secteurs de l'organisation avant la fin de l'exercice 2016.



POUR ATTEINDRE NOTRE NOUVEL objectif ambitieux de réduction des émissions de carbone, nous poursuivons, au cours des prochaines années, divers projets axés sur la durabilité : achat de crédits d'émission de carbone, amélioration du rendement énergétique, regroupement de bureaux et remplacement d'anciennes technologies par des solutions plus efficaces.

Des immeubles écoénergétiques

BMO gère un espace immobilier totalisant plus de 20 millions de pieds carrés, principalement répartis dans des villes nord-américaines. L'étendue géographique de nos activités rend très difficile la mise en œuvre de mesures de réduction des émissions polluantes. Comme notre réseau de succursales compte pour environ la moitié de notre empreinte carbone, nous dirigeons une bonne part de nos efforts d'économie d'énergie vers ce secteur.

- En 2010, nous avons fait analyser le rendement énergétique d'un grand nombre de nos succursales, notamment en ce qui a trait à l'enveloppe de bâtiment, au chauffage, à la climatisation, à l'éclairage, à la plomberie, aux systèmes

de régulation et aux enseignes. Les recommandations issues de ces vérifications ont été mises en œuvre dans la rénovation de plusieurs succursales.

- Dans le cadre d'un projet pilote mené en 2011 dans une douzaine de succursales ontariennes, nous avons mis à l'essai un programme permettant de surveiller et de commander à distance, depuis un point central, les systèmes de refroidissement, de chauffage, d'éclairage, de signalisation et de sécurité. Au bout d'un an, la consommation moyenne d'électricité affichait une baisse de 20 %. En 2012, nous avons étendu le programme à 47 autres succursales du Canada.
- Les Affaires immobilières de la Banque ont adopté des méthodes de conception et de construction durables pour tous les nouveaux immeubles et les projets de modernisation.
- Dans les établissements neufs ou rénovés, nous installons des systèmes de chauffage et de refroidissement écoénergétiques dont nous assurons le fonctionnement optimal au moyen de dispositifs de surveillance et de contrôle à distance.
- Nous avons profité de tous les grands travaux de rénovation des succursales

et des bureaux pour mettre à niveau l'éclairage et l'équipement technique afin d'améliorer l'efficacité énergétique.

- Nous continuons de doter nos succursales de systèmes automatisés qui désactivent l'éclairage intérieur après les heures d'ouverture (mais dont les détecteurs de mouvement peuvent rétablir l'éclairage nécessaire aux fins de sécurité). Les enseignes lumineuses extérieures ne s'allument qu'une fois la nuit tombée.

Réduire les déplacements et travailler à distance

- Nous continuons de remplacer nos véhicules à essence par des modèles hybrides. À la fin de l'exercice 2012, ces derniers comptaient pour environ 84 % de notre parc de véhicules.
- En 2009, nous avons commencé à élaborer notre stratégie appelée BMObilité pour encourager et aider les employés à travailler à distance. Parmi les avantages du télétravail, mentionnons la diminution du temps consacré aux déplacements quotidiens entre le domicile et le lieu de travail, ce qui réduit l'empreinte carbone des employés et leur permet d'accroître leur productivité (et souvent d'interagir davantage avec les clients), une réduction des besoins en locaux (d'environ 40 % dans le cadre du projet pilote) grâce au partage de bureaux, aux espaces collaboratifs et à diverses techniques de réunion et de traitement de données, ainsi qu'une plus grande satisfaction des employés, qui trouvent un meilleur équilibre travail-famille tout en contribuant à protéger l'environnement. ☺

Siège de BMO à Toronto, Ontario

Une empreinte écologique réduite

115 213*

achats d'énergie renouvelable en MWh

6 497

tonnes de papier déchiqueté et recyclé

96

tonnes de déchets détournés des sites d'enfouissement grâce à notre programme d'élimination de matériel technologique

84 %

proportion de véhicules écoénergétiques (hybrides) de notre parc de véhicules de service

25 %

cible de réduction de notre consommation de papier (par rapport à l'année de référence 2011) avant la fin de l'exercice 2016

*Donnée tirée du Rapport sur la responsabilité environnementale, sociale et de gouvernance et Déclaration annuelle de 2012.



Un moteur d'innovation

L'industrie américaine de l'automobile se réinvente grâce aux efforts de sociétés comme Arens, fabricant novateur de systèmes de commande et de gestion d'énergie pour les véhicules.



« **QUAND J'EXPLIQUE NOS ACTIVITÉS**, dit Ken Kunin, chef de la direction d'Arens Controls depuis 2002, je mentionne ce qui arriverait si, d'un claquement de doigts, je faisais disparaître tous les produits que nous avons mis au point au cours des dix dernières années. Sans nos contrôles et nos manettes des gaz pour les machines agricoles, des champs ne seraient plus labourés ni moissonnés. Sans nos leviers de vitesse électroniques, des camions de livraison ne rouleraient plus. Le transport en commun de grandes villes qui utilisent nos systèmes hybrides serait paralysé. Nos activités ont une incidence sur tous ces secteurs, ce qui est assez remarquable pour une PME d'Arlington Heights, Illinois. »

Fondée en 1939, la société fermée Arens est l'un des principaux fabricants mondiaux de systèmes de commande interface opérateur et de systèmes de gestion d'énergie pour véhicules commerciaux, et compte parmi ses clients d'importantes sociétés comme Volvo et Caterpillar.

Arens est reconnue pour ses innovations. À la fin des années 1990, lorsque la technologie automobile s'est perfectionnée et que les fabricants ont lancé des solutions hybrides, la société a entrepris la mise au point de commandes intégrées et de systèmes de gestion d'énergie pour la prochaine génération de véhicules commerciaux. Elle a notamment produit le premier

Arens travaille au développement de véhicules hybrides et électriques qui généreront de nouvelles sources de revenus et qui stimuleront la croissance et l'emploi.

inverseur de traction hybride pour véhicules commerciaux. « Nos technologies hybrides reposent sur les techniques électroniques, logicielles et mécaniques les plus avancées dans les véhicules aujourd'hui, affirme M. Kunin. Et ce n'est pas la seule contribution verte d'Arens. L'industrie du transport est un chef de file du secteur manufacturier en ce qui concerne la réduction de la pollution et des déchets. Presque tous les matériaux utilisés dans la fabrication de véhicules doivent respecter des normes strictes en matière d'incidence sur l'environnement et de recyclabilité. C'est bon pour l'environnement et pour les affaires. »

Un dialogue constructif

Le ralentissement économique de 2008 a durement touché l'industrie automobile. Arens a alors demandé l'aide de sa banque. « BMO Harris a joué un rôle essentiel dans notre refinancement alors que les banques hésitaient à prendre des risques, explique Ken Kunin. Les gens de BMO ont compris que notre rendement était solide, ils ont su voir le potentiel de la direction et nous ont offert la structure de financement nécessaire. Ils ont vraiment répondu à nos besoins. »

Outre des services de trésorerie et de change, la Banque offre à la société du financement d'immobilisations pour la mise au point de produits, ainsi qu'un fonds de roulement pour financer les comptes clients et les stocks. « Les gens de BMO ont pris le temps de bien comprendre notre entreprise, nos clients et nos objectifs, estime M. Kunin, ce qui se traduit par un dialogue constructif. »

Arens continue d'accroître sa clientèle tout en cherchant des occasions d'acquisition, mais la société maintient le cap sur l'innovation, notamment sur le développement de systèmes perfectionnés pour véhicules hybrides et électriques. « Le succès repose sur l'innovation et l'exécution, conclut Ken Kunin. Il faut savoir allier la technologie, les compétences de pointe et les meilleurs processus opérationnels pour toujours être à la hauteur. » ☺



Un bon départ

Au cœur d'une des grappes technologiques les plus dynamiques d'Amérique du Nord, Communitech contribue au démarrage, à la croissance et à la réussite d'entreprises novatrices.



