

A close-up photograph of a woman with blonde hair and blue-rimmed glasses, smiling broadly. She is wearing a colorful, patterned scarf and a blue jacket. She is leaning her head against a light-colored door frame, with her hands resting on the door. The background shows a white door with decorative elements.

L'ouverture renforce nos liens



Rapport annuel 2014.

fair banking  
**banque coop**

# Chiffres clés

## Comptes annuels Banque Coop SA selon le principe True and Fair View

<b>Structure du capital</b>		<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Nombre d'actions		16 875 000	16 875 000	16 875 000
Valeur nominale par action	en CHF	20,00	20,00	20,00
Capital-actions	en CHF 1000	337 500	337 500	337 500

<b>Cours boursier</b>		<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Cours boursier à la fin de l'année	en CHF	42,60	45,10	54,20
· Variation	en %	-5,5	-16,8	-13,3
Cours le plus haut	en CHF	47,05	54,50	62,75
Cours le plus bas	en CHF	40,05	38,00	52,00
Capitalisation boursière à la fin de l'année	en millions de CHF	719	761	915
· en % du bénéfice brut	en %	785	905	965
· en % des fonds propres <sup>1)</sup>	en %	67	74	92

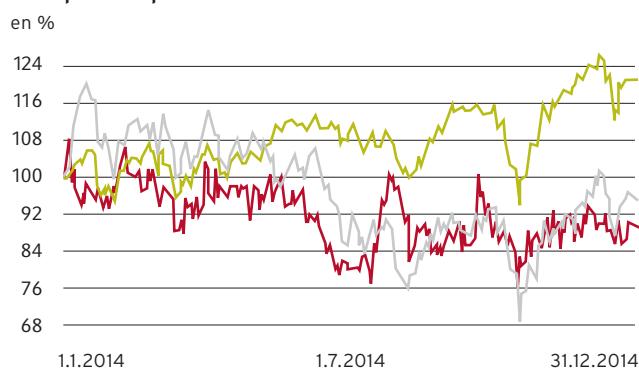
<b>Chiffres clés par action au porteur</b>		<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Bénéfice brut	en CHF	5,42	4,98	5,62
Résultat d'exploitation <sup>1)</sup>	en CHF	4,99	4,38	4,88
Bénéfice de l'exercice (earnings per share) <sup>1)</sup>	en CHF	4,77	3,61	4,03
Valeur comptable <sup>1)</sup>	en CHF	63,97	60,88	58,80
Rendement du dividende <sup>1)</sup>	en %	4,2	4,0	3,3
Taux de distribution (pay-out-ratio) <sup>1)</sup>	en %	36,7	49,8	44,7
Rapport cours-bénéfice (price-earnings-ratio) <sup>1)</sup>		8,93	12,48	13,46
Rapport cours-valeur comptable (price-book-ratio) <sup>1)</sup>		0,67	0,74	0,92

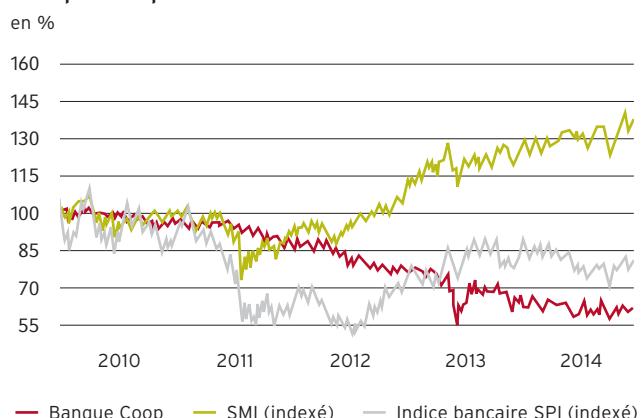
<b>Dividende</b>		<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Par action au porteur à la valeur nominale de CHF 20.-				
· Dividende brut	en CHF	1,80	1,80	1,80
· Part exemptée de l'impôt anticipé	en CHF	0,00	0,00	1,34
· Part brute assujettie à l'impôt anticipé	en CHF	1,80	1,80	0,46
Bonification du dividende le		17.4.2015	6.5.2014	22.4.2013
N° de valeur de l'action au porteur: 1 811 647 (ISIN: CH0018116472)				

<sup>1)</sup> Adaptation des valeurs de l'année précédente suite à la modification des principes comptables et d'évaluation.

### Evolution en 2014 de l'action au porteur Banque Coop SA



### Evolution sur 5 ans de l'action au porteur Banque Coop SA



## Comptes annuels Banque Coop SA selon le principe True and Fair View

<b>Bilan</b>		<b>31.12.2014</b>	<b>31.12.2013</b>	<b>31.12.2012</b>
Total du bilan	en CHF 1000	16 212 412	15 053 827	15 255 846
· Variation	en %	7,7	-1,3	3,1
Prêts à la clientèle	en CHF 1000	14 269 566	13 569 762	13 010 774
· dont créances hypothécaires	en CHF 1000	13 670 465	13 017 255	12 489 268
Fonds de la clientèle	en CHF 1000	11 635 514	10 957 486	10 653 999
Fonds du public	en CHF 1000	14 386 014	13 471 286	13 370 799
Fonds propres déclarés (après répartition du bénéfice) <sup>1)</sup>	en CHF 1000	1 079 421	1 027 429	992 273
<b>Avoirs gérés</b>		<b>31.12.2014</b>	<b>31.12.2013</b>	<b>31.12.2012</b>
Total avoirs gérés	en CHF 1000	19 230 278	17 866 326	17 749 252
· Variation	en %	7,6	0,7	3,7
<b>Compte de résultat</b>		<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Résultat des opérations d'intérêts	en CHF 1000	160 441	156 524	155 658
Résultat des opérations de commissions et de prestations de services	en CHF 1000	64 704	70 515	69 056
Résultat des opérations de négoce	en CHF 1000	12 428	13 221	13 344
Autres résultats ordinaires	en CHF 1000	6 424	4 043	4 125
Produit d'exploitation	en CHF 1000	243 997	244 303	242 183
Charges d'exploitation	en CHF 1000	152 476	160 238	147 428
Bénéfice brut	en CHF 1000	91 521	84 065	94 755
· Variation	en %	8,9	-11,3	12,4
Amortissements, correctifs de valeurs, provisions, pertes <sup>1)</sup>	en CHF 1000	7 277	10 143	12 327
Résultat d'exploitation <sup>1)</sup>	en CHF 1000	84 244	73 922	82 428
· Variation <sup>1)</sup>	en %	14,0	-10,3	10,7
Bénéfice d'exploitation <sup>1)</sup>	en CHF 1000	80 497	60 995	67 975
· Variation <sup>1)</sup>	en %	32,0	-10,3	10,7
<b>Chiffres clés généraux</b>		<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Ratio de couverture (après répartition du bénéfice) <sup>1)</sup>	en %	6,7	6,8	6,5
Rendement sur fonds propres (RoE) <sup>1)</sup>	en %	7,9	7,2	8,3
Rendement sur total du bilan (RoA)	en %	0,5	0,4	0,5
Ratio composante des actions ordinaires et assimilées (CET1)	en %	15,1	13,5	13,2
Ratio des actions ordinaires et assimilées (T1)	en %	15,1	13,5	13,2
Total capital ratio	en %	15,1	14,7	14,4
Leverage ratio <sup>2)</sup>	en %	6,5	-	-
Taux de refinancement I (fonds de la clientèle/prêts à la clientèle)	en %	81,5	80,7	81,9
Taux de refinancement II (fonds du public/prêts à la clientèle)	en %	100,8	99,3	102,8
Cost-income ratio I	en %	62,5	65,6	60,9
Cost-income ratio II	en %	65,4	68,5	63,8

<sup>1)</sup> Adaptation des valeurs de l'année précédente suite à la modification des principes comptables et d'évaluation.

<sup>2)</sup> Première mise en œuvre le 31.12.2014.

<b>Ressources</b>		<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>
Nombre de clients		257 497	265 575	271 278
Nombre de collaborateurs		513	534	530
Nombre de succursales		33	33	33

# Table des matières

<b>3</b> Editorial	<b>46</b> Le développement durable est notre responsabilité
<b>6</b> Questions et réponses	
<b>11</b> Rétrospective de l'exercice	<b>54</b> Organes de direction
<b>16</b> Notre stratégie, un critère incontournable	<b>56</b> Organigramme
<b>25</b> Nos clients incarnent nos valeurs	<b>57</b> Direction
<b>42</b> Nos collaborateurs incarnent nos forces	<b>60</b> Succursales

Couverture:

**Maria Christine Senn, cliente placements, Bâle**

«Je suis quelqu'un d'ouvert et dotée d'un certain sens social, mais je ne me confie pas pour autant à n'importe qui. Je suis satisfaite de ma banque, d'autant que je suis bien conseillée. Je me réjouis en particulier de sa décision de rembourser désormais les rétrocessions.»

Fonds de la clientèle

**+678**  
millions CHF

Nouveau record: les fonds de la clientèle enregistrent un bond de 6,2%.

Créances hypothécaires

**13,7**  
milliards CHF

Le bonheur d'être propriétaire: le volume de crédits octroyés, qui a augmenté de 5% en un an, confirme notre position de force en matière de financement de logements en propriété.

Compte d'épargne Plus

**+88,3**  
millions CHF

Une rémunération attrayante: le compte d'épargne Plus reste le produit d'épargne plébiscité par la clientèle privée.

Part d'hommes travaillant à temps partiel

**14,8%**

Le temps partiel, un thème important, et pas seulement pour les femmes! La proportion d'hommes occupant un poste à temps partiel au sein de notre banque a augmenté en 2014 dans les proportions exprimées ci-dessus.

## Chiffres clés 2014

Taux d'embauche des apprentis

**81,3%**

Emissions de gaz à effet de serre

**-9,2%**

Contribuer à la protection du climat relève de notre responsabilité. Nous nous sommes vu décerner pour la quatrième fois le label Swiss Climate CO<sub>2</sub> après être parvenus à réduire activement nos émissions de CO<sub>2</sub> de 895 à 813 tonnes (-9,2%).



Ralph Lewin et Sandra Lienhart

# Editorial

Chères lectrices, chers lecteurs,

Notre rapport annuel 2014 est placé sous la devise «L'ouverture renforce nos liens». L'ouverture aux profonds changements importants que connaît l'environnement bancaire est devenue une mission de chaque instant. Elle prépare la voie aux innovations futures et nous incite à relever les défis posés par la multiplication des réglementations dans le domaine financier, les différends fiscaux persistants et les débats autour des rémunérations et leur plafonnement.

L'ouverture fait à nos yeux partie intégrante de notre culture d'entreprise, celle-là même qui nous permet d'emprunter aux côtés de nos clients de nouvelles voies, profitables à tous. En décidant par exemple cette année de ne plus percevoir de rétrocessions et de les rembourser aux clients, nous évitons les conflits d'intérêts et les mauvaises incitations dans le domaine du conseil. Nous posons ainsi les bases d'un dialogue ouvert qui favorise le choix d'une offre répondant aux souhaits et aux attentes de chaque client.

Mais il ne suffit pas d'accueillir les changements dans notre environnement et de nous y adapter. Les besoins de notre clientèle ne cessent eux aussi d'évoluer et de se diversifier. Les clients souhaitent par exemple effectuer davantage d'opérations en ligne. Ils sont également à la recherche d'un conseiller compétent, compréhensif et disponible à qui pouvoir s'adresser en cas de problèmes ou d'opérations complexes: quelqu'un qui fasse preuve d'empathie en se mettant à leur place et en parlant le même langage qu'eux. Quelqu'un qui cerne leurs attentes, les prenne en compte et y réponde de façon personnalisée. Quelqu'un qui réponde à leurs questions en toute franchise et prenne au sérieux leurs craintes.

Tous ces changements et besoins sont des facteurs qui influent sur notre activité commerciale et dont il faut en conséquence tenir compte, d'autant plus qu'ils jouent un rôle essentiel en termes d'orientation stratégique et d'identité de prestataire de services pour nos clients.

# Editorial

En collaboration avec la Basler Kantonalbank, nous avons traité ces questions lors d'un dialogue ouvert et renforçant les liens, défini l'orientation stratégique au sein du groupe et posé les fondements d'un modèle d'affaires durable ainsi que de notre vision de l'avenir. Nous avons défini nos priorités pour les années futures, les trois piliers suivants occupant une place de premier plan pour notre banque, nos clientes et nos clients.

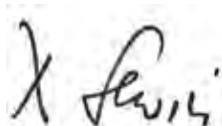
- **Nous nous positionnons comme une banque de conseil indépendante**
- **Nous assurons une gestion axée sur la valeur**
- **Nous coopérons au sein du groupe**

Ces trois piliers stratégiques ont permis de dégager de nombreux champs d'action, qui doivent être traités dans l'optique d'atteindre nos objectifs. Durant l'exercice 2014, les équipes de projet de la Banque Coop et la BKB ont travaillé d'arrache-pied sur les thèmes stratégiques. Comme mentionné précédemment, nous ne percevons plus de rétrocessions depuis l'année dernière et avons ainsi mis en œuvre de manière préventive une mesure mettant en exergue le pilier stratégique «Banque de conseil indépendante».

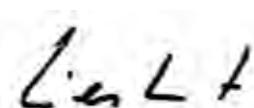
La nouvelle stratégie modifiera les processus, procédures et structures. L'ouverture au changement et le fait de considérer celui-ci comme une opportunité est déterminant pour le succès à long terme de notre banque. Le présent rapport annuel vous en apprendra davantage sur la voie dans laquelle nous nous sommes engagés: vous pourrez ainsi vous faire votre propre idée des premiers succès engrangés dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie.

Le 1<sup>er</sup> mars 2015, Hanspeter Ackermann commencera à travailler à la Banque Coop. Nous nous réjouissons vivement qu'une personnalité dirigeante de premier plan, ayant une véritable vision en matière de conduite, ait rejoint les rangs de notre banque pour y poursuivre la mise en œuvre de la nouvelle stratégie. Hanspeter Ackermann succédera à Andreas Waespi, qui quitte la Banque Coop après une dizaine d'années passées à sa tête.

Au nom du Conseil d'administration et de la Direction générale, nous remercions nos clients et nos actionnaires de la confiance qu'ils nous ont témoignée au cours du précédent exercice et qu'ils continueront, nous l'espérons, de nous manifester à l'avenir. Nous remercions nos collaborateurs de leur engagement sans faille et de leur travail quotidien. Mais c'est surtout vous, chers lecteurs, que nous tenons à remercier pour l'ouverture dont vous faites preuve à l'occasion de nos rencontres et qui favorise notre développement en tant que banque. Cette ouverture nous lie, crée de nouvelles perspectives et constitue un facteur de succès essentiel pour notre établissement.



Ralph Lewin  
Président du Conseil d'administration



Sandra Lienhart  
Présidente de la Direction générale par intérim

**Nous nous positionnons comme une banque de conseil indépendante:**

nous nous concentrons sur les interfaces importantes pour nos clients et améliorons en permanence la qualité de notre conseil. En matière de placements, nous ne faisons pas appel à des prestataires tiers pour la distribution de produits et ne percevons pas de rétrocessions.



**Nous assurons une gestion axée sur la valeur:**

nous entendons investir dans les domaines générant une plus-value pour nos clients. Nous veillons à un rapport équilibré entre le rendement et le risque, misons sur la transparence de nos engagements d'affaires et sociaux, et mettons en place des systèmes d'incitation judicieux et acceptables pour nos collaborateurs.



**Nous coopérons au sein du groupe:**

nous misons sur des principes directeurs clairs en matière de collaboration au sein du groupe, ce qui nous permet d'exploiter les synergies de manière optimale. En uniformisant nos processus, nous économisons également des coûts.



