

Montvel, le frenchy qui attaque les rois américains du barbecue 🇫🇷

Start-up du barbecue à granulés, Montvel veut s'imposer sur le haut de gamme en misant sur le made in France et la vente directe.



Le produit sera vendu entre 2.500 et 3.000 euros d'ici à l'été 2023.

Par **David Barroux**

Publié le 19 mars 2022 à 13:00 | Mis à jour le 19 mars 2022 à 13:05

Il aura suffi du premier confinement pour que Alexis Richard passe de l'intelligence artificielle et la cybersécurité au barbecue. Coincé à la campagne en mars 2020, l'ingénieur de vingt-neuf ans, amateur de cuisine, s'offre un Traeger, la Rolls américaine des barbecues ne fonctionnant pas à base de charbon de bois ou de gaz comme ceux de son rival Weber mais avec des granulés. Séduit par ce concept qui permet de sélectionner des essences qui parfumeront les plats dans une cuisson lente et facile (car l'on ne risque pas de brûler la viande ou le poisson avec des flammes), il décide de tout plaquer pour créer Montvel .

« La France est à la fois un pays de gastronomie et un producteur de marques reconnues pour leur qualité dans les cuisines comme les cocottes Le Creuset ou les pianos de cuisson La Cornue. Mon ambition c'est de concevoir et faire fabriquer en France un barbecue haut de gamme », explique-t-il. Et sur un marché de l'équipement de la maison souvent difficile à rentabiliser il compte sur la vente via Internet et la fourniture directe de sacs de granulés sélectionnés pour doper ses marges. Une sorte de modèle à la Nespresso même si les clients pourront toujours se fournir ailleurs.

Business angels prestigieux

« Je compte sur le bouche-à-oreille, les conversations qui pourront naître autour des premiers Montvel et quelques showrooms temporaires pour faire connaître le produit qui sera vendu entre 2.500 et 3.000 euros d'ici à l'été 2023. Cela peut paraître un peu cher mais **plus de 60 % des Français ont un barbecue** . Et à la différence d'une machine à laver ou d'un réfrigérateur, c'est beaucoup plus un achat plaisir qui **s'inscrit dans la tendance de l'investissement dans sa maison** », explique le fondateur qui a déjà levé 350.000 euros auprès de business angels prestigieux (Jacques-Antoine Granjon de Veepee, Alain Dinin Nexity, Antoine Flamarion Tikehau et Stéphane Richard Orange, son père). Il avance dans une nouvelle levée de fonds de 3 millions pour attaquer la partie fabrication de cet objet design qui sera assurée en France. Kima, le fonds de Xavier Niel, pourrait rejoindre l'aventure.

Notre sélection d'articles

INTERVIEW -

« McKinsey enregistre une croissance très forte sur la transition environnementale »

ZOOM -

Flambée des carburants : le transport routier demande des aides d'urgence

FOCUS -

Nucléaire : l'EPR finlandais a été mis en service

DECRYPTAGE -

Ukraine : les premières leçons à tirer pour l'équipement militaire

David Barroux