



Reconnaissance

Par **Jean-François Péresse**

Une récompense, mais aussi une exigence. En attribuant, hier soir, à Criteo, un leader mondial du ciblage publicitaire sur Internet, le trophée de la décennie 2015 **Croissanceplus** - Bain & Company, le jury auquel participaient « Les Echos » et Radio classique n'a pas fait le choix d'être original. Il a fait celui d'être incontestable. Avec Criteo, ce trophée, qui récompense une entreprise tricolore créée dix ans auparavant, met à l'honneur une météorite. Fondée par Jean-Baptiste Rudelle, l'entreprise cotée au Nasdaq réalisait dès 2013 (l'année de son introduction) 440 millions d'euros de chiffre d'affaires. Elle emploie 1.200 personnes. L'aventure ne fait que commencer, car elle repose sur une technologie robuste, capable de s'adapter à une croissance exponentielle du marché : celui de l'optimisation de l'affichage en ligne. Et tout le mal que l'on peut souhaiter à Criteo est d'être acheté par un géant comme Google ou Facebook. C'est probablement ce qui va lui arriver. Né en France de cerveaux français dans un incubateur français, Criteo est l'expression d'un génie national. Chacun à sa façon, les deux autres finalistes – Puresentiel, laboratoire familial d'aromathérapie, et Coyote, leader des assistants à la conduite – le sont aussi. Rien de plus différentes que ces trois entreprises. Marchés, fonds, autofinancement : tous ont d'ailleurs financé leur croissance à leur manière. Mais tous ont en commun d'être des produits d'un écosystème français, lequel a certes ses contraintes mais aussi ses avantages. Cela crée des obligations. Or, bien que très souvent distingué dans son pays d'origine pour sa réussite, le fondateur de Criteo ne juge plus utile d'y apparaître, pas même en ces occasions. Comme il rechigne à y plaider, auprès des pouvoirs publics, la cause des entrepreneurs de croissance. Cette distance le distingue nettement d'un Olivier Duha (Webhelp), d'un Bruno Vanryb (Avanquest Software) ou encore d'un Frédéric Mazella (BlaBlaCar), eux qui n'hésitent jamais à mettre leur succès et leur notoriété au service de la communauté des entrepreneurs et futurs entrepreneurs de leur pays. Que Criteo suscite en France de l'admiration mais trop peu d'affection n'y est sans doute pas étranger. Reconnaissance est un mot à double sens. ■