



## Notre raison d'être nous inspire, nous guide et motive toutes nos actions.

**Aider nos Clients à atteindre une sécurité financière durable et un mode de vie sain** n'a jamais été aussi important. C'est notre raison d'être – c'est ce qui inspire, guide et motive toutes nos actions.

Tant de choses ont changé depuis deux ans. Les ravages de la pandémie de COVID-19, l'injustice sociale, les menaces environnementales et les conflits géopolitiques ont transformé nos vies et redéfini nos priorités. Ces événements ont beaucoup pesé sur la santé mentale et physique de chacun d'entre nous. Nous nous sommes sentis isolés pendant les périodes de confinement et avons été témoins de la maladie et de morts tragiques. Au moment même où j'écris ceci, l'invasion de l'Ukraine plonge le monde dans la tourmente, la dévastation et une crise humanitaire. J'espère de tout cœur que la paix reviendra rapidement.

En même temps, il est inspirant de voir la résilience et l'adaptabilité de l'être humain – cela me donne de l'espoir. La création de vaccins et de traitements novateurs montre ce dont nous sommes capables. Les technologies ont aussi joué un rôle crucial en nous permettant de nous adapter pour rester en contact avec nos collègues et nos proches. Elles nous ont aussi amenés à redéfinir l'avenir du travail à la Sun Life pour créer un milieu de travail flexible permettant de faire des choix selon les besoins des Clients et de l'entreprise.

Nous avons été là pour les Clients quand ils en avaient le plus besoin. Depuis mars 2020, nous avons versé à nos Clients et à leur famille près de 900 millions de dollars en règlements liés à la COVID. Dès le début de la pandémie, nous avons été là aussi pour les gens des régions où nous sommes présents : nous avons donné plus de 4,5 millions de dollars pour venir en

aide aux banques alimentaires, réduire les inégalités en santé et faciliter la distribution des vaccins.

Depuis mars 2020, nous avons versé à nos Clients et à leur famille **près de 900 millions de dollars en règlements liés à la COVID.**

Et nous avons vu un grand nombre de particuliers et d'entreprises, dont la Sun Life, prendre des engagements tangibles et visibles en matière de durabilité. Comme propriétaire et gestionnaire d'actifs, nous nous sommes engagés à réduire à zéro nos émissions nettes de gaz à effet de serre afin de faire partie de la solution aux changements climatiques.

Je conserve l'espoir que cette résilience nous conduira vers un avenir plus radieux. Nous pouvons créer un monde plus positif, plus durable et plus en santé. Comme l'a dit Nelson Mandela : « Je suis fondamentalement optimiste. Je ne saurais dire si c'est dans ma nature ou si je l'ai cultivé. Une partie de ce qui fait un optimiste, c'est de garder la tête tournée vers le soleil en mettant un pied devant l'autre. » À la Sun Life, nous sommes optimistes quant à notre avenir.

L'an dernier, l'équipe de la Sun Life a su affronter tous les défis qui se sont présentés. Nous avons gardé notre tête tournée vers le soleil en mettant un pied devant l'autre. Nous nous sommes serré les coudes, nous nous sommes entraînés, nous avons servi avec soin nos Clients alors aux prises avec de grandes difficultés. Nous avons trouvé des façons innovatrices d'aider nos Clients à atteindre une sécurité financière durable et un mode de vie sain.

## Avoir une incidence sur nos Clients et nos collectivités

Aider nos Clients à **se bâtir et à atteindre** une sécurité financière – qui inclut la gestion d’actifs et de patrimoine, la santé, des solutions de protection et des conseils globaux – est au cœur de ce que nous faisons. Le succès se mesure par l’impact, c’est-à-dire les résultats sur les finances et la santé. Nous aidons les Clients en améliorant leur accès à des outils, à du soutien et à des produits axés sur l’obtention de résultats positifs. Voici quelques exemples de ce que nous avons fait pour aider nos Clients en 2021.

### Résultats sur les finances



**Malaisie** – Nous offrons des solutions de microassurance comme GOLIFE, qui aide les Clients mal desservis à avoir accès à de l’assurance abordable.



