

PATRON DE CONVICTION

CHARLES KLOBOUKOFF, PIONNIER DU BIO

A 47 ans, Charles Kloboukoff a déjà plus de quinze années d'entreprise bio derrière lui. Et le fondateur de Léa Nature ne compte pas s'arrêter là.

PAR MARINE CLUET

Depuis toujours chez les Kloboukoff le médicament « est leur meilleur ennemi ». En effet, entre le grand-père fan d'homéopathie et le père magnétiseur, l'aspirine n'avait pas sa place à la maison. Et Charles, qui a rapidement pris goût à la médecine naturelle, ne passe pas au travers des mailles du filet.

Alors, après un passage par la grande distribution puis par la diététique, il se lance et crée, à 30 ans, en 1993, sa propre entreprise de compléments alimentaires biologiques : Léa Nature. Avec pour principe la démocratisation de ce type de produits, Charles Kloboukoff les commercialise dans les grandes surfaces sous la marque Floressance.

Non content de sa notoriété grandissante, il lance en 2002 la première gamme de cosmétiques biologiques. Suivront les produits alimentaires bio, avec comme conviction la même que celle d'Hippocrate : « Que ton aliment soit ta seule médecine. » Et avec comme objectif de favoriser l'émergence d'une agriculture bio et, surtout, de proximité en France.

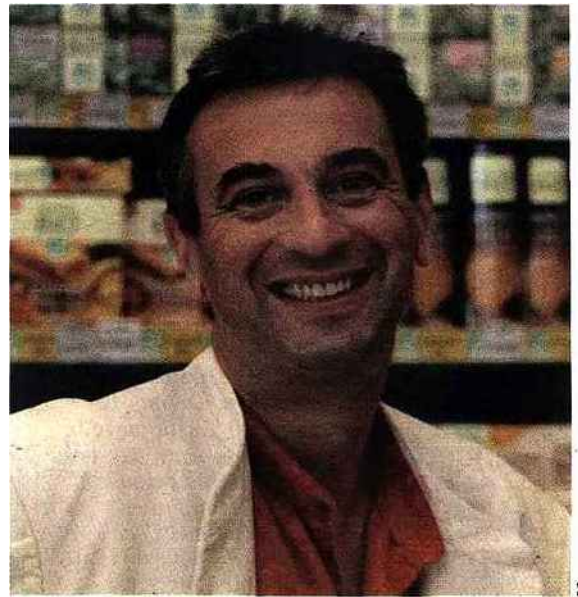
Et pour les produits qu'on ne trouve pas en France, « on fait

forcément marcher le commerce équitable », déclare-t-il.

Il investit aussi dans l'industrie du textile. Quel rapport avec le domaine de la santé ? Pas grand-chose, mis à part que cela rejoint les idéaux de Charles Kloboukoff, qui s'insurge contre la production du coton représentant de « 25 à 30 % des exploitations agricoles et seulement 3 % des salaires de cette branche ». De quoi faire réfléchir à deux fois avant de se racheter une nouvelle collection de tee-shirts. Même si les prix des produits bio sont plus élevés que la moyenne ? A priori, ça ne dérange pas les consommateurs de Léa Nature puisque, financièrement parlant, l'entreprise s'en sort plutôt bien. Avec un chiffre d'affaires d'environ 100 millions d'euros, le groupe s'autofinance en réinvestissant environ 80 % de ses bénéfices dans ses fonds propres, permettant ainsi à la société de rester la plus indépendante possible.

Mais pour ce chef d'entreprise, détenteur du prix de l'Entrepreneur Business Vert, « l'argent ne suffit pas : l'entreprise doit avoir un vrai impact social et sociétal ». C'est pour cela qu'il a le projet de la création d'un « biopôle », avec une cafétéria bio, un musée du bio et du commerce équitable, qui accueillerait depuis les groupes scolaires jusqu'aux retraités afin de sensibiliser toutes les tranches de la population. « Un jour, ça marchera » dit-il d'un ton assuré.

Et même, Charles Kloboukoff a une idée bien précise du bon fonctionnement de son entreprise : « Du travail, et savoir bien s'entourer. » Il loue par exemple la sagesse des femmes, qui représentent plus de 60 % des salariés. Pas peur de paraître



sexiste ? « Non, je souligne la place et l'importance qu'elles ont, mais elles ne font pas l'objet de quotas. D'ailleurs, je ne crois pas en la parité. » Pour lui, le capital humain, hommes et femmes compris, est primordial et « les machines devraient rester au service de l'homme et non l'inverse ». Et, pour cela, il faut garder du temps pour soi. En effet, si ce père de quatre enfants travaille d'arrache-pied toute la semaine, pas question de travailler le week-end. « On a plusieurs vies, il ne faut pas les mélanger. » Un équilibre qui lui fait garder la tête sur les épaules, sans pour autant cesser de réfléchir à une nouvelle façon d'évoluer dans notre société, lui qui a pour ambition de mettre en relation des penseurs, écrivains et scientifiques afin de chercher à « remettre l'homme à sa place dans la nature et non pas sur la nature ». Tout est dit. ■

Pour Charles Kloboukoff, détenteur du prix de l'Entrepreneur 2009 dans la catégorie Business Vert, « l'argent ne suffit pas : l'entreprise doit avoir un vrai impact social et sociétal ».

DEMAIN, Bertrand Demeois PDG de BDSA