



## DANS LES COULISSES DES FRENCH-AMERICAN BUSINESS AWARDS

**Silicon Valley (Californie)** – Le 4 juin dernier, sept entrepreneurs français partis à la conquête de l'Amérique recevaient un prix lors de la première édition des French-American Business Awards (Faba). Un joli coup de projecteur orchestré par la Chambre de commerce franco-américaine de San Francisco qui pose outre-Atlantique les jalons de la «French Touch». En exclusivité, la rédaction s'est glissée dans les coulisses de la cérémonie et a recueilli pour vous les secrets bien gardés des sept lauréats.

*Par Juliette Boulay, Pierre-Henri Kuhn, Quentin Lepoutre, Émilie Vidaud et Hugo Weber*

« **Y**es, we can! » En devenant le symbole de la réussite *made in USA*, Criteo a prouvé aux entrepreneurs français que le rêve américain était à portée de main.

Dans cette course internationale, le spécialiste du reciblage publicitaire personnalisé est pourtant loin d'être seul en lice. Nombreux sont les « start-upers » à sauter le pas. À l'instar du site de covoiturage Blablacar parti à la conquête du monde en orchestrant une levée de fonds record de cent millions de dollars ou du Frenchie Renaud Laplanche qui devrait s'inviter prochainement à Wall Street avec Lending Club, pionnier du prêt entre particuliers devenu leader du marché américain. « *Les entrepreneurs français ont une carte à jouer outre-Atlantique* », confirme Sophie Woodville, directrice générale de la Chambre de commerce franco-américaine de San Francisco (FACCSF).

Une tendance créditée en juin dernier par le troisième baromètre annuel de la performance économique des start-up numériques [source : EY, France Digitale]. Entre 2012 et 2013, la progression de 43 % du chiffre d'affaires des 116 start-up sondées est imputable aux recettes réalisées à l'étranger qui représentent 39 %.

Mais pour éclore puis survivre dans la jungle internationale, mieux vaut être bien entouré. Fleur Pellerin, ex-ministre déléguée à l'Économie numérique, l'a rapidement compris. Dès novembre 2013, elle lance la marque French Tech afin de promouvoir les start-up hexagonales dans le monde. Un an avant cette mobilisation gouvernementale, les « start-upers », les *business angels* et les capitaux-risqueurs français se sont déjà rassemblés au sein du collectif France Digitale, le lobby de l'entrepreneuriat digital piloté par Marie Ekland, ex-associée chez Elaia Partners, et Olivier Mathiot, CEO de Priceminister. Plus récemment, l'inauguration par François Hollande du French Tech Hub de San Francisco, un incubateur de start-up françaises, a définitivement confirmé l'attrait de la « *french touch* » à l'étranger.



# FABA 2014

## « LES ENTREPRENEURS FRANÇAIS ONT UNE CARTE À JOUER OUTRE-ATLANTIQUE »

Sophie Woodville,  
directrice générale de la FACCSF



### Renaud Laplanche

44 ans, fondateur et CEO, Lending Club

**39 %**  
du chiffre d'affaires  
des start-up  
est réalisé à l'international

(source : EY, France Digitale)

Pour aider les start-up françaises du numérique à se développer sur le marché américain, rien de tel que les actions locales. À San Francisco, Frédéric Stemmelin, le président fraîchement élu il y a un an à la tête de la FACCSF, mobilise régulièrement ses équipes pour faciliter les démarches inhérentes à la domiciliation, au développement commercial ou à la formation des entrepreneurs français. Récemment, l'homme a voulu aller plus loin en créant un rendez-vous dédié aux entrepreneurs franco-américains de la Napa Valley à la Silicon Valley.

Au-delà des événements mastodontes comme TechCrunch Disrupt et autres South by Southwest, les Faba visent à récompenser localement les meilleurs entrepreneurs pour la qualité de leurs résultats annuels, leur leadership et leurs performances managériales. Un excellent moyen de « *doper la capacité à innover des start-up en bâtissant des passerelles entre la technologie, les sciences, la gastronomie et le vin* », selon Sophie Woodville. Lors de cette première édition, quatre trophées d'or\* et quatre mentions spéciales ont été remis. C'est Boisset Family Estates qui s'est distingué dans la catégorie Agribusiness, gastronomy & wine, mention spéciale à Fabrique Délices. Criteo a remporté le premier prix du secteur high-tech et les fondateurs de Placecast se sont vus attribuer une mention spéciale. Fruition Sciences est monté sur la plus haute marche du podium dans la catégorie Sustainability & Life Science aux côtés d'Enphase Energy. Enfin, Jean-Baptiste Rudelle, le CEO de Criteo a été élu Personality of the Year, talonné par Renaud Laplanche qui a reçu le prix spécial du jury dans une ambiance conviviale où le networking était à l'honneur. « *Si chaque projet est unique, les entrepreneurs ont pour dénominateur commun cette curiosité et cette soif d'accomplir* », constate Sophie Woodville. Deux ingrédients indispensables pour partir à la conquête des États-Unis, le nouvel eldorado des Frenchies.

