

Les Immeubles Léopold se spécialise en location commerciale

■ La société-conseil **Les Immeubles Léopold Itée**, spécialiste en location d'espaces commerciaux et industriels, n'a qu'une seule sorte de catégorie de clients: des locataires d'espaces.

C'est un choix qui a été fait une fois pour toute il y a sept ans, au moment où **Stephen Léopold** a décidé de partir à son compte en fondant sa propre compagnie à l'âge de 25 ans.

"J'étais dans ce commerce depuis quelques années déjà, a-t-il raconté lors d'une entrevue aux **AFFAIRES**, et je constatais qu'il y avait là une catégorie de clientèle qui avait des besoins particuliers que personne ne servait en exclusivité. J'ai donc décidé d'occuper cette niche."

Les firmes actives dans le secteur immobilier commercial et industriel se livrent habituellement à plusieurs activités complémentaires: recherche d'espaces pour des locataires, location d'espaces pour des locataires, développement de projet, gérance d'immeubles, etc.

Stephen Léopold a plutôt choisi de ne faire qu'une seule de ces activités, la recherche d'espace pour des locataires, et de devenir le meilleur dans ce domaine.

"Ce qu'on veut, explique-t-il, c'est devenir les **Salomon Brothers** ou la **Morgan Bank** dans notre domaine: la firme la plus fiable à qui s'adressent les meilleurs clients à la recherche d'espaces commerciaux."

Expertise

La plupart des concurrents vendent de l'espace commercial comme ils vendent de l'immobilier résidentiel, souligne M. Léopold: ils prennent surtout la part du vendeur et non de l'acheteur.

"La plupart des gens d'affaires, même les plus qualifiés dans leur domaine, comme le président

d'**IBM** par exemple, appellent un courtier en immeuble quand ils veulent vendre leur maison: ils n'ont pas le temps, ni l'expertise pour s'en charger eux-mêmes."

Le vendeur demande donc au courtier combien il peut obtenir pour sa maison et comment faire pour la vendre dans les meilleures conditions possibles.

C'est exactement la même chose dans le secteur commercial. Sauf que, dans le résidentiel, une personne change de résidence en moyenne quatre fois dans sa vie, tandis que le locateur d'espaces commerciaux, lui, peut signer quatre transactions par jour ou par semaine.

Les locateurs d'espaces, développeurs et propriétaires d'immeubles, ont donc développé une expertise de vente et de location; ils ont même des équipes de spécialistes qui travaillent en permanence dans cette fonction.

"Mais le locataire, lui, demande M. Léopold? Il est comme le gars dans le résidentiel: il va changer de bureau trois ou quatre fois durant toute sa carrière ou durant toute la vie de l'entreprise. Il va changer de place une fois par dix ans, peut-être moins souvent encore. Il ne peut donc pas entretenir d'expertise en ce domaine, d'autant plus que les conditions du marché changent constamment."

C'est donc cette expertise que Les Immeubles Léopold veulent mettre au service des locataires. En travaillant exclusivement pour cette catégorie de clientèle, on peut leur assurer qu'on va toujours rechercher pour chaque client dans chaque cas la meilleure affaire possible.



Photo: Jean-Guy Paradis, LES AFFAIRES

Stephen Leopold: Nous entendons devenir les spécialistes dans la location commerciale.

Immeubles Léopold emploie présentement une quinzaine de personnes. Dans une quinzaine de mois, il y en aura environ 25, qui se classeront parmi les mieux payés de ce secteur: des MBA, des avocats, des spécialistes de plusieurs disciplines, qui touchent facilement des revenus dans les six chiffres, assure M. Léopold; il garde pour lui le secret de son chiffre d'affaires, mais il admet un taux de croissance de l'ordre de 50 % par année.

Mais les débuts ont été plus modestes et difficiles, rappelle en riant Stephen Léopold, qui a passé six ans à l'**Université McGill** en sciences politiques, en économie et en droit.

