



Lettre du chef de la direction

Kevin Strain
Président et chef de la direction

En ce moment où je songe à l'année 2024 tout en tournant le regard vers l'avenir, je suis guidé par notre raison d'être, qui reste inébranlable et inspirante : *aider nos Clients à atteindre une sécurité financière durable et un mode de vie sain*. Celle-ci nous sert de repère constant, en particulier dans un monde qui évolue rapidement et qui gagne en complexité.

Enracinée dans tout ce que nous faisons, notre raison d'être se manifeste par notre présence auprès de nos Clients. Nous voulons être à leurs côtés quand ils en ont besoin, de la manière qui leur convient – qu'ils composent avec un diagnostic difficile ou épargnent pour un événement important de la vie, comme la retraite ou les études d'un enfant. Nous jouons également un rôle essentiel en donnant aux organisations les moyens de répondre aux besoins de leurs employés en matière de retraite, de santé et de mieux-être.

Notre raison d'être s'inscrit au cœur même de notre stratégie Incidence sur le Client, oriente nos efforts et renforce la confiance qu'inspire notre marque.

Réalisation de notre stratégie Incidence sur le Client

La réalisation de notre stratégie repose sur nos quelque 65 000 employés et 95 000 conseillers de partout dans le monde qui travaillent dans nos quatre piliers : Gestion d'actifs, Canada, États-Unis et Asie. Chaque jour, tous ces gens améliorent la vie de nos 85 millions de Clients et de leurs familles.

La Gestion d'actifs est la pierre angulaire de notre réussite et compte pour plus du tiers de nos affaires. Nous restons déterminés à développer notre expertise en matière de gestion

Enracinée dans tout ce que nous faisons, notre raison d'être se manifeste par notre présence auprès de nos Clients.

d'actifs. En 2024, nous avons encore raffermi notre place parmi les 25 principaux gestionnaires d'actifs au monde, sans compter que nous sommes le plus grand gestionnaire d'actifs au Canada, avec plus de 1,54 billion de dollars d'actif géré. Nous sommes également la quatrième société de capital-investissement immobilier en importance (BGO) ainsi que le premier fournisseur de services liés aux régimes collectifs de retraite au Canada, avec un actif géré de 156 milliards de dollars. Par ailleurs, nous venons au troisième rang des fournisseurs de fonds de prévoyance obligatoires à Hong Kong, avec un actif géré de 26,5 milliards de dollars. Grâce à nos activités de gestion d'actifs et de patrimoine, nous aidons véritablement les gens à se constituer un patrimoine pour l'avenir et à atteindre une sécurité financière durable.

Notre gestionnaire d'actifs alternatifs, Gestion SLC, a conclu l'achat d'InfraRed Capital Partners, gestionnaire de placements en infrastructures d'envergure mondiale. Il a également lancé des catégories d'actifs alternatifs auprès de la clientèle fortunée sur le marché canadien grâce à notre relation stratégique avec la Banque Scotia.



Nous aidons véritablement les gens à se constituer un patrimoine pour l'avenir et à atteindre une sécurité financière durable.

Créatrice du premier fonds commun de placement, la MFS a célébré un siècle de constitution de patrimoine pour ses Clients en 2024. Cent ans après avoir démocratisé l'investissement, la MFS continue de se classer parmi les 10 principaux gestionnaires d'actifs pour les particuliers des États-Unis.

Le Canada reste un catalyseur de croissance pour la Sun Life. Grâce à nos racines profondes dans le marché canadien, nous sommes un chef de file dans les domaines de la santé, de la gestion de patrimoine et de l'assurance. En 2024, la Sun Life Canada a maintenu sa position enviable de premier fournisseur d'assurance individuelle et d'important fournisseur de garanties collectives.

Au Canada, nous servons 12 millions de Clients et figurons fièrement en tête aux chapitres de l'épargne-retraite, de l'assurance, de la planification successorale, de l'orientation dans le système de santé, de l'assurance-santé et des soins virtuels, par l'intermédiaire de Dialogue. Nous aidons réellement les Canadiens à combler leurs besoins en matière de sécurité financière et de santé.

Le renforcement du parcours santé de nos Clients et l'amélioration de l'accès aux soins font partie intégrante de notre stratégie à long terme. Par exemple, comme administrateur du Régime canadien de soins dentaires (RCSD), lancé en 2024, nous aidons les Canadiens qui peinaient à avoir accès à des services à retrouver confiance en eux, dignité et meilleure qualité de vie sans douleur aux dents.

