

Allocution de :

Dean A. Connor

PRÉSIDENT ET CHEF DE LA DIRECTION

Assemblées annuelles 2020

Virtuelle | Mardi 5 mai 2020



Assemblées annuelles 2020 – Le 5 mai 2020
Allocution de Dean A. Connor, président et chef de la direction

Merci Bill.

Bonjour et bienvenue à tous.

J'aimerais souhaiter la bienvenue à nos actionnaires, à nos Clients, à nos Employés et à tous ceux qui se joignent à nous aujourd'hui dans ces circonstances exceptionnelles.

Je veux d'abord dire merci.

Merci aux médecins, aux infirmières, aux premiers répondants, au personnel de soutien du milieu de la santé, aux employés des épiceries et à tous les travailleurs des services essentiels qui répondent à l'appel en cette période difficile. Nous vous sommes profondément reconnaissants de nous aider à continuer. Merci pour votre dévouement et votre courage.

Je veux aussi remercier les 40 000 Employés de la Sun Life et les 126 000 conseillers Financière Sun Life des quatre coins du monde qui mettent nos Clients au cœur de tout ce qu'ils font. Je suis très fier du dévouement et de la résilience de l'équipe Sun Life.

Je commenterai aujourd'hui nos résultats de 2019 et du premier trimestre de 2020. Ensuite, je décrirai comment nous gérons nos affaires pendant cette pandémie. Pour finir,

je vous ferai part de quelques réflexions sur la suite des choses et la transition vers la « nouvelle normalité ».

La Sun Life a connu une autre année de croissance et d'essor en 2019. Notre bénéfice net sous-jacent a dépassé les 3 milliards de dollars pour la première fois. Nous avons aussi franchi une étape importante en atteignant 1 billion de dollars en actif géré.

Nous avons utilisé efficacement nos capitaux en concluant l'acquisition d'une participation majoritaire dans Bentall GreenOak, élargissant ainsi nos capacités mondiales en matière de placements immobiliers. Nous avons réalisé un partenariat de bancassurance avec la TPBank au Vietnam. Nous avons annoncé l'acquisition d'une participation majoritaire dans la société InfraRed Capital Partners, transaction qui devrait se conclure au deuxième trimestre. Nous ajoutons ainsi des actions d'infrastructures à notre gamme de solutions de placements alternatifs. Nous avons aussi versé 1,8 milliard de dollars aux actionnaires sous forme de dividendes et de rachats d'actions.

Pour les cinq dernières années terminées le 31 décembre 2019, nous avons atteint ou dépassé nos objectifs financiers à moyen terme, avec une croissance du bénéfice par action de 12 % selon un taux composé annuellement, un rendement des capitaux propres sous-jacents de 13,2 % et un ratio dividendes/bénéfice de 41 %.

En 2019, nous avons lancé un nouveau plan de durabilité plus musclé axé sur trois secteurs clés qui touchent à notre stratégie et à notre raison d'être : accroître la sécurité financière, encourager un mode de vie sain et promouvoir les placements durables.

Nous avons présenté de nouveaux principes directeurs pour la protection des données des Clients qui décrivent ce que nous faisons avec les données, comment nous les traitons, et ce que nous nous engageons à ne pas faire. Cela comprend notre engagement à ne pas vendre ces données.

Nous soutenons la transition vers une économie plus inclusive à faibles émissions de carbone, entre autres avec notre portefeuille de placements. En effet, nous sommes la première société d'assurance au monde à avoir émis des obligations durables. Le résultat? Un capital de 750 millions de dollars qui sera investi dans des projets offrant des résultats environnementaux et sociaux positifs. À la fin de 2019, la MFS dépassait largement la médiane établie dans les Principes pour l'investissement responsable.

En ce qui concerne 2020, nous venons tout juste de publier nos résultats du premier trimestre de 2020. Le bénéfice sous-jacent a augmenté pour s'établir à 770 millions de dollars, alors que nous avons enregistré une baisse du bénéfice déclaré, qui se chiffre à 391 millions de dollars. Cette baisse est due en grande partie au repli des marchés boursiers au premier trimestre. Malgré le ralentissement des marchés et la baisse des taux d'intérêt, notre ratio du Test de suffisance du capital des sociétés d'assurance-vie (TSAV) est encore de 143 %, soit nettement au-dessus du minimum de surveillance. Cela comprend un excédent de liquidités de 2,4 milliards de dollars pour notre société de portefeuille.

J'ai le plaisir de vous annoncer que le conseil d'administration a approuvé un dividende de 0,55 \$ par action ordinaire, ce qui est comparable au trimestre précédent.

