

Le sommet ALFI & PRiM Risk Management Conference s'est tenu hier

# La «normalité» expliquée

La gestion du risque, un sujet plutôt discret avant la crise, s'est mise depuis sur le devant de la scène. Plus de deux cent professionnels ont ainsi suivi hier la conférence conjointe de l'Association Luxembourgeoise des Fonds Investissements (ALFI) et de la Luxembourg Association for Risk Management Professionals (PRiM).

■ La thématique est d'actualité et l'affluence à la ALFI & PRiM Risk Management Conference donne raison aux présidents des deux organisations de continuer leurs efforts dans ce domaine, Claude Kremer (ALFI) et Michael May (PRiM).

La gestion du risque – une matière très technique – doit faire face à des conditions de marché difficiles mais qui ne sont pas nécessairement hors de la norme.

Selon Luc Neufeld, responsable du risk management chez Lux Investment Advisors, le mot «marché normal» est utilisé de façon erronée pour caractériser le marché quand il est calme. Mais le fait que le secteur soit nécessairement soumis à des variations et passe de crises à des temps plus calmes est finalement ce qu'il y a de plus normal, estime l'analyste.

Avec cette précision, il souligne qu'il faut aussi faire attention à ce que représente un modèle de gestion du risque. Selon lui, il ne représente pas la réalité mais il est seulement une représentation locale d'un point à un moment donné.



Michael May, Luc Neufeld et Georges Hübner (de g. à d.) ont évoqué les difficultés de la gestion du risque devant plus de deux cents personnes (Photo: Serge Waldbillig)

Les modèles de *risk assessment* doivent s'adapter au marchés et pas le contraire, souligne Georges Hübner, professeur Deloitte de la HEC - Université de Liège. Car, les experts ont tendance à suivre strictement les modèles, notait aussi Michael May. Toutefois, il faut des personnes qui pensent activement, souligne-t-il, et changer de point de vue peut être primordial pour comprendre les changements du marché.

Dans la lumière de la crise il ne faut toutefois pas blâmer le mar-

ché mais regarder les erreurs qui ont été faites, indiquait encore Luc Neufeld: «Tout le monde a sa part de responsabilité dans la chaîne, y compris le client».

## Une traçabilité accrue

Pour l'avenir, la transparence au niveau du reporting et la simplification des produits et services doivent être améliorées. Cela concerne aussi la communication envers les clients.

Dans cet état d'esprit, l'amélioration de la traçabilité des produits – à l'image de l'industrie

agroalimentaire – sera le grand challenge des années à venir, estime Georges Hübner. Cela aurait aussi pu éviter un cas comme la fraude Madoff, estime-t-il.

L'association PRiM a été lancée il y a treize ans et l'ALFI est très active dans la gestion du risk-management, notamment via un groupe de travail et un comité dédiés à ce sujet. Le rendez-vous d'hier est une opportunité pour les professionnels du secteur d'échanger leurs points de vues et améliorer les connaissances.

■ Ronny Wolff