

« Je suis fier de nos résultats de 2022 et de la façon dont nous les avons obtenus. »



Aider nos Clients à atteindre une sécurité financière durable et un mode de vie sain. C'est notre raison d'être. C'est ce qui lie chaque employé ou conseiller de la Sun Life dans le monde et surtout, c'est ce qui nous inspire au quotidien.

Je suis fier de nos résultats de 2022 et de la façon dont nous les avons obtenus. Grâce à notre personnel dévoué et à sa résilience, à notre culture d'entraide et d'inclusion, et à notre orientation Client, nous avons pu concrétiser notre raison d'être.

Nos 85 millions de Clients créent une occasion incroyable, à l'échelle mondiale, d'assurer la sécurité financière et d'accroître les bons résultats en matière de santé et de bien-être. Nous savons que nous jouons un rôle essentiel pour nos Clients dans les domaines qui comptent le plus. Nous sommes très fiers de les aider à bâtir un avenir plus radieux et optimiste pour eux-mêmes et leurs proches.

La résilience devant les défis

L'année 2022 a mis en évidence notre résilience. Nous avons connu de nombreux défis extérieurs, qu'ils soient économiques, géopolitiques ou liés à la pandémie de COVID-19. C'est la résilience de nos employés et notre stratégie qui ont permis à la Sun Life de rester en position de force et d'offrir un solide rendement financier à ses actionnaires.

Le bénéfice net déclaré de la Sun Life pour 2022 s'est établi à 3,06 milliards de dollars et le bénéfice net sous-jacent, à 3,67 milliards de dollars, en hausse de 4 % par rapport à l'exercice précédent. Nous avons vu une croissance vigoureuse de nos secteurs liés à la protection et à la santé. Cela confirme l'importance que les Clients continuent d'accorder à leur santé et à leur sécurité financière. Le recul des marchés boursiers mondiaux a eu un impact sur nos sociétés de gestion d'actifs. Mais nous sommes convaincus qu'elles sauront bien performer et croître.

La MFS a conservé sa position de chef de file du marché des fonds offerts aux particuliers aux États-Unis en clôturant

l'exercice au 10^e rang selon l'actif géré¹¹. Gestion SLC a déclaré des entrées nettes de 21,5 milliards de dollars. Nous avons aussi utilisé efficacement notre capital par le truchement d'investissements internes, d'acquisitions stratégiques et de dividendes trimestriels versés aux actionnaires, qui étaient conformes à notre ratio de distribution de 40 % à 50 %. Depuis novembre 2021, après que les organismes de réglementation ont levé les restrictions concernant l'augmentation des dividendes durant la pandémie, nous avons haussé les nôtres de 31 %.

Le rendement des capitaux propres sous-jacent de 15,1 % continue de se rapprocher de notre objectif financier à moyen terme de 16 % et plus. Notre approche disciplinée en gestion des risques et du capital et notre accent sur les activités nécessitant peu de capital nous ont bien servis. Le bilan de la Financière Sun Life inc. demeure solide avec un ratio du TSAV de 130 %. Nous avons clôturé l'exercice avec un actif géré de 1,33 billion de dollars.

Ces résultats ne sont pas que des chiffres. Ils sont le reflet des promesses que nous faisons aux Clients d'être là pour eux aujourd'hui et lorsqu'ils auront besoin de nous plus tard.

Obtenir des résultats positifs pour les Clients

Nos Clients demeurent au cœur de tout ce que nous faisons. Nous continuons d'avoir une incidence positive dans nos quatre piliers – Gestion d'actifs, Canada, États-Unis et Asie. Notre approche ciblée nous a permis non seulement de faire croître nos activités, mais aussi de soutenir nos Clients de manière significative. Nous avons augmenté la distribution pour offrir un meilleur accès à nos produits, et aidé les Clients à naviguer dans des systèmes de santé complexes et à accéder aux soins dont ils ont besoin. Nous avons aussi élaboré des solutions novatrices et fourni des outils numériques pour créer une expérience plus harmonieuse.

