

A la fin des années 1990, Laurent Sabatucci identifie le marché des plates-formes logistiques comme un secteur immobilier en fort développement. Poussé par la vague Internet, il crée Entrepôt On Line, une société dont la vocation de départ est de promouvoir l'offre sur le web. Très vite, il acquiert un statut de spécialiste et prend d'importantes parts de marché face aux grands cabinets internationaux.

Moins de 10 ans après sa création, cet entrepreneur audacieux, devenu incontournable en France, déploie à présent son savoir-faire hors de nos frontières. Son secret ? Une formidable capacité d'écoute doublée d'une compréhension des mécanismes de la Supply Chain et de ses contraintes.

EOL Un petit dans la cour des grands

Pour comprendre la montée en puissance d'EOL, il convient d'évoquer le rôle de son fondateur Laurent Sabatucci, personnage étonnant, pourvu d'une grande faculté d'écoute et d'analyse. Considérant que l'immobilier logistique obéit à des logiques bien à part, ce spécialiste de l'aménagement et des collectivités s'est d'abord attaché à étudier la Supply Chain pour mieux répondre aux attentes du marché : « A la fin des années 1990, je travaillais dans un cabinet immobilier et j'étais en charge des activités industrielles et logistiques. Une spécialisation qui me permettait d'observer les mutations en cours, à savoir l'émergence d'un nouveau marché, celui des grands entrepôts logistiques, avec des produits normés, des problématiques réglementaires bien précises, des bâtiments standardisés avec des besoins fonctionnels qui étaient sensiblement les mêmes pour les prestataires et les distributeurs. Paradoxalement, au cours de cette même période, les utilisateurs avaient du mal à obtenir une vision claire de l'entrepôt, à bien le dimensionner, à évaluer son coût de construction. De leur côté, les acteurs de l'immobilier comprenaient mal les mécanismes de la Supply Chain, les contraintes géographiques, les enjeux du multimodal. Enfin, les investisseurs n'avaient pas encore constitué de fonds spécifiques, ce qui rendait le secteur assez peu lisible pour les financiers. Dès lors, il me semblait pertinent de créer une société de conseil susceptible d'établir un lien entre le monde de l'immobilier et celui de la logistique ».

Faire circuler l'information sur le web

Se lançant début 2000, au moment de l'explosion d'Internet, Laurent Sabatucci décide de placer le Web au centre de sa stratégie, l'idée étant de donner plus de transparence à l'information : « A l'époque, ce marché était totalement fermé. Pour avoir le prix d'un loyer d'un bâtiment logistique à Lyon, Lille ou Marseille, il fallait passer des dizaines de coups de téléphone, et encore... l'information était souvent parcellaire et pas forcément objective. Partant de ce constat, nous nous sommes dits qu'il serait intéressant de se spécialiser et de faire circuler l'information sur un site dédié. L'objectif était de se distinguer en mettant en ligne un maximum d'informations sur les plates-formes logistiques, leurs prix et leurs disponibilités. J'ai réuni cinq associés issus de sociétés immobilières, nous avons baptisé l'entreprise « Entrepôt On Line » et nous sommes partis au combat ». Avant même de commencer, l'équipe reçoit une solide formation sur les aspects réglementaires et techniques, puis s'en va à la rencontre des grands donneurs d'ordre. « Cette démarche était relativement classique, mais en parallèle nous avons également le site Internet sur lequel reposait une grande partie de nos espoirs. Malheureusement, il se trouve qu'en 2000, le haut débit n'était pas encore très répandu. Le temps de charger le descriptif d'un immeuble et de l'envoyer, on pouvait facilement passer 200 coups de téléphone ! Ce n'est qu'après la généralisation de l'ADSL, c'est-à-dire deux ou trois ans après, que l'on a véritablement assisté



Laurent Sabatucci,
PDG d'Entrepôt On Line

au décollage. Le site génère à présent entre 20 et 30 % de notre chiffre d'affaires et nous sommes passés de 2.000 à 30.000 visites/mois ».

Des petits nouveaux qui secouent le cocotier

Forte de son expérience et de son réseau, l'équipe d'Entrepôt On Line réalise assez rapidement quelques opérations significatives. « La première année s'est cor-

rectement déroulée avec des clients que nous connaissons déjà, poursuit Laurent Sabatucci. On ne peut pas dire que les concurrents ont salué notre arrivée sur le marché avec beaucoup d'enthousiasme. Et c'est bien normal puisque nous diffusons des prix et étions à contre-courant des habitudes de la profession. En revanche, nous avons été bien accueillis par un certain nombre d'investisseurs et de promoteurs qui étaient contents de voir des petits nouveaux secouer le cocotier.

