

PORTRAIT

# Nikolas Séferiadis : “HOMKIA, avant tout une expérience humaine”

TEXTE : STÉPHANIE BUIEKANT



*Nikolas Séferiadis, fondateur associé du réseau HOMKIA. © HOMKIA*

Relever des défis, pour Nikolas Séferiadis, c'est une seconde nature ! Peut-être parce que cet ancien basketteur professionnel a appris dès l'enfance à se battre pour obtenir la victoire, à développer une forme de pugnacité. Cet homme heureux et épanoui nous livre aujourd'hui sa vision du monde : généreuse et tout en partage. Une rencontre dont on se souvient...

**Pour vous, la vie n'est pas un long fleuve tranquille, n'est-ce pas ?**

C'est le moins que l'on puisse dire ! Mais je suis aussi l'incarnation que l'ascenseur social fonctionne ! Issu d'un milieu très modeste, j'ai pu accomplir une brillante scolarité en sortant major de promotion de mon DUT Logistique et Gestion. J'aurais pu intégrer l'ESSEC, car j'étais reçu au concours d'entrée, mais j'ai préféré le « concret » et ai accepté la proposition du Groupe DHL, au sein duquel je suis devenu, en

six mois, ingénieur commercial dans la logistique internationale.

**D'où vient votre appétence pour les challenges et votre préférence pour le terrain ?**

Certainement de l'enfance. J'ai eu la chance d'être repéré très jeune pour mes performances au basket. J'ai donc intégré la section sport-études en Avignon où je devais, à la fois présenter de bons résultats scolaires, mais me dépasser sur le terrain ! J'y ai fait des

rencontres formidables. D'abord, un professeur de français qui a toujours cru en moi. Puis, j'ai connu une multitude d'entraîneurs qui ont fait de moi la personne que je suis : je ne lâche rien et je crois en la réussite si elle s'inscrit dans une dynamique de groupe.

### **Après votre passage chez DHL, quel a été votre parcours ?**

A l'époque, je vivais à Paris et j'étais assez malheureux car je désirais retourner en province. J'ai alors trouvé un poste d'animateur des ventes chez un miroitier de l'Orléanais. Et c'est ainsi que j'ai fait mon entrée dans le domaine de la menuiserie ! Au bout de six mois passés chez ce miroitier, le dirigeant m'annonce qu'il veut vendre la société ! Qu'à cela ne tienne, mon esprit entrepreneurial est déjà là : je lui soumets une offre de rachat ... qu'il accepte ! C'est vrai que j'étais jeune, un peu casse-coup et que je manquais d'expérience. Mais mon mental de sportif a émergé au bon moment : je me suis fait confiance et j'ai su réaliser les bons choix. J'ai ainsi intégré tous les produits de la fermeture, même ceux que nous ne faisons pas. A mesure que nous grandissions, j'ai créé différentes entreprises, dont une qui concevait des vérandas, ainsi que des articles de menuiserie aluminium. Mais au bout de douze ans, j'ai souhaité intégrer un grand réseau. J'ai alors accepté la proposition du Groupe Lorillard et ai rejoint l'entreprise Lorenove, où j'ai rapidement été nommé à la tête du réseau. En deux ans, nous avons doublé le nombre de concessionnaires, passant de 34 à 66. Nous avons même été nommés franchiseur de l'année ! Ces beaux résultats ont forcément attiré les majors de la profession. C'est la raison pour laquelle j'ai accepté de rejoindre la Vendée. Ma mission : développer un réseau d'agences intégrées pour les vérandas Rideau, tout en créant, ex nihilo, un réseau de concessions. Là encore, les résultats sont au rendez-vous. En quatre ans, nous sommes passés de 48 millions à 75 millions d'euros de chiffre d'affaires. Mais je me sentais assez mal dans un environnement peu challengeant pour moi. Je suis alors devenu consultant en Franchise pour des réseaux de piscines,