## Monsieur Lewin, en toute franchise ...

Avec sa stratégie reposant sur trois piliers, le Conseil d'administration a posé les jalons pour l'avenir de la Banque Coop. Qu'est-ce que cela signifie concrètement? Et quels défis cela représente-t-il pour le nouveau CEO, Hanspeter Ackermann, qui reprend les rênes de la Banque Coop? Nous avons évoqué cette question avec Ralph Lewin, président de notre Conseil d'administration, et lui avons demandé son avis sur les différents événements survenus en 2014 ainsi que la future orientation de la banque.

Entretien avec Ralph Lewin,  
président du Conseil d'administration

### Monsieur Lewin, quel est votre bilan de l'année 2014?

Pour nous tous, collaborateurs, membres de la direction opérationnelle et du Conseil d'administration, l'année 2014 a été synonyme de nombreux défis. Grâce à un engagement sans faille, nous avons pu poser plusieurs jalons en matière de

mise en œuvre stratégique. Nous avons progressé dans notre positionnement en tant que banque de conseil indépendante et avons continué d'améliorer le conseil à la clientèle. Nous avons transformé le Call center en un centre de conseil, qui nous permettra d'être à la disposition de nos clients pour traiter leurs demandes téléphoniques et électro-

99

niques en dehors des heures d'ouverture normales. Un service à la clientèle de premier plan représente en effet une composante essentielle d'une offre de conseil efficace.

**Le début de l'année 2014 a tout de même été mouvementé. Quels enseignements la banque a-t-elle tirés des erreurs dans l'envoi des relevés de compte de fin d'année?**

Nous avons continué d'améliorer la gestion des risques et l'organisation des contrôles internes au sein des domaines concernés. Nous avons réglementé plus clairement les responsabilités au sein des projets et contrôlerons la mise en œuvre des mesures. Nous avons pris toutes les dispositions pour qu'une telle erreur ne se reproduise plus.

**La confiance dans l'indépendance du conseil est-elle déterminante pour la crédibilité du positionnement de la Banque Coop?**

Oui, elle est même capitale. Nous attachons une grande importance à la préservation des intérêts de la clientèle. Depuis la mi-juillet 2013 déjà, nous ne percevons plus de commissions pour les mandats de gestion de fortune. La suppression l'année dernière du système de rétrocessions dans le domaine du conseil est une conséquence logique de



cette évolution. Nous ne disposons pas de nos propres produits de placement et ne sommes pas liés à un prestataire tiers. Nous favorisons ainsi un conseil indépendant sans conflits d'intérêts.

**Les jalons posés pour l'avenir ne sont pas uniquement d'ordre stratégique, mais aussi d'ordre opérationnel. La Banque Coop a un nouveau CEO en la personne d'Hanspeter Ackermann. Qu'attend-on de lui?**

Le Conseil d'administration est ravi d'avoir trouvé en la personne d'Hanspeter Ackermann un profil idéal de dirigeant. En tant qu'économiste, expert-comptable diplômé et spécialiste chevronné du secteur bancaire, ayant exercé avec succès diverses fonctions de direction en Suisse et à l'étranger, M. Ackermann réunit les meilleures conditions pour ce poste de CEO. Nous sommes très heureux de pouvoir le compter parmi nous le 1<sup>er</sup> mars 2015.

**Quels défis le nouveau CEO devra-t-il relever?**

Les défis en question relèvent essentiellement d'un contexte bancaire de plus en plus complexe, marqué par une importante pression sur les marges dans le secteur du crédit et par un durcissement des conditions-cadres réglementaires. Il incombe donc à notre CEO d'orienter et de diriger efficacement notre banque afin que nous puissions assurer un suivi optimal de nos clients. Son expérience de plusieurs années au sein d'une grande banque suisse permet à Hanspeter Ackermann d'être parfaitement à l'aise avec tous les domaines du secteur bancaire dans lesquels notre banque opère. Cette expérience, qui a constitué un critère de sélection très important, est la meilleure garantie de sa capacité à se montrer à la hauteur de sa mission.

[La Banque Coop avait été épinglee par la FINMA pour manipulations du cours de ses propres titres. Quelle est votre position sur cette question?](#)

Bien entendu, nous regrettons ce qui s'est passé et nous nous en excusons. L'important, c'est d'avoir su en tirer les enseignements. Nous avons pleinement coopéré avec la FINMA, remanié les règlements et sensibilisé les collaborateurs à la thématique des règles de conduite sur le marché via des formations. La principale mesure, à savoir l'arrêt complet du négocie d'actions propres de la banque, avait déjà été adoptée en 2013, avant même les investigations de la FINMA. Une telle situation ne pourra donc se reproduire.



[La «gestion axée sur la valeur» est l'un des piliers stratégiques de la Banque Coop. A quoi cela correspond-il?](#)

Notre concept de gestion est axé sur la valeur de l'entreprise et non sur le profit, ce qui implique une pondération beaucoup plus forte de l'aspect «risque». Le besoin en capital dans le secteur bancaire est lui aussi davantage pris en compte. Nous créons ainsi une culture d'entreprise qui ne repose pas sur de mauvaises incitations.

[Pouvez-vous présenter très brièvement à nos lecteurs les perspectives pour 2015? Quel seront les moteurs de la Banque Coop?](#)

L'ouverture du centre de conseil permettra à nos conseillers de se concentrer encore plus nettement sur leur cœur de métier dans toutes les succursales. Durant le 2<sup>e</sup> trimestre 2015, nous lancerons de nouveaux packs de produits pour les clients privés et commerciaux dans le domaine des paiements et de l'épargne, c'est-à-dire pour les comptes, les cartes de crédit, les moyens de paiement en voyage et le trafic des paiements. Grâce à l'engagement de nos collaborateurs, nous nous investirons encore plus dans la mise en œuvre de nos piliers stratégiques. Nous allons en outre renforcer la collaboration au sein du groupe, afin de tirer encore mieux parti de notre savoir-faire mutuel et de toujours accroître notre efficacité.

“



«Les PME suisses n'ont pas la partie facile aujourd'hui. Il faut trouver un partenaire financier fiable proposant des offres et des frais appropriés.» **José Di Felice et Daniele Crippa**, propriétaires de La Peppina AG, Laupen



«Le concept de développement durable est sur toutes les lèvres. Le secteur bancaire n'échappe pas à la règle. La Banque Coop me propose, par exemple, d'effectuer des placements écologiques, respectueux de l'environnement. Je crois que c'est une excellente idée.»  
**Paola Lavagetti Castiglioni, cliente privée, Muzzano**

# Rétrospective de l'exercice

## **Un résultat opérationnel réjouissant: augmentation du bénéfice de l'exercice, à CHF 80,5 millions**

En 2014, la Banque Coop a dégagé un bénéfice brut de CHF 91,5 millions, soit une hausse de 7,5 millions (+8,9%) par rapport à l'exercice précédent. Cette comparaison est toutefois faussée par une contribution exceptionnelle: pour résorber le déficit de couverture et financer la solution de transition du système de primauté des prestations à celui des cotisations, la Banque Coop avait versé en 2013 à la caisse de pension une contribution unique de CHF 11,0 millions. Corrigé de cette dépense unique ne relevant pas de l'activité opérationnelle, le bénéfice brut 2013 aurait été de CHF 95,1 millions, soit 3,7% de plus que durant l'exercice sous revue.

Dans le contexte de la mise en œuvre de la nouvelle stratégie et de son impact en termes de produits et de charges, le résultat d'exploitation 2014 peut être considéré comme satisfaisant. Le produit d'exploitation est resté stable (CHF 244,0 millions en 2014 et 244,3 millions en 2013), une performance qui s'explique essentiellement par la hausse du résultat des opérations d'intérêts (CHF 160,4 millions, soit +3,9 millions) malgré la persistance des taux bas ainsi que par les produits extraordinaires engrangés suite à la fin de la coopération commerciale avec Nationale Suisse au niveau des autres résultats ordinaires de CHF 6,4 millions (+2,4 millions). La baisse des recettes des opérations de commissions a ainsi pu être compensée. Le résultat des opérations de commissions a chuté à CHF 64,7 millions (-5,8 millions) suite à l'instauration mi-2014 d'un nouveau modèle commercial sans rétrocessions. Les charges d'exploitation ont globalement reculé pour s'établir à CHF 152,5 millions (contre 160,2 millions en 2013). Si les charges de personnel ont légèrement diminué et s'il n'y a pas eu cette année de versement unique en faveur de la caisse de pension, les charges matérielles ont enregistré une hausse. Le bénéfice de l'exercice 2014 selon le principe de True and Fair View s'élève à CHF 80,5 millions (contre 61,0 millions, après correction), une progression principalement due à la contribution unique versée à la caisse de pension lors de l'exercice précédent, ainsi qu'aux produits extraordinaires liés à la liquidation des correctifs de valeur pour risques de perte et à la vente des parts détenues dans le capital de Nationale Suisse.

## **Hausse du total du bilan due au durcissement des prescriptions en matière de liquidités**

Le bilan de la Banque Coop faisait état au 31.12.2014 d'un total de CHF 16,2 milliards (+7,7%). Les prêts à la clientèle (+699,8 millions) et les fonds de la clientèle (+678,0 millions) connaissant une croissance relativement stable, cette augmentation résulte avant tout du durcissement des nouvelles prescriptions en matière de liquidités en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2015. La Banque Coop a décidé de présenter dès le départ un taux de liquidités (LCR) durable de plus de 100%, indépendamment du délai de transition de quatre ans prévu par Bâle III. Faute d'alternatives, un volume important de fonds a été déposé sur le compte de virement de la Banque nationale suisse. Une initiative qui a eu pour effet de quasiment doubler les liquidités par rapport à l'exercice précédent (CHF 1,4 milliard en 2014 contre 0,78 milliard en 2013).

## **Développement permanent de l'activité de crédit - réduction des risques de défaillance**

Les créances hypothécaires de la Banque Coop sont passées de CHF 13,0 milliards fin 2013 à 13,7 milliards au 31.12.2014 (+5,0%). La banque a ainsi réaffirmé la force de sa position dans le domaine du financement de résidences principales dans toute la Suisse et tiré parti de la nouvelle intensification des activités de construction durant l'exercice sous revue. Le moteur de cette tendance a été la construction de logements privés, sous l'impulsion d'une part de la demande accrue d'investissements dans des projets de nouvelle construction et de transformation en raison des taux hypothécaires attractifs et, d'autre part, de la croissance démographique. La Banque Coop a maintenu le cap de sa politique de crédit à long terme et continué d'appliquer systématiquement les strictes directives applicables à l'octroi de crédits, en vigueur depuis de nombreuses années, assorties de normes d'aliénation conservatrices et d'exigences élevées en termes de capacité de remboursement. Au vu de l'excellente santé du portefeuille de crédit, la banque a même pu procéder durant l'exercice 2014 à des dissolutions au niveau des correctifs de valeur pour risques de perte. Parallèlement à la légère hausse des crédits commerciaux en tant que part des créances sur la clientèle de CHF 46,6 millions (+8,4%), les prêts à la clientèle ont affiché une augmentation de près de 700 millions (+5,2%), s'établissant ainsi à CHF 14,3 milliards au 31.12.2014.

### **Une politique d'investissement constante**

La valeur comptable des bâtiments de la banque, des autres immeubles, des autres immobilisations corporelles et des logiciels utilisés est passée de CHF 100,2 millions fin 2013 à CHF 99,3 millions (-0,9 million) au 31.12.2014 dans le cadre d'investissements d'une valeur nette de CHF 6,2 millions et d'amortissements sur les immobilisations corporelles de CHF 7,1 millions. L'année dernière, les principaux investissements réalisés ont concerné la mise à jour des produits Office, avec le remplacement de l'ensemble des PC des collaborateurs que cela impliquait, mais aussi la poursuite conséquente des travaux de transformation du réseau de succursales.

### **Un afflux considérable de fonds de la clientèle**

Le considérable afflux de fonds de la clientèle, qui ont augmenté de CHF 678,0 millions pour s'établir à 11,6 milliards à la fin de l'année (+6,2%), a permis à la Banque Coop de refinancer la forte croissance des crédits. Les engagements envers la clientèle (épargne et placements) ont participé à ce résultat à hauteur de CHF 162,6 millions (+1,9%) et les autres engagements envers la clientèle à hauteur de 550,4 millions (+24,1%). Alors que la clientèle privée a montré une nette tendance à la consommation portée par le faible niveau des taux d'intérêt, les PME et les clients institutionnels ont maintenu des liquidités excédentaires significatives. Les dépôts à terme à moyen et à long terme de ces deux segments de clientèle ont ainsi représenté un volume global de CHF 582,1 millions, tandis que les dépôts à vue reculaient de 31,7 millions. Parmi la palette de produits d'épargne, les clients continuent de préférer le compte d'épargne Plus, à la rémunération toujours aussi attractive: ce produit phare a généré à lui seul plus de la moitié de la croissance (CHF 88,3 millions). Enfin, pour des raisons de coûts, afin de refinancer les opérations actives et remplacer un emprunt obligataire parvenu à échéance, la Banque Coop a contracté davantage d'emprunts auprès de centrales de lettres de gage et, partant, réduit sensiblement ses charges d'intérêts. Avec les emprunts et les prêts des centrales de lettres de gage s'élevant à CHF 2,8 milliards (+236,7 millions), la Banque Coop disposait au 31.12.2014 de fonds du public de CHF 14,4 milliards (contre 13,5 milliards fin 2013). Le taux de refinancement s'élève ainsi actuellement à 100,8% (contre 99,3% pour l'exercice 2013).

### **Changement de système pour les correctifs de valeurs**

La Banque Coop a adapté sa pratique en matière de correctifs de valeurs et décidé d'abandonner la gestion des correctifs de valeurs forfaitaires. Elle s'aligne ainsi sur les pratiques d'inscription au bilan aujourd'hui utilisées par les banques suisses. Les risques de défaillance latents qui sont liés, comme l'expérience l'a montré, aux portefeuilles de crédit, sont dorénavant pris en compte par la constitution de provisions individuelles appropriées ainsi que de provisions forfaitaires. Le transfert des correctifs de valeur forfaitaires en tant que composante des fonds propres ne modifie en rien la solidité des mesures de protection contre les risques qui sont mises en œuvre au sein de la Banque Coop. L'un des avantages majeurs du changement de système réside dans la flexibilité d'utilisation en cas de besoin. Alors que les correctifs de valeur forfaitaires étaient jusqu'alors soumis à des contraintes rigides, les réserves pour risques bancaires généraux qui font partie des fonds propres peuvent être utilisées librement. Selon le principe de True and Fair View, les états financiers individuels font apparaître la dissolution de l'intégralité des correctifs de valeur forfaitaires sous la forme d'une correction des chiffres de l'exercice précédent. Dans les comptes de l'exercice 2013, la dissolution des correctifs de valeur forfaitaires d'un montant de CHF 110,3 millions dans le poste « correctifs de valeurs et provisions » aboutit à une réserve issue du bénéfice plus élevée, de CHF 84,4 millions. La différence comprend un ajustement marginal du bénéfice annuel 2013 de CHF 1,2 million et une provision pour impôts latents de CHF 24,7 millions. Les créances fiscales latentes s'expliquent par le fait que les correctifs de valeur forfaitaires n'ont pas été imposés lors de leur constitution au cours des années passées, alors que l'on soumet à l'impôt la formation de réserves issues du bénéfice en tant que composante des fonds propres. Dans les comptes individuels statutaires de l'exercice 2014 en revanche, les correctifs de valeur forfaitaires dissois (CHF 110,3 millions) ont été transférés, après déduction des impôts (CHF 24,7 millions), directement à la réserve pour risques bancaires généraux (CHF 85,6 millions) en tant que composante des fonds propres.