En effet, à cette époque le secteur était plus opaque et on ne parlait pas beaucoup d'éthique. C'était également pour nos mandants l'occasion de créer une saine émulation. Les filiales logistiques de la caisse des dépôts (AEW), Axa, des promoteurs comme PRD, sont au nombre des gens qui nous ont bien aidés au démarrage. Notre approche un peu technique des bâtiments fait que nous avons également reçu un très bon accueil des utilisateurs (distributeurs, industriels, prestataires), qui nous ont manifesté leur soutien. C'est également à cette époque que l'on a pu observer une accélération des projets de plates-formes logistiques. Ce qui confirmait la pertinence de notre analyse du marché et de ses besoins dans un contexte de globalisation des flux et de massification des volumes. »

Si la jeune entreprise enregistre des succès dans une période plutôt favorable, il convient tout de même de relativiser l'importance de ce marché qui ne représente pas plus de 50 à 60 opérations les bonnes années. « La question était de savoir combien nous devons réaliser de transactions pour exister. Tout l'enjeu était là ».

20 % de croissance par an

Le marché de l'immobilier obéit à une logique territoriale. Pas question de se développer en région si l'on ne dispose pas de bureaux sur place. EOL en a parfaitement conscience et pour développer son chiffre d'affaires décide d'ouvrir en 2002 un bureau à Marseille. Par la suite, elle ouvrira successivement trois autres bureaux en Picardie, à Lille et à Bordeaux : « Mais pour se développer sur d'autres territoires, il ne suffit pas de dupliquer ce qui existe déjà. Il faut trouver des gens compétents qui nous ressemblent et qui adhèrent à notre projet. C'est très compliqué et l'on ne peut pas toujours aller aussi vite que l'on voudrait », avoue Laurent Sabatucci. Pourtant, au milieu des années 2000, l'entreprise recrute coup sur coup plusieurs nouveaux collaborateurs, ce qui lui donne un nouvel électrochoc : « Depuis le lancement de l'entreprise, nous avons choisi de recruter chaque collaborateur un par un afin de mieux l'accompagner dans son intégration. Or, avec l'expérience, nous nous sommes aperçus que ce n'était pas forcément la meilleure méthode. Recruter quatre ou cinq personnes en même temps crée une véritable émulation, un esprit de corps. Avec cette arrivée, nous avons passé un nouveau cap ». Au milieu des années 2000, Entrepôt On Line prend la décision stratégique de se diversifier pour développer une offre « Retail Park ». « Cette décision a été un élément déterminant dans la consolidation de nos relations avec certains clients importants », estime le PDG. Elargissant sa couverture géographique en même temps que son portefeuille d'activités, l'entreprise connaît une croissance linéaire d'environ 20 % chaque année. En 2009, elle emploie une quarantaine de personnes.

Une reprise des investissements début 2010

Après des années particulièrement favorables, EOL conserve ses objectifs de développement, même si la conjoncture ralentit sensiblement son plan de marche : « Il est vrai que nos axes stratégiques sont quelque peu perturbés par la crise. Néanmoins, je suis convaincu que l'investissement immobilier va repartir dès le début de l'année 2010, avant le besoin des utilisateurs. Il faut que nous soyons prêts pour accompagner ce mouvement. Par ailleurs, un enjeu fort est de poursuivre notre activité en développant nos implantations. L'idée étant d'ouvrir des bureaux là où nous ne sommes pas encore présents. Je pense notamment à Lyon, mais aussi à l'Espagne et à l'Italie. Ces nouvelles structures font suite à l'ouverture voici quelques mois d'un bureau au Maroc. Le Maghreb fait partie des zones géographiques auxquelles nous croyons beaucoup. Nous venons d'ailleurs de signer à Casablanca une opération de 12.000 m² clé en main pour un distributeur informatique. J'ajoute que l'Etat marocain a bien compris les enjeux et investi largement dans les infrastructures qui favorisent l'implantation de ces bases logistiques. C'est incontestablement un relais de croissance pour nous, mais c'est aussi une opportunité pour les prestataires français qui ont intérêt à suivre leurs clients industriels et distributeurs ».

Un marché mature tiré vers le haut

Ralenti dans son développement par la crise économique qui a frappé le secteur, Laurent Sabatucci porte néanmoins un regard positif sur l'immobilier logistique qu'il estime mature et qualitatif : « C'est un marché qui est devenu fluide et lisible. Aujourd'hui, chacun peut connaître les grands chiffres, les principales transactions, les pièges à éviter. Ce qui est également intéressant, c'est de noter qu'une communauté s'est constituée. On y retrouve les clients, les promoteurs, les collectivités, les cabinets... C'est un monde qui bouge vite et qui précisément nécessite un dialogue permanent entre ces différents acteurs pour en comprendre les évolutions. Je suis particulièrement intéressé par les témoignages des utilisateurs qui nous expliquent leur vision à cinq ans, nous aident à mieux comprendre leurs besoins actuels et à venir. Il est également important de souligner que c'est un marché mature avec en France des bâtiments de grande qualité. Les contraintes réglementaires et la prise en compte de l'environnement ont incontestablement tiré vers le haut ces réalisations, tout en permettant de maintenir des valeurs économiques acceptables. C'est un marché qui structurellement dispose de fondements forts : la plate-forme logistique répond à des problématiques de croissance, de volume, mais également de rationalisation et de recherche d'économie. C'est donc un produit indispensable. Et c'est d'ailleurs ce qui nous sauve aujourd'hui ».

Propos recueillis par
Jean-Philippe Guillaume