

Omi, expert de la modélisation 3D, planche sur le commerce en ligne de demain

Spécialiste de la modélisation 3D pour les marques, Omi annonce un levée en seed de 6 millions d'euros qui fait entrer à son capital Dawn Capital. Les investisseurs historiques comme Founders Future participent également à l'opération, qui doit permettre à la startup de consolider son produit et de recruter en vue de son expansion européenne.

Temps de lecture : minute

27 juin 2022

Les réseaux sociaux n'ont jamais eu autant la cote. Sur ses 67 millions d'habitants, l'Hexagone compte 61 millions (+24 % par rapport à 2021) d'internautes et 50,2 millions d'utilisateurs de réseaux sociaux selon l'étude Digital Report 2022, réalisée par Hootsuite et We are social. Chez soi, dans les transports ou encore dans la salle d'attente du médecin... La connexion est possible pratiquement partout. Et les marques ont bien compris le potentiel économique de ces canaux de communication.

"Aujourd'hui, les canaux de communication sont nombreux et leur contenu se périmé extrêmement vite. Un post Instagram a une durée de vie de deux heures" , constate Hugo Borensztein, co-fondateur d'Omi avec son frère Paul. Résultat : les marques doivent toujours communiquer plus, plus vite mais surtout de manière qualifiée. Dans ce contexte, la modélisation de produits en 3D est très appréciée des utilisateurs. C'est là qu'intervient Omi.

Automatiser la modélisation des produits en 3D

Grâce à sa solution, l'entreprise parisienne permet de modéliser en 3D des produits en quelques minutes. *"Nous pouvons générer une photo en une minute et une vidéo en 5 minutes"* , annonce fièrement le co-fondateur. Une fois la version 3D disponible, l'utilisateur peut mettre en scène son produit (luminosité, ombre, fond, etc.).

En cours de développement depuis deux ans, la technologie propriétaire d'Omi s'est nourrie de données open source sur le scanning et la photogrammétrie. A terme, l'entreprise ambitionne de rendre ce processus encore plus rapide. *"Nous voulons proposer une automatisation complète, où un clic suffira à transformer le produit posé sur une table en 3D."*

"Ce qui est long dans les procédés classiques est le temps de calcul de l'ordinateur" qui dépend de sa puissance, explique Hugo Borensztein. Omi a trouvé la solution en développant sa solution sous la forme d'une web app. Ses clients ont uniquement besoin d'une connexion Internet, les données sont traitées dans un cloud doté de 400 cartes graphiques. *"Nous voulons créer un Canva de la 3D, avec très peu de support qui permettra à toutes les équipes de s'en emparer sans avoir de compétences particulières en 3D"* , assure le CEO.

Imaginer le commerce de demain

Les normes du commerce évoluent elles aussi. Si le live shopping peine encore à prendre son essor en France comparé à l'Asie, les consommateurs sont en quête perpétuelle de nouvelles expériences. Si la technologie d'Omi porte déjà ses fruits auprès de ses clients, son potentiel de développement est important notamment dans la réalité

augmentée et virtuelle.

"Il y a encore quelques années, on estimait le marché de la réalité augmentée à 10 milliards d'euros. Dans 5 ans, il atteindra les 300 milliards d'euros, contextualise Hugo Borensztein. Une fois qu'on a le contrôle de notre solution, on peut ajouter un maximum d'expérience. On pourra, par exemple, intégrer la 3D dans sa caméra Snapchat." Autre voie qui se développe : l'usage de filtre Instagram avec une paire de lunettes ou encore des simulations sur site. "L'objectif est de créer une interaction avec le consommateur pour limiter les erreurs de commande" , analyse l'entrepreneur.

Dans un avenir plus lointain, Omi pourrait aussi se positionner sur le métavers, une technologie qui monte, mais n'en est encore qu'à ses balbutiements. D'où la volonté de l'entrepreneur d'ajouter : *"Il y a beaucoup de bullshit dans le métavers. C'est un mouvement naturel pour nous, car nous sommes très avancés sur le Web3 avec, dans le même temps, une technologie qui fonctionne déjà et nous apporte des revenus."*

Direction l'Europe du Sud

Quelques mois après l'immatriculation de la société et grâce à un premier soutien financier, la société a lancé une version bêta en septembre 2021. *"Elle a cartonné dès sa sortie. Nous recevons tellement de demandes que nous n'avons pas la capacité pour y répondre."* L'entreprise compte déjà 200 clients - des grands groupes, mais aussi de plus petites marques comme des DNVB (Feed, Manuscrit, Nestlé, etc.).

Bien lancée, la startup n'entend pas se reposer sur ses lauriers. Sa levée, de 6 millions d'euros, doit lui permettre de travailler sur plusieurs axes : sa R&D, la consolidation du produit (disponible avec une faible connexion) et le recrutement. Omi travaille notamment sur la transformation en 3D d'image 2D d'un côté et sur l'interopérabilité de ses assets avec la réalité

virtuelle et le métavers.

Un autre chantier de taille attend la jeune pousse : son internationalisation. Le choix de Dawn Capital comme investisseur n'est pas dû au hasard. *"C'est un fonds expert dans le logiciel, qui ne s'occupe que d'entreprises dans le B2B. Ils ont aussi une fine connaissance de l'internationalisation"* , décrypte Hugo Borensztein. La jeune pousse entend bien profiter de ses connaissances pour s'installer en Europe du Sud (Portugal, Espagne et Italie) pour commencer avant un décollage pour le Royaume-Uni et, à plus long terme, les Etats-Unis.

Un choix stratégique, mais aussi pragmatique : *"Je connais bien ces marchés, ils sont très similaires avec le marché français"* , ce qui nécessitera peu de modifications du produit. Plusieurs recrutements sont prévus pour mener à bien ces projets, à la fois dans la tech mais aussi sur les parties support ou commerciale. Ce qui fera passer la société *"de 11 à 30 personnes d'ici à la fin 2022"*.

Article écrit par Anne Taffin