



Notes d'allocution de

# Kevin D. Strain

**Président et chef de la direction | Sun Life**

*(Sous réserve de modifications)*

Assemblée annuelle et extraordinaire 2026  
Mercredi 6 mai 2026

---

**Assemblée annuelle et extraordinaire 2026 – 6 mai 2026****Notes d'allocution de Kevin D. Strain, président et chef de la direction de la Sun Life**

---

Merci Scott.

J'aimerais commencer aujourd'hui en reconnaissant que nous traversons une période de grands changements. Les conflits géopolitiques, l'incertitude économique et la transformation technologique se déroulent tous simultanément.

Le rythme peut sembler chaotique, voire troublant, pour les familles, les entreprises et les institutions du monde entier. Dans des moments comme ceux-ci, les gens recherchent la stabilité et la constance, particulièrement auprès de leurs institutions financières. Ils veulent des leaders et des organisations qui résistent à l'épreuve du temps, qui affichent leurs valeurs avec clarté, et qui sont là quand ça compte le plus.

C'est là que je veux commencer aujourd'hui. À la Sun Life, ce qui nous ancre, surtout en ces temps incertains et en ce moment incertain, est notre raison d'être : aider les Clients et Clientes à atteindre une sécurité financière durable et un mode de vie sain.

Cette raison d'être n'est pas une aspiration. Il guide nos décisions, façonne notre stratégie et nous permet de garder le cap sur ce qui compte vraiment.

Partout où je voyage dans le monde, peu importe que je rencontre nos Clients, des régulateurs, des chefs de gouvernement ou des employés, les mêmes thèmes reviennent : les gens veulent la sécurité, des opportunités, et la santé. Notre raison d'être résonne au-delà des frontières et des cultures parce qu'elle parle de ces thèmes universels.

Par exemple, lorsque je suis à Hong Kong, je dis « Gung Hei Fat Choi » pour souhaiter la bonne année à quelqu'un. En retour, cette personne me souhaite prospérité, santé et longévité, ce qui correspond parfaitement à notre raison d'être.

Pour nous, un capital solide et une gestion des risques rigoureuse sont essentiels pour réaliser notre raison d'être parce que nous servons les Clients et Clientes tout au long de leur vie. C'est ainsi que nous bâtissons et maintenons la confiance.

Lorsque je réfléchis aux progrès que nous avons réalisés l’an dernier et à la constance avec laquelle nous avons concrétisé notre raison d’être, je ressens un profond sentiment de fierté envers cette organisation et envers les personnes qui la font vivre chaque jour.

Au cours de ses 160 ans d’existence, à travers les cycles économiques, les guerres mondiales, les fluctuations des marchés, les tensions mondiales et deux pandémies, la Sun Life a grandi en restant fidèle à ses valeurs tout en s’adaptant aux besoins de la clientèle et aux exigences du monde.

Ce monde n’est jamais à court de perturbations, et la Sun Life en ressort toujours plus forte. De nos débuts à Montréal à notre ascension comme chef de file mondial dans 28 marchés, notre histoire a toujours été celle d’une évolution ancrée dans les valeurs canadiennes et ouverte sur le monde.

Être une organisation d’envergure mondiale nous a renforcés. Cela approfondit notre perspective et nous aide à comprendre les réalités locales tout en respectant des normes constamment élevées partout où nous exerçons nos activités.

La concrétisation de notre raison d’être en incidence réelle pour les Clients et Clientes se reflète également dans nos résultats.

En 2025, nous avons réalisé des progrès significatifs dans l’ensemble de nos activités. Nous avons augmenté le bénéfice par action sous-jacent de 12 % et affiché un rendement des capitaux propres sous-jacent de 18,2 %.

Nos activités en santé et en protection collective ont connu une croissance des ventes de 25 %, et les ventes de produits de protection individuelle ont augmenté de 26 %.

Pour appuyer nos progrès, nous faisons en sorte de fonctionner comme une entreprise numérique. Et pour ce qui est de l’IA, nos objectifs d’affaires sont établis en fonction de priorités stratégiques claires, et nous privilégions une approche centrée sur l’humain. La confiance n’est pas négociable, et la protection de nos clients est toujours une priorité.