### **Consolidation des fonds propres**

L'Assemblée générale ayant souscrit à la demande de répartition du bénéfice, la Banque Coop dispose de fonds propres d'un volume qui dépasse le seuil du mil-

liard de francs (CHF 1 079,4 millions, contre 1 027,4 millions en 2013 après correction). Les fonds propres se composent du capital-actions, d'un montant inchangé de CHF 337,5 millions, d'une réserve issue du capital légèrement supérieure, de CHF 58,8 millions (58,7 millions en 2013), et d'une réserve supplémentaire issue du bénéfice de CHF 667,7 millions (636,2 millions en 2013 après correction). Le montant des propres titres de participation (CHF 35,6 millions contre 36,4 millions en 2013) vient en déduction des fonds propres. En 2014, le solide résultat d'exploitation d'une part et le produit extraordinaire de la vente de la participation à Nationale Suisse d'autre part ont permis d'accroître les fonds propres de la Banque Coop de CHF 52,0 millions (contre 35,2 millions en 2013 après correction).

#### Hausse significative des avoirs de clients

Au 31.12.2014, la Banque Coop gérait des avoirs de CHF 19,2 milliards (contre 17,9 milliards en 2013). Cette augmentation de 7,6% par rapport à l'exercice précédent est principalement due à l'afflux considérable de fonds passifs (+712,0 millions) ainsi qu'à la nette hausse des valeurs déposées (+606,5 millions), mais la performance positive des titres de participation n'y est pas non plus étrangère. Du côté des nouveaux capitaux nets, la situation est, elle aussi, extrêmement réjouissante, avec un afflux exceptionnel de CHF 1,2 milliard. Ce résultat est majoritairement imputable à quelques gros clients.

#### Revenus en hausse grâce à la croissance des opérations d'intérêts

Avec CHF 160,4 millions, le résultat des opérations d'intérêts dépasse de près de 4 millions celui de 2013 (156,5 millions). Cette augmentation est due à une croissance du volume pour une marge restée stable. Les frais de couverture légèrement plus élevés - dus à une stratégie de couverture systématique de la Banque Coop contre le risque de hausse des taux - ont pu être compensés par une diminution des charges d'intérêts (-14,3%). Dans un contexte de taux durablement bas, les prêts arrivés à échéance des centrales de lettres de gage et les emprunts obligataires non renouvelés ont pu être refinancés à des conditions plus avantageuses. Enfin, le résultat des opérations d'intérêts a également pâti de la faiblesse du produit des intérêts et des dividendes issus des immobilisations financières (-4,0 millions), puisque les obligations à bon rendement parvenues à échéance n'ont pas pu être remplacées de manière adéquate.

#### Le résultat des opérations de commissions impacté par le nouveau modèle commercial

Le résultat des opérations de commissions et de prestations de service a comme prévu reculé pour s'établir à CHF 64,7 millions (contre CHF 70,5 millions en 2013). Cette contraction de 8,2% est essentiellement imputable au nouveau modèle commercial de banque de conseil indépendante: depuis le 1.7.2014, la Banque Coop reverse spontanément à ses clients les rétrocessions qu'elle a perçues de tiers, ce qui entraîne une hausse des charges de commissions. Le produit des commissions issu des opérations sur titres et de placement a pu être augmenté grâce à une approche de conseil fortement axée sur le client et à l'accroissement des recettes liées aux transactions durant les phases marquées par une ambiance favorable sur les marchés des actions (+1,1 million). Le produit des commissions issu des autres prestations de service s'est rapproché de son niveau de l'année dernière (-0,5 million) en raison des ajustements modérés des frais.

#### Baisse des charges de personnel, hausse des charges matérielles

Pour résorber le déficit de couverture et financer la solution de transition, la Banque Coop a versé à la caisse de pension une contribution unique de CHF 11,0 millions, imputée sur l'exercice 2013. Celle-ci a été comptabilisée dans les charges de personnel, conformément aux prescriptions en matière d'établissement des comptes. Les charges d'exploitation de CHF 152,5 millions ne peuvent donc être comparées directement à celles de l'exercice précédent. Il faudrait en effet se baser en 2013 - sans financement de la caisse de pension - sur un montant comparable de CHF 149,2 millions pour ce poste. Il en résulte pour l'exercice une petite augmentation des charges d'exploitation de CHF 3,3 millions (+2,2%). Si les charges de personnel ont légèrement baissé par rapport à 2013 en raison des synergies exploitées au sein du groupe, les charges matérielles sont passées à CHF 81,3 millions (contre 76,3 millions en 2013). Les coûts supplémentaires sont liés au contrôle de la stratégie de la Banque Coop et à son nouveau positionnement en tant que banque de conseil indépendante. La masse toujours aussi abondante des nouvelles prescriptions légales et réglementaires induit en outre des hausses de coûts pour les prestations de conseil externes. Le niveau toujours très bas des correctifs de valeur, des provisions et des pertes (CHF 0,2 million en 2014 contre 3,1 millions en 2013 après correction) témoigne de la solidité du portefeuille de crédit de la Banque Coop. La faiblesse des taux d'intérêt et les bouclements positifs

de nos clients, mais aussi la poursuite de la suppression des positions à risque en 2014 ont conduit à une dissolution des correctifs de valeur et des provisions de CHF 9 millions au total. Cette somme, à l'instar du produit de la vente de la participation au capital de Nationale Suisse (CHF 6,9 millions) et d'autres petits montants non liés à l'activité d'exploitation, a été comptabilisée comme extraordinaire (CHF 16,2 millions en 2014 contre 1,8 million en 2013). Le bénéfice de l'exercice 2014 de la Banque Coop s'élève à CHF 80,5 millions. La comparaison avec l'exercice précédent doit tenir compte de la contribution unique versée à la caisse de pension. Corrigé de cette dépense exceptionnelle, le bénéfice s'établit à 11,8% de plus que pour l'exercice précédent après correction.

### Bref aperçu des cinq événements marquants pour la Banque Coop en 2014

#### Envoi erroné en janvier des relevés de compte de fin d'année

Une erreur de paramétrage d'un nouveau modèle de relevé de compte, associée à un contrôle insuffisant, a entraîné l'envoi aux mauvais destinataires de relevés de compte de fin d'année. La Banque Coop mène actuellement une enquête détaillée qui s'achèvera en juin. Afin que ce genre d'incident ne puisse plus se reproduire à l'avenir, elle a introduit des mesures dans le domaine de la gestion des risques, des processus de contrôle internes et de l'attribution/la définition des responsabilités de projet. A titre d'excuse et en signe d'estime envers ses clients, elle a lancé une action spéciale Eté proposant une découverte de la Suisse.

#### L'adaptation des statuts suite à l'initiative Minder lors de l'Assemblée générale en avril

Les adaptations de statuts imposées par l'initiative Minder ont été le point principal à l'ordre du jour de l'Assemblée générale de la Banque Coop qui s'est tenue le 28 avril 2014. Cette révision nécessaire en vertu de l'ordonnance adoptée par le Conseil fédéral contre les rémunérations abusives perçues par les sociétés anonymes cotées en bourse a été adoptée à une grande majorité. La Banque Coop parachèvera la mise en œuvre de l'initiative Minder par l'introduction de la participation et de la votation électroniques lors de l'Assemblée générale de 2015.

#### L'abandon des rétrocessions et l'offre de nouveaux packs depuis juillet

Depuis juillet, la Banque Coop rembourse à ses clients les commissions versées par les prestataires de produits et privilégie désormais les produits sans rétrocessions. Si elle doit malgré tout y recourir, elle rembourse les rétrocessions à ses clients de manière spontanée, transparente et intégrale. Elle évite ainsi les conflits d'intérêts et les mauvaises incitations dans le cadre du conseil et souligne par cette mesure inédite son positionnement en tant que banque de conseil indépendante. La Banque Coop lance en outre, dans le secteur du placement, des packs de prestations très appréciés des clients.

#### La réprimande de la FINMA concernant les achats opérés pour soutenir ses propres titres en octobre

La Banque Coop a accepté le rappel à l'ordre de la FINMA et exprime tous ses regrets quant à cet incident. Elle prend ainsi acte de la décision de la FINMA, qui tançait les agissements de la banque concernant le négocie de ses propres actions entre octobre 2009 et mai 2013. Dans le cadre de ses investigations poussées, la FINMA n'a toutefois pas eu à déplorer d'actes relevant du droit pénal. Par ailleurs, les opérations visées n'ont pas été menées à des fins d'enrichissement personnel de la part de la banque ou de ses collaborateurs. La Banque Coop a déjà adopté de sa propre initiative les mesures nécessaires, en mettant en particulier totalement fin au négocie de ses propres titres dès la mi-2013.

#### La nomination du nouveau CEO en décembre

Andreas Waespi, CEO de la Banque Coop depuis fin 2005, a décidé de quitter la banque en milieu d'année. Le Conseil d'administration de la Banque Coop a nommé présidente p. i. de la Direction générale Sandra Lienhart, la vice-présidente et responsable du département Distribution. Le Conseil d'administration a par ailleurs recherché activement un successeur. En décembre, la banque a annoncé la nomination de Hans-peter Ackermann au poste de président de la Direction générale de la Banque Coop. Fort d'une solide expérience en Suisse et à l'étranger, ce spécialiste bancaire chevronné prendra les rênes de la direction opérationnelle. Il entrera en fonction le 1<sup>er</sup> mars 2015. Sandra Lienhart lui passera le témoin le 14 avril 2015, au lendemain de l'Assemblée générale.



«J'apprécie de m'asseoir à la même table que mon conseiller. Aucun entretien téléphonique ne sera jamais en mesure de le remplacer. Mon conseiller à la Banque Coop me connaît depuis longtemps ainsi que mes affaires.»

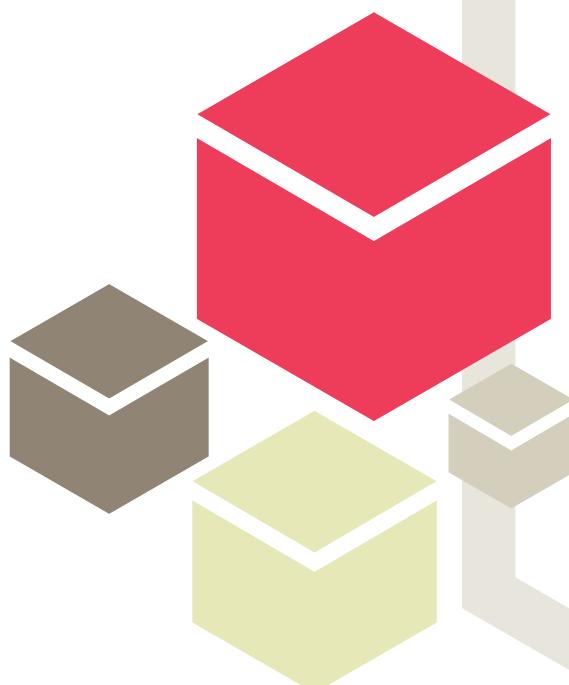
**Heinz Müller, responsable des finances  
à la Caisse de pension Selmoni, Bâle**

# Notre stratégie, un critère incontournable

## Une parfaite indépendance

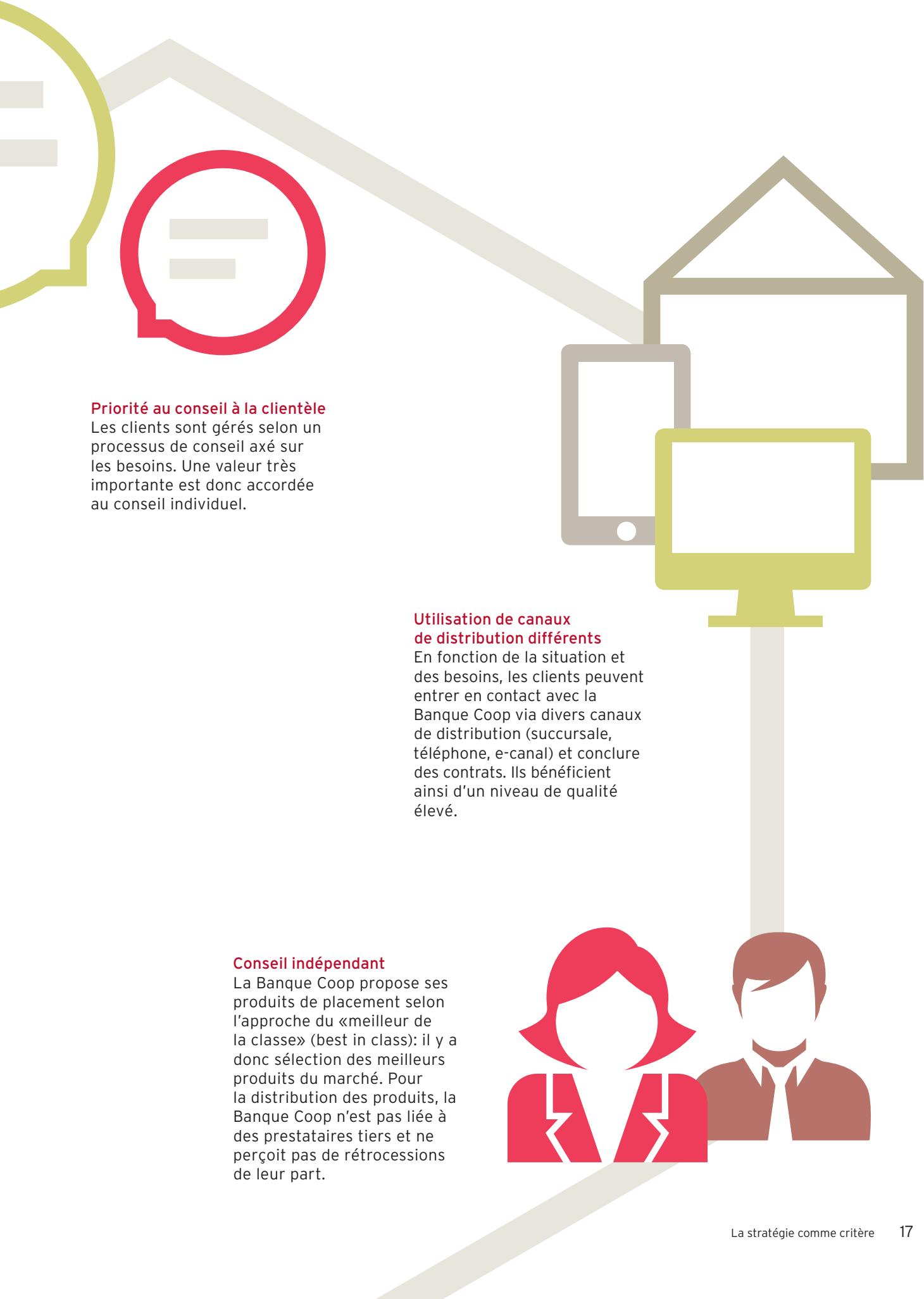
La Banque Coop peut se targuer d'être un institut financier indépendant au sens de la loi sur les services financiers (LSFin). Selon les prescriptions légales, cette désignation ne peut être utilisée que si, dans le cadre de son activité de placements, la banque est indépendante des prestataires tiers et de leurs produits, et qu'elle est en mesure de proposer au client un conseil indépendant basé sur une large palette de produits financiers spécialisés et convaincants. La Banque Coop remplit cette mission. En tant que banque de conseil, elle se concentre sur l'interface avec le client (le conseil) et établit ce faisant une démarcation claire et nette entre les activités impliquant un contact direct avec la clientèle et les activités de traitement.

Le positionnement en tant que banque de conseil indépendante constitue une promesse de prestation vis-à-vis des clients, qui s'articule autour des axes suivants:



## Offre de services standardisés pour les propres produits

A l'avenir, les produits de la banque seront de plus en plus proposés sous la forme de packs pour les différents segments de clientèle. Les clients pourront faire leur choix parmi cette offre et bénéficier de prestations optimales à un prix équitable.