\*Les Faba ont été organisés en partenariat avec Leaders League et les trophées ont été sponsorisés par Amcor, Bank of the West et Capgemini.



## QUAND LA SCIENCE RENCONTRE LA VIGNE 🏆

**C**alifornie, début des années 2000. Sébastien Payen pose ses valises au pays des entrepreneurs pour entamer un master d'ingénierie mécanique à l'université de Berkeley. Le concepteur de capteurs microtechnologiques, qui se considère d'abord comme un « *ingénieur généraliste* », ne s'intéressera plus particulièrement aux vignobles qu'après sa rencontre avec Thibaut Scholasch. Ce dernier, ingénieur agronome, issu de cinq générations de vignerons, a effectué un doctorat pour mieux comprendre le comportement de la vigne : « *Aujourd'hui les spécialistes du vin ne peuvent plus ignorer la science. Ils doivent s'en servir pour aiguïser leurs compétences et leur compréhension du vignoble.* »

### La physiologie...

De la rencontre du scientifique et du viticulteur dans un café de l'université de Berkeley en 2006 naît l'idée de Fruition Sciences : coupler l'utilisation de biocapteurs avec les technologies de l'information pour évaluer précisément les besoins en eau des vignes. La question de l'irrigation du vignoble est apparue à Thibaut au fil de ses pérégrinations viticoles à travers le monde entre 1998 et 2004. « *De la France à l'Australie en passant par le Chili et la Californie, où que j'aille c'était toujours le même problème : mesurer l'effet de l'irrigation sur la vigne* », se souvient-il. De la volonté de résoudre ce dilemme inhérent à « *la physiologie*

## « ÉVALUER PRÉCISÉMENT LES BESOINS EN EAU DES VIGNES »

*des vignobles* », Thibaut et Sébastien fondent Fruition Sciences en 2008.

### ... et la conquête des vignobles

Six ans après son incubation aux États-Unis, la start-up ne compte pas moins d'une centaine de clients. Si près des deux tiers sont déjà californiens, le duo attend encore beaucoup du marché américain. Dans l'Hexagone, Fruition Sciences est présent depuis 2010 et « *fait notamment affaires avec Château Latour* », révèle Sébastien tout en refusant de lever le secret sur ses autres clients français. Contrairement à la Californie, où presque 100 % des vignobles sont alimentés artificiellement en eau, la France présente des freins à l'introduction des techniques élaborées par la start-up. En effet, les domaines labellisés sont privés d'irrigation. « *C'est un réel obstacle*, concède Sébastien, *mais il existe malgré tout un marché potentiel dans le sud.* » Selon Thibaut Scholasch, il existerait même des similitudes climatiques entre la Californie et la France pendant les années chaudes de 2003, 2006 ou 2010. « *Notre expérience cali-*

*fornienne nous permet d'anticiper l'impact des changements climatiques sur les vignes françaises.* »

### Économies d'eau

Alors que Los Angeles est le premier consommateur d'eau dans le monde, Fruition Sciences représente une aubaine pour l'agence urbaine de l'eau de la ville avec qui travaillent les deux associés. « *Si l'on parvient à convaincre les viticulteurs d'optimiser leur usage de cette ressource rare, on libère de l'eau pour l'usage domestique, qui ne représente que 20 % de la consommation californienne, les 80 % restants demeurant le fait des exploitations agricoles* », explique Thibaut. « *Je crois que par le biais du vin on peut faire appel à l'inconscient collectif pour convaincre de l'urgence d'agir face au changement climatique. L'évolution du goût du vin reflète les tendances climatiques. Parce que la plante est sensible, elle capture les variations de température et les exprime dans le fruit, par un degré d'alcool plus fort par exemple* », explique celui qui, à défaut d'être « *médecin des hommes* », est devenu « *médecin des plantes* ».