**Canada** – Nous nous sommes associés à Conquest Planning pour aider nos Clients à établir leur plan financier.



**Gestion d’actifs** – Nous avons fait l’acquisition de Crescent Capital Group pour élargir les solutions offertes par Gestion SLC par l’inclusion d’instruments de crédit alternatifs.

### Résultats sur la santé



**Canada** – Nous avons lancé notre coach en santé mentale en ligne qui aide les Clients des Garanties collectives à trouver une réponse à leurs besoins en santé mentale.



**Philippines** – Nous avons lancé GoWell Studio, initiative de mieux-être sur demande grâce à laquelle les Clients ont accès à des programmes d’exercice, à des séances guidées de méditation et à des ressources d’information sur les soins de santé.



**États-Unis** – Notre centre de santé dentaire en ligne offre maintenant des vidéos, des articles et un outil d’estimation du coût des soins dentaires. L’acquisition de DentaQuest (qui devrait se conclure en 2022) positionnera la Sun Life comme important fournisseur de garanties de frais dentaires aux États-Unis. avec l’objectif d’améliorer l’accès aux soins buccodentaires auprès des populations défavorisées.

## Stratégie centrée sur notre raison d’être

En 2021, nous avons présenté notre stratégie actualisée. Nous nous sommes fixé comme objectifs de donner un coup d’accélérateur à nos priorités, de produire des résultats plus audacieux et, surtout, d’avoir une plus grande incidence sur le Client.

Nos activités sont diversifiées dans les secteurs de la gestion d’actifs, de l’assurance et de la protection de la santé. Cette diversification nous rend uniques. Elle nous aide à concrétiser notre raison d’être et à réaliser notre ambition : être parmi les meilleures compagnies de gestion d’actifs et d’assurance du monde.

Pour y arriver, nous avons une stratégie claire visant la croissance dans nos piliers – Gestion d’actifs, Canada, États-Unis et Asie. Et nous nous concentrons sur quatre priorités : excellence en distribution, discipline financière, leadership numérique et accent sur la durabilité.

Nous continuons de mettre de l’avant les mesures qui ont contribué à notre réussite – exceller en distribution, que ce soit à la Sun Life, avec notre réseau de conseillers de premier ordre, ou par l’intermédiaire de tiers conseillers ou des canaux novateurs. À cela se greffe une approche prudente en matière de discipline financière basée sur le rendement financier, la gestion du risque et une gestion avisée du capital.



## Leadership numérique

Pour concrétiser notre leadership numérique, nous propulsons nos capacités numériques, nous changeons notre mode de collaboration et nous pensons et agissons comme une entreprise numérique. Notre objectif ultime est de créer des expériences numériques et des relations numériques avec les Clients qui soient exceptionnelles.

La pandémie a mis en lumière l'importance des outils numériques et de l'innovation pour aider les Clients quand et où ils en avaient le plus besoin. Nous simplifions les interactions des Clients avec nous dans toutes nos activités – les soins de santé virtuels, les nouveaux produits et services en ligne, les propositions d'assurance présentées par voie numérique, les opérations de gestion de patrimoine, les demandes de règlement électroniques, etc.



Coach numérique Ella – Plus de 20 millions d'interactions proactives avec les Clients au Canada en 2021.



Traitement numérique de 93 % des propositions d'assurance individuelle, de 83 % des opérations de gestion de patrimoine et de 96 % des règlements de frais médicaux et dentaires groupe au Canada l'an dernier.



Site Web Lumino Santé – 1,6 million de visiteurs.



États-Unis – Augmentation de 70 % du nombre d'employés couverts sur la plateforme Sun Life + Maxwell Health par rapport à 2020.



États-Unis – Lancement de Sun Life Link, portefeuille de solutions d'accès numériques qui facilite les interactions pour les promoteurs de régime.



En Asie – 71 % des propositions d'affaires nouvelles ont été présentées en ligne en 2021.

## Notre engagement en matière de durabilité

Si nos vies sont définies par la pandémie à l'heure actuelle, notre avenir, quant à lui, sera défini par les changements climatiques. En 2021, nous avons renforcé notre engagement en matière de durabilité. Pour nous, la durabilité est une nécessité. Afin que notre stratégie demeure tournée vers l'avenir, nous avons nommé notre première directrice de la durabilité, qui relève de moi et dont le mandat est de susciter des actions à l'échelle de la compagnie et d'intégrer les pratiques durables à nos activités.

