



« Nous avons commencé à deux, nous sommes 400 aujourd'hui », raconte Laurent Lubrano, patron de Fonroche Lighting

Il y a 15 ans, le groupe lot-et-garonnais prenait le virage de l'éclairage public solaire et faisait la différence en proposant une innovation qui réglait tous les problèmes d'alors

La réussite de Fonroche Lighting ne tient-elle pas en une innovation fondamentale : conjuguer l'éclairage public au solaire ?

Nous n'avons pas inventé l'éclairage solaire. À l'époque, nous avons une vraie compétence sur les panneaux photovoltaïques qui étaient encore le cœur de métier de Fonroche. On a alors constaté que, dans le domaine de l'éclairage public solaire, il n'y avait pas plus d'entreprises que de produits qui faisaient la différence. On trouvait l'idée carrément géniale : pas besoin de tranchée, de câble, de tableau électrique, d'abonnement, de consommation. On s'est dit qu'il fallait creuser le sujet. Et si, effectivement, on n'a pas inventé l'éclairage solaire, on a été sûrement le premier acteur au monde à engager beaucoup de recherches et d'innovations.

Quelles sont les questions que vous vous êtes posées ?

Quand on a commencé, on a constaté que l'éclairage public solaire existait pratiquement sur tous les continents. Il y avait quelques opérateurs ici et là. Mais les produits n'étaient pas fiables : manque de puissance ; cela ne passait pas l'hiver ; il fallait changer les batteries et cela coûtait cher. Là, on s'est dit : « On a une chance sur ce marché, si on règle quatre sujets : la puissance, l'autonomie 365 nuits sur 365 nuits, la robustesse pour que ça dure longtemps et la compétitivité ». Notre premier geste d'innovation a été donc de produire la première batterie dédiée à l'éclairage public solaire dans laquelle on a tout repris à zéro : la chimie, la carte électronique, les logiciels, les joints, etc. Cela a nécessité un an et demi. C'est toujours trop long quand tu sais où tu vas (sourire).

Une des clés de votre réussite, c'est d'avoir convaincu vos futurs clients de croire en cette innovation.

Il faut être commerçant. C'est le vrai métier de Fonroche. Pour Yann Maus, Eric Tolot, Yassine Kerroumi [respectivement président, directeur commercial, directeur international de Fonroche, NDLR] et moi-même, c'est notre ADN. C'est notre première qualité dans un métier technique où souvent les ingénieurs ont un rôle prépondérant et pour qui le commerce, ce n'est pas beau... Aller défendre sur le terrain une innovation, c'est une question de conviction et de transmission. Quand on a commencé, j'étais d'ailleurs le seul commercial pour ce produit et j'avais pour collaboratrice Vanessa qui s'occupait du reste.

« Stocker les mâts va nous permettre d'améliorer la qualité, leurs prix, notre bilan carbone et la vitesse de livraison »

Et aujourd'hui, 15 ans plus tard, vous êtes combien ?



On sera 400 à la fin de l'année, en embauchant 4 à 5 collaborateurs par semaine, on produit environ 50 000 lampadaires par an et on devrait faire 100 millions d'euros de chiffre d'affaires à la fin de l'année.

Fonroche est aujourd'hui une entreprise mature, assise sur un leadership mondial. C'est quoi le coup d'après, l'innovation sur laquelle vous travaillez ?

Il y en a plusieurs ! Disons qu'on a fonctionné pendant presque 15 ans avec un seul produit qui présentait quelques variantes : le Smart Light qu'on voit d'ailleurs partout dans la région. On propose différentes puissances, différentes hauteurs, différents designs mais, en gros, c'est un seul et même produit. En somme, c'est notre Ford T. Précisons qu'entre-temps, nous avons produit une deuxième grande innovation qui permet à nous autres, au client, ou aux deux selon la demande, de piloter à distance l'éclairage au moyen d'un système de monitoring, de communication à distance. Cela, c'est très important. Nous avons été des précurseurs.

Il y a un peu plus de deux ans, nous avons convenu qu'il fallait apporter autre chose parce que nos clients, très satisfaits de nos produits, sont exigeants. Ils veulent des modèles plus « déco », susceptibles de se fondre dans les centres-villes, etc. C'est dans cet ordre d'idée qu'on a racheté la société marseillaise [NoWatt](#) dont on a rapatrié et développé la production de mobiliers urbains éclairants ici sur le TAG : nous proposons un large catalogue avec des plots, des bornes, des colonnes, en aluminium, en bois, en béton, etc. On travaille désormais avec des designers et des architectes.

Et vous travaillez toujours sur les batteries ?

Tout le temps. Nous n'avons jamais cessé. On travaille sur la durabilité, la robustesse, la recyclabilité, la solidité, la non-dangérosité, etc. Nous avons une cellule R & D ici même.

Quelle est la part du chiffre d'affaires qu'accorde Fonroche à la R & D ?

Environ 10 %.

Revenons au commercial. L'une des bascules, c'est d'avoir réussi à produire un lampadaire moins cher à l'achat qu'un lampadaire classique. Aujourd'hui, vous allez stocker les mâts sur votre site. Vous allez encore réduire le coût de revient ?

Nous sommes en train de réaliser une extension de 5 000 m² à cette fin. Nous allons maîtriser notre chaîne de fabrication. Jusqu'à peu, les mâts étaient expédiés depuis chez notre sous-traitant et, dans le même temps, nous expédions les batteries et les panneaux, ce qui, en termes de bilan carbone, n'est pas bon. Stocker les mâts va nous permettre d'améliorer la qualité de ceux-ci, leurs prix grâce à un effet de masse en termes de commandes, notre bilan carbone, donc, et la vitesse de livraison. En l'espace d'un jour, on peut livrer en Pologne désormais. Au bout du compte, nous développons une chaîne industrielle avec une chaîne d'innovation, de création de produits, et la chaîne logistique qui va derrière. Ce qui nous permet d'aller dans le monde entier (Espagne, Italie, Pologne, Pays-Bas, Allemagne, Brésil, Uruguay, Mexique, Maroc, États-Unis avec Orlando, Los Angeles, New York, San Antonio, etc.) et c'est pour cette raison qu'on ouvre cette année 17 hubs dans lesquels on va stocker des mâts, des panneaux, des batteries, etc. Pour résumer : avant, on était un spécialiste de l'éclairage solaire qui avait un produit commercialisé dans le monde entier



PAYS: FRA
TYPE: Web
EAE: €14462.28
AUDIENCE: 1063403

TPOLOGIE DU SITE WEB: News and Media
VISITES MENSUELLES: 32327451.91
JOURNALISTE: Bastien Souperbie
URL: www.sudouest.fr



> 2 octobre 2025 à 0:00

> [Version en ligne](#)

depuis un site central ; aujourd'hui, on est multiproduits, pure-player de l'éclairage solaire et multisites.