«Mes enfants sont encore en bas âge et ont tout l'avenir devant eux. Nous espérons que celui-ci sera serein, y compris au plan financier. A la Banque Coop, nous sommes en de bonnes mains. Elle tient compte de nos requêtes et nous apprécions sa qualité de conseil.»  
**Nadine Felix en compagnie de ses enfants,**  
cliente privée, Weisslingen



# Sandra Lienhart, présidente de la Direction générale et responsable du département Présidence par intérim

“

Madame Lienhart, la Banque Coop poursuit un objectif ambitieux en se positionnant en tant que banque indépendante. Comment atteindre cet objectif?

Il faut rompre avec les anciens modèles. Les collaborateurs doivent également soutenir le processus de changement permanent dans le domaine du conseil. Les exigences posées à nos conseillers ne vont cesser de croître, ce qui impliquera un niveau de formation ad hoc. Dans le domaine des placements, nous souhaitons proposer aux clients le meilleur produit disponible sur le marché. Le conseiller doit donc connaître et comprendre ces produits.

Que signifie concrètement le positionnement pour les collaborateurs?

Il est essentiel que nos collaborateurs considèrent ces changements comme une opportunité et qu'ils s'adaptent aux nouvelles exigences. Nombre d'entre eux travaillent activement à la mise en œuvre des mesures, se sentent liés à la banque et ont envie de contribuer à son succès.



Comment les clients profitent-ils de l'évolution?

La motivation des collaborateurs a une influence positive sur la gestion de la clientèle. Des partenariats précieux voient le jour. Les clients ont la certitude que nous prodiguons des conseils en toute indépendance et partent du principe que nous n'agissons jamais pour servir nos propres intérêts.

Ce rapport de gestion est placé sous la devise «L'ouverture renforce nos liens». Comment l'interpréter concrètement?

En nous positionnant comme banque indépendante, nous prouvons que nous sommes novateurs dans notre domaine d'activité et que nous développons et mettons en pratique de nouveaux concepts et idées avec audace et ouverture d'esprit.

## **L'efficacité par la coopération**

Dans le cadre de la nouvelle stratégie, des principes directeurs clairs ont été élaborés en matière de collaboration avec la BKB. Le «principe de la banque leader», prépondérant, prévoit que la banque qui applique la meilleure procédure pour un processus donné assume la direction technique pour les deux banques, en vue de garantir une collaboration aussi efficace que possible dans le cadre de l'ensemble des processus du front et du back-office.

Ces principes directeurs recouvrent les aspects suivants:

### **Positionnement**

La BKB et la Banque Coop se positionnent comme des banques de conseil indépendantes disposant chacune de leur propre image.

### **Synergies**

Toutes les synergies pertinentes entre la BKB et la Banque Coop font l'objet d'un examen. Les processus et procédures sont centralisés lorsque cela s'avère judicieux.

### **Mise en œuvre des projets au sein du groupe**

Les projets d'envergure sont pris en charge par la banque qui fait montre d'une efficacité optimale dans le domaine concerné, ce qui permet d'éviter les doublons au sein du groupe et de bénéficier du meilleur niveau de connaissances de l'un ou l'autre établissement.

### **Accords de service**

En tant que banque de conseil indépendante, la Banque Coop opère une distinction très claire entre les tâches liées à la clientèle et les fonctions du back-office. De nouveaux contrats définissent les prestations à fournir et les conditions à appliquer (Service Level Agreements).

Dans ce cadre est effectuée une analyse des tâches et des prestations de service à déléguer à des tiers (outsourcing).

### **Coopération**

Dans le cas des modèles de coopération avec des prestataires tiers, la Banque Coop mise sur la meilleure prestation et garantit l'indépendance de l'offre qu'elle propose.

## **Pondération des risques**

La Banque Coop appliquera à l'avenir systématiquement le principe de la gestion axée sur la valeur. Dans le cadre de la nouvelle stratégie, elle s'engage à pondérer encore davantage les aspects «risque» et «compliance». Une conscience renforcée du risque, c'est-à-dire l'appréciation et l'évaluation des risques, et une pratique crédible et cohérente seront essentielles pour les collaborateurs. La gestion axée sur la valeur implique également d'une part le calcul du profit économique et, d'autre part, le recours à des systèmes de gestion et d'incitation axés sur ce profit économique.

Le principe de la gestion axée sur la valeur consiste à:

- parvenir à un rapport rendement-risque équilibré, afin d'accroître la valeur durable de l'entreprise;
- guider avec clairvoyance les décisions du management, recenser de façon permanente et systématique la situation rendement-risque et en débattre;
- prendre en compte le besoin de capital au sein de l'entreprise et gérer efficacement l'utilisation des fonds;
- instaurer un système interne d'incitation respectant les critères de durabilité;
- calculer les résultats de façon objective, transparente et exhaustive;
- influer de manière positive sur la culture de l'entreprise et de la décision, afin d'éviter les mauvaises incitations.

## **L'avenir appartient à ceux qui font preuve d'intégrité fiscale**

La régulation croissante du secteur financier confère à la thématique de la conformité fiscale une importance accrue dans le domaine des placements. La Banque Coop soutient la stratégie en faveur d'une place financière fiscalement conforme et compétitive et, partant, les efforts déployés pour enrayer l'afflux et la gestion de patrimoines non imposés en Suisse. Des informations sur les possibilités de divulgation simplifiées pour les clients suisses figurent sur le site de la Banque Coop, à l'adresse [www.bankcoop.ch/steuerkonformitaet](http://www.bankcoop.ch/steuerkonformitaet).



«Aujourd'hui, la construction fondée sur le développement durable a le vent en poupe. La conscience écologique est bien plus présente aujourd'hui que par le passé. C'est la raison pour laquelle nous nous félicitons de l'engagement de la Banque Coop, depuis de nombreuses années déjà, en faveur du développement durable.»

**Markus Heeb et Felix Schranz, propriétaires de Heeb und Schranz  
Architekten und Innenarchitekten HFG, Bâle**

## **Des prestations sur mesure pour les clients commerciaux**

Pour la clientèle entreprises, négoce et institutionnelle telle que les caisses de pension, la Banque Coop met à disposition des prestations de service spécialisées impliquant aussi des financements complexes.

Un service complet est garanti, allant du trafic des paiements aux financements consortiaux, immobiliers et d'investissement, en passant par les activités de placement et les opérations sur devises.

## Jürgen Hunscheidt, responsable Gros clients

Quelles expériences avez-vous faites depuis qu'en début d'année 2014, les domaines Clientèle entreprises, négoce et institutionnelle ont été regroupés au sein du service Gros clients? Quels sont les avantages pour la clientèle?

Mes expériences sont globalement positives. Nous savons d'après les retours qui nous sont parvenus que nos clients partagent cet avis. Ils bénéficient en effet d'une gestion coordonnée avec des interlocuteurs

clairement définis. Le service Gros clients est à même de leur proposer une solution personnalisée, sur mesure.

### Comment les besoins se distinguent-ils en fonction de la taille de l'entreprise?

Nos prestations sont tout aussi variées que les besoins des clients, car nous les avons conçues en fonction de ces derniers. Ils s'attendent à des services adaptés, et nous sommes en mesure de répondre à cette demande. Mais quelle que soit la taille de l'entreprise, ce sont la transparence, l'ouverture et l'équité qui sont au centre de nos préoccupations.

### Comment la Banque Coop se démarque-t-elle des autres instituts financiers?

La Banque Coop se différencie par son écoute de la clientèle et la qualité de son service personnalisé. Les exigences en termes de résolution de problèmes et de prestations de conseil sont très élevées. Il est absolument nécessaire de parfaitement comprendre et connaître la clientèle, ses besoins ainsi que la réalité du marché des PME. Car le client se trouve toujours au cœur de notre démarche.





«J'ai une idée précise sur la manière d'appréhender les choses. Une attitude honnête, ouverte et respectueuse vis-à-vis d'autrui s'inscrit dans ce type de considération. Il s'agit de valeurs qui ne vont plus de soi aujourd'hui. C'est pourquoi j'apprécie la Banque Coop, car elle ne se contente pas d'en parler.»

**Pascal Brandt, directeur de la communication chez Bulgari, La Chaux-de-Fonds**



«Bien que le secteur financier propose aussi des offres peu transparentes, notre conseiller à la Banque Coop a toujours su répondre à nos questions avec toute la compétence et la clarté nécessaires. Nos décisions ont toujours été parfaitement mises en œuvre. C'est pourquoi rien n'entame notre confiance, même après 13 ans.»

Elisabeth et Theophil Ernst-Meyer, clients privés, Horgen

# Nos clients incarnent nos valeurs

## Satisfaction rapide des nouveaux clients

Six mois environ après l'ouverture d'une relation d'affaires, le questionnaire «Nouveaux clients» est envoyé personnellement aux nouveaux venus afin de mesurer leur satisfaction. Objectif: pouvoir tirer des conclusions sur leur niveau général de satisfaction et, plus spécifiquement, sur leur ressenti en termes de qualité des différents domaines de service.

Les erreurs d'envoi en début d'année de relevés de compte ont influé sur les résultats de l'enquête de satisfaction des nouveaux clients menée périodiquement. De nombreux nouveaux clients ont été victimes de cette erreur, c'est pourquoi la satisfaction globale a reculé par rapport à l'année dernière, tout en restant à un niveau supérieur à la moyenne.

Ce sont les nouveaux clients du domaine Conseil à la clientèle qui sont les plus satisfaits. Les conseillers sont jugés courtois, engagés et compétents, ce qui rend le déroulement des entretiens très agréable pour les clients.

Le principal argument avancé pour l'ouverture d'une relation d'affaires avec la Banque Coop réside dans l'attrait des conditions proposées.

## Une sélection de trois packs de prestations

Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2014, la Banque Coop propose à ses clients trois nouveaux packs de prestations dans le domaine des placements: les offres «Classic» et «Premium» - qui couvrent une palette de services variée - ainsi que l'«E-Dépôt», pour les investisseurs qui souhaitent effectuer leurs opérations de façon autonome et sans conseil, c'est-à-dire via l'E-Banking. Les nouveaux packs sur mesure sont adaptés à la situation patrimoniale, aux besoins en conseil et aux attentes en matière de placement du client. La Banque Coop a ainsi réalisé son objectif de répondre aux besoins individuels et de proposer un conseil indépendant et transparent. Durant le 2<sup>e</sup> semestre 2014, plus de 8000 clients ont choisi le pack «Premium», ce qui correspond à un volume de dépôt de CHF 1,8 milliard et dépasse largement nos attentes.

## Une sélection libre de produits selon le principe du «meilleur de la classe»

En tant que banque de conseil indépendante, la Banque Coop privilégie les produits sans rétrocessions, dans la mesure où ils sont disponibles sur le marché. Lorsque ce n'est pas possible, elle rembourse depuis le mois de juillet 2014 les rétrocessions à ses clients de manière spontanée,透明和 intégrale. Dorénavant, dans le domaine des fonds aussi, les produits sont sélectionnés indépendamment des prestataires tiers et de leurs produits, suivant le principe du «meilleur de la classe»: la Banque Coop sélectionne, suivant des critères définis par ses soins, les meilleurs produits pour les différents segments et stratégies de placement parmi les quelque 7000 fonds de placement autorisés en Suisse. Une démarche qui permet d'éviter les conflits d'intérêts et les mauvaises incitations lors de la sélection et du conseil. La Banque Coop, avec son modèle d'affaires sans rétrocessions, est l'un des premiers établissements en Suisse à avoir adopté cette mesure de son plein gré et dans l'intérêt de ses clients.

99

# Thomas Reiser, responsable Gestion des produits placements



## Que signifie le qualificatif «sans rétrocessions»?

Les rétrocessions sont des rémunérations que des prestataires tiers versent à des banques pour la distribution de produits de placement. Les mandats de gestion de fortune ont déjà été adaptés durant l'été 2013 et n'impliquent désormais plus de rétrocessions. Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2014 et sur sa propre initiative, la Banque Coop ne perçoit plus non plus ces commissions dans les domaines du conseil et du règlement. Dans la mesure où ils sont disponibles dans la catégorie souhaitée, nous proposons à nos clients des fonds de placement sans rétrocessions, ce qui leur permet de profiter de coûts réduits de gestion. Dans les autres cas, nous remboursons spontanément toute éventuelle rétrocession.

## Quelle est la valeur ajoutée pour le client par rapport à l'offre dont il bénéficiait jusqu'à présent?

Notre nouvelle offre répond aux attentes des clients qui souhaitent un conseil indépendant, en fonction du pack de prestations choisi et du niveau de conseil désiré. La notion d'indépendance renvoie au fait que les produits sont sélectionnés suivant le principe du «meilleur de la classe» parmi les quelque 7000 fonds de placement autorisés en Suisse, selon des critères standardisés. Nous ne possédons pas notre propre palette de fonds. Le coût du conseil étant le même quel que soit le produit du prestataire, nous évitons ainsi les fausses incitations. Enfin, nous proposons une nouvelle prestation: la surveillance du portefeuille.

## Qu'entend-on par «surveillance du portefeuille»?

Nous sommes convaincus que seule une gestion active des placements, répartis en diverses catégories selon l'environnement, permet de dégager une valeur ajoutée significative sur le long terme (principe de l'allocation d'actifs, en anglais, asset allocation). Cela implique de connaître les risques des placements et de les surveiller activement. C'est à ce niveau justement qu'intervient la surveillance du portefeuille. Elle consiste à contrôler régulièrement si la composition actuelle du portefeuille du client correspond à la stratégie de placement convenue avec ce dernier. En cas d'écart, le client est automatiquement informé. La surveillance des gros risques fonctionne de la même manière. Le client reçoit par ailleurs une notification en cas de recommandation de vente, de changement de notation et de toute autre modification de capital, à la suite de quoi un entretien est organisé pour expliquer les recommandations concrètes de placement et d'intervention à envisager.

## Que signifie concrètement la décision de la banque de renoncer aux rétrocessions? Quel est le rapport avec le principe d'ouverture?

Avec une offre de conseil indépendante, on fait preuve d'ouverture, à savoir d'ouverture à la meilleure offre et à celui qui la propose. On montre que l'écoute de la clientèle et la priorité donnée à ses besoins ne sont pas une déclaration faite du bout des lèvres.



### Campagne «Conseil indépendant»

Au 1<sup>er</sup> juillet 2014, la Banque Coop a introduit l'abandon des rétrocessions et sa procédure de sélection de fonds basée sur le principe du «meilleur de la classe». Elle mise ainsi sur l'ouverture et la transparence vis-à-vis des clients. Cette démarche a été transposée en pratique à travers une campagne publicitaire

très frappante, et qui ne pouvait être plus explicite: tous les supports publicitaires étaient transparents, des affiches aux annonces dans les journaux en passant par les pancartes de tram ou de bus. Cette campagne remarquée a permis à la banque et à sa décision d'obtenir une forte visibilité.