Cinq ans à
Communitech

1 070

entreprises mises sur pied

185
millions
de
dollars

de revenus

350
millions
de
dollars

d'investissement total

5 260

nouveaux emplois créés

DANS LE SECTEUR DE LA haute technologie, la plupart des jeunes entreprises n'ont que 45 % de chances d'être encore en activité au bout de cinq ans. Toutefois, pour un nombre croissant de sociétés lancées à Waterloo, Ontario, le taux de survie atteint en moyenne 83 %. Comment cela se fait-il? C'est, en grande partie, grâce à un organisme sans but lucratif appelé Communitech qui soutient la mise sur pied et la réussite de centaines d'entreprises dans une région reconnue pour des innovations révolutionnaires.

Fondé en 1997 par un groupe de chefs de la direction de sociétés technologiques locales, dont les géants OpenText et RIM (devenue BlackBerry), Communitech contribue à maintenir le

leadership technologique de la région en mettant les nouvelles entreprises en rapport avec les ressources et les relations dont elles ont besoin pour que les idées prometteuses deviennent rentables. Au moyen de programmes de mentorat et de consultation entre homologues, ainsi que de séminaires, de conférences et d'activités de réseautage, l'organisme sert à la fois de centre d'information et d'accélérateur de nouvelles entreprises en aidant les sociétés naissantes à combler une grande part de leurs besoins, du recrutement de travailleurs compétents à l'obtention de capitaux. Depuis le début, BMO compte parmi les partenaires stratégiques qui contribuent à maintenir l'activité et la pertinence de l'organisme.

Une communauté d'intérêts

Aux côtés de sociétés de services professionnels, d'universités, d'organismes gouvernementaux et d'autres partenaires réunis au sein de Communitech, BMO offre sur place des conseils financiers aux jeunes entreprises comme aux sociétés bien établies. En plus de contribuer à stimuler la croissance du secteur technologique et de l'ensemble de l'économie, les représentants de BMO collaborent directement avec les entrepreneurs pour les aider à définir leur stratégie financière et à réaliser leur plan d'affaires.

Inspiré par cette étroite collaboration, Communitech a choisi l'an dernier BMO pour ses besoins bancaires.

« La Banque nous appuie depuis le début, explique Lois Norris, chef des finances de l'organisme. Je traite avec les représentants de BMO depuis des années, et nous avons toujours obtenu un service sans égal. BMO est un partenaire stratégique dans de nombreuses initiatives importantes. »

C'est sur cet esprit de partenariat que reposent les effets durables des activités de Communitech en matière de création d'emplois et de croissance économique. « L'essentiel, résume M^{me} Norris, c'est que le réseau permet à chacun de donner et de recevoir tout à la fois. »

Par l'intermédiaire du Canadian Digital Media Network, Communitech est relié à 21 autres grappes technologiques au pays.

Un penseur
innovant



Kevin Lynch, vice-président du conseil, BMO Groupe financier, a contribué aux échanges mondiaux sur l'innovation et la productivité par ses écrits, ses exposés et ses consultations auprès de dirigeants des milieux des affaires, de la politique et de l'enseignement.

« L'innovation est la capacité de créer des produits ou services ou de trouver de nouvelles façons d'offrir des produits ou services existants. L'innovation et la recherche sont liées, mais ce sont deux choses différentes. La recherche consiste à transformer l'argent en connaissance; l'innovation est le processus qui transforme la connaissance en argent.

« Aujourd'hui, toutefois, l'innovation prend surtout naissance non pas dans les laboratoires de recherche, mais dans les observations des clients et des employés de première ligne. Pour transformer ces observations en biens ou services commercialement viables, il faut faire preuve de leadership organisationnel. À cette fin, nous devons nous organiser en conséquence, investir dans l'innovation, la gérer et créer des mesures incitatives pour la soutenir.

« L'innovation est essentielle à l'économie, car elle stimule la productivité. Or une économie plus productive croît plus rapidement, s'adapte mieux aux changements et permet un nombre accru d'emplois ainsi que des salaires plus élevés. L'accroissement de la productivité grâce à l'innovation constitue donc un impératif autant social qu'économique : il augmente le niveau de vie de la société tout en rendant l'économie plus compétitive. »



SOUTENIR LA CROISSANCE

Nous ne pouvons pas nous contenter de mesurer la croissance sous l'angle des ventes ou de la part de marché. Pour une banque, une solide performance financière constitue un avantage. Mais notre responsabilité va bien au-delà des questions financières. Quand vient le temps de favoriser le développement des idées et d'encourager l'autosuffisance, nous avons un important rôle de leader à jouer. Nous encourageons le développement des connaissances, des compétences, de l'innovation, du bien-être de collectivités dynamiques et inclusives – et surtout de la confiance, que nous nous efforçons sans cesse de soutenir.

Une fillette compte ses pièces de monnaie à notre succursale Queen et Hambly à Toronto, Ontario.



Voir un grizzly

Établie dans les contreforts des Rocheuses par un entrepreneur albertain visionnaire, la Grizzly Paw Brewing Company attire les touristes et contribue à stimuler l'économie locale.



CHAQUE ANNÉE, 12 MILLIONS d'automobilistes empruntent la route Transcanadienne entre Calgary, Alberta, et les montagnes Rocheuses. En parcourant les contreforts à l'extrémité du parc national Banff, on aperçoit parfois des wapitis, des moutons d'Amérique et même, à l'occasion, un loup ou un ours. Toutefois, il est extrêmement rare de voir un grizzly, à moins de passer par Canmore, où l'on ne peut manquer l'impressionnante structure de montants et de poutres qui abrite la Grizzly Paw Brewing Company.

À la fois bistrot-brasserie et micro-brasserie, Grizzly Paw doit son existence à l'entrepreneur Niall Fraser. Inspiré par un bistrot-brasserie avant-gardiste visité lors d'un voyage à Sydney, en Australie,

au début des années 1990, M. Fraser revient chez lui avec la ferme intention d'ouvrir un établissement semblable au Canada. Il choisit Canmore pour son site spectaculaire au pied des sommets enneigés et pour sa nouvelle vocation de centre touristique. En 1996, il ouvre le pub Grizzly Paw.