Au-delà de « *l'accolade sympa* » entre les fondateurs et la chambre de commerce franco-américaine de San Francisco, qui accompagne Fruition Sciences depuis ses débuts, la nomination de l'entreprise au Faba confirme « *le sérieux et la robustesse* » du projet. Fruition Sciences gagne en légitimité, un coup de pouce pour les chantiers auxquels s'attellent les deux associés. ■



# + Innovante + Intense

## Audi A3 Sport design.



À partir de

# 349 €/mois avec apport\*.

3 ans de Garantie inclus\*\*.  
Forfait Service Entretien inclus\*\*\*.

Location longue durée sur 36 mois. 1<sup>er</sup> loyer 5 399 € et 35 loyers de 349 €. Offre valable du 1<sup>er</sup> septembre au 31 décembre 2014.

\*Exemple pour une Audi A3 1.2 TFSI 110 ch BVM6 Sport design en location longue durée sur 36 mois et pour 45 000 km maximum, hors assurances facultatives. \*\*Garantie 2 ans + 1 an de garantie additionnelle incluse. Offre réservée aux particuliers chez tous les Distributeurs présentant ce financement, sous réserve d'acceptation du dossier par Audi Bank division de Volkswagen Bank GmbH – SARL de droit allemand – Capital 318 279 200 € – Succursale France : Bâtiment Ellipse – 15 av de la Demi-Lune 95 700 Roissy en France - RCS Pontoise 451 618 904 - ORIAS : 08 040 267 (www.orias.fr). \*\*\*Forfait Service Entretien obligatoire souscrit auprès d'Opteven Services, SA au capital de 365 878 € - RCS Lyon B 333 375 426 siège social : 35-37, rue Guérin – 69 100 Villeurbanne. **Modèle présenté** : Audi A3 1.2 TFSI 110 ch Sport design avec les options non incluses : peinture métallisée et 1 an de garantie additionnelle. 1<sup>er</sup> loyer 5 399 € et 35 loyers de 369 €. Publicité diffusée par le concessionnaire en qualité d'intermédiaire de crédit, à titre non exclusif, de Volkswagen Bank. Volkswagen Group France S.A. – RC Soissons B 602 025 538. Audi recommande **Castrol EDGE Professional**. Vorsprung durch Technik = L'avance par la technologie.

Gamme Audi A3 : consommation en cycle mixte (l/100 km) : 1,5 - 7,0. Rejets de CO<sub>2</sub> (g/km) : 35 - 160.

# À L'ÉTRANGER, ÊTRE FRANÇAIS EST UN ATOUT »

**Jean-Charles Boisset** 🏆

43 ans, fondateur, *Boisset Collection*



**Décideurs.** Vous êtes issu d'une famille de vignerons français. Était-ce un rêve d'enfant de conquérir la Californie ?

**Jean-Charles Boisset.** C'est à onze ans que je suis tombé amoureux de l'« *American way of life* » à l'occasion d'un voyage. Scolarisé au lycée français de Washington, je rêvais, une fois adulte, de venir m'installer sur la côte ouest pour me consacrer à la production de vin. Mes parents ont fondé leur exploitation viticole en Bourgogne mais rapidement nous avons été convaincus d'étendre l'entreprise familiale à la Californie.

Nous avons commencé au début des années 1990 à importer un florilège de crus issus de notre production en France. Devant l'accueil favorable du marché américain, produire localement s'est imposé comme une évidence. Nous avons rassemblé une collection de maisons historiques comme Lyeth Estate dans l'Alexander Valley, DeLoach Vineyards dans la Russian River Valley, Raymond Vineyards

« La notion d'entrepreneuriat puise ses racines dans l'histoire de l'Amérique »

dans la Napa Valley, Buena Vista Winery dans le Carneros et Lockwood Vineyards dans le Monterey County. Ainsi nous avons pu constituer une collection issue de maisons raffinées et prestigieuses situées sur les plus grands terroirs américains.

**Décideurs.** Quels sont les secrets de votre réussite ?

**J.-C. B.** Boisset Family Estate est une entreprise hybride qui tient à l'association de deux cultures complémentaires : une éducation à la française couplée à la liberté entrepreneuriale offerte par l'Amé-

rique. À ces deux paramètres s'ajoutent le savant alliage d'un savoir-faire viticole et la qualité du terroir et du sol californiens.

