

Comment HBM Distribution veut accélérer le déploiement de ses pièges à moustique

Par Gaëlle Cloarec | 23/11/2018, 19:30 | 600 mots



(Crédits : Reuters)

Spécialisée dans la conception et la distribution de produits anti-moustique, la PME de Cagnes-sur-Mer mise sur le développement en franchise de Biobelt pour s'imposer au national comme à l'international.

Le projet est d'envergure et, s'il était mené à terme, constituerait une référence de taille pour le spécialiste azuréen de la lutte anti-moustique HBM Distribution et son système de pièges en réseau Biobelt. *"Il s'agirait de protéger un complexe de deux hectares à l'étranger comprenant, entre autres, trois ambassades et une école américaine"*, explique son dirigeant, Dominique Hauptmann. Un projet qui nécessiterait la mise en réseau de 449 pièges à moustique individuels, lesquels ont la particularité de capturer les insectes en diffusant des marqueurs biologiques leurs imitant les sécrétions corporelles et les molécules de CO², permettant de protéger l'ensemble de la zone ainsi ceinturée.

Positionnement haut de gamme

Développée en partenariat avec le laboratoire allemand Biogents, la solution - brevetée - équipe à ce jour plus d'une centaine de sites, principalement en France : des villas, un peu, des complexes hôteliers et restaurants, beaucoup, mais aussi le centre commercial Polygone Riviera à Cagnes-sur-mer et même un parc privé de 2 hectares situé au sein d'un domaine de chasse en Sologne. Une activité qui chaque année progresse et devrait représenter à elle seule 1 M€ de facturations à la fin de l'exercice 2018 sur un chiffre d'affaires total estimé à 3,5 M€ (contre 2,4 M€ en 2017). *"C'est clairement le volet stratégique de l'entreprise"*, reprend le dirigeant. Qui, avec Biobelt, se positionne certes sur une niche - le haut de gamme -, mais une niche *"extrêmement large"* à l'échelle mondiale où HBM Distribution entend bien devenir la référence.

Nouvelle organisation, nouveau modèle économique

D'où le virage pris par la PME azuréenne fondée en 2011, dont les deux-tiers du chiffre d'affaires proviennent de son activité de distribution de produits anti-moustique avec *"la gamme la plus complète du marché"*, revendique-t-il, présente aujourd'hui dans 2 000 magasins spécialisés (jardinage et bricolage) en France. Soit, *"la moitié du potentiel du marché hexagonal"*. Pour convaincre l'autre moitié, HBM Distribution, qui compte un effectif de douze personnes dont quatre commerciaux, a choisi de s'appuyer sur la force de vente du leader français des produits de jardinage biologiques, Or Brun, avec lequel elle a noué cette année un partenariat, lui permettant ainsi de concentrer ses investissements sur Biobelt. Dont le modèle économique évolue. *"Jusqu'à présent, nous étions dans une logique de gestion directe des installations et des contrats de services et de consommables. Avec l'éloignement des zones à traiter, la création d'un réseau de master-franchises pour toucher l'international nous paraît pertinent, d'autant plus que le développement d'un système de télémaintenance allège et facilite les interventions"*.

Quatre à cinq franchises par an

HBM Distribution travaille donc actuellement à l'élaboration d'un *"modèle contractuel solide"* afin de signer ses premiers partenaires dès le printemps 2019. Une levée de fonds est par ailleurs envisagée pour soutenir son développement à l'international. L'objectif étant *"d'ouvrir quatre à cinq franchises par an afin de couvrir l'essentiel du marché dans les cinq ans"*, avance le dirigeant, *"régulièrement sollicité en Afrique, aux Caraïbes, en Asie et aux USA par des acteurs intéressés pour déployer le procédé Biobelt sur leur zone"*. En France, même volonté de se développer en franchise, selon un calendrier identique, la PME envisageant toutefois de garder la main sur son périmètre historique - la Région Sud - ainsi que sur la partie études de conception et d'architecture des installations. Ainsi organisée, HBM Distribution vise un chiffre d'affaires global de 10 M€ d'ici à 2023. ■