La première réclamation présentée au titre du RCSD que la Sun Life a traitée portait sur un examen et un nettoyage pour une personne de Terre-Neuve-et-Labrador âgée de 79 ans le 1^{er} mai 2024. Depuis, nous avons inscrit au régime plus de 3,1 millions de personnes, permis à 1,3 million de demandeurs de bénéficier de soins, traité 4,5 millions de réclamations et d'autorisations préalables, intégré près de 24 000 fournisseurs de soins dentaires et répondu à plus de 320 000 appels de membres et de fournisseurs.

Nous accélérons notre essor en Asie, où notre raison d'être crée d'importantes possibilités de connaître une croissance et de changer des vies dans les huit marchés où nous sommes présents. Dans cette région du monde, la classe moyenne se développe et ses membres cherchent à assurer leur avenir financier et celui de leur famille. La Sun Life Asie se classe toujours parmi les cinq premières sociétés d'assurance-vie de la région. Nous y avons conclu plus de 20 partenariats solides en matière de bancassurance et comptons sur un réseau d'agences réunissant plus de 92 000 conseillers.

Nous continuons également à occuper la place de chef de file dans le domaine de la santé et des avantages sociaux aux États-Unis. Nous sommes, entre autres, l'un des plus grands acteurs de l'assurance en excédent de pertes et le plus grand fournisseur de garanties de frais dentaires du pays. Et grâce à la gamme de produits et de services que les employeurs offrent par notre intermédiaire, notre incidence sur la vie des gens est indéniable.

Un couple du Tennessee a ainsi pu voir notre raison d'être prendre tout son sens. On avait en effet diagnostiqué chez leur fille le syndrome d'activation des mastocytes, une maladie incurable qui provoque de graves symptômes d'allergie. À la fin de 2023, son état s'étant aggravé, elle a été admise aux soins palliatifs.

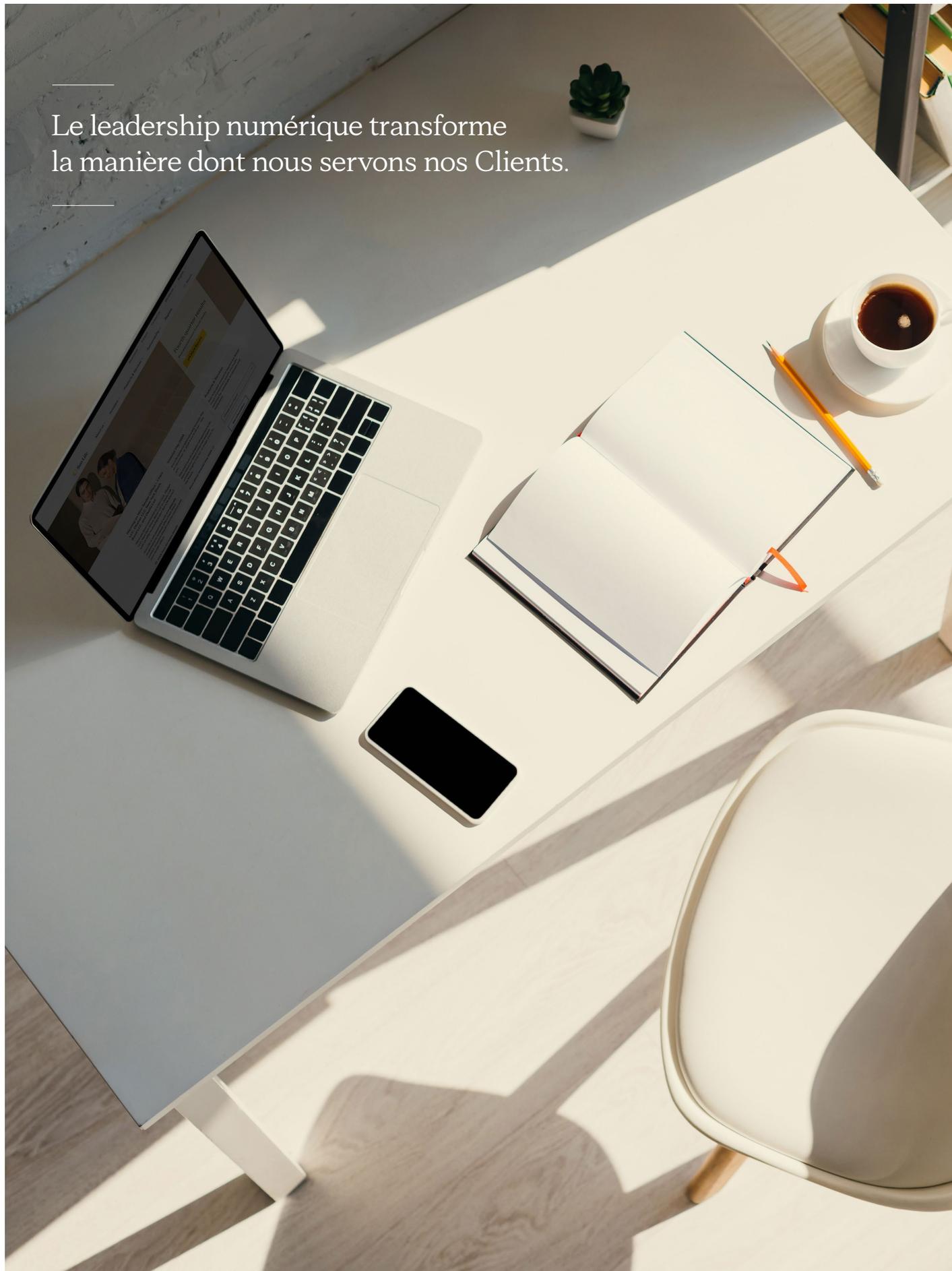
Sans l'assurance hospitalisation de la Sun Life fournie par l'employeur du père, il aurait été difficile pour les parents de naviguer à travers les multiples séjours à l'hôpital tout en s'occupant des autres enfants. Les fonds versés immédiatement ont permis à la famille de combler ses besoins de base et aux parents de passer un temps précieux auprès de leur fille dans les derniers jours précédant son décès tragique. C'est l'un des rôles que nous jouons dans la vie de nos Clients : être là pour les soutenir dans les hauts et les bas.

