

## **POLITIQUE MONDIALE SUR LES RISQUES LIÉS À LA RÉPUTATION – SOMMAIRE**

### **CONTEXTE**

La réputation de la Financière Manuvie constitue l'un de ses plus précieux atouts et il importe de la protéger. L'objectif de la *Politique mondiale sur les risques liés à la réputation* (la « politique ») est de définir la méthode de gestion prudente et proactive des risques liés à la réputation de la Société. La politique s'applique à la SFM et à toutes ses filiales. Elle est examinée régulièrement par le comité directeur de gestion du risque de la Société et le comité de gestion des risques formé par le conseil d'administration. Le présent document constitue seulement un sommaire de la *Politique mondiale sur les risques liés à la réputation* de la Financière Manuvie, et non une reproduction textuelle de la politique.

La gestion des risques liés à la réputation ne doit pas se limiter au respect des règles et à l'exercice de contrôles; elle nécessite une culture d'entreprise fondée sur de solides principes éthiques permettant d'agir avec discernement dans un environnement structuré, tout en tenant compte des risques. Les pratiques exemplaires de la SFM en matière de gouvernance, ses valeurs clairement énoncées prônant l'intégrité et l'éthique dans toutes ses décisions et activités commerciales ainsi que sa méthode de gestion intégrée des risques sont les éléments fondamentaux sur lesquels la Société s'appuie pour réduire au minimum les risques liés à la réputation.

### **PRINCIPES**

#### La Société

- exerce ses activités et mène ses affaires avec intégrité et en conformité, tant dans la forme que dans le fond, avec toutes les lois et tous les règlements applicables dans tous les territoires où elle est présente;
- n'exerce ni ne facilite aucune activité commerciale dans le but de se soustraire intentionnellement à des obligations légales ou réglementaires;
- respecte les principes de protection des renseignements personnels dans ses rapports avec les employés et les clients en appliquant les règles énoncées dans le *Code de déontologie et d'éthique* (le « Code ») et les politiques de la Société ainsi que dans la législation sur la protection des renseignements personnels;
- impose des règles strictes à ses employés, dirigeants et administrateurs concernant les conflits d'intérêts, afin de protéger les intérêts des clients et des actionnaires de la SFM;
- reconnaît que la réputation, l'intégrité et la moralité des personnes et des organisations avec lesquelles elle fait affaire, dont les distributeurs, les réassureurs, les prestataires de services, les contreparties, les gestionnaires de fonds et les fournisseurs, peuvent influencer sur l'opinion que les autres ont de la SFM et constituent des facteurs importants qu'elle doit prendre en considération en ce qui concerne les liens qu'elle établit et qu'elle entretient avec elles;
- offre des produits, des services, des conseils et des avantages qui répondent aux besoins des clients; et
- favorise la diversité dans le milieu de travail en offrant des conditions d'emploi équitables et non discriminatoires à tous les employés actuels et potentiels.

## POLITIQUE

- Il incombe à chaque employé et représentant de la Société d'exercer ses fonctions de manière à protéger et à rehausser la réputation de la Société.
- Le conseil d'administration et la haute direction donnent l'exemple en créant une culture d'entreprise fondée sur l'intégrité et en établissant des règles de conduite strictes dont témoignent le Code et les valeurs<sup>1</sup> de la Société.
- Le cadre de gestion des risques de la Société vise à soutenir la croissance de la valeur offerte à nos actionnaires tout en veillant au respect de nos engagements envers les clients et à la protection du capital et de la réputation de l'entreprise. Ce cadre axé sur la prévention est défini dans la *Politique de gestion des risques de l'entreprise*, qui régit toutes les activités impliquant un risque et comprend la gouvernance, la définition, l'évaluation et le suivi des risques, l'établissement de rapports concernant les risques, ainsi que le contrôle et la réduction des risques.
- Le risque lié à la réputation est un important facteur pris en considération chaque fois qu'une relation, une opération ou une activité commerciale est envisagée. Tous les risques importants liés à la réputation découlant d'une entente commerciale quelconque doivent être évalués et réévalués périodiquement pendant toute la durée de la relation ou de l'opération. L'importance du risque ne se mesure pas uniquement aux conséquences financières directes; il faut aussi tenir compte des situations dans lesquelles la SFM peut sembler avoir une influence importante ou engager sa réputation en appuyant un produit, un distributeur ou un fournisseur ou en effectuant des prêts ou des investissements.
- Les ententes commerciales qui nécessitent une telle évaluation comprennent, entre autres, les suivantes : ententes de distribution; recommandations de tiers et contrats de gestion; ententes de réassurance, avec un tiers ou avec une partie liée; contrats d'impartition; offres de produits; activités d'investissement et de crédit; pratiques de vente; rémunération des dirigeants; relations avec les employés; information financière; acquisitions et dessaisissements. On doit accorder une importance particulière aux ententes de distribution dans lesquelles la marque de commerce de Manuvie ou John Hancock domine et qui peuvent porter à croire que la Société est directement associée aux activités des distributeurs concernés.
- Il incombe à chaque division ou unité administrative d'élaborer des processus et des méthodes formels pour traiter avec ses principaux partenaires commerciaux et avec les autres parties prenantes de manière à réduire au minimum les risques liés à la réputation. Il s'agit notamment des processus pour surveiller et signaler, s'il y a lieu, l'exposition à des risques existants ou à de nouveaux risques ainsi que toute exposition éventuelle à un risque lié à la réputation. Les situations de risque lié à la réputation ont une importance prioritaire et les dirigeants des échelons appropriés doivent en être saisis. Il faut réagir à ces situations sans délai et veiller aux préoccupations de tous les intéressés, y compris les employés.
  - Toute situation susceptible de porter atteinte à la réputation de la Société doit être signalée immédiatement, au moins au directeur général de la division concernée, au membre de la direction responsable et au vice-président directeur et chef de la gestion des risques. Le directeur général doit évaluer le risque potentiel et déterminer s'il y a lieu de porter la situation à un échelon supérieur.
  - Le responsable des communications de l'unité administrative et le service des Communications de l'entreprise doivent aussi être informés de l'émergence de toute situation qui pourrait porter atteinte à la réputation de la Société.

---

<sup>1</sup> Valeurs de Manuvie : professionnalisme, valeur réelle pour nos clients, intégrité, solidité financière établie et employeur de premier ordre.