L'établissement a connu un succès immédiat et ses ventes ont continué de croître d'année en année. Puis, en 2004, Grizzly Paw a pris de l'expansion en intégrant une microbrasserie et une gamme de boissons gazeuses artisanales. Cet ajout très apprécié a vite présenté un inconvénient, car l'installation de Canmore était trop petite pour répondre à la demande

grandissante. La société devait faire un choix difficile : redevenir un simple bistrot-brasserie ou construire à Canmore un établissement autosuffisant. Pour Niall Fraser, une option s'imposait : investir dans la croissance.

Nourrir la bête

Le projet d'expansion a pris forme alors que le secteur du tourisme était durement frappé par le ralentissement de l'économie, mais M. Fraser savait qu'il pouvait compter sur le soutien de BMO, la banque qui avait cru en sa vision dès le départ. À BMO, sa représentante attirée de longue date, Christie Saunders, a établi à l'intention des deux sociétés Grizzly Paw interdépendantes de nouveaux

services comprenant des prêts à la construction et à l'achat de matériel, ainsi que des marges de crédit à l'exploitation.

« La nature de mon entreprise étant complexe, explique M. Fraser, c'est bien de pouvoir traiter avec la même personne pendant plusieurs années, surtout si elle comprend les hauts et les bas d'une ville touristique. Christie est très proactive. Elle voit la situation dans son ensemble et nous montre comment atteindre nos objectifs. »

Au début de 2013, lorsque Grizzly Paw a rouvert dans ses locaux agrandis, l'Alberta attirait de nouveau une foule de visiteurs et de nouveaux résidents, qui ont réservé à la microbrasserie un accueil chaleureux. M. Fraser estime

que son entreprise bénéficie de la nouvelle prospérité tout en y contribuant. « L'un des aspects les plus difficiles de l'exploitation d'une micro-entreprise au Canada, c'est de composer avec les économies d'échelle. Lorsqu'il s'agit d'acheter du matériel ou des ingrédients, notre expansion nous est très utile. En augmentant la production, non seulement nous créons des emplois et achetons davantage de produits agricoles de l'Alberta, mais nous bâtissons une petite entreprise purement albertaine. »

Grâce à ses nouvelles installations, Grizzly Paw a quadruplé sa capacité de brassage et peut étendre sa gamme de produits.



¡Haz la conexión!

Un salon annuel permet à 45 000 entreprises hispaniques de l'Illinois de tisser des liens.

Chaque année, au mois d'août, Chicago accueille le salon Make the Connection! Hispanic Business Expo, présenté par la Chambre de commerce hispanique de l'Illinois (IHCC). BMO Harris Bank est une fière partenaire de cet événement, l'un des plus importants du genre aux États-Unis, destiné exclusivement aux entrepreneurs et aux professionnels hispaniques ainsi qu'aux employeurs désireux de promouvoir la diversité.

En invitant des conférenciers de prestige au salon et en y organisant une journée d'ateliers sur les affaires et l'avancement de la carrière, l'IHCC renforce les liens entre plus de 45 000 entreprises détenues par des personnes d'origine hispanique de l'État ainsi qu'une foule d'organismes publics et privés. Le salon constitue l'événement vedette de l'IHCC. Au cours des 20 dernières années, la Chambre a contribué à accroître d'environ 200 millions de dollars les revenus de ses membres.

« Nous sommes heureux de l'appui soutenu de BMO Harris Bank, affirme Omar Duque, président de l'IHCC, ainsi que de son engagement à offrir aux entrepreneurs hispaniques les capitaux et le soutien dont ils ont grand besoin pour croître et créer des emplois un peu partout en Illinois. »



Comme un poisson dans l'eau

Les affaires sont florissantes pour la société McKeil Marine, qui offre depuis près de soixante ans une solution de transport fiable, économique et durable dans le corridor vital des Grands Lacs.

SI VOUS DEVEZ TRANSPORTER un volume important de marchandises en un seul chargement, en utilisant une méthode écoénergétique, très économique et extrêmement sûre, il y a fort à parier que vous envisagerez le transport par bateau. Depuis 1956, c'est le secret de la réussite de McKeil Marine, société établie à Hamilton, Ontario, et spécialisée en transport de marchandises et en soutien logistique personnalisés.

Desservant les Grands Lacs, la Voie maritime du Saint-Laurent et la côte Est du Canada et l'Arctique, McKeil offre un vaste éventail de services de transport maritime : remorquage, amarrage, déglacage, sauvetage et construction maritime. Depuis ses bureaux de Hamilton, de Port Dover (sur le lac Érié), de Montréal et de St. John's, Terre-Neuve, l'entreprise familiale exploite une flotte de 20 remorqueurs, 30 barges et divers autres navires.

Un exemple de réussite économique

« Le transport maritime joue un rôle essentiel dans la chaîne de valeur de la croissance économique », affirme Blair McKeil, président du conseil et chef de la direction, fils du fondateur Evans McKeil. La société compte plus de 200 employés à temps plein et crée des

centaines d'emplois indirects dans des entreprises connexes. Ces retombées témoignent de la hausse constante de la demande de services, notamment sur la côte Est et dans l'Arctique. C'est ainsi que McKeil a vu son chiffre d'affaires croître de plus de 100 % sur les six dernières années. Pour répondre à ses besoins financiers diversifiés, la société traite avec une équipe de représentants en services bancaires aux entreprises de BMO.

« Notre partenariat avec BMO repose sur le respect et la confiance, explique M. McKeil. L'approche novatrice de la Banque concorde avec la nôtre et facilite la croissance. Un financement personnalisé nous a permis d'accroître et de moderniser notre flotte, de développer l'infrastructure en fonction de l'évolution de nos besoins et d'investir dans notre actif le plus précieux : notre personnel. »

