

Akeneo annonce l'acquisition d'Unifai et espère devenir un leader mondial de l'expérience produit

Éditeur de logiciels, Akeneo accompagne les marques dans leur gestion de produits et renforce son service en annonçant l'acquisition d'Unifai et sa solution intelligente de collecte, nettoyage, catégorisation et enrichissement des données. Un mariage qui s'est imposé comme une évidence pour les deux dirigeants.

Temps de lecture : minute

19 septembre 2023

Intersport, client commun à [Akeneo](#) et [Unifai](#), a initié le rapprochement des deux acteurs de la gestion de produits. Le premier, Akeneo, aide les marques depuis 2013 en centralisant toutes les informations et caractéristiques sur leurs produits dans un même outil afin d'alimenter ensuite aussi bien un site e-commerce qu'un catalogue ou une application.

L'entreprise qui compte 450 collaborateurs et réalise 80 % de son chiffre d'affaires à l'international, a débuté avec un premier client dans le luxe, suivi de près par la grande distribution avec Auchan et Feu Vert. « *On compte aujourd'hui 900 clients, majoritairement aux Etats-Unis, en Angleterre, en Allemagne et en France, aussi bien dans le B2B que le B2C* », précise Frédéric De Gombert, CEO d'[Akeneo](#).

Le second, Unifai, fondé en 2017, propose une plateforme sur laquelle marques et fournisseurs déposent leur catalogue produits pour obtenir

une solution normalisée qui valorisera mieux leur offre. « *Intersport compte 600 fournisseurs. Chacun va donner ses informations sur ses produits, ses collections et chacun le fait à sa manière avec ses caractéristiques. Les récupérer, les référencer et les adapter relève du travail de fourmi* », détaille Jesse Créange, cofondateur et CEO d'Unifai. En conciliant l'intelligence artificielle et l'expertise des équipes, la startup automatise ainsi un process et divise par trois ou quatre la durée d'une nécessaire uniformisation.

Akeneo veut utiliser l'intelligence artificielle pour optimiser encore l'expérience

« *On travaillait cette problématique de récupération des données fournisseurs pour nos clients. On a testé la solution Unifai chez un autre de nos clients, Rexel, distributeur de matériel électrique, avec deux millions de produits en catalogue pouvant compter jusqu'à 2.000 caractéristiques distinctes par le biais de 500 fournisseurs* », raconte Frédéric De Gombert. Une fois la technologie validée, les deux partenaires, habitués à se côtoyer depuis plusieurs années, s'engagent dans un avenir commun.

Financée par une levée de fonds de 122 millions d'euros réalisée en mars 2022 pour accélérer sa croissance externe, l'acquisition d'Unifai par Akeneo s'inscrit dans une démarche stratégique. « *La technologie est assez solide pour intervenir demain sur l'enrichissement. L'enjeu n'est pas juste de disposer de l'outil actuel mais d'avoir d'autres cas d'usage.* ». Le dirigeant d'Akeneo entend ainsi exploiter l'intelligence artificielle pour optimiser encore l'expérience produits et les processus d'enrichissement des données fournisseurs. Les deux entreprises de la French Tech, désormais unies, espèrent devenir un leader mondial qui affiche déjà ses ambitions d'offrir une expérience produit intelligente pour un meilleur time-to-market et une meilleure satisfaction client, quels que

soient les pays et canaux de ventes.



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Nadege Hubert