**Décideurs.** Dans le secteur viticole, est-ce plus facile d'entreprendre aux États-Unis ?

**J.-C. B.** La notion d'entrepreneuriat puise ses racines dans l'histoire de l'Amérique, qui valorise l'initiative et la prise de risques, quand la France pourrait parfois s'enfermer dans un conservatisme, fruit du poids de ses traditions. Il existe aux États-Unis un réel engouement pour les initiatives des jeunes entrepreneurs qui sont valorisés non pas pour leur background mais pour leur capacité à innover et à créer de la valeur. Attention, la France n'en reste pas moins attractive. Elle n'a pas à souffrir d'un complexe d'infériorité. Entreprendre dans l'Hexagone implique une vraie pugnacité et une ouverture au monde que la nouvelle génération semble avoir bien compris.

À l'étranger, quand il est question de production et de distribution de vin, être français est un atout indéniable. L'ancestralité de notre propre savoir-faire, vieux de dix-sept siècles, nous a permis d'imposer notre légitimité lors de la création de notre entreprise.

**Décideurs.** Auriez-vous un conseil à adresser à un jeune entrepreneur désireux de s'installer en Californie ?

**J.-C. B.** Dans la plupart des cas, le temps joue contre vous. Plus vous tardez, moins vous agirez. *Just do it!* Rien ne remplace l'action, à condition d'avoir au préalable jaugé la faisabilité de votre idée. Si vous ratez le coche une fois, ne vous découragez pas : faire des erreurs s'inscrit pleinement dans l'ordre du processus entrepreneurial.

Il n'y a pas de recette miracle pour rouler sur l'autoroute du succès, il faut juste se jeter à l'eau ou « dans le vin ! » avec dans le viseur un rêve à réaliser. Le mien s'incarnait dans la volonté d'être associé aux vins Buena Vista. Pari réussi ! ●

# IL FAUT TROUVER UN COFONDATEUR AMÉRICAIN »

**Renaud Laplanche**   
44 ans, fondateur et CEO, Lending Club



**Décideurs.** Vous aviez connu un premier succès américain avec Matchpoint. Envisagiez-vous de fonder Lending Club en France ?

**Renaud Laplanche.** Je ne l'ai pas envisagé pour des raisons techniques, le cadre réglementaire américain étant plus propice qu'en Europe. Il est plus facile d'y obtenir un accord des autorités pour opérer des prêts entre particuliers. Et à choisir, le marché américain est plus adapté. Il est plus grand par la taille et par sa maturité, le crédit à la consommation étant fortement ancré dans la culture.

**Décideurs.** Comment expliquez-vous la rapidité avec laquelle la SEC<sup>1</sup> vous a donné son feu vert ?

**R. L.** Les autorités étaient favorables au projet dès son origine, malgré les efforts à fournir pour trouver un régime juridique adapté à l'activité de Lending Club. Toutes les lois américaines sur les valeurs mobilières datent des années 1930, ce qui rend difficile leur application à des mécanismes de distribution innovants. Les autorités nous ont beaucoup aidés pour cela.

« Avoir créé Matchpoint auparavant m'a beaucoup aidé »

**Décideurs.** La composition de votre *board* donne l'impression d'un homme bien entouré. Quels étaient les éléments forts de votre réseau au lancement de Lending Club ?

**R. L.** Le fait d'avoir créé Matchpoint auparavant m'a beaucoup aidé pour la création de Lending Club, c'est incontestable. Je pense notamment à l'équipe de développeurs, qui est venue directement d'Oracle [la société a racheté Matchpoint en 2005]. De même, les premiers actionnaires de Lending Club étaient ceux qui avaient connu le succès avec Matchpoint. Enfin, la qualité de la relation avec les autorités de régulation étant très importante, j'ai été beaucoup aidé par les avocats du cabinet WilmerHale.

**Décideurs.** Quelle est la puissance de la communauté française à San Francisco ?

**R. L.** À San Francisco, la communauté française est bien implantée, mais ce n'est pas en son sein que j'ai recherché mes contacts. Il me fallait quatre *board members* indépendants : nous avons pris des personnalités américaines très complémentaires. C'est le pragmatisme qui a primé.