Le choix vert

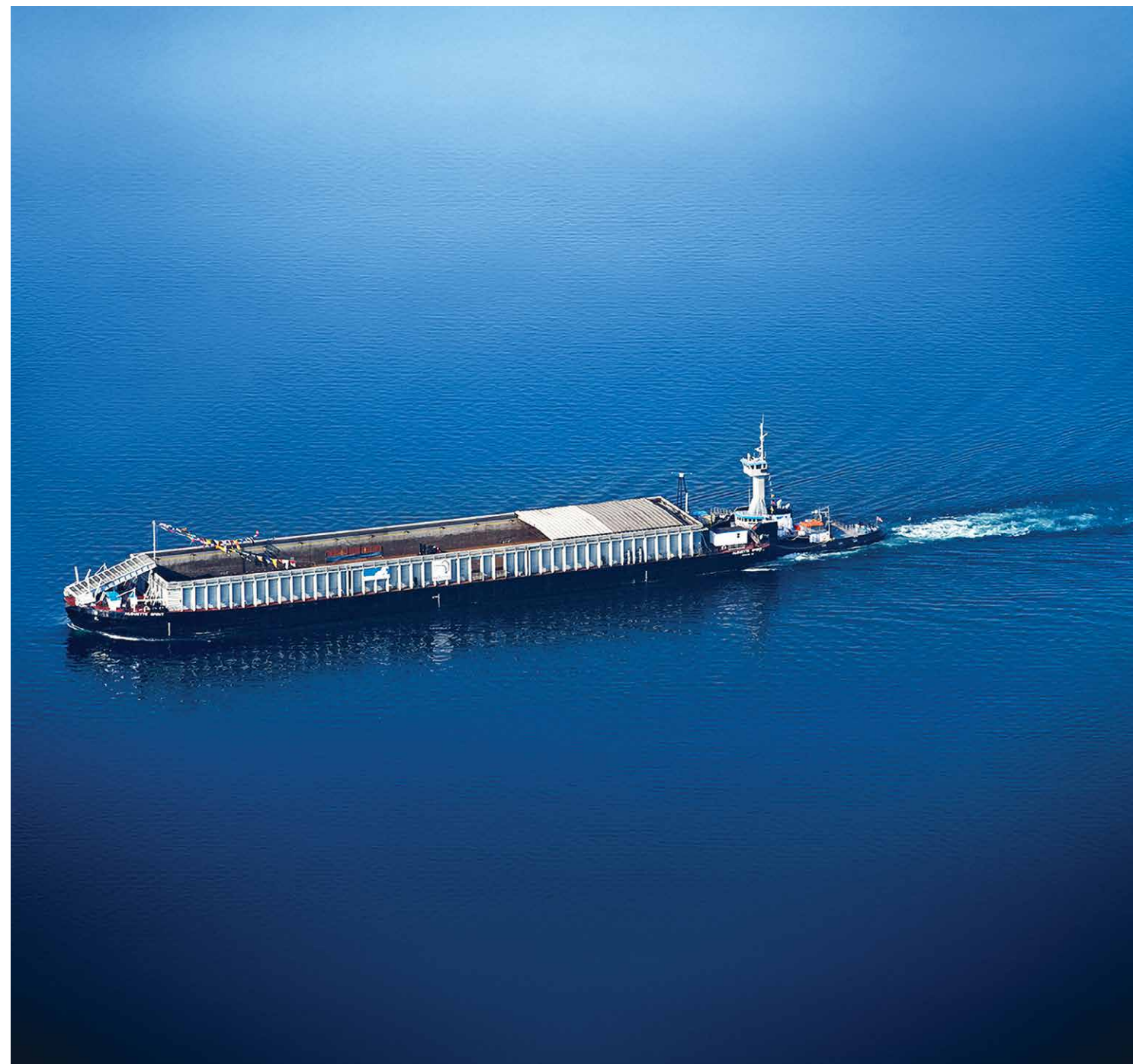
Dans un secteur du transport déjà considéré comme respectueux de l'environnement, McKeil ne cesse de chercher de nouvelles façons de réduire la consommation de carburant et de modifier la conception des navires afin d'en réduire au minimum les effets sur l'environnement. La société

est un membre fondateur de l'Alliance verte, qui œuvre à promouvoir la durabilité dans le secteur maritime. À titre d'exemple, en neuf ans de partenariat avec Aluminerie Alouette, McKeil a transporté par bateau l'équivalent de 50 000 chargements de camion d'aluminium transformé et ainsi réduit d'environ 200 000 tonnes les émissions de gaz à effet de serre.

Le programme McKeil Cares, qui soutient des organismes communautaires importants pour les employés de la société, témoigne aussi de la

responsabilité sociale de McKeil. À titre personnel, Blair McKeil a fait un don important à la McKeil School of Business du Mohawk College de Hamilton, Ontario, qui est reconnaissant à son bienfaiteur d'avoir « honoré la vision de son père, celle d'une société qui accorde une importance soutenue aux gens, à la collectivité et à l'excellence du service à la clientèle ». ☺

En plus de contribuer à l'essor économique de plusieurs industries, McKeil diminue la congestion routière et aide les clients à réduire leur empreinte écologique.



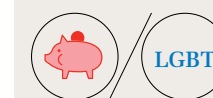
Soutenir la croissance de la collectivité

250 000 \$
don à l'École des mines
Goodman de l'Université
Laurentienne



don de 250 000 \$ à l'organisme
Operation HOPE pour soutenir des
programmes de littératie financière

100 %
note selon le 2013 Corporate Equality
Index. Pour une quatrième année de
suite, la Human Rights Campaign
Foundation a désigné BMO Harris Bank
comme l'un des employeurs de choix
en matière d'égalité des chances des
personnes LGBT



don de 75 000 \$ au LGBT Community
Fund de la Chicago Community Trust

1,25
millions
de
dollars

fonds recueillis grâce au programme
Action-Éducation mené par BMO
Marchés des capitaux



Fierté professionnelle

Pour les membres du groupe de ressources pour employés BMO Pride, être fier de ce qu'on est, de ses réalisations professionnelles et de l'organisation pour laquelle on travaille forme un tout dont les éléments sont indissociables.

« QUAND JE SUIS ENTRÉE à la Banque au début de 2011, raconte Pia Schmidt-Hansen, j'ai été ravie d'apprendre l'existence du groupe BMO Pride. Dès la première réunion, j'ai senti tout l'enthousiasme qui animait les autres membres et j'étais impatiente de me joindre à eux. »

Analyste principale – Processus d'affaires au sein du groupe Technologie et opérations, Pia a depuis été élue au conseil d'administration de BMO Pride, l'un des groupes d'affinité les plus dynamiques et populaires de la Banque. « BMO a créé un milieu inclusif où les LGBTQIA (lesbiennes, gais, bisexuels, transgenres et allosexuels) sentent qu'ils peuvent être eux-mêmes au travail, explique Pia. Ils sont donc plus

heureux et plus motivés. De plus, il est avantageux pour la Banque d'accueillir des idées et des vécus diversifiés qui contribuent à améliorer le service, les produits et le soutien à nos clients. »

Liens communautaires

BMO Pride et son pendant américain, BMO Harris Pride, s'emploient activement à nouer des liens avec l'ensemble de la communauté LGBTQIA. Par exemple, leurs membres participent à la course annuelle Pride and Remembrance Run, activité de bienfaisance liée à la célèbre Pride Week (semaine de la fierté) tenue à Toronto à la fin de juin. Entre autres initiatives, le groupe (qui comprend aussi de nombreux alliés

hétérosexuels) organise des séminaires de sensibilisation, parraine des événements et veille à ce que les programmes de la Banque axés sur la clientèle, comme la planification de la retraite, intègrent une perspective LGBTQIA.