Nous voyons l'IA comme un levier stratégique, et nous l'utilisons pour aider nos équipes à travailler plus intelligemment, en automatisant les tâches de routine et en créant de nouvelles capacités de croissance et d'innovation pour renforcer la façon dont nous concrétisons notre raison d'être pour les Clients et Clientes.

Ainsi, au Canada, plus de 90 % de nos développeurs et développeuses ont recours à l'IA pour améliorer l'efficacité et la rapidité des résultats.

Au chapitre du numérique, nous concentrons nos efforts sur la création de meilleures expériences pour nos Clients et Clientes, le renforcement de la sécurité et l'augmentation de la vitesse et de la fiabilité à l'échelle de l'entreprise. Ce faisant, nous soutenons les conseillers, les conseillères et les partenaires, réinvestissons dans la croissance et permettons à nos équipes de se consacrer davantage à l'établissement de relations bienveillantes et à la création d'expériences positives.

Par exemple, à Hong Kong, nous avons amélioré l'intégration de la tarification numérique fondée sur les données, ce qui a permis l'augmentation du nombre de cas faisant l'objet d'un traitement direct, accélérant ainsi l'intégration des Clients et Clientes.

Parlons maintenant de nos activités. Un jalon majeur pour nous cette année a été la création de Gestion d'actifs Sun Life, sous la direction de Tom Murphy. Rassembler nos capacités de gestion d'actifs sous une seule plateforme mondiale renforce notre capacité à servir la clientèle de manière plus globale, à approfondir les relations institutionnelles et à allouer le capital avec plus d'envergure, de discipline et de perspicacité.

Nous développerons également de nouvelles capacités pour favoriser la synergie entre nos activités de gestion d'actifs et d'assurance. Cela nous positionne pour compétitionner plus efficacement et générer des bénéfices durables et diversifiés au fil du temps.

Sous la direction de Manjit Singh, nos activités en Asie ont connu une année exceptionnelle, avec une forte croissance d'une année sur l'autre, un bénéfice net sous-jacent record, et une hausse des ventes en protection et en gestion de patrimoine de 10 % ou plus à Hong Kong, en Inde, en Indonésie et aux Philippines.

Aux États-Unis, nous conservons notre position de chef de file sur le marché grâce à notre envergure, à notre expertise et à notre portefeuille diversifié. David Healy a assumé le poste de président de ces affaires en septembre dernier. Il possède une combinaison unique d'expérience en technologies et en opérations qui fera progresser nos ambitions aux États-Unis.

Ici, au Canada, nos activités sont dirigées par Jessica Tan, qui vient d'ailleurs tout juste de recevoir le prix *Best Executive* remis par le magazine *Report on Business* du *Globe and Mail*. Nous continuons de consolider notre performance globale en renforçant notre rôle de partenaire de confiance en santé, en gestion de patrimoine et en protection.

Aujourd'hui, nous atteignons environ une personne sur trois au pays grâce à un vaste réseau de distribution composé de conseillers et de conseillères, de partenaires en milieu de travail, de spécialistes des garanties collectives et de canaux numériques.

Cet engagement se manifeste le plus clairement dans les relations que nous entretenons avec notre clientèle.

Chaque jour, partout dans le monde, nous parlons avec les Clients et Clientes, nous les écoutons et nous apprenons à connaître leurs besoins. Nous bâtissons des régimes qui les aident à protéger leurs revenus, à épargner pour l'avenir de leur famille et à atteindre une sécurité financière durable.

Au Canada, nous le faisons par l'entremise de notre réseau de 2 600 conseillers et conseillères Sun Life. J'aimerais vous présenter une courte vidéo qui témoigne de la confiance que les Clients et Clientes nous accordent et de l'incidence que nous avons.

*[VIDÉO SUR NOTRE INCIDENCE SUR LES CLIENTS ET CLIENTES]*

J'adore cette vidéo. « La vie est plus douce avec un café. » Je pense que nous sommes tous et toutes d'accord avec ce dicton. J'aime toujours voir nos conseillers et conseillères aider notre clientèle sur le terrain.