**Décideurs.** Quel est votre meilleur conseil pour les entrepreneurs qui visent la Silicon Valley ?

**R. L.** Le plus difficile lorsque l'on vient de l'étranger est que l'on n'est pas imprégné de la culture américaine. L'évaluation des différentes personnalités et la compréhension des subtilités culturelles ne s'acquiert qu'au fil du temps. Je recommanderais donc à ceux qui viennent s'installer en Californie de trouver un cofondateur américain. Cet associé leur permettra de saisir les spécificités relatives au recrutement, au marketing, ou à tous les aspects importants de l'activité de la start-up. Le cofondateur américain doit servir de relais culturel. Je suis pour ma part entouré d'Américains.

**Décideurs.** Après Criteo en 2013, l'IPO<sup>2</sup> de Lending Club enverra un signal fort aux entrepreneurs du Vieux Continent. Que représente pour vous l'introduction en Bourse ?

**R. L.** L'introduction en Bourse répond à un effort de construction de la marque plus qu'autre chose. Lending Club est bénéficiaire, dispose d'une base de plusieurs centaines de milliers d'utilisateurs et n'a pas réellement besoin de lever des capitaux.

L'IPO augmentera la notoriété de la marque et la crédibilité de la société auprès du public. Nous souhaitons aussi pérenniser le groupe, faire comprendre au marché que nous serons présents pour les vingt ans qui viennent. La marque va changer de statut. Toutes les sociétés exposées aux consommateurs, et davantage dans le domaine financier, mettent du temps avant de construire la confiance que leur accorde le marché. ●

<sup>1</sup> Securities and Exchange Commission  
<sup>2</sup> Initial Public Offering



 **Jean-Baptiste Rudelle**  
45 ans, président-directeur général,  
Criteo

## LES PRÉDICTIONS DU TRAQUEUR

De la Nouvelle-Calédonie et du Japon, Jean-Baptiste Rudelle est revenu les valises pleines de bonnes idées mais avec la Californie en tête, ce fantasme du voyageur et du businessman. Il y trouvera dès 1999 l'inspiration pour créer en France K-mobile, plus connue sous le nom de Kiwee. La start-up de téléchargement de sonneries et autres jeux sur téléphone sera son premier succès, concrétisé dès 2004 avec son rachat par le leader mondial de la carte de vœux, American Greetings.

En 2005, c'est reparti, l'eldorado californien toujours en ligne de mire : Jean-Baptiste Rudelle cofonde Criteo et ses publicités ciblées traquant l'internaute avec Franck Le Ouay et Romain Nicolli. Il s'ins-

talle dans la Silicon Valley en 2009 lorsque la start-up est devenue rentable en France, l'américanisant volontairement à coups d'embauches et de capital-risqueurs. Avec un chiffre d'affaires de 450 millions de dollars en 2013, une croissance 2.0, Criteo est prête pour une IPO au Nasdaq, le Graal. Bingo : 251 millions de dollars sont levés et l'opération valorise l'entreprise à 1,7 milliard de dollars. Visibilité, crédibilité, la croissance repart de plus belle au niveau mondial. La France n'est pas

oubliée, abritant le deuxième centre européen de R&D après celui de Google. Avec trente millions d'euros investis par an dans la recherche, Criteo (« discerner » en grec) n'a pas fini de voir l'avenir avant les autres.

« **CRITEO A TOUJOURS EU L'ELDORADO CALIFORNIEN EN LIGNE DE MIRE** »



 **Sébastien Espinasse**  
40 ans, directeur marketing et vente,  
Fabrique Délices

## FABRIQUE DÉLICES RÉGALE LA CALIFORNIE

« C'est une première avec la chambre de commerce franco-américaine ! », se félicitent les dirigeants de Fabrique Délices après avoir remporté la mention spéciale des Faba. Et le duo Marc Poinignon et Antonio Pinheiro n'a pas démerité. Les deux Français se battent en effet depuis une dizaine d'années pour la reconnaissance de la « simple » gastronomie française dans une région où il est difficile de sortir de l'ombre de la high-tech. Pari réussi pour les deux compères qui sont parvenus à conquérir la Californie après avoir repris en 1996 Fabrique Délices, l'ancienne filiale de la société Sapar basée à Meaux. L'andouillette et le boudin noir n'ayant pas spécialement la cote aux États-Unis, l'entreprise a fondé sa

renommée auprès des *specialities food* de la baie de San Francisco grâce à ses terrines et autres mousses de canard. Les tour-opérateurs maritimes, la restauration, les bars à vin mais aussi les compagnies aériennes comme Air

France ou Singapore Airlines plébiscitent la charcuterie de ces producteurs *made in France*. « À la pointe de la charcuterie artisanale, cela relève de l'éducation des clients », confie Sébastien Espinasse, directeur des ventes et responsable marketing depuis 1998. « Je fais ça pendant deux trois ans puis je rentre en France », avait dit ce dernier, biberonné à la charcuterie de Brive-la-Gaillarde. Au bout de seize ans, l'ambassadeur de la cuisine du terroir sur la côte ouest n'est finalement pas près de rentrer.