Incidence sur la vie des gens

Chaque année, on me transmet des centaines d'histoires qui soulignent l'incidence profonde et significative que la Sun Life a sur la vie de ses Clients.

Notre dossier spécial sur Framie, propriétaire d'une entreprise aux Philippines, en est un excellent exemple. Framie a suivi les recommandations de sa conseillère Sun Life et s'est dotée d'une assurance-santé pour les entrepreneurs. Cette assurance est

Le leadership numérique transforme
la manière dont nous servons nos Clients.



devenue une bouée de sauvetage pour Framie lorsque celle-ci a reçu un diagnostic de cancer de manière inattendue. Elle lui a permis de subvenir aux besoins de sa famille pendant ses traitements et de développer son entreprise après la guérison, ce qu'elle n'aurait jamais cru possible.

Au Canada, nous jouons un rôle de plus en plus important pour combler les lacunes du système de santé. Alors que des millions de gens peinent à trouver un médecin de famille et à obtenir des rendez-vous en temps voulu, nos efforts contribuent à combler ces manques critiques. Un couple de Toronto qui attendait son premier enfant faisait face à deux mois et demi d'attente avant d'obtenir un rendez-vous avec un médecin de famille au cours du premier trimestre, une période cruciale. Désespérés, les futurs parents se sont tournés vers les Soins virtuels Lumino Santé, la plateforme de santé intégrée de la Sun Life qui donne accès à des professionnels de la santé. À leur grand soulagement, ils ont consulté le jour même une infirmière praticienne, qui a rapidement organisé une échographie et les analyses sanguines essentielles. Le couple a ainsi pu obtenir des informations médicales importantes, rapidement. Cette intervention a apporté la tranquillité d'esprit aux futurs parents, qui ont accueilli un petit garçon en bonne santé à l'automne.

Ces histoires soulignent tout le pouvoir de notre raison d'être.

Volonté d'innovation

L'un des impératifs stratégiques de la Sun Life est de fonctionner comme une entreprise numérique. Le leadership numérique transforme la manière dont nous servons nos Clients, en leur offrant des expériences exceptionnelles. Nous y parvenons en intégrant la technologie dans l'ensemble de notre organisation et en favorisant une culture d'innovation et de collaboration.

En 2024, nous avons expérimenté et mis en œuvre plusieurs nouveaux projets d'IA générative, en testant des moyens de soutenir la productivité du personnel et d'améliorer l'expérience de la clientèle. Notre agent conversationnel interne primé, Requêtes Sun Life, accroît la productivité et l'efficacité en toute sécurité pour nos systèmes.