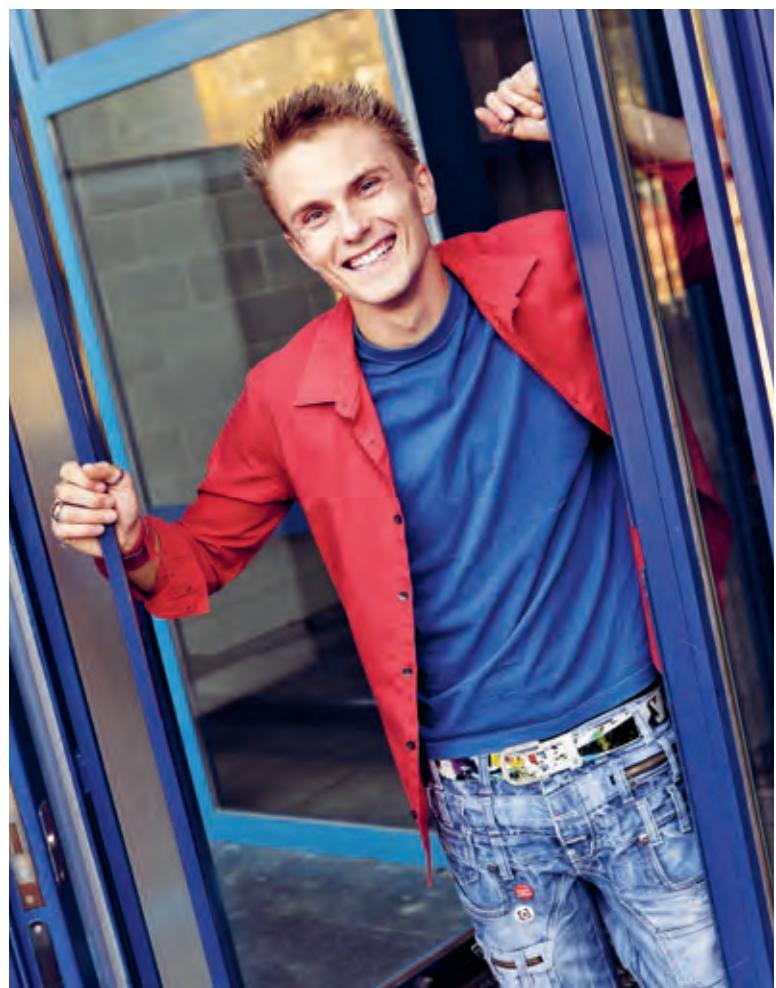
«Je souhaite que mon argent soit en sécurité, jouir de ma retraite et ne pas vivre dans la crainte du lendemain. C'est la raison pour laquelle j'ai opté en faveur de la Banque Coop. Elle veille sur mon argent, comme moi sur mon petit-fils.»

**Vreni Pfluger-Rohrbach en compagnie de son petit-fils, cliente privée, Einigen**

«L'époque actuelle me semble plus incertaine et plus compliquée. Aussi, il est essentiel de pouvoir au moins compter sur mon établissement financier.

Nul doute que la Banque Coop constitue un choix judicieux.»

**Riccardo Gutersohn, client privé, Caslano**





«Par le passé, les banques recommandaient généralement les placements qui leur rapportaient le plus. Je salue la démarche de la Banque Coop de renoncer aux rétrocessions versées par des tiers.»  
**Christian Berger, client privé, Fällanden**

«La famille et la maison imposent un certain nombre d'obligations. Dans cette perspective, la Banque Coop est un gage de sécurité où l'expérimentation est bannie.»  
**Franziska Patzen en compagnie de ses enfants, cliente privée, Zurich**



### **Succursale de Schaffhouse: modernité, luminosité et transparence**

En 2014, la Banque Coop a continué d'investir dans la rénovation de ses succursales. Celle de Schaffhouse a ses locaux dans un édifice du centre historique datant du XIV<sup>e</sup> siècle. A l'issue de travaux de transformation qui ont duré 6 mois, la succursale a désormais le plaisir d'accueillir ses clients, depuis le 14 mars 2014, dans un lieu moderne et lumineux situé Vordergasse 54. La configuration des lieux est conforme au Corporate

Design actuel de la Banque Coop et des toutes dernières normes ergonomiques déjà appliquées dans 17 succursales. Le Corporate Design reposant sur une approche modulaire, chaque succursale comprend plusieurs zones adaptées aux besoins de la clientèle ou des collaborateurs. Cette approche fait aussi partie du nouveau concept de succursale en cours d'élaboration.

## Andreas Keller, responsable du projet de transformation à Schaffhouse et architecte du service Immobilier & sécurité



“

Quelle a été la difficulté majeure dans la modernisation de la succursale de Schaffhouse au sein de l'édifice historique?

Nous avons dû mettre en œuvre un projet architecturalement complexe au cœur même du centre historique très animé de Schaffhouse. Il s'agissait de transformer des espaces étroits et obscurs en pièces lumineuses et accueillantes pour les clients et les collaborateurs, et ce en coopération permanente avec le service de conservation des monuments historiques et sans interrompre l'exploitation de notre immeuble aux différentes fins de notre activité.



### Quelles ont été les normes économiques mises en œuvre dans le cadre de ce projet?

L'activité des collaborateurs de la branche financière est trop sédentaire. A Schaffhouse, tous les postes de travail sont désormais dotés de tables basses ou hautes pour alterner les positions assise/debout. Nous avons par ailleurs exploité divers éléments pour offrir à nos collaborateurs des conditions de travail optimales en termes d'acoustique (plafond acoustique), d'éclairage ou de climatisation.

### Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans la succursale rénovée?

Nous avons réussi à allier la modernité de notre Corporate Design et l'histoire de cet ancien édifice. C'est cette combinaison réussie de l'ancien et du neuf qui remporte tous mes suffrages. La technique du bâtiment, qui n'a pas été une mince affaire à intégrer, offre un niveau de confort élevé. Je suis certain que l'équipe de la succursale et la clientèle se sentent très bien dans ces nouveaux locaux, qui sont également plus ouverts.



### Les pièces dégagent une impression de luminosité et de transparence, ce qui est rare dans un bâtiment ancien. Quel est le secret de cette prouesse technique?

Dans la zone bancaire, nous avons démantelé le bâtiment jusque dans sa structure porteuse brute. Lorsque cela s'avérait nécessaire, le verre remplaçait d'autres matériaux de construction, apportant de la transparence. Les utilisateurs s'habituent rapidement à cette transformation et ont maintenant du mal à se souvenir des lieux tels qu'ils étaient auparavant.





### Nouveau concept de succursale à Soleure

En décembre 2014, la succursale de Soleure a rouvert ses portes après de vastes travaux de transformation, qui ont été l'occasion de mettre en œuvre pour la première fois la nouvelle image et le nouveau concept de zones. La nouvelle configuration de la zone d'accueil et de la zone des services permet de concrétiser la stratégie de la Banque Coop aux yeux de la clientèle.

Conformément à la devise du rapport annuel «L'ouverture renforce nos liens», les clients sont invités à effectuer leurs opérations dans un cadre ouvert. L'ensemble des éléments de la zone d'accueil sont mobiles. Dans ce type de succursale, il n'existe plus de guichets fixes. Le but du nouveau concept est de simplifier le contact entre les clients et les conseillers, afin d'intensifier l'activité de conseil. Les conseils peuvent être prodigués dans l'atmosphère détendue de la zone lounge ou à l'abri des regards, dans les salles d'entretien.

# Daniel Wälti, responsable de la succursale de Soleure

## Quel est l'objectif poursuivi avec le nouveau concept de succursale?

Grâce à ce nouveau concept, nous avons encore plus de temps à consacrer à notre cœur de métier: le conseil personnalisé et indépendant. Les clients exécutent généralement eux-mêmes sur nos deux automates les transactions standardisées telles que les versements et les paiements; nous ne leur apportons notre aide qu'au besoin, ce qui nous permet d'investir le temps ainsi libéré dans le conseil. Les clients sont donc gagnants: nous avons plus de temps à leur consacrer pour le conseil.



## Quels sont les avantages du nouveau concept pour la clientèle? Quelles ont été les premières réactions à la succursale?

Les premières réactions de nos clients ont été globalement très positives. Les espaces modernes et lumineux sont très appréciés, car ils contribuent à une ambiance agréable et positive. À son entrée dans la succursale, le client n'a plus à se rendre au guichet, il est désormais directement accueilli par un collaborateur qualifié.

## Les travaux de transformation concernent-ils aussi d'autres succursales?

Oui. Les conclusions de ce nouveau concept devraient en effet servir de base aux futurs changements dont feront l'objet d'autres succursales.

## Les clients de Soleure ont déjà fait l'expérience de l'ouverture. Quel effet ces nouveaux espaces ouverts produisent-ils?

Les espaces ouverts donnent une impression de transparence. Et la transparence crée un sentiment de confiance. Des valeurs pour lesquelles mon équipe et moi-même nous engageons quotidiennement.



«En ma qualité de gérant de fortune, je suis tributaire de la confiance des clients à mon égard. Aussi, je suis bien placé pour apprécier à sa juste valeur tout le sens de ce mot et à quel point la confiance doit se gagner. J'ai entièrement confiance en la Banque Coop, car elle m'a démontré tout son sérieux et sa fiabilité.»

**Bertrand Brunner, directeur général  
de GMBP Vermögensverwaltung, Bâle**



## Peter Hirsig, responsable de projet et res- ponsable Centre de conseil

### Quand le centre de conseil entrera-t-il en service?

Le lancement opérationnel pour la région Nord-ouest de la Suisse aura lieu dans le cadre d'une première phase. L'objectif est d'avoir achevé le projet à l'échelle de la banque d'ici fin 2015.

### **Centre de conseil**

En 2014, les travaux de transformation du Call center en un «centre de conseil» ont bien avancé. Le démarrage de ce dernier prévu pour 2015 garantira un service rapide et compétent à la clientèle privée. Il traitera les demandes téléphoniques et électroniques, y compris en dehors des heures d'ouverture normales. Ce canal de distribution, faisant partie intégrante de l'organisation de distribution de la Banque Coop, revêtira une importance primordiale.

### Quelles peuvent être les attentes de la clientèle vis-à-vis du nouveau Centre de conseil? Quelles seront les prestations proposées?

Pour commencer, les clients pourront bénéficier de conseils par téléphone dans les domaines des paiements, de l'épargne et de la prévoyance, et acheter par ce biais certains produits. Des prestations de support pour l'E-Banking ou le Mobile Banking seront également proposées et des rendez-vous pourront être pris. Au cours des deux prochaines années, l'e-canal devrait continuer à se développer et les premiers produits en ligne devraient voir le jour.

### Le client peut-il tout de même bénéficier de conseils personnalisés dans sa succursale?

Bien sûr, cela reste possible. Le centre de conseil complète de manière optimale les succursales, surtout grâce aux horaires d'ouverture étendus. Nos conseillers des succursales prendront naturellement tout le temps nécessaire pour répondre aux besoins individuels.

## **Une offre adaptée aux groupes cibles**

### **50+ - la concrétisation des rêves**

La Banque Coop propose à ses clients de plus de 50 ans une offre de conseil spéciale, abordant des questions spécifiques sur l'optimisation fiscale, la planification de la prévoyance, l'optimisation de la structure du patrimoine après la retraite et le règlement de la succession. Une retraite anticipée doit elle aussi être planifiée à temps. Les spécialistes de la planification financière de la Banque Coop analysent la situation personnelle du client et conçoivent des solutions individualisées.

### **eva - notre programme pour la femme**

Créé en 2001, le programme eva s'adresse tout particulièrement aux clientes de la Banque Coop. Les perspectives professionnelles et familiales des femmes ainsi que leurs besoins diffèrent souvent de ceux des hommes, ce qui influe sur leur rapport à l'argent.

La Banque Coop prodigue des conseils personnalisés et a pour objectif d'élaborer avec ses clientes des solutions adaptées à leur situation personnelle et à leur phase de vie. Le programme eva s'articule autour de trois axes: le conseil, les manifestations et les publications. Par ce biais, la Banque Coop met à la disposition de ses clientes un réseau d'associations et d'entreprises favorisant l'échange d'informations. Des informations sur les prochains événements prévus sont disponibles sur internet, à l'adresse [www.bankcoop.ch/eva](http://www.bankcoop.ch/eva).

## **Pack PME - nouveaux produits et nouvelle tarification**

Le pack PME comporte les prestations de base pour les opérations bancaires quotidiennes. A la différence des clients utilisant individuellement ces prestations, les clients bénéficiant du pack PME se voient accorder par la Banque Coop un bonus en prime. Les prestations optionnelles peuvent être choisies en fonction des besoins du client. L'offre de pack de la Banque Coop est actuellement en cours de développement. Les nouveaux packs devraient être commercialisés courant 2015.

# Dominik Frutig, responsable Gestion des produits

## Pourquoi la Banque Coop a-t-elle décidé de proposer une application de Mobile Banking?

La tendance à la mobilité et au souhait d'une disponibilité permanente des informations est constante et touche toutes les couches de la population. Le client trouve naturel de pouvoir contrôler depuis n'importe où le solde de son compte, d'exécuter des transactions boursières ou de valider une facture électronique. L'application de la banque offre par ailleurs d'autres fonctionnalités, comme la numérisation de bulletins de versement. Elle facilite ainsi encore plus le paiement de factures.



### **Le Mobile Banking et l'e-canal**

Depuis 2013, la Banque Coop a ouvert le canal électronique aux smartphones et tablettes. L'application de la banque se compose d'une part d'une zone publique à laquelle le client a accès même s'il ne dispose pas encore d'un contrat E-Banking et, d'autre part, d'une zone sécurisée. Le Mobile Banking permet aux clients de gérer leurs finances via leur smartphone ou leur tablette. Ils peuvent également saisir des paiements, par exemple.

Cette prestation est très populaire: de nombreux clients apprécient l'application, qui leur permet de rester en contact avec la banque en toute flexibilité et d'effectuer des opérations bancaires quels que soient le lieu et l'heure.

### [La Banque Coop mise-t-elle désormais entièrement sur le canal électronique?](#)

Le principal pilier de notre approche de conseil à l'écoute du client restera le contact personnel. Les entretiens entre le conseiller et le client seront toutefois complétés et renforcés par la communication et le contact via divers canaux.

### [Qu'en est-il des différents canaux électroniques?](#)

Dans le cadre de son positionnement stratégique en tant que banque de conseil indépendante, la Banque Coop travaille à l'optimisation permanente du canal électronique. L'objectif est de développer celui-ci de manière à ce que le client puisse entrer en contact avec la banque de la façon qui lui convienne le mieux. Il doit pouvoir changer de canal à sa guise: par exemple trouver sur internet l'information souhaitée sur un produit pour se faire une première idée puis, s'il est intéressé, prendre rendez-vous directement via internet. Il en recevra ensuite la confirmation sur son smartphone. Sur la base des

informations saisies par le client, le conseiller élaborera une proposition, dont tous les deux pourront discuter soit ensemble directement ou par exemple par vidéotéléphonie. Le conseiller transmettra ensuite l'offre définitive pour contrôle dans l'E-Banking du client. Ce dernier pourra alors conclure l'opération par Mobile Banking le lendemain, en se rendant à son travail. Ceci pourrait constituer dans un avenir proche l'un des modes de règlement des transactions.





#### Action spéciale Eté: à la découverte de la Suisse

Afin de renforcer ses liens avec les clients après son erreur d'envoi des relevés de fin d'année 2013 et de leur témoigner son estime, la Banque Coop leur a offert l'été dernier la possibilité d'acheter pour dix francs seulement l'un des 50 000 bons RailAway des CFF disponibles et d'effectuer ainsi une belle excursion d'une journée.



«Pourquoi le cacher? Toute ma famille est à la Banque Coop. Tradition oblige! Nous avons toujours bénéficié d'un excellent conseil et nous n'avons aucune raison de déroger à nos habitudes. Dans ce droit fil, la personnalité de notre conseiller constituera toujours un critère déterminant.»

**Cornelia Thoma, coach formation professionnelle, Biltten**

«L'aspect déterminant d'une bonne relation bancaire réside à mon sens dans le contact personnel avec mon conseiller. C'est pourquoi la Banque Coop constitue l'interlocutrice idoine. Mon conseiller prend son temps avec moi, et j'ai l'impression d'être pris au sérieux.»

