



AGENCE D'ASSURANCE
GROUPE FINANCIER MONDIAL
DU CANADA INC.

Le 23 juillet 2026

Me Philippe Lebel

Secrétaire et directeur général du secrétariat et des affaires juridiques

Autorité des marchés financiers

Place de la Cité

2640, boulevard Laurier, Bureau 400

Québec (Québec) G1V 5C1

Objet : Consultation réglementaire sur les règles de gouvernance et de gestion des cabinets, des sociétés autonomes et des représentants autonomes et les fonctions du dirigeant responsable

Maître Lebel,

Au nom de l'Agence d'Assurance Groupe Financier Mondial Du Canada Inc. (« AAGFM ») je vous remercie de nous donner l'occasion de formuler des commentaires dans le cadre de la consultation réglementaire sur les règles de gouvernance et de gestion des cabinets, des sociétés autonomes et des représentants autonomes et les fonctions du dirigeant responsable lancée par l'Autorité des marchés financiers (« AMF »). Depuis plus de vingt-cinq ans, l'AAGFM, une filiale de Transamerica et de Aegon, aide des millions de personnes seules et des familles à satisfaire à leurs besoins en matière d'assurance et de placement. L'AAGFM facilite la distribution d'une gamme large de produits d'assurance vie, proposés par quelques-uns des assureurs les mieux établis au Canada, à des populations largement mal desservies. À l'instar de ses sociétés mères, l'AAGFM estime qu'aucune famille ne doit être laissée-pour-compte et concentre ses efforts sur le segment intermédiaire du marché souvent négligé. Alors que le secteur de l'assurance vie s'oriente globalement vers des contrats d'assurance qui gagnent en volume financier et vers une clientèle fortunée, nous sommes fiers de servir les familles qui, autrement, ne pourraient pas bénéficier de produits d'assurance ou de conseils financiers.

L'AAGFM offre aux Québécois et aux Québécoises une occasion unique de tirer parti des possibilités de formation notables et d'une plateforme substantielle pour lancer leur carrière en tant que conseillers et conseillères en sécurité financière (« représentants, représentantes »), en misant sur l'éducation financière, le perfectionnement et l'accompagnement. L'éducation des clients est au cœur de notre modèle et nous estimons qu'elle leur apporte une meilleure protection. Dans un secteur d'activité où la population des représentants vieillit, et à une époque où la majorité des gens continuent à préférer faire appel aux services d'un conseiller humain, l'AAGFM a su démontrer son expertise en matière de recrutement et de formation de la prochaine génération de représentantes et de représentants talentueux. Elle compte actuellement plus de mille (1 000) représentants titulaires d'un permis au Québec, dont l'âge moyen est de quarante (40) ans.

L'AAGFM comprend et soutient la volonté de l'AMF de renforcer les cadres de protection des clients alors que la distribution des produits d'assurance poursuit son évolution vers des modèles de distribution plus indépendants. Si bon nombre des modifications proposées ne prêtent pas à controverse de notre point de vue, certains éléments nécessitent, selon nous, d'être davantage clarifiés ou reconsidérés.



Politiques et procédures écrites

Nous sommes d'accord que certaines politiques et procédures écrites sont nécessaires dans un cabinet de distribution moderne. Nous saluons la souplesse offerte par la formulation proposée à l'article 11.2, qui permet de les rédiger « en fonction de la nature, de la taille et de la complexité » des activités. La souplesse peut s'avérer appropriée à plusieurs égards. Les petites organisations qui n'exercent peut-être pas un large éventail d'activités réglementées n'ont probablement pas besoin de politiques et de procédures aussi exhaustives que les grandes sociétés plus complexes. D'autre part, les cabinets comme l'AAGFM, qui font partie d'une grande entreprise sophistiquée, peuvent être soumis à des politiques et des exigences en vigueur à l'échelle de l'entreprise portant sur des questions comme la cybersécurité, la continuité des activités et l'impartition. Le fait que ces questions soient traitées de manière concrète devrait suffire pour répondre aux préoccupations réglementaires sans qu'il soit nécessaire que ces politiques soient propres à l'entreprise ou reprises mot pour mot d'un modèle de politique publié par un organisme de réglementation.