Les activités de BMO Pride au sein de la communauté peuvent aussi amener de nouveaux clients. Par exemple, la Banque est depuis longtemps commanditaire principal de la compagnie Buddies in Bad Times Theatre, tribune favorisant la diffusion de la culture LGBTQIA à Toronto et foyer de divers programmes axés sur les jeunes. Lorsque le théâtre a appris que son institution financière ne pouvait plus s'adapter à l'évolution de ses besoins, la direction s'est adressée à BMO, banque qui avait toujours fait preuve d'un soutien indéfectible à l'ensemble de la communauté.

Ces liens iront en s'intensifiant à mesure que BMO Pride poursuivra ses activités très en vue de parrainage et de collecte de fonds avec l'aide d'un nombre croissant de membres qui partagent l'enthousiasme de Pia. « Depuis que je fais partie de ce groupe, je suis fière de me présenter au travail chaque jour, dit-elle. Cela m'a permis d'entrer en contact avec des employés d'autres villes et d'autres secteurs de la Banque que je n'aurais pas rencontrés autrement. Maintenant, je comprends mieux la stratégie d'affaires de BMO et les effets extraordinaires que la mobilisation des employés peut avoir tant dans nos vies que dans les collectivités où nous sommes présents. »

De gauche à droite : Anil Narain, Fun Man Lee et Pia Schmidt-Hansen, membres de BMO Pride.



Plonger dans la réussite

Dans l'industrie du pétrole en plein essor au large de Terre-Neuve, Pro-Dive Marine Services accroît ses activités en innovant et en investissant dans le capital humain, tout en stimulant l'économie locale.

TOUT TRAVAIL COMPORTE DES DIFFICULTÉS, mais l'entretien d'installations de forage pétrolier dans les eaux sombres et glaciales de l'Atlantique Nord est sans contredit l'un des emplois les plus exigeants. Tel est l'environnement de travail quotidien de Pro-Dive Marine Services, entreprise terre-neuvienne devenue un fournisseur clé pour l'industrie pétrolière et gazière en croissance rapide de la côte Est du Canada.

Fondée en 1983, Pro-Dive offre divers services au secteur de l'exploration et de l'exploitation en mer, dont des véhicules sous-marins téléguidés (VTG) utilisés pour la construction et le forage, du soutien à la plongée à saturation pour les projets techniques en eau profonde, et des services de plongée.

Il y a dix ans, ayant acquis une solide réputation de sécurité et de fiabilité, la société a décidé qu'il était temps d'investir dans le capital humain et dans la technologie. « Pro-Dive amorçait une importante phase d'expansion, explique David Squires, président fondateur. Nous avons besoin d'une banque qui serait pour nous un partenaire et qui comprendrait que nos objectifs de croissance dans ce secteur technique spécialisé exigent de la prévoyance en matière de financement et de la souplesse en matière de besoins de trésorerie à court terme. BMO a compris notre modèle d'entreprise non traditionnel et la nature particulière de notre secteur d'activité. »

Croissance de l'économie locale
Avec le soutien de la Banque, Pro-Dive



a agrandi sa flotte de VTG en ajoutant aux robots, servant strictement à l'observation, de plus gros véhicules d'intervention, dotés de capacités qu'aucune société terre-neuvienne n'offrait jusqu'alors. Ces investissements dans la technologie comportent des délais d'approvisionnement de plusieurs années. Il en va de même des sommes que Pro-Dive consacre au capital humain et à la formation, qui ont augmenté en réponse aux exigences complexes de l'exploitation pétrolière en mer.

À mesure que son entreprise évolue, David Squires reste conscient du rôle de chef de file de Pro-Dive dans la croissance de l'économie régionale : « Nous aidons nos fournisseurs à prendre de l'expansion et à parfaire les compétences de la main-d'œuvre locale, objectifs qu'on ne peut réaliser en important des biens et des compétences. » Parallèlement, Pro-Dive possède un sens aigu

de la responsabilité environnementale; elle utilise un matériel de plongée écologique et des systèmes de propulsion électrique dans ses véhicules sous-marins. « Comme nous travaillons directement dans l'environnement marin, explique M. Squires, nous tenons à réduire au minimum les répercussions éventuelles de nos activités. »

Et l'avenir? « Pro-Dive cherche toujours à redéfinir les standards de l'industrie, observe M. Squires, qu'il s'agisse d'améliorer notre offre de services, d'adopter les normes de qualité ISO ou d'acquérir du matériel de pointe. Pour conserver notre position de chef de file, nous allons continuer de relever la barre au cours des années à venir. »

BMO a financé à hauteur de deux millions de dollars la fabrication, à Terre-Neuve, du Pro-Dive Attender, l'un des rares bateaux de soutien à la plongée de ce type dans le monde.



Métaux lourds

Chef de la direction de la société qu'elle a bâtie avec son défunt mari, Rita Kress veille sur la destinée d'un chef de file mondial de la fabrication de transporteurs spécialisés de métaux traités et d'autres matériaux lourds.

« **JE ME RAPPELE LE TEMPS** où nous avions six employés et constamment des problèmes à régler, se souvient Rita Kress. Notre situation était parfois précaire au chapitre des liquidités, mais en maintenant notre croissance et en diversifiant nos produits, nous avons réussi à nous imposer. »

D'entreprise familiale modeste qu'elle était à ses débuts en 1965, Kress Corporation est devenue un important fabricant de matériel mobile destiné

aux aciéries, aux mines à ciel ouvert et à d'autres industries devant transporter des matériaux lourds. Depuis ses installations à Brimfield, Illinois, la société fournit des machines à des clients qui exercent leurs activités dans des environnements exigeants, sur sept continents.

Très tôt, Kress a décidé de collaborer avec Caterpillar, un leader mondial de l'équipement de construction et d'exploitation minière, en fabriquant

des éléments compatibles avec certaines machines motrices de la grande société. Plus de 45 ans plus tard, ce solide partenariat permet à Kress d'accéder à un réseau mondial grandissant de clients et de réaliser ainsi la vision d'une croissance soutenue prônée par Ted Kress, fondateur de la société, décédé en 2003.

« Nous avons maintenu notre croissance en fabriquant le meilleur produit, estime Rita Kress, dont le

La réussite de Kress repose sur une croissance contrôlée et sur la capacité de s'adapter à des besoins et à des marchés spécialisés dans le monde entier.



rôle a toujours consisté à trouver les moyens de concrétiser la vision de son mari. Nous savons quelles méthodes ont assuré notre réussite, et nous n'en changerons pas. »

Mouvement perpétuel

La réussite de la société tient notamment dans sa recherche d'une expertise reconnue, qu'il s'agisse de conseils juridiques et comptables ou de services bancaires aux entreprises. « J'ai toujours entendu dire qu'un client de BMO Harris Bank était un client à vie, observe Rita, et je peux en témoigner. Je gère de près la trésorerie et j'évite le plus possible d'emprunter. BMO Harris nous a grandement aidés à rembourser notre dette. Depuis que nous avons recours à ses services, nous n'avons jamais perdu notre élan et, si un problème se présente, je n'ai qu'à téléphoner. »

Kress a pour principe d'établir des partenariats mutuellement enrichissants, principe qui s'étend à la collectivité, où Rita participe à de nombreuses activités reliées tant à la conservation de l'eau qu'au scoutisme, en passant par l'essor économique de la région de Peoria encouragé par un groupe appelé Forward Focus CI. « C'est tout naturel d'aider le milieu dans lequel on vit », résume-t-elle.

