Portrait

Fabrice Haïat, à l'heure américaine

Le cofondateur de Yoobic vient de racheter SimpliField, un concurrent direct bien positionné outre-Atlantique. De quoi faciliter la mission de cet ingénieur de formation : accélérer les ventes de l'application mobile tricolore aux Etats-Unis. Un outil dont les enseignes américaines équipent leurs collaborateurs de terrain pour améliorer les performances en magasin.

Fabrice Haïat, cofondateur de Yoobic, s'appuie sur une stratégie familiale et une expertise technique française pour conquérir le marché américain. (DR)

Par BRUNO ASKENAZI

Publié le 30 juin 2025 à 08:00Mis à jour le 30 juin 2025 à 09:07

New-York est « the place to be » pour Fabrice Haïat. Yoobic, l'activité qu'il a lancée voici onze ans avec ses deux frères, cartonne aux Etats-Unis, où elle réalise 40 % de ses ventes. Son application mobile permet aux sièges de chaînes de magasins ou de restauration de communiquer rapidement avec leurs équipes de terrain, en rayons ou dans les entrepôts. En cas d'opérations promotionnelles, par exemple. « On devrait atteindre 50 % aux Etats-Unis en fin d'année », révèle l'entrepreneur à la barbe poivre et sel.

Son dernier fait d'armes ? Le rachat d'un concurrent français, SimpliField, lui aussi implanté des deux côtés de l'Atlantique. De quoi faire bondir sa clientèle de 350 à 400 marques et enseignes, pour un revenu annuel récurrent estimé à 50 millions de dollars en 2025.

Montagnes de cash

Aussi serein que le ciel new-yorkais qu'on distingue à travers les fenêtres de son appartement de Manhattan, le président-directeur général de 51 ans ne semble pas troublé par la guerre commerciale déclenchée par Donald Trump. D'ailleurs, pour sa plateforme, ce serait plutôt un accélérateur. « Parce qu'elles doivent supporter une plus forte pression sur les marges, certaines enseignes cherchent à améliorer les

performances de leurs magasins. Elles deviennent donc plus réceptives au déploiement d'une technologie d'efficacité opérationnelle en points de vente », fait-il valoir.

Lorsque Fabrice Haïat débarque dans la métropole américaine en 2018, ses ambitions sont claires. Les 25 millions de dollars qu'il vient de lever auprès de plusieurs fonds internationaux doivent servir à passer à la vitesse supérieure outre-Atlantique. La société bouclera un nouveau tour de table, à 50 millions, trois ans plus tard.

Car si le marché offre un potentiel prometteur, il demande des montagnes de cash. Et ces investissements ne portent pas tout de suite leurs fruits. « Au début, vous séduisez une poignée de 'early-adopters' enthousiastes. Mais le plus difficile sera d'accrocher la seconde vague, plus massive. C'est ce qui va déterminer la réussite ou l'échec », relève le dirigeant, qui pratique le karaté de haut niveau.

Comme sur le tatami, cet hyperactif, levé dès l'aube, sait se montrer pugnace mais aussi très agile en affaires, selon ses proches. « Il a une capacité de travail énorme et s'adapte aux situations les plus difficiles, comme pendant la pandémie de Covid, qui était très dure pour ses clients du retail », témoigne l'ami et investisseur de la première heure Frédéric Court, fondateur de Felix Capital.

La voix du trio

Sa confiance, ce père de famille la puise également dans son association avec ses frères, comme lui, ingénieurs de formation. Pas de jaloux, tous les trois ont essuyé les bancs de la même école, Centrale Paris. Basé à Tel-Aviv, son jumeau, Avi, et le benjamin, Gilles, à Londres supervisent le développement technique de la plateforme. « Même s'ils ne travaillent pas physiquement ensemble, on sent un lien très solide entre eux. En tant que leader du business, Fabrice, naturellement le plus exposé, est devenu la voix du trio », résume Fréderic Court.

Un trio bien rodé. Avant de lancer Yoobic, ils avaient déjà dirigé une entreprise de logiciels pour la conception de maisons… rachetée à leur père. Anticipant l'essor de la greentech, ils avaient donné à la PME familiale un nouvel élan en la spécialisant dans la gestion de l'efficacité énergétique de parcs immobiliers. Au bout de treize ans, ils revendent l'affaire à Schneider Electric. Intégré à ce groupe durant près de deux ans, Fabrice Haïat prend à l'époque « goût à l'international » en conduisant des projets en Chine, notamment.

Frisson entrepreneurial

Et puis, nostalgique du frisson entrepreneurial, il reprend sa liberté avec en tête le projet Yoobic, convaincu « que le mobile allait devenir un outil majeur pour tous les salariés qui ne travaillent pas assis derrière un ordinateur ».

Aujourd'hui, l'avenir de son business familial passe par les Etats-Unis, mais la technologie reste développée au siège parisien. Un grand écart logique, selon le centralien : « Nos ingénieurs mathématiciens restent imbattables, mais pour le storytelling et le marketing, les Américains ont beaucoup de choses à nous apprendre. »

Bruno Askenazi