Beaucoup de cabinets, dont l'AAGFM, exercent leurs activités dans plusieurs provinces et territoires et doivent satisfaire à de multiples exigences réglementaires, notamment en ce qui concerne les politiques et les procédures énumérées dans le projet de règlement. Nous exhortons l'AMF et l'ensemble des organismes de réglementation canadiens à coopérer et à harmoniser ces attentes pour alléger le fardeau réglementaire et permettre aux cabinets d'exercer leurs activités dans tout le pays sans avoir à satisfaire à des exigences parfois contradictoires.

Recrutement et rémunération liée au recrutement

Nous prenons note de la proposition de modification de l'article 11.11 du *Règlement sur le cabinet, le représentant autonome et la société autonome* :

« 11.11. Un cabinet ou une société autonome qui offre une rémunération à un représentant dans le cadre d'un processus d'intégration, doit établir les tâches qui donnent droit à une telle rémunération et le montant de celle-ci.

Cette rémunération ne peut être versée que pour la durée de la première année du processus d'intégration. »

L'AAGFM est l'un des nombreux agents généraux gestionnaires (AGG) exerçant leurs activités au Québec qui ont adopté un modèle fondé sur le recrutement. Ce modèle présente un certain nombre d'atouts inhérents, notamment sa capacité à attirer de nouveaux représentants et représentantes dans le secteur dans un contexte de vieillissement de la population des représentants et à offrir des conseils financiers et une sécurité financière aux familles à revenu moyen issues des milieux divers, qui seraient autrement mal desservies. À première vue, cette disposition modifiée pourrait sembler viser les cabinets comme l'AAGFM qui utilisent ce modèle.



AGENCE D'ASSURANCE
GROUPE FINANCIER MONDIAL
DU CANADA INC.

Nous tenons à préciser que l'AAGFM ne verse aucune rémunération aux représentants et aux représentantes pour leurs activités de recrutement ou dans le cadre d'un processus d'intégration. Aucune rémunération n'est versée lorsqu'une recrue signe un contrat, obtient son permis ou suit la formation initiale requise. Aucune rémunération n'est directement liée à l'entrée dans l'organisation ni au déroulement du processus d'intégration.

La rémunération n'est versée qu'au moment où un produit financier est vendu. Les commissions sont versées à l'AAGFM par les assureurs après la conclusion d'une vente et sont réparties conformément aux dispositions contractuelles et aux politiques internes de l'AAGFM. Le représentant souscripteur reçoit la plus grande partie de la rémunération directement liée à la vente. Une partie est allouée à d'autres représentants et représentantes qui assurent une supervision permanente, un soutien à la formation et une aide au développement des activités en lien avec cette production, et une partie est conservée au niveau de la société / l'AAGFM pour financer la conformité, le contrôle, la supervision et les opérations. Ce fonctionnement n'est pas très différent de celui d'autres types d'agents généraux gestionnaires et des cabinets plus généralement en ce qui concerne la génération de revenus et la répartition de ces revenus sous forme de rémunération aux employés et aux entrepreneurs autonomes dans l'ensemble de la société.

La répartition des commissions par l'AAGFM tient compte des résultats de production et des responsabilités en cours. Elle n'est pas subordonnée à l'acte de recrutement ou d'intégration d'un représentant. Bien que les représentants et les représentantes puissent participer à la découverte et à la présentation des recrues potentielles, cette activité ne donne pas lieu en soi à une rémunération. Toute rémunération de suivi est liée à la génération de chiffre d'affaires par la vente de produits et la fourniture de fonctions de supervision et de soutien permanentes liées à ces ventes. D'autres cabinets qui ne sont pas explicitement axés sur le recrutement cherchent également à développer leurs activités en augmentant leur effectif de représentants et représentantes, ce qui se traduit par une hausse des ventes et des surcommissions plus importantes qui sont distribuées à l'ensemble de l'équipe, souvent en fonction du niveau hiérarchique et de la durée des fonctions exercées.