Quant à l'avenir de la société, la chef de la direction a bien appris son métier : « En affaires, tout évolue : les gens, les besoins, la situation économique. Il faut toujours être prêt à s'adapter, tout en gardant l'œil sur la route à suivre. » ☺

Le sens d'un nom

BMO Harris Bradley Center, Milwaukee, Wisconsin

« Chaque année, le BMO Harris Bradley Center génère pour le Grand Milwaukee des retombées économiques nettes de plus de 80 millions de dollars. C'est un atout extraordinaire pour la collectivité et une source d'emplois. Quand nous étions à la recherche de champions de la collectivité pour nous aider à bâtir l'avenir du centre, BMO Harris Bank a résolument répondu à l'appel. Cette commandite aura une incidence importante. »

TIM SHEEHY, PRÉSIDENT, THE METROPOLITAN MILWAUKEE ASSOCIATION OF COMMERCE

BMO Harris Bank Center, Rockford, Illinois

« Notre partenariat avec BMO Harris Bank ne se résume pas à l'apposition de son nom sur l'arène – c'est un investissement dans le centre-ville de Rockford et la preuve que BMO Harris Bank s'intéresse à la revitalisation de notre ville. Le BMO Harris Bank Center constitue un excellent exemple de ce qu'on peut accomplir lorsque les secteurs privé et public collaborent pour le bien des citoyens. »

MIKE DUNN, PRÉSIDENT DU CONSEIL, ROCKFORD AREA VENUES AND ENTERTAINMENT AUTHORITY

BMO Field, Toronto, Ontario

Le stade BMO Field est un atout important pour la collectivité, et un excellent exemple de partenariat entre le public et le privé. Non seulement favorise-t-il le sport et ses bienfaits pour la santé et la forme physique, mais il stimule aussi le développement et la croissance économique à long terme de Toronto.

TOM ANSELM, PRÉSIDENT ET CHEF DE L'EXPLOITATION, MAPLE LEAF SPORTS & ENTERTAINMENT

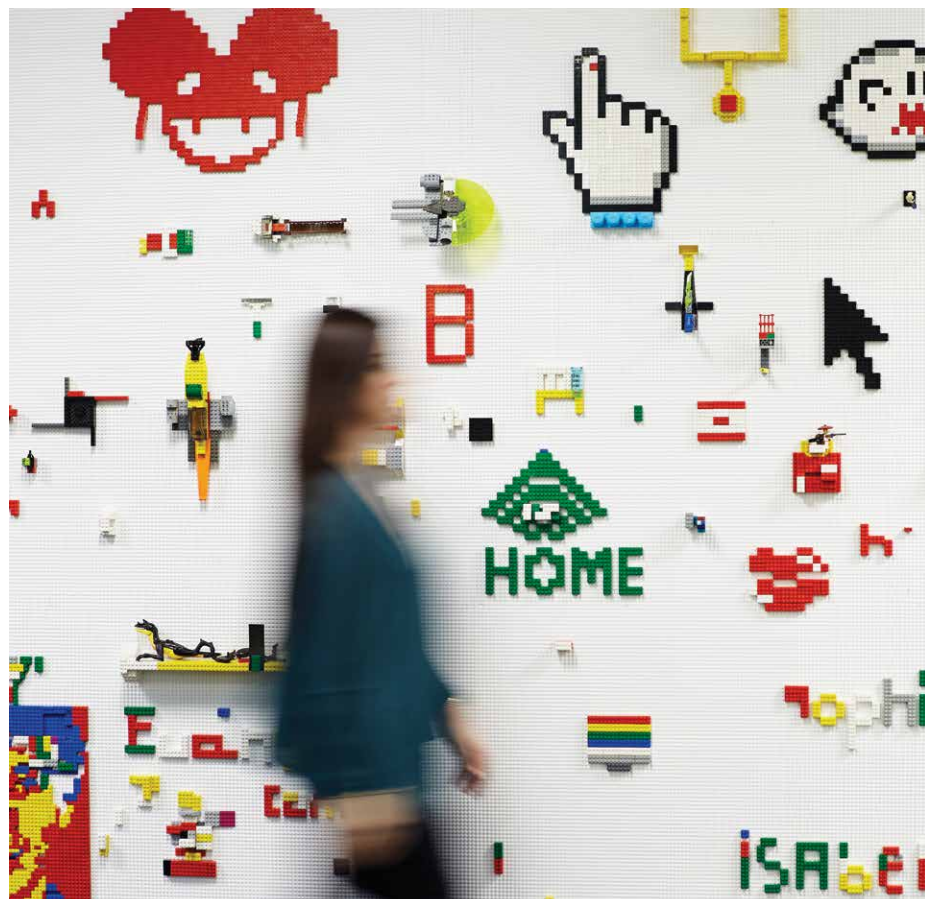
Le stade BMO Field, Toronto, Ontario





Il suffit d'un Klick

L'agence de marketing numérique Klick Health, de Toronto, jouit d'une réputation internationale – et affiche une croissance remarquable – grâce aux projets qu'elle mène à bien pour des clients de prestige du secteur des soins de santé.



SI L'ON DEMANDAIT AUX 20 grandes sociétés pharmaceutiques et biotechnologiques mondiales ce qu'elles ont en commun, 15 d'entre elles pourraient répondre par un simple mot : Klick. Pour transmettre leurs messages aux publics qu'elles veulent joindre en ligne, la plupart de ces chefs de file font appel à Klick

Health, la plus grande agence indépendante de marketing numérique du monde qui se spécialise dans le secteur de la santé.

Fondée à Toronto en 1997 par trois partenaires, Klick a connu une croissance rapide et s'est imposée comme étant un porte-drapeau des

communications novatrices dans le secteur des soins de santé. L'agence offre un vaste éventail de services numériques : élaboration d'applications Web personnalisées, création de contenus rédactionnels et créatifs, conception et systèmes de gestion de programmes d'apprentissage en ligne, ainsi que conseils sur la conception, l'analyse et la convivialité de sites Web.

La clientèle de Klick est notamment formée de fabricants de médicaments et de matériel médical ainsi que de fournisseurs de services diagnostiques et de soins gérés. Si ses solutions numériques varient selon les besoins de chaque client, le dénominateur commun est la nécessité de joindre et d'informer les fournisseurs de soins de santé qui, à leur tour, renseignent les patients sur d'importantes questions de santé et sur les traitements possibles.

