

# La vie en rose d'un jeune entrepreneur

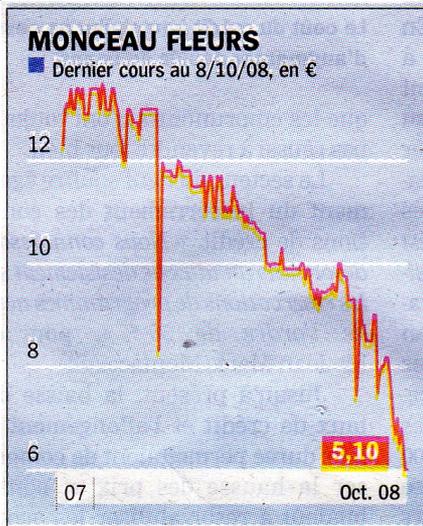
**En dix ans, Laurent Amar a fait de la société familiale le numéro un mondial de la fleur, en révolutionnant notamment les techniques d'approvisionnement. Au prix également d'un grand dévouement à son entreprise.**

● Il se lève, saisit un feutre et se dirige vers le tableau blanc. Qui se noircit peu à peu ; des carrés et des ronds apparaissent, des flèches les relient, des chiffres s'ajoutent, un schéma complexe prend forme sous les yeux médusés de son interlocuteur. Laurent Amar fait une pause. « Excusez-moi, je fais des schémas partout. Vous arrivez à suivre ? C'est une déformation professionnelle, je procède par raisonnement scientifique. » L'intéressé serait mathématicien ou économiste, on comprendrait. Problème, Laurent Amar n'est rien de tout ça : sa spécialité, c'est la fleur... « Mais j'ai toujours été fasciné par l'étude des réseaux », concède-t-il. Il n'est pas peu fier de celui qu'il a construit en dix ans.

Agé de 35 ans, Laurent Amar est aujourd'hui à la tête du numéro un mondial des fleurs. Fort de sa dernière acquisition, Rapid'Flore, annoncée le mois dernier, le groupe Monceau Fleurs compte près de 400 magasins en France et dans le monde. Dans l'Hexagone, il revendique 7 % de part de marché, sur un secteur très atomisé, encore composé de 14.000 fleuristes indépendants. Et la société familiale ne devrait pas s'arrêter là. Les projets de développement fourmillent dans la tête de Laurent Amar.

## Les fleurs, une passion relative

Le jeune entrepreneur a repris les rênes de l'entreprise il y a dix ans. Pas sous la pression familiale. Ses parents et grands-parents, qui géraient jusque-là l'unique mais prospère magasin Monceau, situé aux abords du parc du même nom, à Paris, avaient revendu leur affaire en 1985 au baron Edmond de Rothschild. « Ils étaient très satisfaits de la vente réalisée », se souvient l'héritier. Paradoxalement, ce n'est pas la passion de l'horticulture qui l'a poussé à reprendre l'affaire. Laurent Amar a, certes, baigné dans l'univers des fleurs pendant toute sa jeunesse. « Mais je n'étais pas prédestiné à y travailler », avoue-t-il. Titulaire d'un DEA en droit des affaires, c'est en étudiant de plus près le marché de la fleur et son réseau de distribution que le jeune diplômé y a décelé un potentiel de croissance énorme. « Les réseaux de magasins des concurrents de l'époque étaient en train de progresser très vite, rappelle Laurent Amar, mais il n'y avait aucun effet de levier en



**Depuis son introduction en Bourse, au mois de décembre 2007, la société a vu sa capitalisation fondre de moitié. Monceau Fleurs estime pourtant être une valeur refuge en temps de crise. « La consommation de fleurs subsiste dans le contexte actuel », confirment les dirigeants. Le positionnement très compétitif des trois enseignes du groupe est un avantage. Fort de ses nouvelles acquisitions, le nouvel ensemble devrait générer l'an prochain environ 70 millions d'euros de chiffre d'affaires et 4,5 millions de résultat d'exploitation. Eu égard aux perspectives, la valorisation est faible, mais la liquidité moyenne du titre aussi.**



Ses parents avaient cédé l'entreprise familiale à Edmond de Rothschild. Laurent Amar a racheté ses parts fin 2001, et accédé, depuis, son développement.

amont, au niveau des achats. » Très motivé, le jeune diplômé décide donc de rencontrer, en 1998, les avocats de la Compagnie Financière de Rothschild, qui géraient la société depuis le décès d'Edmond de Rothschild, survenu un an plus tôt. Il leur présente alors son projet : assurer le développement commercial de l'entreprise, via des franchises – sa spécialisation de fin d'études –, en tâchant d'améliorer en même temps les conditions d'approvisionnement.

Laurent Amar a compris que l'essentiel des marges se faisait au niveau des achats. C'est aux Pays-Bas que tout se décide, à la Bourse des fleurs, où transite 60 % du marché mondial. Soutenu par la banque d'affaires, le jeune patron va alors établir sur place une centrale d'achats, qui permet de contourner les grossistes et de négocier des prix directement avec les producteurs du monde entier. Le succès de l'entreprise se dessine rapidement. Fin 2001, Laurent Amar rachète les parts de Rothschild et devient seul maître à bord. Tout en poursuivant son travail en amont, afin de garantir des prix toujours plus faibles, il met aussi l'accent sur la créativité. Son modèle : l'enseigne de textile Zara, qui parvient à offrir des produits compétitifs mais élégants, dans un cadre qui l'est tout autant. Et l'enseigne est l'une des plus rentables du secteur.

Séduit par le projet, mais également par « la créativité et le perfectionnisme » du jeune dirigeant, qu'il a rencontré pour la première fois en 2004, Georges Pébereau, ancien président de la Compagnie Générale d'Electricité, n'hésite pas à entrer au capital de l'entreprise lors de son introduction en Bourse en 2007. Administrateur de la société, il salue le côté « visionnaire » du personnage, qui n'en est pas moins « méticuleux ». « Laurent a tendance à partir dans de grands développements lorsqu'il s'agit de détailler sa vision de l'entreprise », reconnaît cependant Georges Pébereau.

Père de deux enfants, le jeune P-DG avoue avoir des difficultés à séparer vie professionnelle et vie privée. « Je ne lutte plus », admet-il, amusé. Laurent Amar est complètement absorbé par le développement de son entreprise, dont il détient 72 % du capital. « Quand on décide de créer ou de reprendre une entreprise, on choisit aussi le mode de vie qui va avec. » Lui estime qu'il est au service de sa société et de ses collaborateurs. Sa plus grande fierté aujourd'hui : sentir le soutien de ses troupes, une différence énorme avec la solitude qui était la sienne au début de l'aventure, il y a dix ans.

Romain Gueugneau