Il convient également de préciser que notre modèle n'entraîne aucune augmentation des coûts pour les clients. Le même produit d'assurance vendu par l'intermédiaire d'un canal direct, d'un AGG traditionnel ou de l'AAGFM sera assorti de la même prime (coût de l'assurance) calculée selon les critères de souscription. Chez l'AAGFM, jusqu'à six niveaux hiérarchiques peuvent participer à la commission perçue sur la vente. La commission versée par l'assureur et la prime payée par le client sont les mêmes, quel que soit le niveau du représentant souscripteur dans sa hiérarchie. L'AAGFM prélève la même commission que celle perçue par d'autres cabinets et la divise en plusieurs parties.

Nous tenons également à souligner que le versement de certaines formes de rémunération, notamment les surcommissions, tient souvent compte du recrutement et du nombre de représentantes et de représentants liés par contrat avec un cabinet. Ce phénomène n'est pas propre aux AGG axés sur le recrutement. Les surcommissions sont essentielles à l'économie du secteur d'assurance de personnes et servent en grande partie à financer les opérations de toutes les formes de distribution indépendante, y compris les fonctions de conformité et de contrôle au sein des sociétés.



L'AAGFM a fait l'objet d'un certain nombre d'audits et d'inspections menés par les organismes de réglementation canadiens. Il est de notoriété publique que certains d'entre eux ont soulevé des préoccupations d'ordre réglementaire. L'AAGFM a travaillé en étroite collaboration avec les organismes de réglementation pour répondre à ces préoccupations et met en œuvre, dans l'ensemble de ses activités, des processus et des politiques qui découlent de ce dialogue avec les autorités de réglementation. Dans la mesure où l'article 11.11 du projet est motivé par la crainte qu'un AGG axé sur le recrutement n'engendre des risques inhérents en matière de conformité, nous demandons instamment que la question soit réexaminée en se fondant sur une compréhension approfondie des modalités de versement ou de non-versement des commissions. Comme l'a démontré notre expérience dans d'autres provinces et territoires, les préoccupations d'ordre réglementaire peuvent être résolues par le dialogue et des ajustements appropriés tout en préservant les atouts que le modèle axé sur le recrutement offre aux clients et au marché.

Nous sommes fermement convaincus que le modèle de cabinet axé sur le recrutement sert au mieux les intérêts des clientes et des clients québécois. L'éducation financière est un élément essentiel de notre modèle opérationnel, tant pour nos représentants et représentantes que pour leurs clients. Nos plus de mille (1 000) représentants et représentantes au Québec œuvrent au sein de dix-sept (17) succursales et offrent leurs services à des clients détenant plus de sept mille (7 000) contrats d'assurance en vigueur. Ces clients, majoritairement à revenus modestes, ne sont pas bien servis par les autres modèles de distribution d'assurances et ne seraient probablement pas assurés en l'absence de l'AAGFM. L'accès à l'assurance est un bien public, les personnes non assurées pouvant être amenées à recourir aux filets de sécurité financés par les pouvoirs publics dans les périodes difficiles. Si l'objectif de l'article 11.11 du projet est de modifier les modèles axés sur le recrutement, tels que celui mis en place chez l'AAGFM, nous invitons l'AMF à analyser soigneusement l'incidence potentielle sur la capacité des clients à revenus modestes d'accéder aux conseils financiers et aux produits de sécurité financière.