**Olivier F. Ziegler, propriétaire de Ziegler Teppich + Boden AG, Soleure**

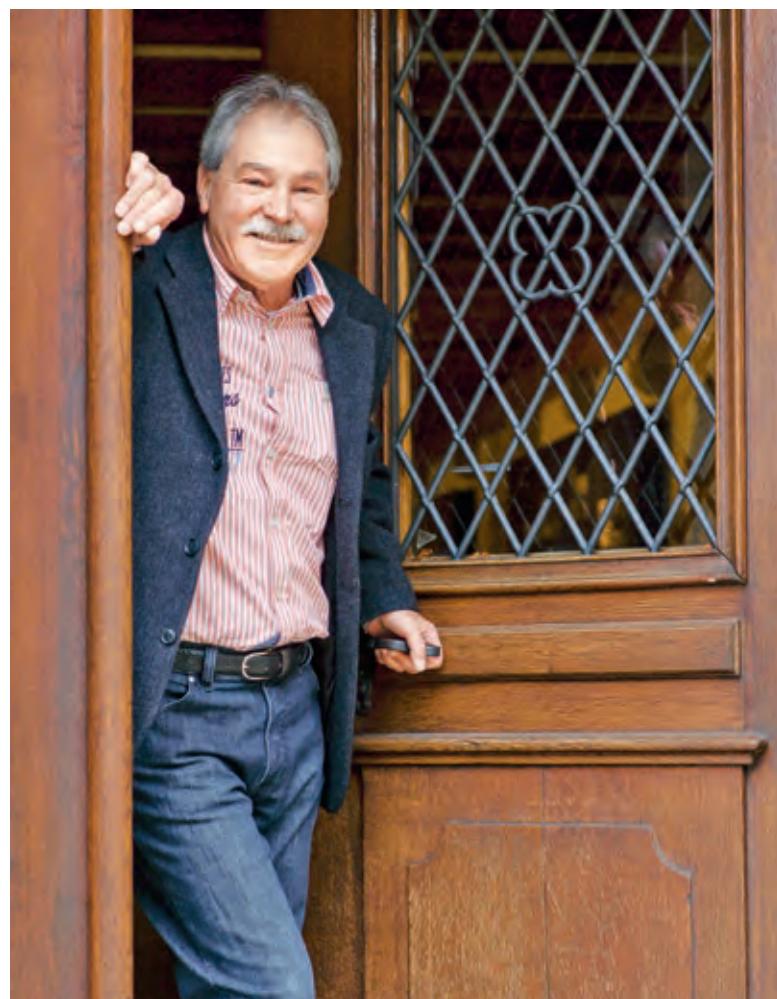


«Dans le secteur financier, je ne connais qu'un institut reversant ses rétrocessions aux clients: la Banque Coop. Je tiens à le souligner.»

**Martin P. Abrahamse, architecte paysagiste FSAP, Muttenz**

«Je suis à la retraite et je trouve énorme avec quelle rapidité les choses changent et comment tout s'est complexifié. Aussi, je suis très content d'être en de bonnes mains à la Banque Coop et les collaborateurs m'expliquent tout de manière que je puisse bien comprendre.»

**Willy Vögeli, retraité, ancien responsable d'un domaine technique à la TV Suisse romande (aujourd'hui Radio Télévision Suisse), Lausanne**



«On peut compter sur la Banque Coop en termes de service de qualité et de conseil fiable. Elle veille à ce que je ne prenne pas de risque inconsidéré.»

**Werner Konitzer, ancien préfet et président du FC Bienne**

# Nos collaborateurs incarnent nos forces

## Des conditions de travail attrayantes

Il est essentiel pour la Banque Coop d'appliquer une politique du personnel progressiste et socialement responsable. En prônant la diversité, la Banque Coop revendique un environnement de travail basé sur l'absence de préjugés. Priorité est donnée à l'égalité de traitement entre hommes et femmes, à l'égalité des chances et au développement des possibilités de concilier vie professionnelle et familiale.

## Travail à temps partiel pour les cadres

A la Banque Coop, le temps partiel est en principe possible à tous les niveaux de la hiérarchie. Cette possibilité est majoritairement exploitée par les employés sans fonction de direction.

## Télétravail

La banque propose le télétravail à certaines conditions et en concertation avec l'instance supérieure. Elle favorise ainsi une meilleure conciliation des exigences professionnelles et des nécessités personnelles, et contribue par conséquent à l'équilibre entre le travail et la vie privée des collaborateurs.

## Congé de maternité

La banque garantit un congé maternité plus long que celui de 14 semaines prévu par la loi.

## Congé de paternité

A la naissance d'un enfant, le père bénéficie de plus que le seul jour de congé prévu par la loi. Il a la possibilité de prendre un congé paternité payé et/ou sans solde.

## Congé sans solde

Sur demande, les employés peuvent prendre un congé sans solde, si celui-ci a été discuté avec l'instance supérieure et que la situation opérationnelle le permet.



«Dive



#### **Participation aux frais de formation continue**

Les personnes se perfectionnant professionnellement sont aidées sur demande, pour autant que cela ait un intérêt pour l'entreprise. Celle-ci participe aux frais de formation et/ou offre du temps pour la formation. Les femmes et les hommes sont égaux en matière de participation à des mesures de perfectionnement et de formation continue. Les engagements familiaux individuels sont pris en compte dans la sélection des formations.

#### **Âge de la retraite couple**

La retraite est possible à partir de 58 ans révolus et peut être aussi déterminée de manière flexible.

#### **Trois plans d'épargne au choix**

En 2013, la caisse de pension a été organisée de manière à ce que les collaborateurs aient le choix à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2014 entre trois plans d'épargne individuelle.

#### **Soins aux enfants et aux parents, aide à domicile**

Sur demande du groupe BKB, l'entreprise servicefamille offre gracieusement aux collaborateurs et à leurs proches des informations, des conseils et des services de médiation dans toute la Suisse sur les thèmes suivants:

- accueil extrafamilial des enfants, à domicile ou sur le lieu de travail
- planification financière familiale
- maternité, paternité, famille
- éducation et école
- soin aux parents (assistance aux proches âgés)
- aide à domicile (aide au ménage, garde d'animaux domestiques)

([www.familienservice.ch](http://www.familienservice.ch))

# Peter Staub, Développement RH du groupe BKB

## La Banque Coop offre à ses collaborateurs la possibilité de prendre un congé paternité. A combien de jours ont-ils droit?

Les collaborateurs peuvent prendre dix jours de congés payés à la naissance de leur enfant. Ils ont également la possibilité de prolonger de quatre semaines sans solde leur congé de paternité de deux semaines. Les parents sont donc aidés lors de cette phase souvent difficile qu'est la fondation d'une famille.

## Vous-même profitez de la possibilité de travailler à temps partiel. Qu'est-ce que cela représente pour vous?

Oui, je travaille actuellement à 70%. Contrairement aux tout jeunes pères, j'ai choisi le temps partiel pour exercer à mon compte une activité annexe. J'apprécie beaucoup la liberté et la flexibilité que m'offre cette formule. J'en profite pour organiser au pied levé des sorties avec mes filles, toutes deux de jeunes adultes, ou tout simplement pour les rencontrer.

## Quels sont concrètement les avantages du télétravail?

Le télétravail permet de concilier les exigences professionnelles et les besoins personnels. Il présente de multiples avantages, en fonction des uns et des autres: les parents peuvent plus aisément réaliser certaines tâches, comme préparer le dîner de leurs enfants à leur retour de l'école. Les collaborateurs qui doivent effectuer de longs trajets pour se rendre au bureau ont la possibilité de télétravailler certains jours et de s'épar-

gner ainsi la fatigue des transports quotidiens. Le télétravail contribue en outre à réduire la mobilité, qui touche à ses limites et, ce faisant, à préserver les ressources naturelles. Le télétravail n'est toutefois pas adapté à tous les profils: il doit être planifié et répondre aux besoins de l'entreprise. Il presuppose également une relation de confiance avec le collaborateur. Utilisé avec modération, le télétravail est un mode d'organisation présentant des avantages très nets tant pour l'entreprise que pour les collaborateurs, qui bénéficient respectivement d'une meilleure conciliation entre vie professionnelle et vie privée et d'une motivation accrue.



## La banque s'engage clairement en faveur de la diversité. Pourquoi ce thème lui tient-il tellement à cœur?

Le principe de diversité de la Banque Coop reconnaît la mixité – que ce soit en termes d'âge, d'origine, de croyance, d'orientation sexuelle, etc. – de ses collaborateurs, qui sont issus des milieux les plus divers. Cette approche ouverte et dénuée de tout préjugé crée un environnement de travail dans lequel les collaborateurs exploitent leurs différences de manière constructive et ont la possibilité de déployer tout leur potentiel.

### Certification interne des conseillers

La certification interne développée par la Banque Coop fait suite à la volonté de la FINMA de standardiser plus encore la qualité du conseil au sein des banques actives en Suisse et à l'élaboration par l'Association suisse des banquiers (ASB) d'un cadre de certification contraignant pour tous ses membres.

Cette certification contribue par ailleurs à la réalisation d'autres objectifs stratégiques:

- mettre en œuvre de manière cohérente l'approche de conseil global;
- garantir une même qualité de conseil au sein de l'ensemble de la Banque Coop;
- satisfaire en permanence à la réglementation.

En 2014, plus de 80 collaborateurs en contact direct avec les clients ont achevé la procédure de certification interne. Jusqu'en 2016, ce sont au total plus de 300 conseillers qui se soumettront en quatre vagues à cette procédure et qui seront suivis par les futures nouvelles recrues en contact avec la clientèle. Il incombera en outre à la banque d'adapter ses systèmes de qualification et d'incitation en fonction des compétences requises.

### Egalité des chances avec des objectifs clairs

Depuis 2001, la Banque Coop revendique le principe d'égalité de traitement entre hommes et femmes, qu'elle a inscrit dans sa stratégie. Elle met en œuvre les mesures suivantes afin de respecter ce principe:

- La part des femmes au sein de l'encadrement et de la direction est clairement définie dans les objectifs stratégiques.
- Cette part augmente chaque année. Elle est publiée dans le rapport annuel.
- Les femmes ont droit à 16 semaines de congé de maternité.
- A la naissance d'un enfant, l'homme partageant le même toit que celui-ci bénéficie de 2 semaines de congé de paternité payé et de 4 semaines de congé de paternité sans solde.
- Les collaborateurs peuvent prendre un congé sabbatique.
- La Banque Coop soutient les modèles de travail à temps partiel et le télétravail à tous les échelons.
- Les postes sont pourvus en fonction des qualifications et de l'expérience, indépendamment du sexe.

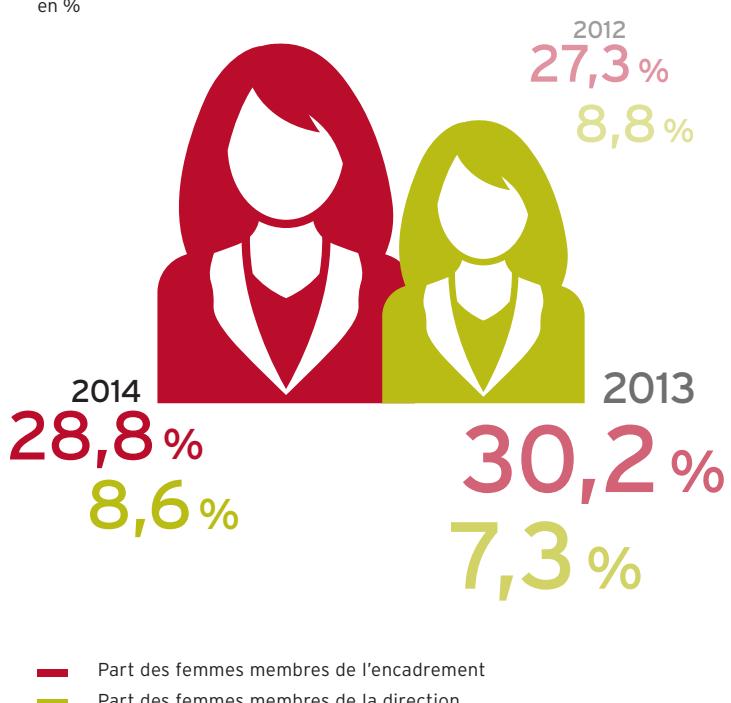
### Promotion des formations continues et de la relève

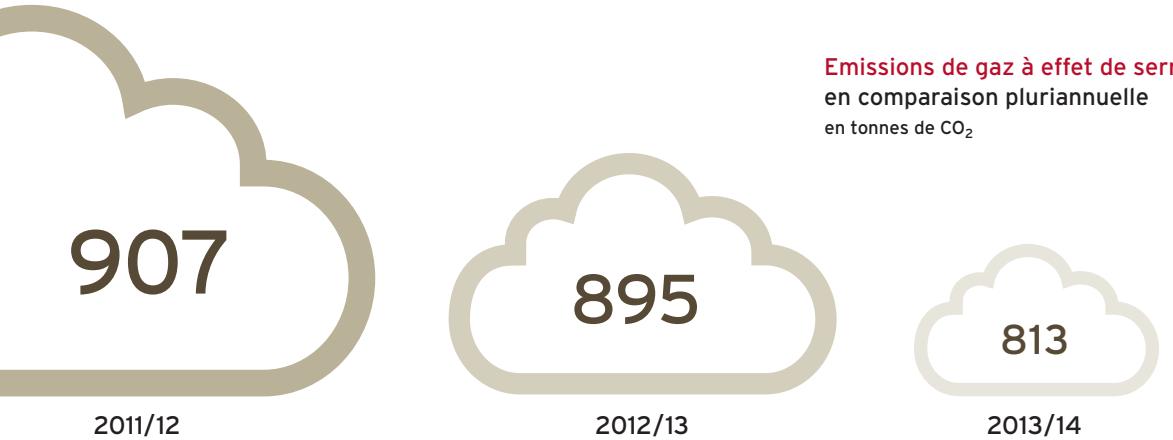
La Banque Coop répond aux souhaits de ses collaborateurs en matière de formation et de perfectionnement en leur accordant un soutien financier important et un aménagement de leur temps de travail, qu'il s'agisse de participer à un des nombreux cours internes proposés ou à des formations externes.

### Relève

La Banque Coop forme chaque année des apprentis et des stagiaires, qu'elle embauche ensuite en grande partie au sein du groupe une fois leur diplôme obtenu. Il est très important pour la banque que la relève soit issue de ses propres rangs.

### Part des femmes avec fonction d'encadrement/ de direction en %





## Le développement durable est de notre responsabilité

Pour la Banque Coop, le développement durable constitue, au-delà même de l'aspect purement économique, une valeur essentielle de son activité, ancrée dans son orientation stratégique. Il s'inscrit dans une perspective à long terme. Au cours du dernier exercice, la banque a poursuivi son engagement dans ce domaine. Elle contrôle et remet en question régulièrement son action, adapte les champs d'intervention importants en fonction des évolutions, voire les réoriente si nécessaire. Son engagement est reconnu par les agences de notation externes, qui lui attribuent de bonnes évaluations, confirmant ainsi qu'elle a effectué des progrès en assumant de plus en plus sa responsabilité écologique et sociale. La Banque Coop se fonde sur ses réalisations et entend continuer de contribuer, par une action durable adéquate, à garantir à la Suisse un avenir radieux.

### Préserver le climat et économiser les ressources

La gestion parcimonieuse des ressources et la contribution à la protection du climat constituent des objectifs centraux de la gestion environnementale de l'entreprise. Dans ce but, la banque mise en grande partie sur les énergies renouvelables et adopte des mesures qui lui permettront d'améliorer l'efficacité énergétique dans le cadre de ses activités.

Grâce à l'application de diverses décisions dans le domaine du bâtiment et à la sensibilisation des collaborateurs à la nécessité d'économiser l'énergie, la consommation énergétique de la banque est restée stable au cours des dernières années. Cette dernière entend en outre utiliser exclusivement de l'énergie issue de sources renouvelables. Elle contribue ainsi au développement d'un système d'approvisionnement en énergie durable en Suisse.

