

News: EUROPE ISRAËL G04EUROPE - Interview exclusive d'Edouard Cukierman, organisateur de la conférence économique Go4Europe, le 15 mars 2010 à Tel Aviv

Mar 201009

Par **Maxime Perez**

Rubrique: [Coopération](#)

Publié le 9 mars 2010



Edouard Cukierman est le principal organisateur de Go4Europe, qui se tiendra le 15 mars prochain à Tel Aviv. Au fil des années, cette conférence est devenue un rendez-vous business incontournable pour de nombreux entrepreneurs israéliens et européens. Directeur général du fonds Catalyst, Edouard Cukierman est également le fondateur et PDG de la banque d'affaires Cukierman & Co qui, depuis sa création en 1993, a réalisé près de trois milliards d'euros de transactions financières. Ayant facilité par ailleurs l'introduction en bourse de dizaines de sociétés israéliennes en Europe, il évoque pour IsraelValley l'impact des relations entre Israël et le vieux continent...

Edouard Cukierman, Go4Europe en est à sa huitième édition. Quel regard portez-vous sur l'évolution de ce rendez-vous économique ?

R.- En 1997, la première conférence n'a rassemblé que 50 personnes. A chaque édition, le défi a donc été d'inviter plus de monde, des participants de qualité. Le 15 mars prochain, il y aura un millier de personnes. Go4Europe devient un événement de plus en plus important.

Concrètement, à quoi sert Go4Europe ?

R.- Le principal objectif de cette conférence est de rassembler des entrepreneurs européens et israéliens, de montrer aux Israéliens le poids de l'Europe et aux Européens l'intérêt qu'ils ont à investir en Israël. Trois ministres israéliens doivent participer à cet événement, dont Youval Steinitz. C'est dire l'intérêt que porte aujourd'hui Israël pour

l'Europe. Il convient de rappeler que l'Europe est aujourd'hui le premier partenaire commercial et financier d'Israël.

Comment convaincre les Israéliens de se tourner davantage vers l'Europe ?

R.- Nous avons prévu des sessions parallèles dans la mesure où près d'une cinquantaine d'intervenants européens ont été conviés. Il y aura au total près de 300 représentants du vieux continent, ce qui constitue un record. L'un des thèmes phares que nous aborderons est comment devenir leader sur le marché européen. Nous avons choisi de donner la parole à des sociétés qui excellent dans leur secteur pour comprendre quelles stratégies permettent de pénétrer au mieux le marché européen. Par ailleurs, différents panels se tiendront dont l'un, financier, sera animé par le président de la Banque Rothschild, Michel Cicurel. Il apportera des clés pour investir en Europe.

L'Europe, plus que les Etats-Unis ?

R.- Oui, cette question est d'autant plus importante que l'affaiblissement du dollar, constaté depuis plusieurs années, pourrait pousser à terme de nombreux Israéliens à investir en Euros. On pense à tort que les Israéliens lèvent principalement des fonds sur le marché américain. Or, depuis 2005, l'introduction en bourse de sociétés israéliennes se fait principalement en Europe et non plus au Nasdaq. NYSE Euronext, premier groupe mondial de places boursières, viendra le confirmer à cette conférence. Au passage, depuis une dizaine d'années, notre banque d'affaires a aidé des sociétés israéliennes à lever près de 3 milliards d'euros.

Quels seront les autres thèmes abordés ?

R.- Il y aura en tout six panels, dont deux consacrés à la biotech et au medtech, qui intéressent beaucoup les Européens. L'idée est de voir comment la coopération dans ces secteurs peut s'opérer et se renforcer, notamment via des alliances ou des rachats d'entreprises. Nous consacrerons également un panel aux énergies renouvelables.

Quelle place occupe la France dans cette conférence ?

R.- L'Espagne et la France seront les deux pays les plus représentés à Go4Europe. De grands groupes français ont déjà établi des liens avec Israël comme Dassault, Alcatel, Danone, Veolia, etc. Ces entreprises prendront part à cette conférence, dont certaines en tant que « speaker ». On comptabilisera au total une centaine de sociétés françaises parmi lesquelles France Télécom ou Alcatel, qui sont bien présents sur le marché israélien.

Comment justement se caractérise la présence française en Israël ?

R.- Contrairement à d'autres pays comme la Grande-Bretagne, l'Allemagne et même les Etats-Unis, les Français sont moins actifs en termes d'investissements. En général, ils n'ont souvent qu'une approche commerciale du marché israélien. Le succès de Veolia, Alstom, Club Med, JCDecaux et Danone illustrent d'ailleurs les débouchés

commerciaux qu'offre Israël aux entreprises françaises. Les Français ont compris le potentiel que représente Israël qui reste un pays jeune dans lequel de nombreux projets liés aux infrastructures peuvent être réalisés.

A l'inverse, le cas de l'Allemagne est différent ?

R.- L'Allemagne est le premier partenaire européen d'Israël. Les investisseurs allemands ont une excellente perception du marché israélien. De nombreuses acquisitions d'entreprises sont effectuées, comme dernièrement Siemens avec Solel. A la différence des Français, la problématique politique et même militaire pèse moins dans les comités d'investissements. Si en Allemagne, le poids historique peut expliquer cette flexibilité, en France, à l'inverse, le traitement d'Israël dans les médias accentue la perception d'Israël comme pays en guerre et justifie une certaine réticence à pénétrer le marché local. Or, Israël est un pays ouvert sur l'international, dynamique, où la High Tech est la locomotive de la croissance. L'Allemagne l'a parfaitement compris.

Puisqu'on aborde la question de l'image d'Israël, on est quelque peu surpris de la venue du Premier ministre espagnol Rodriguez Zapatero...

R.- Sa venue est encore incertaine. Mais il est l'actuel président de l'Union européenne et son pays, l'Espagne, est l'un des principaux partenaires d'Israël. Quoiqu'il en soit, Zapatero reste beaucoup plus modéré à l'égard d'Israël que de nombreux autres responsables politiques espagnols.

Finalement, alors qu'on a beaucoup parlé de boycott, la conférence Go4Europe n'illustre-t-elle pas le fait qu'entre Israël et l'Europe, les intérêts économiques prennent le dessus sur les divergences politiques ?

R.- Ces derniers mois, des pressions ont été exercées. Mais sur l'affaire du Tramway de Jérusalem dont le tracé était contesté, on voit bien que cela n'a pas empêché Veolia et Alstom de participer à des appels d'offre. Le boycott prôné aujourd'hui par certains groupes d'extrême-gauche est purement théorique. Les consommateurs européens se fichent de cette dimension politique. Ils cherchent avant tout la qualité du produit et du service. Le boycott peut avoir une dimension médiatique mais il n'affecte aucunement les relations business entre Israël et l'Europe. —

Propos recueillis par Maxime PEREZ