Notre aspiration à la durabilité est centrée sur ce que nous connaissons le mieux et sur les aspects où nous pouvons avoir le plus d'influence – accroître la sécurité financière, encourager un mode de vie sain et promouvoir les placements durables. L'an dernier, nous avons lancé plusieurs initiatives pour susciter un changement véritable.

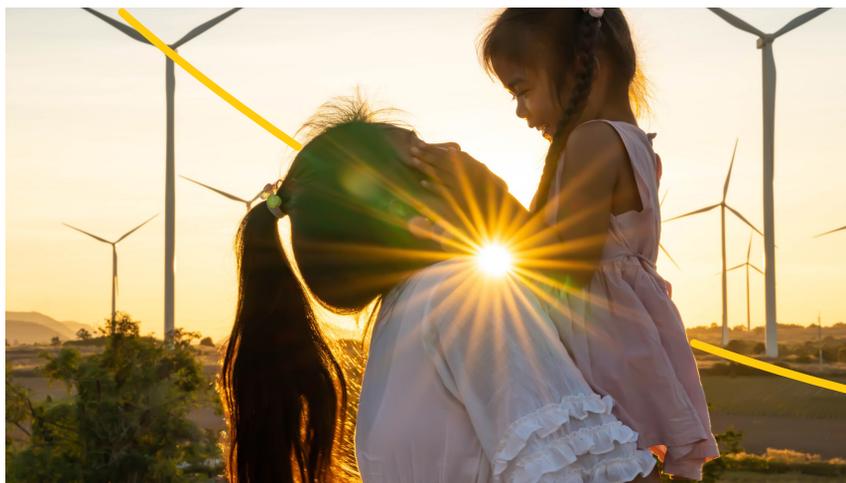
Dans le cadre des investissements pour le fonds général et des investissements de Gestion SLC pour des tiers, nous avons affecté environ 60 milliards de dollars à des placements durables. De plus, nous nous sommes fixé comme objectif d'investir une tranche supplémentaire de 20 milliards de dollars au cours des cinq prochaines années. Nous avons atteint la carboneutralité dans nos opérations à l'échelle mondiale. Enfin, comme propriétaire et gestionnaire d'actifs, nous nous sommes engagés à atteindre un objectif de réduction à zéro des émissions nettes de gaz à effet de serre au plus tard d'ici 2050.

### Diversité, équité et inclusion

Nous continuons de progresser vers nos objectifs en matière de

diversité, d'équité et d'inclusion pour 2025. Nous visons notamment la parité hommes-femmes dans les postes de vice-présidence ou d'un échelon supérieur. Nous avons aussi comme objectif que 25 % des postes de haute direction en Amérique du Nord soient occupés par des personnes provenant de groupes sous-représentés. Nous faisons partie du Conseil canadien pour l'entreprise autochtone et nous figurons parmi les premiers assureurs à entreprendre la certification RPA (Relations progressistes avec les Autochtones).

Je suis fier des effets sociaux et environnementaux positifs que la Sun Life a produits. Et je suis heureux de ce que nous avons accompli pour remplir nos engagements en matière de durabilité. Mais il nous reste encore du travail à accomplir – nous poursuivrons donc nos efforts pour faire encore mieux.



## Procurer de la valeur aux actionnaires

Nous avons répondu aux attentes à ce chapitre en 2021. Guidés par notre raison d'être, nous avons réalisé nos priorités stratégiques et fait d'importants progrès en vue de concrétiser notre ambition.

Nos résultats sont impressionnants, surtout dans un contexte pandémique. Pour 2021, notre bénéfice net déclaré est de 3,9 milliards de dollars, en hausse de 64 % comparativement à 2020 et notre bénéfice net sous-jacent a augmenté de 10 % en 2021. Notre bénéfice par action sous-jacent a aussi connu une hausse de 10 % sur l'année. Ils se situent tous les deux dans la fourchette supérieure de notre objectif à moyen terme, qui est de 8 à 10 %.