Identification et prévention des conflits d'intérêts

L'article 11.18 du projet est libellé comme suit : « Le cabinet, le représentant autonome ou la société autonome doit éviter de se placer dans une situation de conflit d'intérêts. » Concrètement, toutes les activités économiques fondées sur la vente comportent un conflit d'intérêts potentiel. Ce dernier peut être atténué, mais ne saurait être totalement éliminé.

La *Directive sur la gestion des incitatifs* du CRRRA reconnaît cette réalité et précise que, « Il incombe aux représentants qui exercent leurs activités sous un mécanisme incitatif de gérer les conflits d'intérêts ainsi que de donner préséance aux intérêts du client, comme indiqué dans la Directive du CRRRA et des OCRA sur le TEC. » Une annexe de la *Directive sur la gestion des incitatifs* contient des exemples de composantes des mécanismes incitatifs qui, « sans conception, gestion ou contrôles adéquats, peuvent accroître les risques de résultats inéquitables pour les clients. »

Nous suggérons la reconsidération de la formulation « doit éviter de se placer dans une situation de conflit d'intérêts » et l'adoption d'une démarche plus conforme à la *Directive sur la gestion des incitatifs* du CRRRA



qui met l'accent sur une conception, une gestion et des contrôles appropriés axés sur les résultats en matière du traitement équitable des clients.

Émoluments exigés à la clientèle / frais exigés aux clients

Nous remarquons une divergence entre la formulation utilisée dans l'avis réglementaire et le projet de règlement. L'avis réglementaire fait référence aux « frais et honoraires exigés au client » tandis que l'article 11.23 du projet évoque « les conditions qui doivent être respectées pour exiger des émoluments au client ».

« Frais et honoraires » est une notion assez large et peut être réputée inclure les primes payées sur les polices d'assurance. La formulation « émoluments exigés à la clientèle » peut également être réputée englober les primes.

Nous espérons que l'AMF n'a pas l'intention de viser, par ces dispositions, les primes perçues dans le cadre du cours normal des affaires. Il semble probable que ces dispositions fassent référence à un modèle de rémunération à l'acte plutôt qu'à une activité de distribution d'assurance plus traditionnelle, fondée sur les commissions. Si tel est le cas, nous demandons à l'AMF de clarifier ce point.

Dirigeant responsable

Il convient de préciser ce qu'est un cadre ou qui assume une telle fonction. Si ce terme désigne uniquement les cadres de très haut niveau d'un cabinet, la définition risque d'être trop restrictive pour être réaliste et applicable. Les qualifications et les exigences en matière de formation prévues dans le projet de règlement revêtent une importance plus grande pour la protection des clients que le niveau hiérarchique au sein d'un cabinet. Cela vaut tout particulièrement pour les grands cabinets. Concrètement, les compétences, l'expérience et la formation requises, ainsi que la rémunération escomptée par toute personne occupant un tel poste, compte tenu de la responsabilité personnelle qui y est associée, feront que les dirigeants responsables soient des cadres d'un certain niveau hiérarchique et dotés d'une expérience substantielle dans le secteur.

Les compétences et l'expérience nécessaires pour exercer la fonction de *dirigeant responsable* sont différentes de celles requises pour assurer la continuité des activités et la sécurité de l'information. Le fait qu'un cabinet puisse nommer un autre cadre dirigeant pour assumer ces rôles laisse entendre que l'AMF pourrait convenir que le *dirigeant responsable* n'est pas la personne la mieux placée pour assurer ces responsabilités d'ordre plus technique. Nous nous demandons donc s'il est approprié que ces fonctions reviennent par défaut au dirigeant responsable.

L'AAGFM est reconnaissante d'avoir l'occasion de formuler des commentaires sur les modifications proposées et serait ravie de participer à de nouvelles consultations avec l'AMF.



AGENCE D'ASSURANCE
GROUPE FINANCIER MONDIAL
DU CANADA INC.


Richard Williams
Président
Agence d'Assurance Groupe Financier Mondial Du Canada Inc.