de cuisines... Comme j'étais également Directeur de la Communication et du Marketing pour tout le Groupe Rideau, je connaissais ce métier. J'ai ensuite racheté une agence de communication à Paris et conçu de toutes pièces un petit réseau d'agences de communication. Le développement allait bon train en 2013, lorsque mes anciens concessionnaires et d'autres personnes de la profession me contactent. Nous sommes en pleine période de concurrence étrangère et le contexte économique est tendu. Ils souhaitent que l'on se rencontre pour envisager ensemble l'avenir des réseaux. Après un grand travail en amont, nous décidons à douze de créer un réseau. Mais, au moment de formaliser nos accords, nous nous retrouvons autour de la table... à cinq personnes ! Jusqu'aboutistes, nous fondons donc Homkia à cinq. Nous commençons avec sept points de vente à la fin de l'année 2014. Et la belle histoire dure toujours !

### **De toutes vos expériences, desquelles êtes-vous le plus fier ?**

D'abord, je suis extrêmement reconnaissant de la chance qui m'a été donnée par Lorillard de me confier, à 35 ans, les clés du réseau Lorenove. Grâce à la confiance que m'a accordée le Comité de direction, j'ai pu me révéler car j'avais les coudées vraiment franches. Après, bien sûr, la plus belle de mes expériences a été de créer Homkia. Je nous revois poser des planches sur des tréteaux dans le garage de mon meilleur ami parce que nous devions commencer à travailler coûte que coûte et que nos bureaux étaient encore en travaux. Des moments comme celui-là, on ne les oublie pas. Créer ce « bébé », le voir grandir, c'était vraiment fort. Et quel plaisir aussi, de voir le nombre de concessionnaires nous rejoindre et leur permettre, ainsi, à eux aussi, de se développer ! En un à deux ans, la majorité a déjà doublé son chiffre d'affaires.

### **Quels sont, selon vous, les produits promis à un développement important, à moyen et à long terme ?**

A court et moyen terme, les produits

Outdoor vont certainement vraiment connaître un essor important. Depuis la crise sanitaire, le jardin est devenu un espace à part entière de la maison. Il importe donc de l'équiper pour la rendre la plus confortable possible. A long terme, difficile de se projeter... Mais il semble évident que le marché va évoluer. Et ce sera le marché qui créera l'innovation. Le meilleur produit est toujours celui qui vient du client et pas d'un ingénieur qui met au point un concentré de performances, ne répondant pas toujours à un besoin.

### **Quels sont vos projets à moyen terme pour Homkia ?**

Si nous parvenons à avoir 120 points de vente Homkia ce sera parfait. Notre objectif est, certes, de nous développer, mais surtout de permettre à tous nos concessionnaires de continuer à bien vivre. Trop de concessions pourraient ainsi nuire à la concession ! D'ailleurs, nous réfléchissons à un nouveau concept : créer, dans les petites villes, des points de vente plus petits, très orientés vers les artisans locaux dynamiques de ces villes. Il existe une vraie demande à laquelle nous souhaitons aujourd'hui répondre.

### **Vous reste-t-il du temps pour vos loisirs, votre famille ?**

Je préside un Club de basket qui évolue en Nationale 1. Cela m'anime beaucoup. Je suis aussi passionné de voile et, ici, en Vendée, nous avons la chance de pouvoir pratiquer facilement. Comme je suis d'origine grecque, nous allons aussi assez souvent, en famille, dans les Cyclades, où, nous naviguons dès que nous le pouvons. Avec l'entreprise, des valeurs de solidarité nous lient aussi énormément. Octobre rose, mais aussi la mise en avant de l'Association Grégory Lemarchal, luttant contre la mucoviscidose... autant de causes que nous avons à cœur de soutenir. Tout le monde n'a pas la chance d'avoir la santé. Et sans elle, rien n'est possible. Surtout pas le bonheur d'entreprendre.