Nommée agence de l'année par deux importantes publications spécialisées, Klick a dépassé de 5 millions de dollars ses résultats prévisionnels de 2012. Toutefois, ce qui compte tout autant pour l'équipe de direction, ce sont les retombées positives de son travail. « Certains de nos programmes permettent de mieux gérer les problèmes de santé et contribuent même à changer des vies » observe Peter Cordy, associé fondateur, président du conseil et chef de la direction, « mais nous n'en tirons aucun orgueil. »

La recherche de l'équilibre

L'éducation financière est une chose toute naturelle pour une banque soucieuse de réduire la complexité, d'offrir des conseils utiles et d'aider ses clients à prendre leurs décisions en toute confiance.

Des employés suivent une formation en leadership à L'Académie BMO Groupe financier.



L'amélioration de la littératie financière s'inscrit dans l'engagement de BMO à clarifier les questions d'argent. Un peu partout en Amérique du Nord, des dizaines de milliers d'employés de la Banque investissent temps et énergie pour aider les gens à mieux comprendre les produits, services et concepts financiers, qu'il s'agisse d'aider les acheteurs d'une première maison à comparer des offres de prêt hypothécaire ou de montrer à des étudiants comment établir la concordance de leur compte bancaire.

Nous cherchons également à atteindre l'équilibre dans notre propre démarche en harmonisant nos programmes de formation financière avec les autres responsabilités qui nous incombent en tant qu'organisation bien gérée. En augmentant la capacité d'informer et de conseiller de nos employés, nous avons un but précis : fidéliser la clientèle et établir des liens plus étroits avec certains clients, tels que les parents désireux d'inculquer à leurs enfants la valeur de l'argent. Parallèlement, nous collaborons avec les administrations publiques et les organismes communautaires afin d'améliorer les connaissances financières de l'ensemble des Canadiens et des Américains. C'est une occasion de faire preuve de leadership au sein du secteur bancaire tout en nous montrant dignes de la confiance qu'on nous accorde en tant qu'institution financière.



Éducation financière des employés

Pour concrétiser la vision de BMO, c'est-à-dire être la banque modèle en matière d'expérience client exceptionnelle, nos employés doivent connaître l'éventail complet des options bancaires et disposer de renseignements financiers à jour. En 2012, nous avons donc lancé un programme d'éducation financière visant à développer nos propres compétences et confiance.

Nous avons d'abord mené à l'échelle de la Banque un sondage sur la littératie financière, ce qui a permis de cerner les notions sur lesquelles nous pourrions offrir aux employés des connaissances et un soutien supplémentaires afin d'améliorer leur niveau de littératie financière et leurs entretiens quotidiens avec les clients. L'Académie de BMO Groupe financier offrira bientôt une série de cours visant à parfaire les connaissances et les compétences des employés. Ce programme en ligne, qui sera lancé en 2013, sera également offert aux clients.



Centre de ressources en connaissances financières

Le site intranet de BMO Harris Bank s'est enrichi d'un nouveau volet : un centre de ressources en connaissances financières qui offrira une série de modules d'apprentissage en ligne visant à aider les employés à créer des séminaires d'information destinés aux membres de la collectivité et d'autres activités de rapprochement. Le centre offrira également des webinaires sur les méthodes d'enseignement à privilégier, des renseignements sur les activités à venir, un répertoire d'employés pouvant agir à titre d'animateurs et des communiqués sur les diverses activités de service de la Banque (dont celles entreprises en conformité avec la Community Reinvestment Act des États-Unis); il soulignera aussi l'apport des employés qui ont contribué à l'avancement de la littératie financière.

Le succès nourrit le succès

Les fondateurs de Klick sont également fiers d'offrir un excellent milieu de travail. Nommée parmi les sociétés les mieux gérées au Canada, l'agence a également remporté des prix nationaux la consacrant employeur de choix (le taux de roulement du personnel est inférieur de plus de 50 % à la moyenne du secteur) qui offre un milieu de travail exemplaire. Klick est en outre l'une des sociétés nord-américaines qui connaissent la plus forte croissance : l'an dernier, son effectif a augmenté de 50 % et atteint maintenant près de 300 employés, dont une nouvelle équipe de vente aux États-Unis.

Cette croissance spectaculaire exige

des bases solides et une planification rigoureuse, et c'est ici qu'intervient BMO. « La présence d'un partenaire financier solide et fiable a contribué à notre réussite, affirme M. Cordy qui, à titre de chef des finances, a traité presque exclusivement avec la Banque depuis la fondation de Klick. Nos besoins évoluent constamment. Qu'il s'agisse d'agrandir nos bureaux, d'actualiser le matériel ou de prendre de l'expansion aux États-Unis, nous savons que nous pouvons compter sur BMO. »

En plus d'offrir des prêts à l'exploitation pour répondre aux besoins courants, BMO aide à financer des programmes d'apprentissage et des initiatives fondées sur la recherche.

Cela exige une connaissance du secteur pharmaceutique que M. Cordy trouve rare parmi les banques. Il aime également que ses partenaires bancaires partagent les valeurs de base à l'origine de la réussite de son entreprise : « Notre chiffre d'affaires approche les 100 millions de dollars, mais nous tenons à conserver les mêmes façons de faire et de penser qu'à nos débuts. Cela peut sembler simpliste, mais nous croyons que le secret de notre succès tient au succès de nos clients. »

Conçu par Peter Cordy, le lieu de travail unique de Klick comprend un mur de briques LEGO, un gymnase et un bar à crème glacée.

NOS FONDATIONS



De solides principes de gouvernance

BMO S'EMPLOIE À MAINTENIR les plus hauts niveaux d'éthique des affaires et de gouvernance. Nous sommes fiers de la façon dont nous exerçons nos activités et croyons que la durabilité et la viabilité à long terme de notre organisation ne sauraient être possibles sans une conduite responsable des affaires.

Nous adhérons absolument aux principes d'une saine gouvernance : transparence, communication de l'information et honnêteté. Notre stratégie de responsabilité sociétale repose sur ces principes de base, qui sont immuables. Or les pratiques de gouvernance doivent s'adapter aux changements de l'économie et de notre secteur d'activité. C'est pourquoi nous examinons, évaluons et modifions régulièrement nos pratiques de gouvernance afin qu'elles continuent de répondre à nos normes élevées et à celles de notre cadre d'exploitation.

Nos pratiques de gouvernance satisfont ou dépassent les exigences relatives à toutes les règles applicables adoptées par les Autorités canadiennes en valeurs mobilières et par la Securities and Exchange Commission des États-Unis, ainsi qu'aux dispositions de la loi américaine Sarbanes-Oxley de 2002.



Conformité

La conformité est un élément essentiel de la performance sociale d'une banque. Nous avons adopté des politiques et des processus à l'égard du respect des lois et de la réglementation dans tous les territoires où BMO, ses filiales ou ses sociétés affiliées exercent leurs activités. Le respect des lois et des règlements est essentiel à l'adoption d'un comportement juste.

La préservation d'une culture de confiance et de bonne gouvernance repose principalement sur nos employés. Chacun d'eux doit lire et suivre notre code de conduite, intitulé *Principes fondamentaux*, qui encadre la conduite et la prise de décisions éthiques, essentielles à nos activités.

