

Ces spécialistes du retail park

Le *retail park* a ses familles qui se recomposent au gré du temps. La rédaction de Business Immo en a distingué trois grandes : les *pure players*, les généralistes mais aussi les nouveaux venus qui sont, parfois, d'anciens amoureux du genre. Une galerie de portraits non exhaustive.

Par Sandra Roumi



Imocom, la porte d'entrée

Si les institutionnels veulent goûter au *retail park*, mieux vaut passer par un spécialiste. C'est le pari qu'ont fait **Bruno de Scorbiac** (photo de gauche) et **Laurent de Sayve**, les fondateurs d'ImocomPartners, en lançant un premier OPCI entièrement dédié à cette classe d'actifs. Avec un joli succès, puisqu'après avoir levé 60 M€ de fonds propres auprès de 7 institutionnels, ImocomInvest 1 a investi un peu plus de 100 M€. Un deuxième véhicule a été lancé dans la foulée du succès du premier, avec un *closing* qui devrait s'achever cet été à 120 M€, octroyant une capacité d'investissement de 200 M€. L'argument choc pour convaincre les institutionnels, c'est avant tout le rendement. ImocomPartners n'est engagé à verser un

dividende que de 6,5 % net par an. La recette, c'est Laurent de Sayve qui nous la donne : « Nous achetons dans des zones de chalandise primaires de plus 100 000 habitants, privilégions les retail parks intégrés dans une zone établie de commerce de périphérie, à côté d'une zone pavillonnaire et restons attentifs au niveau de loyers ». « Nos fonds offrent également une triple diversification aux investisseurs : géographique, avec un portefeuille réparti sur une dizaine de sites différents ; sectorielle, en veillant à une saine répartition entre l'alimentaire, l'équipement de la maison et de la personne ; et au niveau des enseignes où un locataire ne doit pas peser plus de 5 % des loyers », ajoute Bruno de Scorbiac. □