Passons maintenant à la façon dont nous gérons nos affaires pendant la pandémie. Vous ne serez pas surpris d'apprendre que notre plan de poursuite des affaires a bien fonctionné. À titre d'exemple, nous avons 1 200 ordinateurs portatifs en réserve pour faire face aux imprévus – ce qui nous a permis de rendre nos centres d'appels rapidement opérationnels en mode télétravail. Le pourcentage des Employés situés partout dans le monde qui travaillent de la maison est de 95 %.

À la fin de janvier et au début février, nos collègues de la Chine et de Hong Kong ont commencé à travailler de la maison. Notre premier réflexe a été de soutenir nos Clients. Nous avons donc élargi la couverture des soins reçus dans un hôpital ou une clinique, haussé les maximums des garanties, accéléré le traitement des demandes de règlement, éliminé les périodes d'attente et prolongé la période de grâce pour le paiement des primes.

À mesure que la COVID-19 gagnait du terrain dans le monde, nous avons continué d'offrir notre aide aux Clients :

Nous avons réduit de 50 % nos primes d'assurance dentaire pour les PME du Canada, étant donné que de nombreux soins dentaires devront être repoussés, voire annulés.

Nous avons lancé un service de soins de santé virtuels accessible à plus de 2 millions de Canadiens qui participent à un régime de garanties collectives de la Sun Life. Ce service permet de consulter une infirmière praticienne ou un médecin en toute sécurité, dans le confort de votre foyer.

Nous sommes conscients des effets de la COVID-19 sur la santé mentale. En plus des services que nous offrons déjà, nous avons organisé des webinaires pour parler de mieux-être mental avec les participants.

Aux États-Unis, nous avons demandé aux législateurs d'intervenir pour que les prêts gouvernementaux liés à la COVID-19 puissent être utilisés pour maintenir les couvertures d'assurance. Nous avons organisé des réunions pour expliquer aux Clients le rapport entre les prestations d'invalidité, les congés familiaux et médicaux payés et le soutien financier du gouvernement lié à la COVID-19.

En Asie, nous avons rapidement élargi nos services virtuels. Nous avons fait appel aux organismes de réglementation pour promouvoir les ventes et le service à la clientèle en ligne.

Les équipes de la MFS et de Gestion SLC ont redoublé d'efforts en contactant personnellement les Clients de façon proactive. Elles ont aussi offert des webinaires et d'autres points de contact pour communiquer notre interprétation des événements qui touchent les marchés.

Notre équipe au Royaume-Uni a continué de faire un excellent travail en appuyant nos Clients à distance. D'ailleurs, 98 % de nos Clients ont affirmé qu'ils recommanderaient la Sun Life à d'autres.

Nous travaillons aussi à trouver des solutions pour nos locataires qui ont du mal à payer leur loyer et pour nos emprunteurs qui ne peuvent pas faire leurs paiements hypothécaires.

La Sun Life et la MFS ont donné plus de 2 millions de dollars à des organismes de bienfaisance dans les collectivités où nous exerçons nos activités pour soutenir les populations à risque et faciliter l'accès aux banques alimentaires. Nous avons aussi une

réserve de 600 000 masques chirurgicaux, que nous avons donnés à des hôpitaux de tout le pays.

Mais il s'agit d'un effort collectif et nous tenons à souligner le travail accompli par les gouvernements et les organismes du monde entier pour venir en aide aux populations, aux communautés et aux entreprises en cette période de crise.

La pandémie a jeté un éclairage sur trois volets de nos activités qui comptent pour beaucoup.

Tout d'abord, c'est dans des moments comme celui-ci qu'on comprend la valeur d'une assurance. Quand on voit des gens qu'on connaît tomber malades, et mourir dans certains cas, on pense davantage à nos besoins en assurance-vie ou en assurance-santé.

Par exemple, les ventes en ligne ont grimpé de manière significative, même si ce n'est qu'un petit échantillon. Certains des employeurs qui offrent nos garanties collectives nous demandent même d'ouvrir la période d'adhésion en milieu d'année parce que les employés veulent augmenter leur couverture.

Deuxièmement, c'est très encourageant de voir que de nombreux Clients restent calmes par rapport à leurs placements. Notre division canadienne des Régimes collectifs de retraite gère un actif supérieur à 100 milliards de dollars. Moins de 2 % de cet actif est passé d'un fonds d'actions à un fonds plus prudent à la demande des participants. Nous observons une tendance similaire dans nos ventes en gestion de patrimoine au Canada et en Asie.

Voilà qui illustre bien la valeur des conseils financiers donnés par un conseiller de confiance.