Offrir des solutions de placement novatrices était une priorité dans nos activités de *gestion d'actifs*. Nous avons acquis une participation majoritaire dans Advisors Asset Management Inc. Cela nous permet d'étendre nos capacités de gestion d'actifs alternatifs au marché des Clients fortunés aux États-Unis. En outre, nous avons annoncé la vente de nos activités au Royaume-Uni au Phoenix Group. Elle

est associée à la conclusion d'un partenariat stratégique de gestion d'actifs pour Gestion SLC et la MFS.

La pandémie a mis au premier plan la crise de la santé mentale qui était déjà inquiétante. La Sun Life veut faire partie de la solution. Au Canada, nous avons annoncé un investissement de 3,7 millions de dollars pour soutenir des programmes de santé mentale destinés aux jeunes. Nous voulons ainsi améliorer l'accès aux services et étendre leur portée. Avec le renforcement de nos capacités et des solutions novatrices, nous élargirons l'accès aux soins et favoriserons le bien-être global, tout en aidant les employeurs à gérer les coûts des garanties.

Aux États-Unis, nous avons conclu l'acquisition de DentaQuest. C'est la plus importante que nous ayons faite à l'extérieur du Canada, pour miser sur notre capacité à être un leader en santé et en garanties collectives. DentaQuest transformera nos activités américaines en une organisation plus grande et plus axée sur les soins de santé. Plus de 70 %

des revenus en garanties collectives seront liés aux soins de santé.

DentaQuest offre l'accès à des soins buccodentaires de qualité à environ 36 millions d'Américains. Elle aide ainsi à changer le cours des choses dans la vie des familles des marchés mal desservis.

Plus d'un milliard d'Asiatiques feront partie de la classe moyenne d'ici 2030¹². C'est pourquoi l'Asie demeure toujours une occasion de croissance importante. Nous bâtissons des réseaux de distribution de qualité avec des partenariats de bancassurance nouveaux ou élargis, qui rendent nos produits accessibles à plus de personnes. Des partenariats avec la Dah Sing à Hong Kong et CIMB Niaga en Indonésie sont un ajout précieux à nos plus de 20 ententes de bancassurance de qualité dans sept marchés d'Asie. Notre expérience en Asie a prouvé que de solides relations en bancassurance jumelées à des réseaux de conseillers de grande qualité sont essentielles pour avoir une plus grande incidence sur le Client.



Notre parcours numérique s'accélère

C'est le numérique qui définira le succès futur de la Sun Life. Nous continuons à développer des capacités qui créent une expérience numérique harmonieuse pour les Clients. L'objectif est d'établir des liens numériques plus profonds et des expériences plus personnalisées pour mieux anticiper les besoins uniques de nos Clients et y répondre.

Au Canada, nous avons créé plus de 65 000 parcours financiers avec l'outil numérique Un Plan, simplement Sun Life. Un parcours financier personnalisé

fournit des étapes claires à nos Clients pour les aider à atteindre une sécurité financière durable et à bâtir leur confiance financière.

Les Clients utilisent le numérique de plus en plus. L'an dernier en Asie, 83 % des demandes d'assurance ont été soumises par voie numérique. C'est une augmentation de 12 % par rapport à l'année précédente. Au Vietnam, nous avons vu une hausse notable du nombre de demandes de règlement soumises en ligne. Il fallait jusqu'à deux jours

auparavant pour les traiter, alors qu'il suffit maintenant de 15 minutes. C'est avantageux pour la Compagnie et pour les Clients.

Aux États-Unis, nous avons lancé Sun Life Onboard. C'est un nouveau moyen entièrement numérique qui simplifie la configuration des garanties. L'accueil des nouveaux Clients passe désormais par un processus numérique plus simple et plus rapide, pour les employeurs et les employés.



Personnes passionnées et marque de confiance

Rien de tout cela n'est possible sans des équipes passionnées et motivées à concrétiser notre raison d'être. L'an dernier, j'ai été ravi de rencontrer en personne de nombreux employés et conseillers pour la première fois depuis le début de la pandémie. Ça me remplit d'énergie et ça m'inspire. Il est clair pour moi que notre personnel chaleureux et optimiste ainsi que notre culture axée sur notre raison d'être nous distinguent. Ces aspects font de nous un employeur de choix pour les meilleurs talents.