Aux États-Unis, nous avons amélioré la connectivité pour les demandes de règlement liées à l'invalidité, aux soins de santé complémentaires, à l'assurance en excédent de pertes et aux soins dentaires. Quand des participants ayant plusieurs produits présentent une demande de règlement, le système tient automatiquement compte de l'ensemble des garanties Sun Life. Ils tirent ainsi parti de toutes leurs couvertures sans avoir à remplir d'autres demandes. Aux Philippines, nous avons mis en place une plateforme de tarification automatisée qui a fait bondir de 50 % le traitement direct au troisième trimestre. Non seulement cette plateforme améliore l'expérience Client, mais elle permet aussi de raccourcir les délais d'exécution et d'améliorer l'efficacité opérationnelle.

Création de valeur

Gestion SLC a enregistré de fortes entrées nettes et une mobilisation de capitaux importante tout au long de l'année, dont une augmentation de 19 % des entrées provenant de l'actif géré lié au bénéfice tiré des honoraires par rapport à l'année dernière et une mobilisation de capitaux de 24 milliards de dollars.

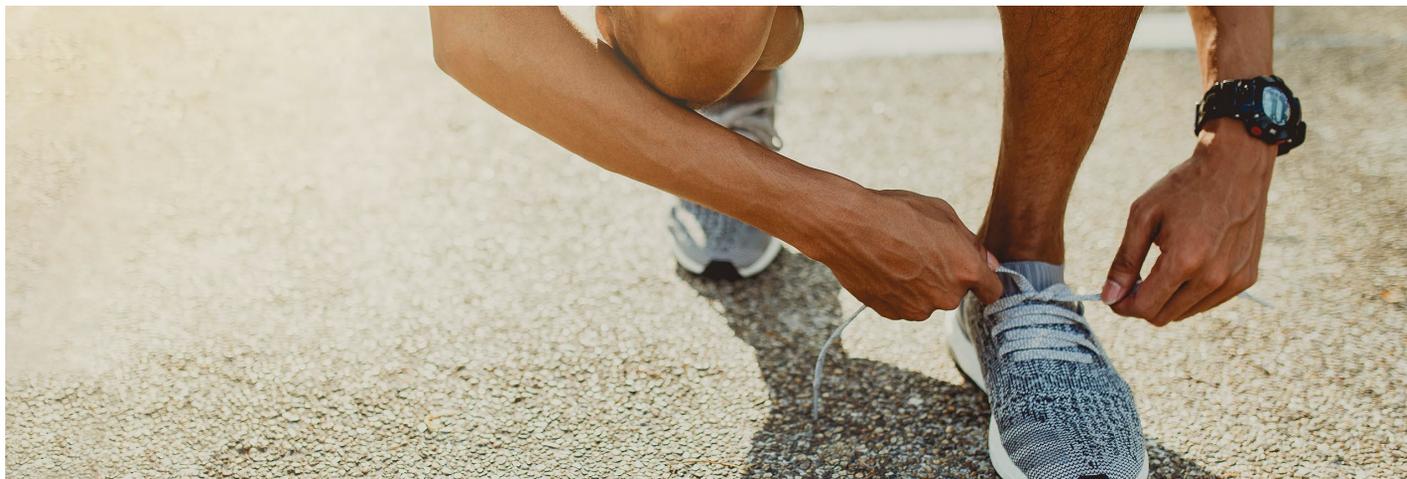
La Sun Life a enregistré de bons résultats en 2024, notamment en Asie et au Canada, où elle a terminé l'année en enregistrant une croissance de 17 % et de 6 % respectivement par rapport à l'an dernier. Nous avons également connu une solide croissance dans le domaine de la protection individuelle, avec une augmentation de 20 % des ventes par rapport à 2023, ce qui montre la valeur que les Clients continuent d'accorder à la sécurité financière et à la santé. Notre position sur le plan du capital demeure solide, le ratio du TSAV s'établissant à 152 % pour la Financière Sun Life. Nous avons terminé l'année en franchissant un nouveau jalon, soit 1,54 billion de dollars d'actif géré. Nous restons convaincus que notre orientation Client inébranlable ainsi que notre stratégie d'affaires équilibrée et diversifiée favoriseront une croissance à long terme.

