



# Lettre du président

**Scott F. Powers**  
Président du conseil

En 2025, la Sun Life a non seulement célébré son 160<sup>e</sup> anniversaire, elle a aussi démontré une capacité durable à prospérer dans un contexte mondial marqué par la volatilité. Nous avons continué de faire preuve de résilience et de renforcer l'importance de notre raison d'être : aider nos Clients et Clientes à atteindre une sécurité financière durable et un mode de vie sain.

---

**Notre raison d'être nous a permis de garder le cap sur ce qui compte le plus : soutenir nos Clients et Clientes, autonomiser les collectivités et procurer de la valeur à long terme.**

---

Dans ce climat d'incertitude et de changement, la raison d'être de la Sun Life demeure notre phare. Dans nos 28 marchés, elle a guidé nos décisions, a renforcé notre détermination, et nous a permis de garder le cap sur ce qui compte le plus : soutenir nos Clients et Clientes, autonomiser les collectivités et procurer de la valeur à long terme.

Cette année marquante est une preuve supplémentaire que la Sun Life est capable d'affronter la complexité avec discipline et prévoyance. Atteindre notre 160<sup>e</sup> année est plus qu'une célébration de la longévité – c'est un témoignage de notre culture durable, qui repose sur une gouvernance solide, une gestion prudente des risques et un engagement indéfectible à servir nos Clients et Clientes.

## Procurer de la valeur aux actionnaires

Tout au long de 2025, la Sun Life a obtenu des résultats solides et a généré de la valeur pour ses actionnaires. Notre excellent rendement dans des conditions volatiles souligne la force de notre modèle d'affaires diversifié, notre portée mondiale et notre exécution rigoureuse.

En 2025, notre rendement total annualisé pour les actionnaires était de 15,8 %, 13,3 % et 11,5 % pour les périodes de trois, cinq et dix ans, respectivement.

Notre position sur le plan du capital demeure un atout clair, avec un ratio du TSAV de 157 % pour la Financière Sun Life inc. qui dépasse confortablement les exigences réglementaires. Depuis 2020, nous avons déployé des capitaux de 6,9 milliards de dollars en vue de réaliser des acquisitions et de conclure des partenariats qui procurent des résultats financiers tangibles et durables.

Lors de la Journée de l'investisseur de la Sun Life en 2024, la direction a démontré son engagement en relevant les objectifs à moyen terme de la compagnie. Ces objectifs visaient une croissance du bénéfice par action (BPA) sous-jacent de 10 % et un rendement des capitaux propres (RCP) sous-jacent de 20 %, tout en réaffirmant un ratio de distribution sous-jacent entre 40 % et 50 %. Les progrès réalisés quant à nos objectifs à moyen terme en 2025 sont très encourageants, avec un BPA sous-jacent de 12 %, un RCP sous-jacent de 18,2 % et un ratio de distribution des dividendes de 47 %.

## Progresser vers l'atteinte de nos impératifs stratégiques

Nous continuons de réaliser des progrès importants dans nos quatre piliers : Gestion d'actifs, Asie, États-Unis et Canada. À mesure que nous progressons vers l'atteinte de nos impératifs stratégiques, nous accélérons l'ambition de la Sun Life d'être la meilleure compagnie de gestion d'actifs et d'assurance du monde.

L'automne dernier, nous avons officialisé Gestion d'actifs Sun Life et ainsi élargi nos activités de gestion d'actifs. Cela nous positionne pour accélérer la croissance dans les domaines de la gestion d'actifs, de l'assurance et de la gestion de patrimoine, et au bout du compte générer une plus grande valeur pour nos Clients et Clientes et nos actionnaires.

La Sun Life Asie continue de miser sur son élan dans cette région à croissance rapide. Elle y parvient en trouvant l'équilibre entre une excellente croissance et des résultats solides, grâce à la priorité stratégique que nous accordons aux marchés d'envergure et en croissance, à l'innovation numérique et à l'excellence de la distribution. Nous ouvrons la voie en créant une valeur durable pour nos Clients et Clientes en Asie au moyen de solutions diversifiées, qui sont rendues possibles par nos entreprises et nos partenariats de bancassurance.

Avec 48 millions de Clients et Clientes, les États-Unis demeurent un marché important pour la Sun Life. Même si les vents contraires dans le domaine de l'assurance continuent de toucher certaines parties de nos activités, y compris nos affaires de garanties de frais dentaires, la direction continue de faire des progrès pour remettre l'entreprise sur la bonne voie tout en reconnaissant qu'il pourrait s'agir d'un parcours de plusieurs années.

La Sun Life Canada demeure un acteur dominant dans notre marché d'origine, en affichant une performance résiliente dans un contexte d'incertitude économique, ce qui souligne la force et la croissance de notre segment fondamental.

## Notre parcours numérique

L'avancement de notre parcours numérique, guidé par notre impératif stratégique de fonctionner comme une entreprise numérique, transforme notre façon de faire des affaires, crée des gains d'efficacité internes et profite aux Clients et Clientes. Notre impératif numérique a déjà permis de créer une gamme complète d'outils numériques et d'IA, qui transforment notre façon de travailler, libèrent plus de temps pour servir nos Clients et Clientes, et favorisent les résultats, pour en fin de compte procurer une expérience Client améliorée.



## Regard vers l'avenir

Le conseil d'administration de la Sun Life s'engage à servir nos actionnaires, à fournir une gouvernance solide et une surveillance rigoureuse, et à offrir des questionnements constructifs à la direction.

Nous gardons confiance dans la stratégie d'affaires diversifiée de la Compagnie, et dans la capacité de la direction à créer de la valeur à long terme pour nos actionnaires et à avoir une incidence positive pour nos Clients et Clientes et nos collectivités.

À nos actionnaires, à nos Clients et Clientes et à notre équipe de direction : au nom du conseil d'administration de la Sun Life, merci pour votre confiance, votre dévouement et votre partenariat, qui ont été et continueront d'être essentiels à notre succès collectif.

Ensemble, les réalisations de la Sun Life reflètent une compagnie qui développe l'agilité en réponse à l'incertitude géopolitique, qui avance avec une raison d'être claire et qui demeure profondément engagée à aider ses Clients et Clientes à atteindre une sécurité financière durable et un mode de vie sain.

La Sun Life entre dans la seconde moitié de cette décennie avec confiance et optimisme. Guidés par nos gens, notre culture et notre raison d'être – notre ligne de conduite – et en nous appuyant sur notre solidité financière et notre gestion rigoureuse des risques, nous regardons vers l'avenir avec enthousiasme.

**Scott F. Powers**  
Président du conseil