La Sun Life a obtenu le titre Great Place to Work® dans un grand nombre de ses marchés mondiaux. Aux États-Unis, nous avons reçu plusieurs distinctions, notamment le titre 2022 Top Place to Work décerné par le *Boston Globe* pour la cinquième fois d'affilée. Gestion SLC a quant à elle obtenu pour la troisième année d'affilée le titre 2022 Best Places to Work in Money Management décerné par *Pensions & Investments*.

La reconnaissance de la Sun Life va au-delà de celle d'un employeur de choix et d'une marque digne de confiance. Pour la 14^e année de suite, nous figurons au palmarès des 100 sociétés les plus engagées dans le développement durable à l'échelle mondiale de Corporate Knights. De plus, cette année, nous sommes au premier rang parmi les compagnies d'assurance à l'échelle mondiale.

Obtenir des prix, c'est bien. Mais en fin de compte, tout cela est lié à l'importance que nous attachons à une culture inclusive. Nous sommes fiers de soutenir un milieu qui encourage la diversité. Un milieu où nos gens ont accès aux ressources et à la souplesse nécessaires pour soutenir leur bien-être mental, physique et professionnel.



Mettre l'accent sur la durabilité

La durabilité est un objectif commun. Nous avons **tous** un rôle à jouer si nous souhaitons vraiment améliorer le monde où nous vivons et le rendre plus durable. C'est pourquoi nous croyons que nous devons engager tout le monde dans cette voie. Chacun doit fournir sa part d'efforts. Mettre l'accent sur la durabilité, c'est une occasion formidable de nourrir nos relations avec les Clients, d'innover et de favoriser de réels progrès. C'est tout simplement la bonne chose à faire. Dans le cadre de l'héritage que nous créons, nous sommes résolus à intégrer la durabilité dans nos décisions et nos actions.

Nous concentrons nos efforts là où nous avons le plus d'incidence : *accroître la sécurité financière, encourager un mode de vie sain et promouvoir les placements durables*. Cela appuie notre réputation d'entreprise fiable et responsable. Aider nos Clients à atteindre une sécurité financière durable et un mode de vie sain, notre raison d'être, permet de bâtir des collectivités solides et durables. Nous sommes l'un des plus grands gestionnaires d'actifs dans le monde.

Nous comprenons donc le rôle que nous jouons pour soutenir les sociétés durables par le truchement de nos placements.

Et nous avons un impact. Par exemple, selon Diabète Canada, un Canadien sur trois est touché par le diabète ou le prédiabète. Nous avons intégré notre action philanthropique liée au diabète dans nos activités en améliorant l'accès à de l'assurance abordable pour les gens vivant avec le diabète. Nous avons une solution santé et mieux-être qui permet aux Clients admissibles d'accéder à une clinique spécialisée dans le traitement du diabète et à une plateforme de mieux-être offrant du contenu et des ressources ciblés. Depuis 2012, nous avons affecté plus de 46 millions de dollars à cette cause à l'échelle mondiale.

Voici un autre excellent exemple dont je suis fier. Gestion SLC a investi dans un établissement ultramoderne à Montréal, qui offre une large gamme de soins de santé et comprend un institut de recherche sur le cancer. C'est un grand avantage sur le plan social. L'établissement donne accès à des

traitements indispensables contre le cancer, tout en contribuant à l'emploi local. De plus, il a obtenu la certification LEED Or, ce qui témoigne d'une conception durable et d'un niveau élevé d'efficacité opérationnelle.

La Sun Life continue de progresser dans l'atteinte de ses engagements climatiques. Nous avons annoncé des cibles provisoires pour les placements de notre fonds général dans notre rapport sur la durabilité. InfraRed Capital Partners, notre gestionnaire international de placements en infrastructure, s'est fixé des cibles provisoires qui s'alignent sur les critères de l'initiative Net Zero Asset Managers, en ayant notamment 70 % des actifs visés¹³ alignés ou en voie de l'être¹⁴ d'ici 2030. La MFS s'est fixé comme cible provisoire d'aligner¹⁴ 90 % des actifs visés¹⁵ sur les critères de l'initiative Net Zero Asset Managers. Et Gestion d'actifs PMSL inc. s'est fixé une cible initiale de 24 % de l'actif géré¹⁶ qui s'aligne¹⁴ (ou qui est en voie de l'être) sur l'objectif de zéro émission nette d'ici 2030.