Le succès a été au rendez-vous dans l'ensemble de la Compagnie, et chaque division a contribué à ses bons résultats. La gestion d'actifs et de patrimoine compte pour 51 % de notre bénéfice. Gestion SLC a enregistré un flux net de quelque 32 milliards de dollars. La MFS gère un actif record. En Asie, les ventes en gestion de patrimoine ont connu une hausse de plus de 4,5 milliards de dollars. Au Canada, le bénéfice net sous-jacent s'est accru de 5 %. Aux États-Unis, les ventes de garanties collectives ont connu une hausse record de 1,2 milliard de dollars américains.

Nous procurons de la valeur à nos actionnaires, avec un rendement total pour les actionnaires sur dix ans de 18,75 %

composé annuellement. Et avec la suppression des restrictions pour les institutions sous réglementation fédérale à la fin de 2021, nous avons annoncé une hausse de 20 % du dividende sur les actions ordinaires, ce qui renforce notre engagement à procurer des rendements solides aux actionnaires.

Nous avons annoncé une hausse de **20 % du dividende sur les actions ordinaires**, ce qui renforce notre engagement à procurer des rendements solides aux actionnaires.

Nous avons géré le capital avec efficacité grâce à plus de 10 transactions stratégiques. Ces transactions incluent l'acquisition de PinnacleCare et de Crescent Capital et l'entente pour acquérir DentaQuest (qui devrait se conclure en 2022). Aussi, notre coentreprise de gestion d'actifs en Inde a procédé à son premier appel public à l'épargne. Enfin, nous avons augmenté notre investissement dans Bowtie, premier assureur virtuel de Hong Kong. Au troisième trimestre de 2021, nous avons annoncé que notre objectif à moyen terme pour le rendement des capitaux propres (RCP) sous-jacent était de 16 % ou plus. Sur l'année, la tendance s'inscrivait dans notre objectif, car nous avons généré un RCP sous-jacent de 15,4 %.

## Le leadership compte

L'an dernier, Dean Connor, l'ancien président et chef de la direction de la Sun Life, a pris sa retraite après 10 ans à la tête de l'organisation. L'héritage de M. Connor se perpétue. Il est mon mentor et, sous sa direction, nous avons mis les Clients au centre de notre stratégie. Tout au long de son mandat, la Sun Life a pu s'imposer en tant qu'entreprise dotée d'une solide stratégie – et d'une capacité d'exécution encore plus solide.

Bill Anderson, président du conseil d'administration de la Sun Life, a annoncé en décembre qu'il prendrait sa retraite à la fin de son mandat de 12 ans au conseil, dont les derniers cinq ans comme président. M. Anderson a grandement contribué à tracer la voie à suivre pour la Sun Life et pour procurer à nos actionnaires, c'est-à-dire vous, des rendements parmi les meilleurs de l'industrie.

Scott Powers, président du comité de la gouvernance, des placements et de révision, succédera à M. Anderson à titre de président dans la foulée de notre prochaine assemblée générale annuelle en mai. Dans ses nouvelles fonctions, M. Powers mettra à profit ses connaissances et son expérience exceptionnelles. Je serai heureux de travailler avec lui, alors que nous continuons d'aider la Sun Life à se positionner pour l'avenir.



## Un avenir plus radieux

J'envisage avec enthousiasme ce que l'avenir réserve à la Sun Life. Réussir, c'est concrétiser notre raison d'être et mettre en œuvre notre stratégie. La durabilité et le numérique joueront des rôles importants, mais c'est sur nos gens et notre culture que repose notre réussite.

Notre culture, c'est notre force. Je suis honoré de diriger une entreprise qui a comme moteur des gens engagés et passionnés. Ensemble, nous avons à cœur de créer et de promouvoir un avenir du travail marqué par la souplesse et la bienveillance, où le succès et le bien-être du personnel sont des priorités.

Unis par une même raison d'être, nous mettons les gens au premier plan et nous offrons des expériences Clients exceptionnelles. Nous ouvrons la voie en gardant la tête tournée vers le soleil et en mettant un pied devant l'autre.

L'avenir de la Sun Life demeure radieux pour ses Clients, ses employés et employées, ses conseillers et conseillères ainsi que pour vous, ses actionnaires, car optimisme et avenir plus radieux vont de pair.

## Merci de votre confiance envers la Sun Life.

**Kevin Strain**

président et chef de la direction

