

# Marc Dalpé remporte le prix distinction 1999 de l'ACCOVAM

## Suite de la page 1

professionnalisme dans le secteur des valeurs mobilières. Les critères du prix sont les suivants : qualité du service, connaissance approfondie des règles de l'industrie ainsi que des produits et services offerts sur le marché, formation professionnelle de haut niveau et engagement dans la collectivité. «Ta candidature n'est ni basée sur la taille, ni sur les

revenus générés. Les juges adoptent le point de vue du client», a expliqué le conseiller de 40 ans.

Lévesque Beaubien Geoffrion a d'abord sélectionné la candidature de monsieur Dalpé. Il a ensuite gagné le concours au chapitre de la province du Québec pour finalement ravir le titre canadien.

«Je suis content pour Levesque Beaubien

Geoffrion et pour mon équipe, soit le groupe Dalpé-Millette. Mais je suis surtout heureux pour mes clients. C'est une façon de leur dire merci. Nous apprécions leur support et cela nous donne des ailes afin de continuer de viser l'excellence», a dit monsieur Dalpé.

Détenteur, en 1981, d'un BAA Finance de l'École des hautes études commerciales de Montréal, Marc Dalpé s'est joint à l'équipe de Lévesque Beaubien Geoffrion la même année. Il a été associé au service de financement corporatif de la firme de courtage. Actionnaire privé de la firme et vice-président en 1985, il devient premier vice-président administrateur et membre du comité de gestion en 1988. En 1990, monsieur Dalpé réoriente ses activités pour devenir conseiller en placement. Ses clients sont, pour la plupart, des individus, ainsi que des sociétés de portefeuille et des associations charitables.

«Lévesque Beaubien investit beaucoup d'argent, d'énergie et d'empathie envers ses clients. Notre croissance depuis neuf ans est basée sur ces points», explique monsieur Dalpé qui appuie ces démarches. Il faut dire

que la compétition est très féroce dans le domaine des valeurs mobilières. Et avec la venue du courtage à escompte et les achats d'actions par Internet, les conseillers en placement doivent mettre l'accent sur les services personnalisés. «Par son bagage académique et son tempérament, le conseiller réussit à vendre son jugement éclairé», mentionne-t-il. Internet ne peut faire cela. Cependant, il est un outil aux mains des conseillers en placement.

Avec la férocité de la compétition s'ajoute également le stress. «C'est stressant parce que nous nous occupons de l'avoir de nos clients. C'est une très lourde responsabilité, ça!», dit-il. Monsieur Dalpé veut offrir à sa clientèle un environnement de services qui a de l'allure et de la crédibilité. Or, la satisfaction de recevoir un coup de fil d'un de ses clients qui lui demande de s'occuper des avoirs d'un de ses fils lui apaise l'esprit. Également, le golf, le ski, le jardinage et sa famille -autant immédiate que ses parents et ses frères- sont aussi ses antidotes préférés au stress.