

# Être le plus grand intermédiaire au Québec: l'ambition de Lussier Dale Parizeau

Lussier Dale Parizeau n'achète pas pour acheter du volume. Son but: atteindre une masse critique lui permettant non seulement de répondre à tous les besoins financiers du client, mais aussi d'être mieux écouté par les assureurs.

TEXTES: HUBERT ROY | PHOTO: RÉJEAN MELOCHE

Les acquisitions ont un autre objectif pour Lussier Dale Parizeau, consent son PDG, André Lussier: aller chercher une main-d'œuvre de la plus haute qualité.

«Lussier Dale Parizeau est devenu un pôle d'attraction de talents. Oui, ça prend une masse critique, mais ce qu'on veut avant tout, ce sont de bonnes ressources humaines. Et on réalisera tout ça en demeurant indépendants», a-t-il affirmé en entrevue au *Journal de l'assurance*.

Il était en compagnie de Pascal Beaulieu, vice-président, assurance de personnes, et de Jean Samson, qui vient de vendre son entreprise à Lussier Dale Parizeau pour discuter de l'ambition de cette dernière: devenir un acteur d'importance en assurance collective, voire le plus grand au Québec, comme il l'est dans le courtage en assurance de dommages.

«Nos clients ont des besoins. Il faut les combler. Jusqu'à maintenant, chaque cabinet mettait de l'avant sa spécialité, qu'elle soit en assurance de dommages ou en assurance vie. Ces deux secteurs ne se parlaient jamais. Ce temps-là est révolu. Le défi, c'est de réaliser des ventes croisées. Chaque division doit se voir comme un complément de l'autre. Le développement de l'un ne doit pas se faire au détriment de l'autre», dit M. Lussier.

## La deuxième fois est la bonne

D'ailleurs, Pascal Beaulieu et Jean Samson avaient déjà tenté de lier leurs deux entreprises, sans succès. Lussier Dale Parizeau a acquis Trinome Conseils à l'été 2018, ce qui a ouvert la porte à l'achat de Samson Groupe Conseil en juin dernier.

Si leur vision a pu se réaliser, c'est que les deux se complètent bien, souligne M. Beaulieu. Trinome se spécialise en gestion de l'invalidité, tandis que Samson Groupe Conseil est un expert de la prévention et de la santé et du mieux-être. En se joignant à un grand cabinet dont la base est l'assurance de dommages, ils concrétisent leur vision de guichet unique, qui devait aussi inclure un pan d'assurance de dommages, rappellent-ils.

M. Samson ajoute que se joindre à Lussier Dale Parizeau devenait logique alors que de grands groupes de courtage en

## L'ÉVOLUTION DE LA VISION D'ANDRÉ LUSSIER EN 4 CITATIONS

### 2014

«Nous avons tous un client qui nous a dit un jour que son comptable lui a conseillé de s'acheter une assurance vie et qu'il l'a achetée à quelqu'un d'autre parce qu'il ne savait pas que nous en vendions. L'argent traîne par terre dans les cabinets de courtage! Il nous faut arrêter de nous voir comme des courtiers et plutôt nous percevoir comme des intermédiaires de marché.»

### 2015

«Il nous faut penser à remplacer certains revenus par d'autres sources de revenus. Il faut augmenter notre offre de produits, mais aussi les compléments à ces produits.»

### 2018

«Les cabinets aux États-Unis vendent bien des hypothèques, pourquoi pas nous!»

### 2019

«Nous sommes plus dans une philosophie de mariage que d'acquisitions. Le but, c'est de leur donner une valeur ajoutée, en offrant des produits différents, et ce, par différentes approches. On en vient à donner un service augmenté.»

assurance de dommages, tels que Hub ou Aon, deviennent des concurrents. «Ça nous a convaincus d'aller de l'avant avec la transaction», dit M. Samson. Une transaction qui survenait dans la foulée d'une autre, soit celle de Génies Groupe financier, au Saguenay-Lac-Saint-Jean.

