

eCommerce : Veesimal lève 5 millions d'euros pour faire entrer la mode en ligne dans une nouvelle ère

Grâce à l'IA, Veesimal aide les consommateurs à mieux se projeter dans les vêtements qu'ils achètent en ligne. La startup boucle un tour de table pour enrichir son catalogue de solutions et accélérer son développement aux États-Unis.

Temps de lecture : minute

17 avril 2024

Quand il s'agit d'acheter des vêtements en ligne, il est parfois difficile de se projeter dedans au moment de sortir la carte bleue. Devant cette problématique et face à l'explosion de l'e-commerce en pleine pandémie de Covid-19, la startup Veesimal, spécialisée dans l'utilisation des technologies IA de génération d'images pour la mode, a vu le jour en 2020.

La société annonce une levée de fonds d'amorçage de 5 millions auprès d'Axa Venture Partners (AVP, fonds de capital-risque du géant français de l'assurance, et de l'accélérateur américain Techstars. Ce dernier avait épaulé la jeune pousse tricolore à ses débuts. Au total, Veesimal a levé 7 millions d'euros depuis sa création.

Vers une véritable cabine d'essayage virtuel

Fondée par Maxime Patte et Damien Meurisse, l'entreprise a développé plusieurs solutions pour aider les consommateurs de mieux se projeter

dans les vêtements qu'ils achètent en ligne à partir de photos de mannequins professionnels. Ainsi, le service «Mix and Match» permet de tester plusieurs combinaisons de looks avec un mannequin qui se rapproche de la morphologie physique du client, tandis que la fonctionnalité «Switch Model» permet de voir le rendu d'un vêtement porté par différents modèles, de manière à faciliter la prise de décision du consommateur dans son parcours d'achat en ligne.

Avec son approche, Veesimal veut réinventer l'expérience de navigation sur les sites e-commerce. *«Ça fait 15 ans qu'ils ont la même structure, avec du contenu statique. Cette technologie va rendre ce contenu dynamique. En génération de contenus, nous sommes en train de fabriquer une nouvelle manière de naviguer sur les sites e-commerce. Cela va constituer un game-changer pour l'expérience mobile»*, estime Maxime Patte, co-fondateur et CEO de Veesimal.

Pour aller plus loin dans cette optique, la société veut désormais proposer une solution d'essayage virtuel à partir d'une photo du client, de manière à pouvoir visualiser le rendu des vêtements sur sa propre silhouette. *«Cette innovation rendra l'expérience e-commerce encore plus personnelle et inclusive»*, se réjouissent les dirigeants de la jeune pousse tricolore.

Ouverture d'un bureau à New York pour conquérir l'Amérique

Au-delà d'étoffer son panel de solutions technologiques, Veesimal veut également passer la vitesse supérieure dans son développement à l'international, notamment aux États-Unis. La société profite d'ailleurs de son tour de table pour annoncer un partenariat avec la marque new-yorkaise Eileen Fischer et l'ouverture d'un bureau à «Big Apple» dans les prochains mois. La startup tire également son épingle du jeu en Europe, qui héberge des villes incontournables pour la mode mondiale, comme

Paris et Milan. En France, ses solutions ont notamment attiré l'attention des marques grand public comme La Redoute, Jules ou encore Géo.

A ce jour, la société, qui entend recruter 10 collaborateurs supplémentaires pour doubler ses effectifs, assure qu'elle a permis à plus de 500 000 consommateurs de créer plus de 5 millions de looks sur les sites de ses marques clientes. Mais Maxime Patte espère qu'il ne s'agit que le point de départ d'une révolution numérique plus large dans la mode. *«1 article sur 5 vendu en ligne dans le monde est un vêtement. C'est un marché colossal à l'échelle mondiale»*, observe-t-il. Dans ce contexte, ce tour de table doit permettre à Veesimal d'en devenir un acteur incontournable pour améliorer l'expérience e-commerce de millions de consommateurs aux quatre coins du globe.



À lire aussi

FashionTech : 5 structures à connaître au moment de lancer sa startup



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maxence Fabrion