

Ces Agenais qui rallument la lumière à Los Angeles

Basée à Agen, Fonroche Lighting pose plus de 150 lampadaires solaires par jour dans la Cité des anges. De quoi résoudre des problèmes qui coûtent une fortune à la ville californienne, dont l'éclairage public fait aujourd'hui peine à voir, à deux ans des JO

Bastien Souperbie, à Los Angeles
b.souperbie@sudouest.fr

Los Angeles, la nuit est pâle. Sur Figueroa Street, large avenue du centre-ville qui longe la salle mythique de l'équipe de basket des Lakers, la Crypto.com Arena, il est plus facile de compter les réverbères qui fonctionnent que les trous noirs laissés par ceux qui sont en panne. « J'habite à Orchard Street, et voilà des mois qu'il n'y a plus de lumière dans la rue. Les riverains ont le sentiment d'être abandonnés », se désole Perle, étudiante parisienne en neurologie, qui confirme l'état déliquescence de l'éclairage public de la plus grande ville de la côte ouest des États-Unis, mégapole de 13 millions d'âmes. La jeune femme marche le long de West 28th Street afin de rejoindre ses amis dans l'une des nombreuses fraternités étudiantes qui bordent la rue. L'ambiance y est plus lumineuse. Fonroche Lighting, entreprise française basée à Agen, y a implanté il y a quelques semaines quelques-uns de ses candélabres solaires nouvelle génération, le modèle Hélios. La Rolls de Fonroche, avec laquelle le leader mondial de l'éclairage public solaire compte bien réaliser, à Hollywood, son rêve américain.

Le « ruban de lumière » éteint

Au pied d'un de ces réverbères autonomes, Hocine Benaoum, patron de la filiale américaine de Fonroche Lighting, ne fait pas de cinéma quand il dit « [sa] fierté » d'avoir planté le drapeau d'une France qui gagne. À raison de 150 à 180 lampadaires posés chaque jour depuis début juillet, l'entreprise agenaïse, qui emploie 400 personnes dans le monde dont près de la moitié en Lot-et-Garonne, devrait d'ici au mois de novembre revendiquer l'implantation de 9 000 réverbères solaires à Los Angeles. Et ce n'est pas fini. La maire démocrate, Karen Bass, a annoncé sa volonté d'équiper Los Angeles, en l'espace de deux ans, de 60 000 lampadaires solaires. Fonroche Lighting s'est positionnée pour raffer la plus grande partie de ce volume dans une ville dont l'éclairage public vieillissant est sinistré en raison des pannes et des vols de cuivre (un problème qui frappe l'ensemble du pays). Et pas qu'un peu. Selon les chiffres du Bureau of Street Lighting (BSL) de Los Angeles, 40 % des dysfonctionnements constatés

sur un réseau comptant officiellement 223 000 points lumineux (un chiffre vraisemblablement sous-évalué) seraient à imputer aux vols des câbles du réseau d'éclairage. Illustration on ne peut plus symbolique de ce fléau : en octobre 2025, le Sixth Street Bridge, pont surnommé

Hocine Benaoum, patron de la filiale américaine de Fonroche, dit sa « fierté » d'avoir planté le drapeau d'une France qui gagne

« le ruban de lumière », a été plongé dans le noir après le vol de 11 kilomètres de câbles de cuivre ! La ville a dû déboursier 2,5 millions de dollars pour y remédier. Sur West 28th Street, Hocine Benaoum désigne trois lampadaires éteints avant de montrer du doigt à

quelques mètres de là le Hélios de Fonroche qui éclaire une bande de macadam de son puissant halo lumineux. « Vous avez ici l'ancien et le nouveau monde », cingle-t-il. Avec 44 000 pannes signalées rien qu'en 2025, des agents submergés par la tâche et des coûts d'intervention croissants (plus de 11 millions de dollars par an), la voie, pour l'acteur français Fonroche, si elle n'est pas royale, est en tout cas ouverte. Sa technologie économe, robuste et agile, sans besoin de génie civil ni de réseau, a séduit le BSL de Los Angeles, qui, historiquement, a été une instance pionnière en la matière (elle abrite un musée de l'éclairage public).

Objectif, être le leader

Aux yeux de Laurent Lubrano, directeur général de Fonroche, le match est de toute façon plié face au filaire. « Ce sera progressif, mais l'éclairage de demain sera solaire pour des rai-

sons économiques, de pénurie de matière – du cuivre, il n'y en a plus ! –, écologiques, de vitesse, de facilité, d'autonomie. » Le discours a toutefois mis un long moment à convaincre les Américains. Hocine Benaoum a rongé son frein à ses débuts, se satisfaisant de petits projets : des réserves d'Indiens Navajos et Oglalas, des bases militaires et des « dog parks » (parcs canins). Pas de quoi frimer chez l'Oncle Sam. « On ne peut pas se proclamer leader mondial de l'éclairage public solaire si on n'est pas leader aux USA », juge le directeur de Fonroche America. « En 2021, on est allé voir la mairie de Los Angeles. À l'époque, le marché de l'éclairage solaire aux USA était à peine embryonnaire. On a été testé avec deux lampadaires... La vente la plus difficile de ma carrière », se souvient, hilare, Hocine Benaoum. « Mais en 2024, la mairie nous a confié une opération coup de poing : implanter 110 lampadaires dans le quartier de Van Nuys. Puis en janvier 2025, il y a eu le mégafeu à Palisades. On nous a appelés à participer à la reconstruction de Los Angeles. On avait du stock au cas où. Nous avons pu aussitôt réagir. » Fonroche a mis un pied dans la porte. Elle s'ouvre pour de bon avec le Hélios. « Il nous manquait, pour rentrer dans les villes, la dimension

esthétique. C'est ce qu'offre notre nouvelle gamme », détaille Yassine Kerroumi, directeur international chez Fonroche. De quoi amplifier ce qu'il nomme « une révolution de tous les jours » incarnée par la technologie Fonroche. Face au défi que pose Los Angeles en termes de commande, Nelson Dias, directeur général délégué, se montre serein.

« Le marché est colossal »

« Nous sommes en capacité de fabriquer 100 000 réverbères de type Hélios par an à Agen. » Et le responsable de rappeler que toute la plus-value, que ce soit la conception ou la technologie embarquée, « qui fait de chaque réverbère un article unique », est réalisée au sein du site agenaïse.

Président fondateur de Fonroche, Yann Maus n'est pas peu fier, lui non plus, d'avoir vu sa prière exaucée dans la Cité des anges. « C'était un fantasme, confie-t-il. C'est le début de notre aventure aux USA. On y est depuis maintenant six ans, on a des croissances incroyables, mais on peut multiplier nos prises de commandes par trois, quatre, cinq. Le marché est colossal. » Aujourd'hui, le marché des USA pèse pour 50 % du chiffre d'affaires de Fonroche (96 millions en 2025). Philadelphie mais aussi New York sont à l'horizon. À « Big Apple », un pilote de Fonroche est en cours de test. « Go big or go home », disent les Américains. Vois grand ou rentre chez toi.

Ce reportage a été réalisé dans le cadre d'un voyage de presse organisé par Fonroche mais n'a donné lieu à aucune contrepartie éditoriale.



Yann Maus, Laurent Lubrano et Nelson Dias sous un lampadaire Fonroche dans une rue du centre de Los Angeles.
B. S. / SO