Pour M. Samson, le côté multidisciplinaire de l'offre faite au client a une grande importance. «On offre l'ensemble des services à une clientèle qui cherche justement à centraliser ce qu'elle possède. Si nous ne sommes pas dans un créneau, un de nos concurrents peut y être. Il faut en arriver à ce que le client puisse tout trouver auprès de son intermédiaire de marché. De par notre masse critique, notre potentiel est incroyable.»

Pascal Beaulieu amène un autre avantage: retenir l'attention des assureurs. «À mes débuts chez Trinome, lorsque je proposais quelque chose à un assureur, c'est à peine s'il m'écoutait. Maintenant, c'est différent. En ayant une masse critique, on crée plus un pouvoir de discussion qu'un pouvoir de négociation auprès des assureurs. Plus tu fais affaire avec quelqu'un, meilleurs sont les résultats, généralement.»

À ce propos, Jean Samson ajoute que «l'assureur sait que si je lui propose quelque chose et qu'il ne le prend pas, j'irai voir son concurrent. Ça lui met une pression pour réagir. S'il n'embarque pas, un autre le fera.»

## Soixante-quinze transactions plus tard

Après 75 transactions, Lussier Dale Parizeau compte 160 000 clients, ce qui inclut 25 000 entreprises. Combien détiennent un produit qui n'est pas de l'assurance de dommages? Impossible de le dire. Lussier Dale Parizeau n'a pas de système de gestion de la clientèle (CRM) qui lui permettrait de le savoir.

C'est toutefois un chantier que le cabinet entreprendra à court terme. «Nous investirons massivement en technologie et dans nos systèmes informatiques sous peu», a fait savoir M. Lussier.

Il ajoute vouloir rattraper le retard qu'il considère avoir pris. Retard sur quoi? Sur les objectifs que l'entreprise s'est donnés dans son plan stratégique, précise-t-il.

## «Tripler de volume si on le veut»

Ce plan stratégique indique qu'il faut lier l'assurance de dommages – tant pour les particuliers que pour les entreprises – avec l'assurance vie individuelle et l'assurance collective, sans oublier les services-conseils en actuariat, notamment. «Les occasions se sont présentées pour qu'on établisse les fondations de ce modèle. Avec la qualité des gens que nous allons chercher, après ça, sky is the limit. On pourra même tripler de volume si on le souhaite», dit M. Lussier.

Les trois hommes soulignent que le cycle des ventes croisées est bien enclenché. Mais comment faire pour qu'un intermédiaire formé à conseiller un entrepreneur sur la santé et le mieux-être puisse aussi parler des avantages d'un avenant contre les pertes d'exploitation?

La clé sera de former et d'informer les employés pour qu'ils soient au courant de la gamme de services du cabinet et qu'ils aient le réflexe de le proposer, dit M. Lussier. «On doit en venir à répondre à tous les appels d'affaires», ajoute M. Beaulieu. ■

## LES ENTREPRENEURS SE MULTIPLIENT CHEZ LUSSIER DALE PARIZEAU

Lorsqu'il a décidé de reprendre les rênes de Lussier Dale Parizeau, André Lussier voulait y mettre un entrepreneur à sa tête.

L'entreprise a depuis recruté Michel Laurin, mais de par ses dernières acquisitions, Lussier Dale Parizeau compte de plus en plus d'entrepreneurs à sa table, tels que Pascal Beaulieu et Jean Samson. «Avoir de tels entrepreneurs change les points de vue, mais aussi de développer les choses. Être entrepreneur, c'est aussi voir plus loin que demain», dit M. Lussier.

Pascal Beaulieu en d'ailleurs profiter pour livrer un vibrant plaidoyer sur ce qu'est un entrepreneur. «Un entrepreneur, c'est aussi un rêveur. C'est notre job de rêver comme entrepreneur. On vient donner la chance à nos équipes d'adhérer à ce rêve et de s'amuser avec nous. La meilleure façon de réaliser son futur est de le créer»

Jean Samson souligne pour sa part que cette complémentarité entre entrepreneurs chez Lussier Dale Parizeau l'a convaincu de rejoindre l'organisation en y vendant la sienne. «Notre ADN, nos valeurs vont s'y poursuivre», dit-il.



Jean Samson

Pascal Beaulieu

André Lussier