Mark et Belinda représentent les aspirations de toutes les personnes dévouées à leur travail, que ce soit dans les champs, dans les salles de classe, dans les hôpitaux ou dans les bureaux des PME.

Et notre conseiller Mike démontre vraiment comment nous donnons vie à notre raison d'être. Les membres de nos équipes se lèvent chaque jour avec la motivation d'aider nos Clients et Clientes à réaliser leurs aspirations, à surmonter les défis et à transformer les possibilités en sécurité financière durable, et, bien entendu, à atteindre une sécurité financière durable et un mode de vie sain.

Une grande partie de notre force provient du fait que nous sommes une compagnie d'envergure mondiale avec une approche locale. Aujourd'hui, plus des deux tiers de nos revenus proviennent de l'extérieur du Canada. Le fait d'exercer nos activités sur des marchés diversifiés nous permet d'apporter les meilleures pratiques mondiales à la clientèle locale.

Nous bâtissons sur le terrain des équipes qui comprennent les communautés où nous exerçons nos activités, pour créer des liens avec elles et les servir. Nous avons fait croître nos activités à l'échelle mondiale en suivant trois principes :

1. Entrer sur les marchés où nous pouvons gagner.
2. Comprendre en profondeur les dynamiques locales.
3. Embaucher des talents qui partagent nos valeurs.

Cet équilibre entre une portée mondiale et une pertinence locale constitue un avantage puissant qui continue de façonner notre succès.

Pour la suite des choses, je demeure convaincu que nous pouvons donner vie à notre raison d'être pour nos Clients et Clientes. Ce qui me donne confiance, c'est que la Sun Life est faite pour des moments comme celui-ci.

Notre ambition est claire – être la meilleure compagnie de gestion d'actifs et d'assurance du monde. Cette ambition repose sur des principes fondamentaux solides : des activités mondiales diversifiées, une gestion rigoureuse des risques, une approche axée sur les investissements à long terme, et un engagement profond envers notre clientèle.

Tout cela est rendu possible par nos gens. Nous comptons plus de 32 000 employés, et près de 100 000 conseillers et conseillères à l'échelle mondiale. Toutes ces personnes comprennent leurs marchés, restent proches des Clients et Clientes, et prennent des décisions réfléchies même lorsque les conditions sont complexes.

Le tout est renforcé par une culture qui valorise la résilience, l'intégrité et la bonne gouvernance plutôt que les gains à court terme, et soutenu par une raison d'être qui nous permet de garder le cap sur ce qui compte vraiment : aider les gens à atteindre une sécurité financière durable et un mode de vie sain.

À travers l'histoire, les gens ont fait preuve de résilience dans tous les environnements. Et maintes fois, ils ont trouvé des moyens de s'adapter, de coopérer et d'avancer ensemble.

Cette perspective est magnifiquement captée dans l'œuvre qui figure sur la page couverture du rapport annuel de cette année. L'artiste, Abraham Anghik Ruben, explore des thèmes qui résonnent puissamment aujourd'hui : la connexion, la coopération, la résilience et la transmission des connaissances entre les générations.

Cette sculpture nous rappelle que le progrès est souvent venu non pas de l'isolement, mais de la compréhension de l'esprit d'un lieu. Elle nous rappelle que nous sommes plus forts lorsque nous travaillons ensemble avec humilité et respect mutuel.

Sur ce, j'aimerais vous inviter à entendre directement l'artiste, qui donne vie à ces idées bien mieux que je ne pourrais jamais le faire.

*[VIDÉO DE L'ARTISTE]*

Selon moi, Abraham incarne vraiment l'expérience canadienne et notre culture de collaboration, de coopération et de lien avec le territoire. C'est tout simplement magnifique.

Pour en revenir au trimestre, nous avons annoncé ce soir nos résultats financiers pour le premier trimestre de 2026. Vous pouvez les consulter sur le site [sunlife.com](https://www.sunlife.com).

Merci pour votre partenariat et pour votre confiance continue envers la Sun Life. Je suis enthousiaste à l'idée de ce que nous continuerons de bâtir ensemble.

Merci beaucoup!