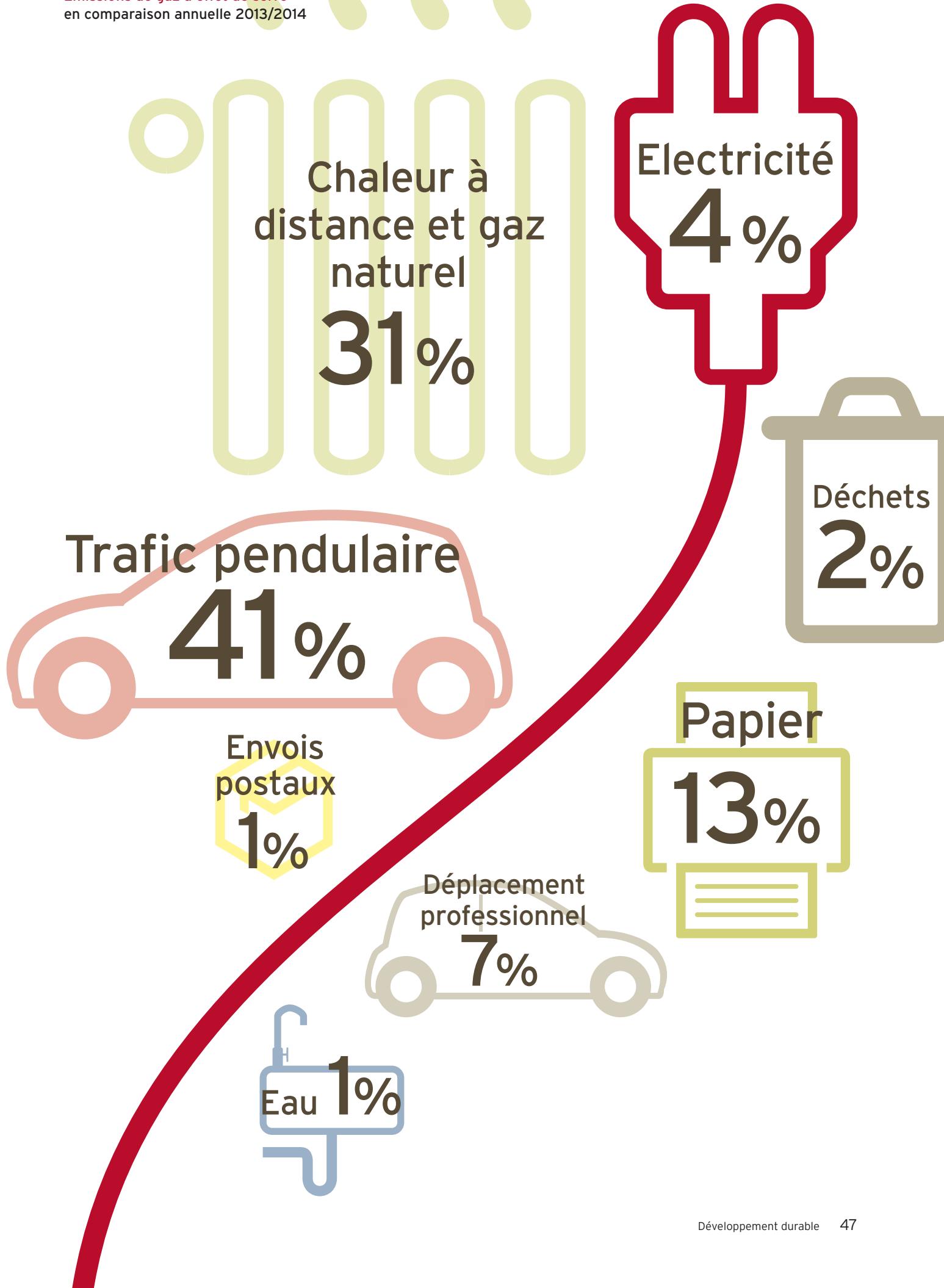
La Banque Coop s'est vu décerner en 2014 pour la quatrième fois consécutive le label Swiss Climate CO<sub>2</sub>. Cette distinction est octroyée aux entreprises qui établissent un bilan complet de leurs émissions de gaz à effet de serre conformément à la norme ISO 14064 et au Greenhouse Gas Protocol et s'engagent à réduire leurs émissions par le biais de mesures concrètes. L'octroi du label passe notamment par un contrôle externe du bilan des émissions de gaz à effet de serre réalisé par SQS (Association Suisse pour Systèmes de Qualité et de Management).

Le bilan des gaz à effet de serre de la Banque Coop s'élève à 813 tonnes d'équivalents CO<sub>2</sub>, ce qui correspond aux émissions moyennes annuelles d'environ 65 personnes en Suisse. Les plus grandes parts de ces émissions sont imputables aux trajets pendulaires (41%) et au chauffage des bâtiments (31%). Au cours des dernières années, les gaz à effet de serre ont été considérablement réduits. Les mesures qui contribuent à la protection du climat continuent d'être mises en œuvre dans le cadre de la stratégie sur l'énergie et le climat.

La consommation parcimonieuse de papier et l'utilisation de papier de recyclage représentent également des mesures importantes de gestion environnementale de l'entreprise.

La consommation de papier destiné au courrier et aux imprimés a continuellement baissé au fil des ans. La part de papier recyclé représente désormais 98% de la consommation totale.

L'offre attrayante de l'E-Banking est en outre développée en permanence. La possibilité d'effectuer des opérations et d'enregistrer ses documents bancaires par voie électronique permet à la clientèle de la banque de réduire sa consommation de papier et d'économiser les ressources.



«L'éthique, la morale et les valeurs sont essentielles dans notre société, notre manière de vivre ensemble. Pour les banques aussi. A mon sens, seul un établissement financier cultivant de tels principes saurait entrer en ligne de compte, à l'instar de la Banque Coop.»

**Francis-Michel Meyrat, président de l'ARMOUP  
(Association des maîtres d'ouvrage d'utilité publique)  
et vice-président de Coopératives d'habitation Suisse,  
Rossemaison**

12



## **Produits et prestations durables**

### **Les avantages d'une hypothèque écologique**

En raison des changements climatiques et de la hausse des coûts énergétiques, les propriétaires doivent repenser leur approche. La Banque Coop soutient à cet effet les travaux de construction et de rénovation respectueux du climat. L'hypothèque écologique permet de financer des projets dans les domaines suivants: Minergie, le Certificat énergétique cantonal des bâtiments (CECB), les rénovations se traduisant par des économies d'énergie et les énergies renouvelables. Avec l'hypothèque écologique, les clients profitent d'une rémunération intéressante.

### **Examen minutieux des fonds de placement durables**

L'ensemble des fonds proposés par la Banque Coop font l'objet d'un contrôle par le Comité pour un développement durable sur la base d'une procédure différenciée. Seuls les fonds et les sociétés de fonds répondant à des critères tels que la transparence et l'indépendance, mais aussi aux normes de qualité élevées de l'analyse de durabilité, bénéficient du label «Développement durable contrôlé». La banque a par ailleurs défini des critères d'exclusion. Les fonds investissant dans l'armement, le tabac ou l'énergie atomique n'obtiennent pas le label. On s'assure également que les sociétés de fonds ne misent pas sur des domaines d'investissement controversés, comme les combustibles fossiles ou l'industrie pharmaceutique.

La Banque Coop publie ensuite sur internet les résultats de l'évaluation de chaque fonds dans un profil de développement durable. Ce profil unique en Suisse nous permet de garantir à nos clients une transparence maximale concernant la prise en compte par la société de fonds des standards et critères d'exclusion reconnus ainsi que sa position vis-à-vis des investissements dans des secteurs controversés comme l'industrie alimentaire, l'exploitation minière, les matières premières ou encore l'énergie.

### **Fonds de placement axés sur un développement durable**

#### **Contrôle**

- Profil de risque, structure du risque et performance
- Orientation géographique, écologique, éthique et morale
- Compatibilité avec la stratégie de la Banque Coop

#### **Fonds de placement de qualité**

#### **Contrôle des sociétés de fonds concernant les points suivants**

##### **Respect des critères d'exclusion**

Déclaration: directives de transparence de l'Eurosif et norme Arista

##### **Respect des normes internationales**

##### **Gestion des secteurs controversés selon les critères de Best Practice**

Décision du Comité pour un développement durable

### **Intégration à la gamme de fonds durables de la Banque Coop**

# Susanne Assfalg, spécialiste du développement durable

## Qu'est-ce qui caractérise la procédure de contrôle des fonds durables de la Banque Coop?

Les fonds de placement durables proposés sur le marché ne répondent pas tous aux attentes des clients en matière d'éthique. Pour chaque fonds, nous contrôlons donc tous les aspects essentiels liés à leur orientation écologique, éthique et sociale.

Nous surveillons en particulier la manière dont ils se positionnent par rapport à des thèmes d'investissement, qui ne sont pas forcément exclus mais se révèlent problématiques en termes de développement durable. Cet aspect de l'évaluation fait l'objet d'un traitement spécial à la Banque Coop: si un fonds investit par exemple dans l'agriculture, nous nous renseignons afin de nous assurer que les critères de Best Practice sont respectés, notamment en matière de protection des animaux, de la biodiversité et des droits du travail.

## Quelle est la valeur ajoutée de cette procédure pour les clients?

Nos clients peuvent partir du principe que les critères d'exclusion que nous avons définis ainsi que les directives et les normes sont respectés, et que l'indépendance du processus de recherche est garantie. Nous publions ensuite les résultats du contrôle dans un profil de développement durable. Nos clients peuvent vérifier dans quelle mesure la responsabilité sociale et écologique est assumée dans le cadre de la gestion de chaque fonds bénéficiant du label «Développement durable contrôlé».



## Les possibilités de placement durable intéressent-elles les investisseurs?

Le marché des placements durables n'a cessé de croître au cours des dernières années. Ainsi, selon le rapport de marché sur les placements monétaires durables en Suisse, environ CHF 60 milliards sont investis dans des mandats, fonds d'investissement ou produits structurés durables. Le volume des mandats durables a également augmenté à la Banque Coop depuis 2011. En 2014, il représentait 24,1% du portefeuille global. Après un léger recul au cours des dernières années, le volume de fonds durables a également affiché une hausse de CHF 23 millions, la part du volume global étant de 9,3%. En résumé, on constate que les investissements qui prennent en compte les aspects éthiques, sociaux et écologiques et visent un rendement financier approprié sur le long terme sont de plus en plus demandés.

## **Notations et distinctions**

### **Le statut «Prime» octroyé à la Banque Coop**

Dans le cadre de la notation en matière de développement durable d'ökonom research (l'un des leaders de la notation sur le segment des placements durables), la Banque Coop s'est vu de nouveau décerner le statut «Prime». Ce corporate rating se base sur une centaine de critères spécifiques à la branche et prend en compte des aspects tels que la corporate governance, l'engagement social, l'écoefficacité ou encore la protection de l'environnement. ökonom research octroie le statut «Prime» aux entreprises comptant parmi les meilleurs élèves.

### **Label d'argent Swiss Climate**

La Banque Coop a reçu pour la quatrième fois déjà le Label d'argent Swiss Climate. Cette distinction est décernée aux entreprises qui établissent un bilan complet de leurs émissions de gaz à effet de serre et s'engagent à réduire celles-ci. L'octroi du label passe notamment par un contrôle externe du bilan des émissions de gaz à effet de serre réalisé par SQS (Association Suisse pour Systèmes de Qualité et de Management).

### **Carbon Disclosure Project (CDP)**

Le CDP est le plus grand regroupement mondial d'investisseurs institutionnels et questionne dans le monde entier des entreprises cotées en bourse. La Banque Coop a atteint en 2014 un score de 78 points (sur 100). Le CDP collecte auprès de plus de 5000 entreprises des données et des informations sur leurs émissions de gaz à effet de serre, sur leur consommation d'énergie et sur leurs objectifs et stratégies de réduction de celles-ci. Les investisseurs, les décideurs politiques, les scientifiques et les médias utilisent ces données pour connaître les stratégies des entreprises en matière de protection du climat.

## **Affiliations**

### **Öbu, réseau pour une gestion axée sur le développement durable**

Les membres de l'Öbu s'engagent à faire évoluer l'économie suisse selon les principes de la durabilité. La Banque Coop est depuis longtemps membre de ce réseau.

### **Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEc)**

La Banque Coop s'engage au sein de l'Agence de l'énergie pour l'économie (AEnEc) en tant que membre du groupe «banques» et a signé en 2014 une nouvelle convention d'objectifs. L'AEnEc défend l'idée que les mesures de rentabilité économique sont compatibles avec la réduction des émissions de CO<sub>2</sub> et l'amélioration de l'efficacité énergétique.

### **Plateforme climatique de l'économie, Berne**

A Berne, la Banque Coop est membre de la plateforme climatique de l'économie. Plus de 50 entreprises partenaires issues de différentes branches s'engagent aux côtés de la Ville de Berne pour la protection du climat.

### **Un engagement pour la société**

La Banque Coop assume sa responsabilité sociale et s'engage aussi financièrement. Elle renforce ainsi son positionnement en tant que banque loyale. Par le biais de sponsorings et de dons, elle encourage dans toute la Suisse des organisations et des initiatives sociales, culturelles ou écologiques.

### **Soutien de l'action «Unis contre le cancer du sein»**

Dans le monde entier, octobre est le mois dédié à la lutte contre le cancer du sein. Depuis plus d'un siècle, la Ligue suisse contre le cancer s'engage contre cette maladie. La Banque Coop est depuis 7 ans le partenaire de cette association, à qui elle donne les moyens, via une contribution financière, de tenir ses engagements.

Comme les autres années, la Banque Coop a participé en octobre 2014 durant deux semaines à l'action «Unis contre le cancer du sein» initiée par la Ligue suisse contre le cancer. Ses collaborateurs arboraient un ruban rose, manifestant ainsi leur solidarité dans le cadre de la lutte contre le cancer. Les clients ont été sensibilisés à la campagne via différentes mesures telles que des feuilles d'information ou un message sur internet et aux Bancomat.

### **Un beau Noël pour trois organisations**

Depuis dix ans, à Noël, la Banque Coop apporte son soutien à trois organisations s'engageant socialement ou écologiquement en Suisse. En 2014, la banque a privilégié des organisations en faveur desquelles certains de ses collaborateurs s'engagent à titre privé. Les dons de Noël 2014 ont été versés à la fondation d'aide aux enfants Etoile filante, à l'association Arche Zürich ainsi qu'à la Fondation suisse du scoutisme. Les relevés de compte envoyés début décembre étaient accompagnés d'un document dans lequel des collaborateurs présentaient le travail des organisations; les clients étaient invités à se joindre à la Banque Coop en effectuant eux aussi un don. Ces organisations ont reçu chacune un don de CHF 10 000 de la part de la banque.

### **Rapport sur le développement durable**

Notre rapport sur le développement durable, consultable à l'adresse [www.bankcoop.ch/fr/nachhaltigkeit](http://www.bankcoop.ch/fr/nachhaltigkeit), informe en détail sur notre contribution au développement durable.

En outre, la banque a de nouveau publié en 2014 un court rapport sur le développement durable présentant des exemples de son engagement.

Le reporting en matière de développement durable de la Banque Coop est axé sur les normes internationales de référence de la Global Reporting Initiative (GRI, G3 Guidelines, mention A+).

«Nous appartenons à la vieille école. Quand nous contractons un engagement, nous le tenons. J'attends la même chose d'un institut financier. Nous savons que nous pouvons nous fier à la Banque Coop et c'est important à nos yeux.»