En 1973, au moment où éclate aux États-Unis le scandale du Watergate, notre jeune étudiant qui s'était engagé dans le domaine de la protection du consommateur frappe à toutes les portes de l'administration américaine. Il

déniche ainsi un poste d'enquêteur au "Senate Select Committee on Presidential Campaign Activities", qui a enquêté sur les incidents du Watergate et que dirigeait le sénateur **Sam Ervin**.

Cinq mois passés sous les feux de la rampe lui font paraître bien terne le retour à l'université. Fils d'un développeur immobilier (**Mondev**, la firme de son père, a fait le **Westmount Square** et le **500 Place d'Armes**, entre autres), Stephen Léopold décide de tenter sa chance dans l'immobilier.

Quatorze mois dans le secteur commercial suffisent à le convaincre de sa vocation. Mais avant le jeune homme avait exploré les milieux politiques. À 15 ans, en 1967, il fut le plus jeune délégué au congrès national du **Parti Progressiste-Conservateur**, à Toronto, qui élira **Robert Stanfield**.

Il rencontre **Brian Mulroney** et travailla avec lui auprès de **Davie Fulton**.

À l'été 1974, il retrouva **Mulroney** chez **Ogylvie Renault** et devient son chef de campagne en 1975-76.

En mars 1976, Stephen Léopold entra chez **Marcel Mortgage inc.**, une des firmes les mieux cotées dans l'immobilier commercial. La firme se spécialisait dans le financement et la vente d'immeubles, mais elle ne faisait pas de location. Après six mois, notre homme en devient vice-président.

"À la suite du changement de gouvernement à Québec en 1976, j'ai reçu moi aussi plusieurs offres pour partir à Toronto, poursuit M. Léopold dans un excellent français: par exemple, deux postes de vice-président dans des multinationales. Mais je suis Montréalais et ma famille est ici depuis plusieurs générations."

Bilingue, beaucoup de contacts ici et ailleurs, 25 ans, une niche identifiée sur le marché: tous les ingrédients de l'entrepreneurship se trouvaient réunis. En mars 1977, une nouvelle entreprise vint au monde: Les Immeubles Léopold Itée, pour servir seulement les locataires commerciaux.

Aujourd'hui, l'entreprise loge au 33e étage de la **Place Ville-Marie**, à 10 minutes de marche de trois millions de pieds carrés d'espaces à bureaux disponibles.

Services

La firme travaille toujours pour les seuls chercheurs d'espace, mais parfois à plusieurs titres. Ainsi, **Aetna Vie** cherchait de l'espace et une possibilité d'investissement. Elle occupe maintenant un

immeuble neuf au 1001 de **Maisonnette**, en copropriété avec la **Corporation Première Québec**; le locataire et investisseur a trouvé un partenaire développeur par l'entremise des Immeubles Léopold.

La firme a travaillé principalement à Montréal jusqu'à présent, mais elle peut aller aussi ailleurs au Québec et au Canada, si on requiert ses services.

"En dehors de Montréal, il faut cependant que le mandat en vaille la peine, pour justifier les frais de déplacement. Une affaire vaut la peine autour d'un million de dollars ou si elle implique des honoraires de 25 000 \$."

À Montréal, une affaire moyenne vaut 300 000 \$: un bail de dix ans par exemple, pour 1 500 pieds carrés à 20 \$, ou 4 500 p.c. à 7 \$.

Immeubles Léopold accepte aussi de plus petits mandats; elle en profite pour former ses nouveaux agents, en les encadrant étroitement.

Elle fait aussi un peu d'industriel, peut-être 5 % de son chiffre d'affaires. Mais l'industriel occupe peu de son temps, car les bâtisses se trouvent souvent loin en périphérie, les manufacturiers préfèrent souvent construire leur propre usine.

"Le centre-ville de Montréal offre encore un avenir fantastique, de dire M. Léopold en observant la ville à ses pieds: plusieurs nouvelles tours et de nombreux projets de rénovation, qui attendent les entreprises qui arrivent en ville ou qui prennent de l'expansion."

ANDRÉ HAINS