En novembre, nous avons annoncé que nous relevions nos objectifs à moyen terme pour ce qui est de la croissance du bénéfice par action (BPA) sous-jacent par année à 10 % et du rendement des capitaux propres (RCP) sous-jacent à 20 %, tout en réaffirmant notre objectif à moyen terme pour le ratio de distribution sous-jacent de 40 à 50 %. Au cours des dix dernières années, nous avons obtenu de bons résultats en matière de réalisation et de croissance, ce qui nous a permis de relever ces objectifs.

En 2025, la Sun Life soulignera quelques étapes importantes, dont le 25^e anniversaire de son entrée à la Bourse de Toronto (TSX) et à la Bourse de New York (NYSE). Pour nos actionnaires et nos investisseurs, les actions de la Sun Life ont servi de point d'ancrage en offrant croissance et rendements réguliers.



Notre classement parmi les **Meilleurs lieux de travail**^{MC} (**Great Place to Work**[®]) au Canada, en Inde, en Indonésie, en Irlande, en Malaisie, aux Philippines, à Singapour, au Vietnam et aux États-Unis témoigne de notre engagement à entretenir une culture extraordinaire. Le fait que cette reconnaissance soit basée sur les commentaires du personnel nous indique que nous sommes sur la bonne voie, en créant un lieu de travail inclusif où tout le monde s'épanouit.



Au cours des dix dernières années, notre solide programme de déploiement de capital a permis de reverser 16,2 milliards de dollars aux actionnaires sous forme de dividendes sur les actions ordinaires et de rachats d'actions, dont 2,9 milliards de dollars en 2024.

Personnes et culture

Notre raison d'être façonne notre culture, mais ce sont le dévouement et la loyauté de nos gens dans le monde entier qui rendent possible tout ce que nous réalisons. Ce sont eux qui font la spécificité de la Sun Life et de sa culture.

Nos valeurs – Chaleureuse, Authentique, Audacieuse, Inspirante, Marquante – ne sont pas que des mots sur une page. Elles se reflètent dans chaque action et interaction avec la clientèle, faisant ressortir ce qu'il y a de meilleur en nous et nous poussant à exceller dans tout ce que nous faisons.

Ce qui nous attend

Le succès de la Sun Life ne se mesure pas seulement en chiffres; il se voit aussi dans les histoires des familles qui assurent leur avenir, des personnes qui atteignent leurs objectifs en matière de santé et des collectivités qui prospèrent grâce à notre soutien.

À l'aube de notre 160^e année d'existence, des possibilités illimitées s'offrent à nous et nous inspirent. Transformer des vies et avoir une incidence significative ont toujours été la mission de la Sun Life. Cet engagement inébranlable continuera de nous guider au cours des 160 prochaines années et au-delà.

Notre ambition est audacieuse et exprime notre vision : être la meilleure compagnie de gestion d'actifs et d'assurance au monde. Elle nous pousse à nous adapter au changement, à promouvoir l'innovation et à évoluer avec notre temps. En regardant vers l'avenir, nous nous attachons à favoriser une culture de croissance et de résilience, qui incite nos équipes à arrimer leurs efforts à la raison d'être et aux impératifs stratégiques de la Sun Life. Ensemble, nous façonnerons un avenir défini par le progrès, la capacité d'avoir une incidence et un dévouement indéfectible à changer les choses dans la vie de nos Clients.

Pour conclure, je tiens à vous remercier, vous, nos actionnaires et nos titulaires de contrat, pour votre soutien et votre engagement continu. Merci à notre conseil d'administration pour la constance de sa direction. Et merci à vous toutes et tous de la Sun Life pour votre motivation à réaliser notre raison d'être et à être là pour nos Clients.

Enfin, à nos Clients, merci de faire partie de cette aventure et de confier à la Sun Life votre sécurité financière et vos besoins en matière de santé. C'est pour vous que nous nous efforçons d'avoir une incidence positive, aujourd'hui et demain.

Sincères salutations,
Kevin

Kevin Strain
Président et chef de la direction



Suivez-moi sur LinkedIn
[linkedin.com/in/kevindstrain](https://www.linkedin.com/in/kevindstrain)

LinkedIn est une marque déposée de LinkedIn Corporation et de ses sociétés affiliées aux États-Unis et dans d'autres pays.

Notre ambition est audacieuse et exprime
notre vision : être la meilleure compagnie
de gestion d'actifs et d'assurance au monde.

