

Luxembourg for Finance démarre dans des conditions difficiles mais ne perd pas son optimisme

«Lorsque les temps sont turbulents, il faut en faire plus»

Mais quelle année! 2008 entrera sans doute comme l'une des plus difficiles dans les annales de l'agence de promotion de la place financière «Luxembourg for Finance». Non seulement parce qu'elle marque le premier anniversaire de cette initiative lancée fin 2007 par la Fédération des professionnels du secteur financier, Luxembourg (PRO-FIL) et l'Etat luxembourgeois pour augmenter la visibilité du Grand-Duché comme plateforme financière internationale, mais surtout parce qu'elle doit effectuer sa période de «rodage» en pleine crise des institutions financières. «Tout le monde est en train de repenser ses «business models» et il y a plutôt une tendance chez les professionnels de la finance de se retirer de certains centres financiers», expliquait hier le CEO de LLF, Fernand Grulms, lors d'une conférence de presse bilantaire.



Le CEO Fernand Grulms entouré de Jacquot Picard, secrétaire général de LFF (à g.) et de Carlo Thelen, chef-économiste de la Chambre de Commerce

A ces difficultés se rajoute l'environnement conjoncturel général: les investisseurs potentiels, vu les faibles perspectives de croissance de l'Union européenne, s'intéresseraient beaucoup plus en ce moment aux marchés du Moyen-Orient et de l'Asie, au ralentissement conjoncturel bien moins accentué. Difficile dans ces conditions de convaincre, même avec des arguments comme la disponibilité d'un incontesté «know how» financier disponible au Grand-Duché et un cadre réglementaire très pointu.

Pas question de baisser les bras toutefois, bien au contraire: «Lorsque les temps sont turbulents, il faut faire plus», a souligné Fernand Grulms hier. Tout en détaillant le calendrier des activités de la LFF en 2008: entre autres 12 missions à l'étranger, dont certaines au Moyen-Orient et en Asie, soit comme participant, soit comme organisateur, l'organisation d'un forum financier à succès qui verra d'ailleurs une nouvelle édition en 2009, des coopérations avec des universités étran-

gères demanderesses de séminaires sur le fonctionnement d'une plateforme financière internationale.

L'une des missions de la LFF, qui a accueilli aussi une dizaine de délégations étrangères au courant de l'année 2008, étant non seulement de montrer ailleurs la valeur ajoutée de la place, mais aussi d'attirer de nouveaux spécialistes au Grand-Duché.

Image coordonnée

Quant à la «business line» communication et relations publiques, la stratégie sera construite sensiblement autour des résultats d'une étude d'image de marque de la place menée dans les milieux politiques, des ressources humaines et de journalistes en France, Allemagne et Belgique ainsi qu'auprès de la presse anglaise. Les travaux auraient pris un peu de retard vu les priorités changeantes des interlocuteurs, mais Grulms s'est dit convaincu hier qu'un premier «draft» de l'étude qui servira aussi à préparer

un «FAQ» avec des réponses coordonnées concernant divers dossiers - par exemple la question si le Luxembourg est un «paradis fiscal» ou non - devrait voir le jour en début d'année.

Aussi travaille-t-on sur un projet de film promotionnel sur la place financière de concours avec Luxembourg for Business, le ministère du Tourisme et le Service information et presse du gouvernement et continuera-t-on à fignoler les brochures sur le pays, les produits et autres réglementations. Fait partie de cet effort aussi le nouveau site Internet qui vient d'être lancé: www.lff.lu.

Budget: 3 millions d'euros

Enfin, la troisième «business line», le «market intelligence», l'observation des marchés concurrents à la place financière luxembourgeoise de par le monde doit être optimisée dans les prochains mois en coopération avec les «Big Four» de la consultance. 3 millions d'euros,

c'est le budget alloué à la LFF pour 2009, sensiblement le même montant que l'année dernière. Les 1,7 million qui restent après déduction des frais de fonctionnement et salaires des collaborateurs doivent servir avant tout pour le développement des deuxième et troisième «business line». En fonction des opportunités, il n'est cependant pas exclu d'afficher plus de présence sur certains marchés, même si l'agence ne s'est pas fixé des priorités géographiques selon Grulms, qui indiquait cependant qu'une tournée en Asie et une au Moyen-Orient serait quasi «obligatoire». Les opportunités dans cette dernière région devraient mener à un «Islamic Finance Event» au Luxembourg organisé par LFF, ALFI et IFBL. Enfin a-t-on appris hier que la LFF est partant aussi pour un sponsorship du Pavillon luxembourgeois à l'Exposition universelle de Shanghai en 2010. Au cœur de la métropole financière chinoise donc.