

Média	Tout Lyon Affiches
Type de média	Presse hebdomadaire régionale
Date de parution	Samedi 1 ^{er} mars 2014
Titre	Hervé Kratiroff, dirigeant d'entreprises
Journaliste	Stéphanie Borg



Economie

HERVÉ KRATIROFF, DIRIGEANT D'ENTREPRISES



DATE : 2003, date du rachat de ma première entreprise. Mon plus grand pari, avec une énorme prise de risque mais ce fut une aventure magique

LIEU : St-Barth, une île où il y a peu de monde, mais qui concentre tout ce que j'aime

AMBITION : Monter un jour une fondation, être utile aux autres en concentrant les énergies des entrepreneurs

PHRASE : Le silence punit l'insolence. Il faut savoir prendre du recul sur les événements

PERSONNALITÉ : Alain Martinet, spécialiste de la stratégie d'entreprise, chercheur. Je lui rends hommage, il est à l'origine du concept Solexia

Repreneur de PME à fort potentiel et en excellente santé, Hervé Kratiroff a construit en dix ans un groupe dont les fondements reposent sur la confiance, la proximité et le long terme. Il est aujourd'hui à la tête de huit PME indépendantes, regroupées sous la holding Solexia.

Alors en première année à l'Université de Lyon, Hervé Kratiroff hérite de ses grands-parents, avec son frère, d'un petit appartement à Pierre-Bénite et se lance, sur son temps libre, dans sa rénovation. Ils se mettent à apprendre les ficelles du métier, refaisant l'ensemble, du sol au plafond, « excepté de la plomberie », précise-t-il. Le met en location une fois terminé et, persuadé de la bonne rentabilité de cette opération, il la réitère en utilisant l'apport des loyers pour rembourser ses prêts immobiliers... jusqu'à ce qu'il ne puisse plus emprunter. Son diplôme

de DESS ingénierie en poche, Hervé Kratiroff travaille une petite année dans une banque, se rendant vite compte qu'il n'a pas l'étoffe d'un banquier : « J'avais besoin de contenus concrets et de m'inscrire dans un projet. J'étais plutôt du côté des entrepreneurs ». Fort de son expérience personnelle, il décide de monter une entreprise spécialiste de la rénovation et de la vente d'appartements, Valorel, à destination d'investisseurs privés. Il commence par un immeuble. Les investisseurs répondent présent. « J'ai une bonne tête qui inspire confiance », plaisante-t-il. Il réalisera entre 1992 et 2002 l'acquisition, en moyenne, de trois à quatre immeubles par an.

Gérant ses affaires avec « un bon sens paysan », des valeurs issues de ses origines italiennes et russes, il perçoit le besoin de se diversifier. Il prend conseil auprès d'Alain Martinet, « mon ancien prof, une diva de la stratégie, efficace, pragmatique », qui lui propose un nouveau modèle de développement basé sur des critères précis : « Un profil d'entre-

prise, rentable, à forte dissolution de clientèle proposant des produits stables, qui ont fait leurs preuves ». A ces données s'ajoute également un critère géographique : « Il faut que l'entreprise soit située à moins de trois heures de Lyon ».

Car c'est là toute la spécificité de Solexia : reprendre des entreprises en bonne santé et les diriger soi-même. « Le pouvoir ne se partage pas », précise le président. Un modèle qui repose aussi sur la confiance dans les équipes : « Nous favorisons la promotion des ressources internes et mettons en place, pour chaque entreprise reprise, un accord d'intéressement ». Sur ces principes, Solexia intègre Valorel et reprend Les Salaisons du Val d'Allier en 2003. Un premier succès qui lancera la machine au rythme d'un rachat par an – les Volailles Vey, la coutellerie Jodas, Belloflora, RPM Caraïbes – seule entorse au principe de proximité – et le rachat de Max Poulet en Suisse. « une façon de diversifier ses risques, en dehors de la zone euro ». Tout dernièrement, le groupe vient de

lancer le Burgundy Lounge à Lyon, un bar à vin entièrement dédié aux vins de Bourgogne, et affiche déjà l'ambition d'aller conquérir New York avec son concept inédit.

Avec un modèle basé sur la présence d'un dirigeant quasi hebdomadaire, il lui fallait un associé pour se développer. « C'est un peu usant », confie-t-il. Ainsi, il ouvre son capital (20%) à Eric Versini, un ami de longue date rencontré à l'armée, avec lequel il « partage les mêmes valeurs » et les présidences des sociétés au fil de leurs intégrations à Solexia. Serein, ce père de trois enfants, qui aime la cuisine, le vin et faire du sport, envisage l'avenir avec confiance. Son groupe (42 M€ de CA en 2013, 184 salariés) est conçu pour absorber et limiter les risques, s'inscrivant dans une stratégie à long terme. Ne cessant de construire et d'entreprendre, il a déjà un autre projet en tête : créer une fondation.

Stéphanie Borg