Les *Principes fondamentaux* nous incitent à nous demander : Est-ce équitable? Est-ce juste? Est-ce légal? En posant ces questions, nous faisons en sorte que l'honnêteté, l'intégrité et des normes d'éthique bien définies soient à la base de toutes nos activités.

Selon les *Principes fondamentaux*, tous les employés de BMO doivent :

- agir de manière juste, honnête et éthique;
- respecter les droits d'autrui;
- respecter la lettre et l'esprit de la loi;
- protéger la confidentialité des renseignements personnels;
- éviter et régler les conflits d'intérêts;
- se conduire de façon convenable en tout temps;
- assumer leurs responsabilités.

Nos politiques en matière de conformité portent sur des questions de sécurité telles que :

- la protection des renseignements personnels;
- la sécurité des technologies de l'information;
- la protection des dénonciateurs;
- la lutte contre le blanchiment d'argent;
- la corruption.

Engagement des parties prenantes

Nos parties prenantes sont au cœur de chacune de nos décisions.

L'établissement de relations durables avec nos parties prenantes est essentiel à la viabilité à long terme de nos activités. Nous nous sommes engagés à travailler avec nos actionnaires, nos employés, nos collectivités et nos clients. C'est en comprenant leurs attentes et leurs intérêts que nous pouvons nous améliorer et réaliser notre vision d'être la banque modèle en matière d'expérience client exceptionnelle.

Pour en savoir plus sur nos pratiques de gouvernance, consultez notre site Web, notre circulaire de sollicitation de procurations, notre Rapport sur la responsabilité environnementale, sociale et de gouvernance et Déclaration annuelle, et notre Rapport annuel.

Place d'Armes, Montréal, Québec



Faits saillants 2012

Notre exercice de plus près



BMO Groupe financier apporte son soutien au soccer à tous les niveaux, des clubs juvéniles locaux à la ligue professionnelle. En 2013, nous avons annoncé l'octroi d'un don de 20 000 \$ à l'organisme sans but lucratif Urban Ventures, qui cherche à rompre le cycle de pauvreté se poursuivant de génération en génération dans le Sud de Minneapolis. Ce don servira au financement de plusieurs projets, tels que le programme Urban Stars, qui donne à des garçons et des filles âgés de 3 ans à 19 ans la possibilité de jouer au soccer dans un cadre compétitif tout en leur offrant un endroit sûr pour s'amuser, apprendre et s'épanouir.

5 366 millions de dollars

rémunération totale ajustée des employés

5,17

jours de formation par employé

90,6 millions de dollars

consacrés à la formation des employés

depuis 184 ans

versement de dividendes : exploit inégalé par toute autre entreprise au Canada

13,5 millions de dollars

dons d'employés

83 %*

taux de participation au Sondage annuel auprès des employés

400 000

étudiants bénéficiant de services bancaires sans frais

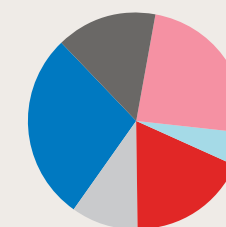
96

tonnes de déchets détournés des sites d'enfouissement grâce à notre programme d'élimination du matériel technologique

Contribution à la collectivité

55,7 millions de dollars

total des dons à la collectivité



- 24 % Hôpitaux et santé
- 15 % Initiatives communautaires
- 28 % Éducation
- 10 % Fédérations caritatives
- 18 % Arts et culture
- 5 % Divers

*Donnée tirée du Rapport sur la responsabilité environnementale, sociale et de gouvernance et Déclaration annuelle de 2012.



Rob Prichard, président du conseil d'administration de BMO et Deborah Gillis, chef de la direction de Catalyst. Lancé en 2012, l'Accord Catalyst a pour objectif de porter à 25 % la représentation des femmes aux conseils d'administration des 500 plus grandes entreprises du Canada selon le FP500 d'ici à 2017.

Il y a plus de 20 ans, BMO publiait le rapport de son Groupe de travail sur l'avancement des femmes à la Banque, qui fera date. Il s'agissait d'une initiative novatrice – non seulement pour BMO, mais également pour le milieu des affaires canadien. Tony Comper, alors président et chef de l'exploitation de la Banque, avait ainsi résumé le consensus : « Le plafond de verre est désormais officiellement brisé. »

Deux décennies plus tard, quoique heureux d'avoir été reconnus à plusieurs reprises comme des acteurs de premier plan en matière de promotion de la diversité et de l'inclusion, nous constatons que le travail – que nous contribuons tous à accomplir – est loin d'être terminé. Promouvoir la diversité, travailler à la favoriser et veiller à ce que personne ne soit exclu est un engagement perpétuel.

Pour notre Banque, il n'y avait pas de meilleur moyen de souligner le 20^e anniversaire de la publication de notre rapport qu'en renouvelant notre engagement à offrir un milieu de travail équitable. Et nous félicitons notre Conseil d'avoir fait un autre pas important dans cette direction : BMO a été l'un des premiers signataires de l'Accord Catalyst, un appel à l'action lancé au monde des affaires canadien afin d'accroître la représentation des femmes au sein des conseils d'administration.

En fait, les administrateurs de la Banque, dirigés par le président du conseil, Rob Prichard, ont poussé l'Accord un peu plus loin en mettant la barre plus haut pour BMO et en publiant la cible dans la circulaire de sollicitation de procurations de 2013. Et nous avons atteint notre cible : les femmes représentent maintenant le tiers des membres de notre conseil indépendant.

Ces efforts visent bien davantage que la promotion de l'équité. Ils visent à faire progresser la situation – et il est temps d'accélérer la cadence.

Communiquez avec nous
Vous pouvez consulter ou faire imprimer le Rapport sociétal 2013 de BMO Groupe financier à partir de notre site Web. Si vous avez des questions sur nos activités en matière de responsabilité sociétale, veuillez communiquer avec nous à corporate.responsability@bmo.com.



PRINCIPES
D'ÉQUATEUR



SÉRIE D'INDICES
FTSE4GOOD



INDICE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DJSI
AMÉRIQUE DU NORD



A DÉLIVRÉ DES CRÉDITS CARBONE.
LE PRÉSENT RAPPORT SOCIÉTAL EST
NEUTRE EN CARBONE.

Les marques de commerce ci-dessous sont la propriété de la Banque de Montréal ou de ses filiales : BMO, BMO et le médaillon contenant le M souligné, BMO Field, BMO Groupe financier, BMO Harris Bank, BMO Harris Bank Center, Ça a du sens. Profitez., ligne d'action, M&I.

Les marques de commerce ci-dessous sont la propriété de tiers : Jeunesse, J'écoute est une marque de commerce déposée de La Fondation Jeunesse, J'écoute, Money Smart Week est une marque de commerce déposée de la Banque fédérale de réserve de Chicago, Centraide est une marque de commerce déposée de Centraide Canada-United Way of Canada, organismes chapeautés par United Way Worldwide.