« **ÊTRE À LA POINTE DE LA CHARCUTERIE ARTISANALE RELÈVE DE L'ÉDUCATION DES CLIENTS** »



**Anne Bezançon**  
52 ans, CEO,  
Placecast

## LA TÊTE DANS LE WEB

La voix calme et posée d'Anne Bezançon ne laisse en rien soupçonner le dynamisme de sa folle carrière 2.0. La CEO de Placecast a du flair. Avec cinq start-up à son actif, cette « serial entrepreneuse » voit juste en 2005 quand elle se lance dans le géomarketing. « *Aujourd'hui, tout l'enjeu pour les marques consiste à fidéliser les usagers à travers des contenus adaptés à leurs besoins présents, et ce, quel que soit l'endroit où ils se trouvent.* »

Deux ans avant la grande année de lancement du smartphone, Placecast propose déjà aux entreprises de développer des campagnes mobiles géolocalisées. Une décennie plus tard, ce business de troisième génération touche plusieurs centaines de millions d'abonnés téléphoniques.

« J'AI EU  
LA CHANCE  
DE SAISIR DES  
OPPORTUNITÉS  
INCROYABLES »

« *Et la source n'est pas près de se tarir avec six milliards de connexions dans le monde!* »

Sa réussite, Anne Bezançon la doit aussi à sa capacité à « *saisir des opportunités incroyables* ».

Après un an comme consultante pour l'ONU en Haïti, elle organise en 1995 la quatrième conférence mondiale sur les femmes à Pékin. « *Ma grande fierté, c'est d'avoir installé la première connexion internet hors du système étatique en Chine et réuni pour la première fois des sponsors comme Apple et Hewlett-Packard.* » Cette pionnière du Minitel a attrapé le virus de la technologie en réseau à la fin des années 1980 et n'est pas près d'en démordre.



**Martin Fornage**  
51 ans, cofondateur, directeur technique,  
Enphase Energy

## L'INNOVATEUR PAR EXCELLENCE

Décrochez un instant et vous trouverez toutes les solutions à vos problèmes. Martin Fornage fait figure d'exemple parmi ces innovateurs tombés sur l'idée du siècle en cherchant à résoudre une tout autre énigme. Alors qu'il exerce dans le secteur des télécommunications, ce diplômé de l'Ensea décèle des similitudes entre le courant alternatif, technologie vieille de cent ans utilisée pour faire sonner les téléphones, et celui issu des énergies renouvelables. Eurêka! L'ingénieur a découvert le sésame permettant d'optimiser jusqu'à 25 % de la production d'électricité provenant des panneaux solaires avec les micro-onduleurs.

Nous sommes en 2005, le secteur des télécoms connaît un fort ralentissement, la start-up montée l'année précédente par Martin et son ami Raghu Belur ne trouve pas

« INVESTIR DANS  
L'ÉNERGIE  
SOLAIRE EN 2006,  
C'ÉTAIT LE PLANNING  
PARFAIT »

investisseur. Très déçu, son coéquipier s'inquiète de leur futur. Mais Martin a plus d'un tour dans son sac et change son fusil d'épaule: « *Nous allons produire des micro-onduleurs.* » Le cofondateur d'Enphase Energy bénéficie en revanche d'un contexte

très favorable pour les énergies propres: « *Début 2006, le secteur du solaire explose, les investisseurs financent notre projet alors qu'ils ne s'y seraient*

*jamais risqués deux ans plus tôt, c'est le planning parfait.* » Au bout de huit ans d'existence, l'entreprise emploie quatre cents salariés entre les États-Unis, l'Europe et la Nouvelle-Zélande et possède une cinquantaine de brevets à son actif. C'est l'heure du triomphe: « *Nous sommes très fiers de notre nomination au Faba, mais ça ne fait que commencer, on se reverra!* »