**Marcel et Brigitte Boillat, clients privés, Aesch**



# Organes de direction

## Composition du Conseil d'administration au 31.12.2014



### Ralph Lewin, président

Citoyen suisse, né le 21.5.1953;  
docteur en sciences politiques  
Au CA depuis le 25.3.2010,  
président depuis le 25.3.2010



### Irene Kaufmann, vice-présidente

Citoyenne suisse, née le 10.9.1955;  
docteur en économie publique; au  
CA depuis le 20.4.2001; vice-pré-  
sidente depuis le 18.4.2005



### Jan Goepfert

Citoyen suisse, né le 3.11.1958;  
licencié en droit et lettres  
Au CA depuis le 15.4.2013



### Christine Keller

Citoyenne suisse, née le 6.10.1959;  
licenciée en droit  
Au CA depuis le 18.4.2005



### Hans Peter Kunz

Citoyen suisse, né le 8.4.1952;  
spécialiste en économie bancaire  
Au CA depuis le 18.4.2005



### Markus Lehmann

Citoyen suisse, né le 27.5.1955;  
diplômé fédéral en assurances  
Au CA depuis le 18.4.2005



### Martin Tanner

Citoyen suisse, né le 15.10.1967;  
économiste d'entreprise avec  
diplôme fédéral ES  
Au CA depuis le 15.4.2013



### Andreas Sturm

Citoyen suisse, né le 30.1.1964;  
docteur en sciences politiques; lic.  
oec. Université de St-Gall  
Au CA depuis le 28.4.2014

### Comité du Conseil d'administration

Ralph Lewin, présidence  
Hans Peter Kunz  
Jan Goepfert

### Comité d'audit du groupe

Jan Goepfert, présidence  
Karoline Sutter Okomba  
Christine Keller  
Michel Rusterholtz

### Comité de rémunération et de nomination

Ralph Lewin, présidence  
Irene Kaufmann  
Andreas Sturm

Des informations détaillées sur la formation et la carrière professionnelle figurent dans le rapport financier 2014. Le rapport financier (rapport de rémunération inclus) peut être consulté à l'adresse [www.banquecoop.ch](http://www.banquecoop.ch), à la rubrique «Banque Coop/Relations Investisseurs». Les informations relatives à Karoline Sutter Okomba et Michel Rusterholtz peuvent être consultées dans le rapport financier 2014 de la Basler Kantonalbank.

## **Composition de la Direction générale au 31.12.2014**



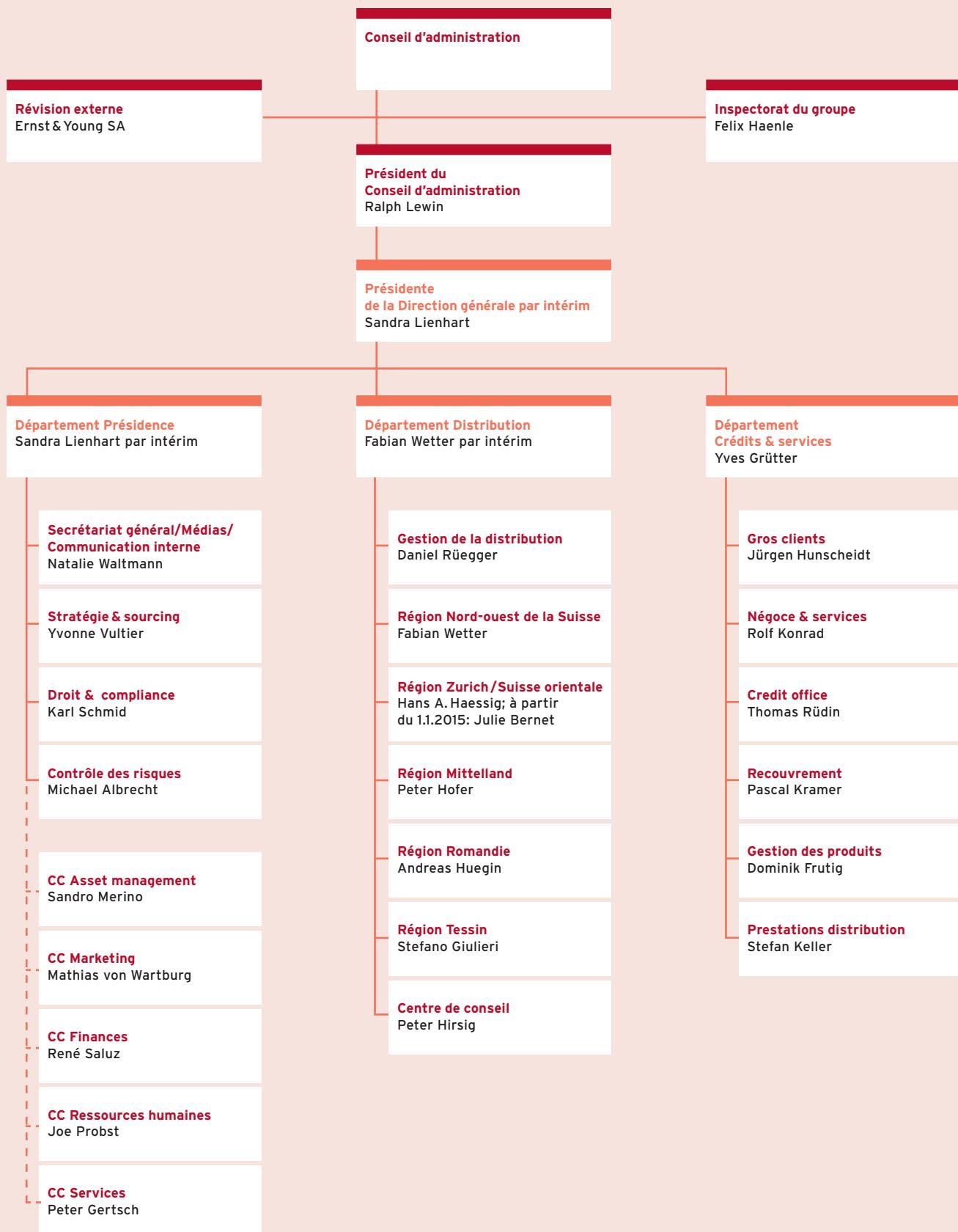
**Sandra Lienhart, présidente de la Direction générale et responsable du dépt. Présidence p.i.**  
Citoyenne suisse, née le 26.5.1966;  
employée de commerce  
A la DG depuis le 1.7.2004

**Yves Grütter, membre de la Direction générale et responsable Crédits & services**  
Citoyen suisse, né le 23.10.1960;  
certificat de maturité type C  
A la DG depuis le 1.10.2010

**Fabian Wetter, membre de la Direction générale et responsable Distribution p.i.**  
Citoyen suisse, né le 3.2.1962;  
économiste d'entreprise  
avec diplôme fédéral ES  
A la DG p.i. depuis le 6.8.2014

Des informations détaillées sur la formation et la carrière professionnelle figurent dans le rapport financier 2014. Le rapport financier (rapport de rémunération inclus) peut être consulté à l'adresse [www.banquecoop.ch](http://www.banquecoop.ch), à la rubrique «Banque Coop/Relations Investisseurs».

# Organigramme au 31.12.2014



# Direction

## Membres de la Direction nommés au cours de l'exercice 2014

Julie Bernet  
Frank Bottini  
Peter Feuz  
Kurt Gasser  
Patrick Heinemann  
Peter Hirsig  
Rudolf Hofstetter

## Membres de la direction (au 31.12.2014)

### a) Département Présidence

Michael Albrecht  
Stephan Berglas  
Doris Carnot  
Karl Schmid  
Yvonne Vultier  
Natalie Waltmann

### b) Département Distribution

Siège principal  
Peter Hirsig  
Henriette Hofmann

### Régions

Fabio Battaglioni  
Julie Bernet  
Reto Blum  
Stephan Bosshard  
Frank Bottini  
Stefan Brigggen  
Daniel Burlon  
Paolo Buzzi di Marco  
Mauro Camozzi  
Leandro Cicolechia  
Eric Dreyfuss  
Gaspar Fente  
Peter Feuz  
Stefano Giulieri  
Olivier Gloor  
Jörg Guggisberg  
Hans A. Haessig  
Roland Hauri  
Patrick Heinemann  
Peter Hofer  
Rudolf Hofstetter  
Meinrad Hueber  
Andreas Huegin  
Peter-Andreas Hurni  
Thierry Jaquier

Urs Jergen  
Bruno Jordi  
Gregor Kälin  
Horst Kämpfen  
Heinz Kuhn  
Reto Kühnis  
Elmar Kuster  
Jacqueline Küttel-Morgenthaler  
Marcus Lohse  
François Martenet  
Christian Mayor  
Christian Mossu  
Peter Nardo  
Helmut Pergher  
Barbara Pichler  
Hubert Renggli  
René Rogalla  
Max Rüegg  
Ralph Rüegg  
Daniel Rüegger  
Claudia Ruf Bopp  
Peter Schmid  
Roger Schmidhauser  
Salvatore Sortino  
Jürgen Staab  
Pierre-André Stoudmann  
Achim Strohmeier  
Claude Taurian  
Jürg Umhang  
Luigi Urbani  
Urs Vondrasek  
Josef Walser  
Daniel Wälti  
Fabian Wetter  
Hansueli Züllig  
Thomas Zumofen

## c) Département Crédits & services

Dominik Frutig  
Kurt Gasser  
Thomas Grüdl  
Rolf Hänggi  
Andreas Hinck  
Jürgen Hunscheidt  
Stefan Keller  
Rolf Konrad  
Pascal Kramer  
Thomas Rüdin  
Daniel Scheidegger  
Markus Weiland  
Niklaus Wegmann





«Avec une famille à charge, on voit les choses autrement. Il m'importe en premier lieu d'en assurer la pérennité financière et d'offrir à mes enfants une formation de qualité.»

Roman Rothacher et son fils, client privé, Schlatt

# Succursales au 31.12.2014

Nord-ouest de la Suisse	Zurich/Suisse orientale	Mitteland	Romandie	Tessin
Fabian Wetter	Hans A. Haessig à partir du 1.1.2015: Julie Bernet	Peter Hofer	Andreas Huegin	Stefano Giulieri
<b>Bâle</b> Fabian Wetter	<b>Zurich</b> Hans A. Haessig à partir du 1.1.2015: Julie Bernet	<b>Berne</b> Peter Hofer	<b>Lausanne</b> Andreas Huegin	<b>Lugano</b> Stefano Giulieri
<b>Bâle-Gundeldingen</b> Peter-Andreas Hurni	<b>Rapperswil-Jona</b> Jürgen Staab	<b>Bienne</b> Josef Walser	<b>Fribourg</b> Christian Mossu	<b>Lugano Cioccaro</b> Mauro Camozzi
<b>Delémont</b> Christophe Berberat	<b>Wiedikon</b> René Rogalla	<b>Soleure</b> Daniel Wälti	<b>Genève</b> Thierry Jaquier	<b>Bellinzona</b> Fabio Battaglioni
<b>Brugg</b> Lea Grossmann	<b>Oerlikon</b> Roland Hauri	<b>Lucerne</b> Max Rüegg	<b>La Chaux-de-Fonds</b> Pierre-André Stoudmann	<b>Locarno</b> vacant
<b>Aarau</b> Meinrad Hueber	<b>Schaffhouse</b> Ralph Rüegg	<b>Zoug</b> Gregor Kälin	<b>Neuchâtel</b> François Martenet à partir du 1.1.2015: C. Brun	
<b>Olten</b> Peter Nardo	<b>Saint-Gall</b> Heinz Kuhn	<b>Thoune</b> Stefan Brüggen	<b>Yverdon</b> Lionel Baruchet	
	<b>Coire</b> Reto Kühnis		<b>Sion</b> Christian Mayor	
	<b>Winterthur</b> Stephan Bosshard		<b>Vevey</b> Olivier Gloor	
	<b>Wetzikon</b> Elmar Kuster			

# Liste des succursales

## Siège principal

4002	<b>Bâle</b>	Dufourstrasse 50	061 286 21 21
------	-------------	------------------	---------------

## Succursales

5001	<b>Aarau</b>	Hintere Vorstadt 8	062 836 40 80
4002	<b>Bâle</b>	Aeschenplatz 3	061 286 21 21
4018	<b>Bâle</b>	Güterstrasse 190	061 366 58 58
6501	<b>Bellinzona</b>	piazza Nosetto 3	091 820 60 20
3011	<b>Berne</b>	Amthausgasse 20	031 327 75 75
2501	<b>Bienna</b>	33, rue de la Gare	032 328 81 81
5201	<b>Brugg</b>	Neumarkt 2	056 461 74 74
7002	<b>Coire</b>	Masanserstrasse 17	081 258 38 48
2800	<b>Delémont</b>	10, rue de la Maltière	032 421 42 00
1700	<b>Fribourg</b>	35, rue de Romont	026 347 45 60
1204	<b>Genève</b>	6/8, place Longemalle	022 818 44 44
2301	<b>La Chaux-de-Fonds</b>	30, avenue Léopold-Robert	032 910 93 93
1003	<b>Lausanne</b>	21, rue Saint-Laurent	021 310 34 11
6601	<b>Locarno</b>	via Trevani 3	091 759 98 88
6002	<b>Lucerne</b>	Morgartenstrasse 5	041 226 46 46
6900	<b>Lugano</b>	viale C. Cattaneo 17A	091 911 31 11
6901	<b>Lugano</b>	piazza Cioccaro 3	091 936 30 70
2001	<b>Neuchâtel</b>	3, rue du Temple-Neuf	032 722 59 59
4603	<b>Olten</b>	Kirchgasse 9	062 205 47 47
8645	<b>Rapperswil-Jona</b>	Allmeindstrasse 22	055 225 53 10
9001	<b>Saint-Gall</b>	Vadianstrasse 13	071 227 65 65
8201	<b>Schaffhouse</b>	Vordergasse 54	052 632 32 32
1951	<b>Sion</b>	46, place du Midi	027 328 15 55
4500	<b>Soleure</b>	Westbahnhofstrasse 1	032 626 50 50
3600	<b>Thoune</b>	Bälliz 59	033 225 36 36
1800	<b>Vevey</b>	15, avenue Général-Guisan	021 925 93 20
8620	<b>Wetzikon</b>	Bahnhofstrasse 126	044 931 17 77
8400	<b>Winterthur</b>	Bahnhofplatz 12	052 269 12 22
1400	<b>Yverdon-les-Bains</b>	4/6, rue du Casino	024 424 13 40
6304	<b>Zoug</b>	Alpenstrasse 9	041 727 76 30
8001	<b>Zurich</b>	Uraniastrasse 6	044 218 63 11
8050	<b>Zurich Oerlikon</b>	Querstrasse 11	044 317 91 91
8055	<b>Zurich Wiedikon</b>	Birmensdorferstrasse 308	044 454 48 20

## **Impressum**

### **Editeur**

Banque Coop SA  
Secrétariat général,  
relations médias et communication interne  
Dufourstrasse 50  
4002 Bâle  
[www.banquecoop.ch](http://www.banquecoop.ch)

### **Copyright**

© 2015 Banque Coop SA

### **Conception**

cr basel

### **Rédaction**

Banque Coop SA, Secrétariat général,  
relations médias et communication interne  
TAKTKOMM AG, Zurich

### **Photographies**

Pablo Wünsch Blanco, Bâle  
Alexander Preobrajenski, Bâle, interview p. 8-11

### **Lithographie**

Sturm AG, Muttenz

### **Impression**

Schwabe AG, Bâle

Paraît en français, allemand et italien.

La version allemande fait foi.



Banque Coop SA  
Dufourstrasse 50  
CH-4002 Bâle

0800 88 99 66  
[info@bankcoop.ch](mailto:info@bankcoop.ch)  
[www.banquecoop.ch](http://www.banquecoop.ch)

96 78 60.02