



Communiqué de presse
Juin 26

ANNIVERSAIRE • 30 ANS

Pour ses 30 ans, le Groupe HBF confirme sa place d'industriel de référence sur le marché du matériel électrique et poursuit sa trajectoire d'innovation et de développement responsable.

Fondé en 1996 à Mazères, le Groupe HBF fête cette année ses 30 ans. Initialement distributeur, l'entreprise ariégeoise s'est structurée pour devenir un groupe industriel reconnu sur le marché du matériel électrique grand public. Porté par une dynamique d'innovation et de maîtrise de l'ensemble de sa chaîne de valeur, le Groupe conçoit et développe aujourd'hui ses propres produits afin d'anticiper les évolutions du marché, notamment l'électrification des usages. Il annonce le lancement de plusieurs nouvelles gammes en 2026, traduisant sa volonté de relancer une dynamique d'innovation qui devrait s'accélérer dans les prochaines années.

Malgré un environnement économique incertain, en 2025, HBF affiche un chiffre d'affaires consolidé de 80 millions d'euros et maintient les ambitions de son projet CAP 2030, visant 150 millions d'euros de chiffre d'affaires à horizon 2030, porté notamment par une stratégie de croissance externe en France et à l'international.

A l'occasion de cet anniversaire, HBF réaffirme également ses engagements en matière de RSE et de décarbonation.

HBF : devenu en trois décennies un acteur industriel majeur du matériel électrique

Face au ralentissement de l'immobilier, à la baisse du marché du bricolage et aux tensions internationales, **le Groupe HBF s'appuie sur des fondamentaux solides, construits depuis 30 ans : proximité clients, capacité d'innovation et expertise de ses équipes.**

« Depuis 30 ans, l'énergie nous anime. Ce sont nos équipes, nos innovations et notre capacité à concevoir des solutions électriques toujours plus responsables qui nous permettent de **conserver nos parts de marché et d'accompagner les nouveaux usages.** », souligne Florent Fochesato, Directeur Général du Groupe HBF.

Depuis sa création, HBF développe des **produits couvrant les principaux univers du matériel électrique** : installation, branchement, éclairage, domotique, génie climatique et nouvelles énergies, à travers ses **6 marques** : Zenitech, ProTec, Otio, Voltman, Watt & Co et Orium.

Initialement importateur et distributeur, **HBF a progressivement structuré un modèle industriel intégré.** Le Groupe conçoit aujourd'hui ses propres produits, en intégrant les enjeux environnementaux dès la conception, de la maîtrise du sourcing (bureau d'achat en Chine) à la conception, au design, au développement de brevets, jusqu'à la production (partenaires industriels en Europe et en Asie).

En 2025, le Groupe HBF affiche un chiffre d'affaires consolidé de 80 millions d'euros. Pour 2026, il projette une stratégie prudente, centrée sur la stabilisation de son activité et la préservation de ses acquis, avant d'engager une nouvelle phase de développement en 2027.

Nouvelles gammes 2026 : l'innovation au cœur de la stratégie du Groupe

Dans la continuité de ses investissements sur ses marchés historiques de l'électricité, **le Groupe HBF enrichit son offre avec plusieurs nouveautés tout au long de 2026** : une gamme de prises renforcées pour véhicules électriques lancée en janvier dernier, une offre d'appareillages étanches en juillet, des enrouleurs et accessoires de gestion de cordons ainsi qu'une gamme de projecteurs techniques en septembre et des multiprises de bureau en novembre.

L'innovation constitue en effet un axe structurant de la stratégie du **Groupe HBF**. Il s'appuie sur un **pôle Recherche et Développement** ainsi qu'un **pôle Marketing** d'une vingtaine de collaborateurs (ingénierie, électronique, mécanique, etc.). Cette **organisation intégrée** permet de concevoir les produits de A à Z, de maîtriser les technologies clés et de déposer des brevets.

« Notre capacité à intégrer l'ensemble des étapes du développement produit constitue aujourd'hui l'une des principales forces du Groupe. Nous investissons continuellement dans l'innovation afin de proposer des produits différenciants. », souligne Florent Fochesato.

Croissance externe : 2^{ème} pilier de la stratégie du Groupe

HBF poursuit sa stratégie de croissance externe afin de compléter son offre et renforcer ses expertises. Les intégrations récentes de Watt & Co et Orium ont permis de consolider ses positions sur le branchement haut de gamme et d'élargir son catalogue sur des familles complémentaires, comme la mesure ou l'énergie (stations électriques).

Ces rapprochements s'inscrivent pleinement dans le **projet stratégique CAP 2030, qui fixe un objectif de 150 millions d'euros de chiffre d'affaires à l'horizon 2030**, portée notamment par l'ambition de futures opérations de croissance externe, en France et à l'international.

2026 : année de structuration pour la stratégie RSE du Groupe HBF

Enfin, en trame de fond de son développement et de ses projets de croissance et d'innovation, le Groupe HBF déploie sa stratégie environnementale « HBF Positive », visant à réduire de 25% ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030, par rapport à 2021.

Pour atteindre cette trajectoire, les leviers prioritaires sont les **achats**, la **consommation énergétique des produits commercialisés**, le **transport** et la **fin de vie des équipements**. Des actions concrètes ont déjà été engagées : **intégration de plastique recyclé dans plusieurs gammes** (appareillage, multiprises, prises murales, enrouleurs), **éco-conception des packagings** et **suppression du plastique** dans les emballages. En 2024, HBF a également été **l'un des premiers acteurs du marché à lancer une gamme de prises murales en plastique biosourcé** avec Natura.

En 2026 la démarche s'intensifie avec **plusieurs initiatives structurantes** : le renforcement de la politique d'achats et d'industrialisation responsable, un travail sur des modes de transport et des sources d'approvisionnement plus vertueux, ainsi que le lancement d'une démarche d'éco labellisation.

A propos du Groupe HBF •

Fondé en 1996 à Mazères en Ariège, le Groupe HBF est un acteur industriel français spécialisé dans la conception et la distribution de solutions et matériels électriques à destination du grand public.

Le Groupe est présent sur 6 univers produit : l'électricité d'installation, le branchement, la domotique, l'éclairage, le génie climatique et les nouvelles énergies à travers ses marques Zenitech (pour les particuliers), ProTec (dédiée aux professionnels), Otio (spécialiste de la domotique), Voltman (sur la partie génie climatique), Orium (spécialiste des solutions de mesure et de stockage d'énergie) et Watt&Co (spécialiste des solutions de connectique électrique innovantes et design).

Engagé dans une démarche RSE structurée depuis 2019, HBF développe des produits innovants et plus responsables, tout en poursuivant sa stratégie de croissance et de développement, portée par son projet CAP 2030.