Et troisièmement, les compagnies d'assurance-vie contribuent à maintenir un équilibre en temps de grande incertitude économique. Chaque mois, la Sun Life verse plus d'un milliard de dollars en règlements et en prestations aux familles et aux entreprises. Nous continuons aussi d'investir dans des projets qui contribuent à stimuler l'économie.

Ce sera une année remplie de défis pour le secteur de l'assurance-vie. La hausse du taux de chômage entraînera sans doute une baisse de l'ensemble des ventes et des primes d'assurance collective. Il est probable que les cas de mortalité et d'invalidité augmentent. Si les marchés boursiers restent en leur état actuel ou s'ils évoluent à la baisse, les revenus provenant des frais de la Gestion d'actifs et de patrimoine seront moins élevés. Les taux d'intérêt anémiques sont défavorables aux compagnies d'assurance-vie, et nous aurons plus de difficultés sur le plan du crédit, ce qui entraînera certainement une diminution des bénéfices.

Cela dit, nous avons traversé d'autres situations difficiles par le passé. La Sun Life se démarque puisqu'elle entame cette période en occupant une position solide. Notre situation sur le plan du capital est solide : nous avons plus de 2 milliards de dollars en liquidités dans la société de portefeuille, notre ratio d'endettement se situe près d'un plancher historique et nos liquidités sont solides. Au cours des dernières années, nous avons réduit de façon constante le risque dans notre portefeuille de placements. Ces huit dernières années, notre stratégie axée sur quatre piliers a diminué de beaucoup notre exposition aux faibles taux d'intérêt. Nos activités sont bien diversifiées et réparties dans

plusieurs zones géographiques, parmi les secteurs de l'assurance, de la gestion de patrimoine et de la gestion d'actifs. En somme, nous sommes bien placés pour adopter une attitude à la fois défensive et offensive.

Pour finir, je voudrais aborder la suite des choses, qui reposera surtout sur la confiance. Je veux parler de la confiance nécessaire pour prendre un repas en famille dans un café, partir en vacances (probablement dans votre pays cette année) ou investir dans votre entreprise. Les gens sont généralement optimistes. La tâche des compagnies et des gouvernements est de montrer la voie à suivre pour rebâtir cette confiance.

En fin de compte, la confiance reviendra en même temps que des solutions thérapeutiques salvatrices feront surface et qu'un vaccin deviendra largement accessible. D'ici là, un des éléments essentiels pour regagner confiance est la capacité de détecter rapidement les nouveaux foyers d'éclosion pour appliquer des mesures de confinement. Cela demande une bonne planification et des ressources suffisantes pour tester et tracer les personnes contaminées. Nous avons besoin de plus d'information de nos gouvernements sur la façon dont nous allons créer cette capacité. Cela pourrait se traduire par l'embauche de milliers, voire de dizaines de milliers de travailleurs de la santé qui seraient prêts à tracer et isoler les gens qui ont été en contact avec la COVID-19. Cela veut aussi dire qu'il faudra choisir rapidement une application mobile parmi celles qui existent. Celle-ci serait possiblement financée par les provinces, les états ou même les programmes fédéraux de santé. Il faudra également promouvoir activement son utilisation volontaire, le tout combiné à une politique claire de protection et éventuellement de suppression des données. Le secteur privé peut aider à mettre une telle capacité en place, et la Sun Life est prête à mettre la main à la pâte.

J'aimerais conclure en remerciant nos Clients et nos Investisseurs pour leur confiance. Je veux aussi remercier le conseil d'administration de la Sun Life pour ses conseils avisés et son soutien en ce qui concerne la gestion de la compagnie, surtout en cette période de crise sanitaire et économique sans précédent. Je remercie tous nos Employés et nos conseillers de partout dans le monde qui multiplient les efforts pour servir nos Clients et s'entraider.

Même si nous sommes loin d'un retour à la normale, la Sun Life continue d'aspirer à être l'une des meilleures compagnies d'assurance et de gestion d'actifs du monde. Nous continuons de progresser à ce chapitre. L'ironie de cette pandémie est que, malgré la distanciation physique, nous nous sommes rapprochés de nos collègues et de nos Clients en poursuivant nos efforts pour créer des Clients pour la vie.

Quand les fondateurs de la Sun Life se sont réunis à Montréal il y a de cela 155 ans, ils aspiraient à créer une compagnie d'assurance-vie qui serait toujours là pour ses Clients au moment où ils en auraient le plus besoin. Cet objectif continue d'éclairer nos actions aujourd'hui. Il est le soleil au centre de nos préoccupations, la lumière qui nous unit et qui nous montre le chemin. C'est cette même lumière qui brillera pour nos Clients – beau temps, mauvais temps – pour de nombreuses années à venir.

Merci beaucoup.