En bonne position pour la suite

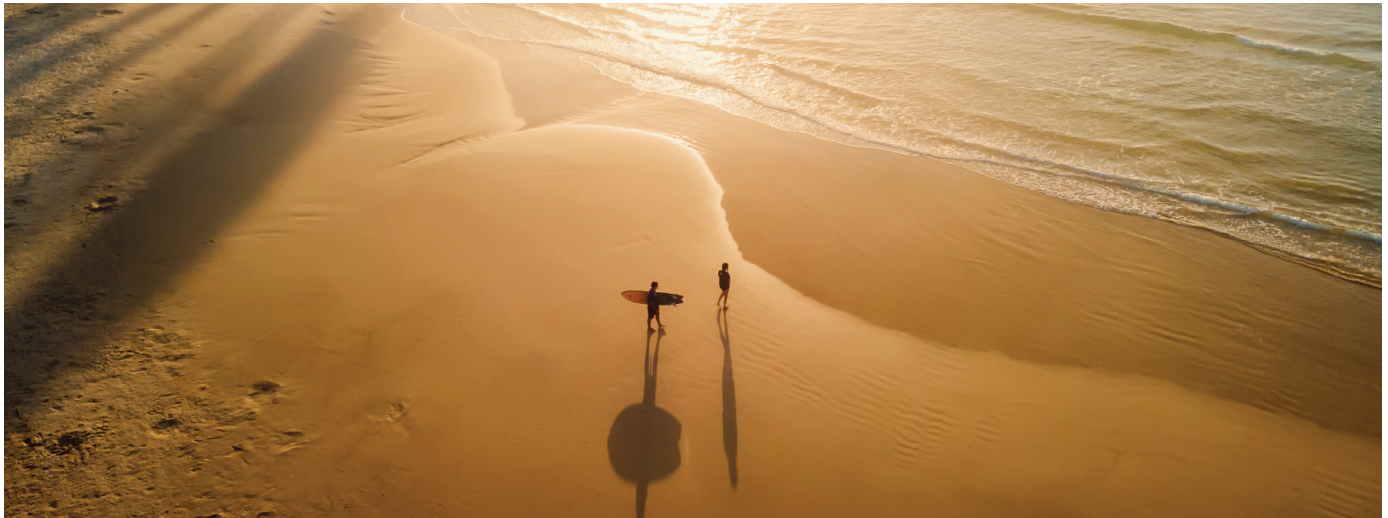
Il nous est impossible de prédire l'année à venir. Mais ce qui est certain, c'est que nous serons là pour nos Clients et que nous avons la résilience nécessaire pour répondre aux attentes de nos actionnaires. Même dans les périodes les plus difficiles – inflation, volatilité des taux d'intérêt, troubles géopolitiques ou problèmes de santé mondiaux – nous sommes convaincus de notre capacité à naviguer dans l'incertitude. La marque Sun Life continue de représenter la confiance, la résilience et l'optimisme.

Notre ambition consiste à être *parmi les meilleures compagnies de gestion d'actifs et d'assurance du monde*. Nous occupons une position de force unique dans nos activités de gestion d'actifs et d'assurance. Elle nous permet de saisir les occasions de collaboration entre les deux parties. Notre force réside aussi dans le caractère mondial de nos activités. Cela nous aide à mieux comprendre le monde et ce qui arrive. Et tout cela appuie notre raison d'être : *aider les Clients à atteindre une sécurité financière durable et un mode de vie sain*.

Permettez-moi de terminer avec des remerciements. À nos Clients : merci de nous faire confiance pour vos besoins en finances et en santé. Rien n'est plus important. À nos actionnaires : merci pour votre confiance et votre soutien continu. Merci aussi à nos employés de donner le meilleur d'eux-mêmes chaque jour au travail et d'offrir l'excellence à nos Clients et à nos partenaires. Enfin, je remercie notre conseil d'administration, qui nous guide dans notre parcours.



Kevin Strain
Président et chef de la direction



Voir la page 236 pour les notes de bas de page.