

## PORTRAIT

par Julie Le Bolzer  
@JulieLeBolzer

# Fabien Marret met en boîte les repas des Chinois

Des flambées épidémiques naissent souvent de nouveaux comportements d'achat. Déjà, en 2003, la crise du SRAS avait aimanté les consommateurs asiatiques vers un e-commerce naissant, contribuant au succès fulgurant de l'entrepreneur chinois Jack Ma et de sa société Alibaba. Dix-sept ans plus tard, la pandémie de Covid-19 a, elle aussi, fait évoluer les ventes, notamment alimentaires. « *C'est flagrant en Chine, où il y a un engouement inédit pour les enseignes de proximité et les repas faits maison* », constate Fabien Marret, président-cofondateur de Monbento. Sa PME française s'est spécialisée dans les bentos ou boîtes à repas chics et branchées, et réalise plus de 40 % de son chiffre d'affaires dans l'empire du Milieu. Bilan : une croissance stratosphérique de 110 % pendant le confinement.

Comment ce designer auvergnat de 37 ans, sans bagage entrepreneurial, est-il parvenu à vendre aux Asiatiques un produit typique de l'Orient ? « *Comme tout expert du design, Fabien positionne les usages au cœur de sa stratégie et de sa réflexion* », estime Emilie Creuzieux, ancienne compagne du diplômé de l'École nationale supérieure des Arts décoratifs et cofondatrice de Monbento.

L'histoire commence au début des années 2000, lorsqu'ensemble ils s'installent à Paris, elle comme kinésithérapeute, lui comme designer junior de l'équipementier sportif Reebok. De quoi mettre des fonds de côté pour s'offrir, cinq ans plus tard, un « voyage initiatique » de six mois à travers l'Australie. « *C'est là-bas, au contact des grands espaces et de la culture aborigène qu'est née l'envie d'entreprendre et de lutter contre les incohérences écologiques* », se souvient Fabien Marret, fils d'une magasinnière et d'un employé de supermarché.

A son retour d'Océanie, il imagine un concept de restauration durable qui, en pleine crise de 2008, ne décroche aucun financement. L'idée est donc abandonnée. Reliquats de ce projet, les gamelles que le couple a fait venir d'Asie font germer l'idée d'une « lunch box » fonc-

Ludovic Combe/Monbento



tionnelle, esthétique et fabriquée au plus près du client final. Aujourd'hui, les bentos de l'entreprise, née en 2009 et qui emploie 50 personnes pour 10 millions d'euros de chiffre d'affaires, sont produits, soit dans l'usine des environs de Shanghai, s'ils sont destinés au marché chinois, soit dans la région Auvergne-Rhône-Alpes, s'ils servent l'Hexagone et les 70 pays où sont exportés ces produits estampillés « made in France ».

### Dans le giron de Peugeot Frères Industrie

Après six ans passés en Chine, où il a rencontré son épouse, mère de leur petite fille de 3 ans, et directrice de l'entité chinoise de Monbento, l'inconditionnel des civilisations asiatiques, qui a commencé le judo dès son plus jeune âge, est revenu s'installer l'an dernier près de Clermont-Ferrand. Entre-temps, Peugeot Frères Industrie est devenu actionnaire majoritaire de l'entreprise. « *Mais je reste président actionnaire. Je pilote toujours la société, en continuant à promouvoir le design comme un élément stratégique, et non pas un outil au service du marketing et de la finance. Et en poursuivant nos actions en faveur d'une alimentation plus saine et plus durable* », se réjouit l'adepte de séries télévisées. « *Fabien a le côté idéaliste des créatifs. Mais il est aussi pragmatique et ancré dans le réel, comme n'importe quel entrepreneur* », souligne Emilie Creuzieux, qui vante également sa capacité à « *rapidement décider et mettre en œuvre* ».

A Clermont, où se trouve le siège social de Monbento, le natif d'Ambert, dans le Puy-de-Dôme, fédère divers acteurs des environs – maraîchers, restaurateurs, directeurs d'établissement scolaire, associations récupérant des denrées encore consommables... – pour cartographier les initiatives et besoins locaux. Le temps, aussi, dit-il, de convaincre le plus grand nombre du non-sens des emballages jetables... ■