

Presti lève 3,5 millions d'euros pour valoriser les photos de meubles grâce à l'IA

Grâce à sa solution basée sur l'intelligence artificielle, Presti offre aux professionnels de l'ameublement une solution plus économique et plus agile pour mettre en lumière leurs produits dans les catalogues. Avec sa récente levée de 3,5 millions d'euros, la startup veut améliorer encore sa technologie et se lancer à la conquête des Etats-Unis.

Temps de lecture : minute

16 juillet 2024

« On était dans une logique de lever des fonds au moment où on en ressentirait le besoin » explique Nabil Toumi, l'un des quatre cofondateurs de Presti. Fondée en 2022, la startup s'est développée jusqu'à compter une centaine de clients. Ces professionnels de l'ameublement, comme Maison du monde, utilisent la plateforme de création de photos pour habiller leur catalogue.

Devant l'augmentation du nombre d'utilisateurs et l'intérêt manifeste de nombreux acteurs pour la solution, Presti a finalisé une levée de fonds de 3,5 millions d'euros. « A quatre, il restait des challenges technologiques que nous n'arrivions pas à lever dans des délais suffisants. En recrutant, on pourra aller plus vite. »

Presti mise sur la technologie

La levée visera ainsi à renforcer l'équipe tech avec cinq nouvelles recrues d'ici la fin d'année. « Nous sommes agiles donc nous allons nous adapter

au rythme de l'entreprise. » Presti entend améliorer le cœur de son modèle, un outil capable de générer, à partir d'une description textuelle, une image autour d'une photo de produit réalisée sur fond blanc. « *Nous voulions créer des photos toujours plus réalistes qui traduisent l'ambiance souhaitée par nos clients donc nous avons besoin d'entraîner notre IA. Il fallait aussi des visuels qui préservent les paramètres du produit pour qu'il ne soit pas déformé.* » Ces défis, l'équipe de Presti les a déjà relevés tout comme celui de préserver la perspective au moment de la génération de l'image mais d'autres challenges suivront.

En parallèle, Presti prévoit le recrutement d'un commercial pour étendre son marché. « *Nous voulons conquérir le marché américain. D'ailleurs, nous nous sommes installés pour trois mois à San Francisco pour ça.* »

Une stratégie financière

Pour s'imposer à cette clientèle nouvelle, la startup mise notamment sur l'intérêt économique de sa plateforme. « *Les visuels sont essentiels pour la vente en ligne, pour que la marque se crée une identité. Elle a alors recours au shooting photo ou à la modélisation 3D mais ces alternatives s'avèrent chronophages et onéreuses.* » Selon le cofondateur, les acteurs de l'ameublement y consacrent plusieurs millions d'euros par an tandis que l'organisation d'un shooting leur demande trois mois d'organisation. « *Notre solution arrive au même rendu, en quelques secondes, pour une fraction du prix* » s'enthousiasme Nabil Toumi.

Pour mettre toutes les chances de son côté dans sa stratégie, Presti s'est entourée de partenaires financiers adéquats. « *Nous avons trouvé une entente incroyable avec le fonds Partech et Boris Golden en particulier. Il nous apporte des conseils et une écoute dans le développement opérationnel de l'entreprise. On brainstorme sur nos problématiques.* » En complément, la startup s'est entourée d'un réseau de business angels comme Maxime Brousse, fondateur de Selency, ou Thibaud Elzière,

cofondateur du startup studio eFounders et Hexa. « *C'est de l'argent intelligent avec de l'aide que l'on ira chercher selon les moments de vie de la boîte. Certains viennent de l'ameublement et nous apportent une connaissance du marché, d'autres, plus importants, nous mettront en réseau. Enfin, des entrepreneurs de l'IA nous aideront à développer la partie tech.* »

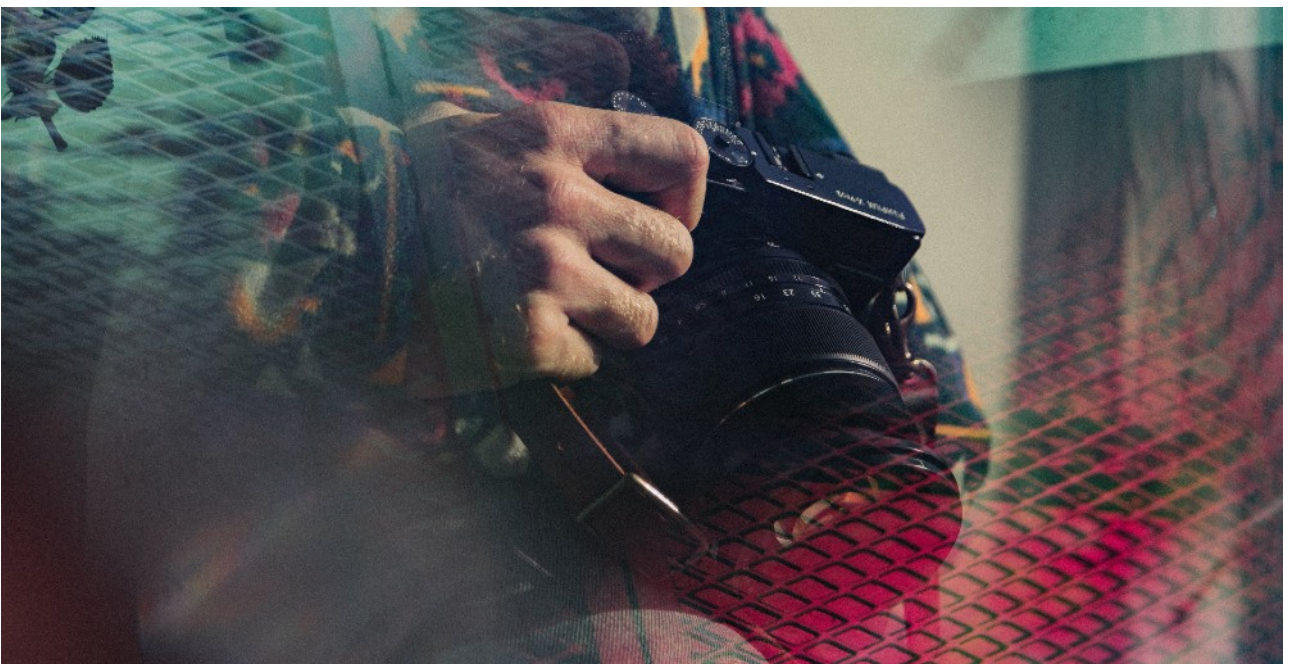


À lire aussi

Nektar Studio, la startup qui crée des photos "végétales" plus vraies que nature



À lire aussi
Yokai.AI (ex-Smize) mise sur l'IA générative pour bouleverser le monde de la photo



À lire aussi
Meero, PhotoPresta... Des photographes racontent l'envers du décor

Article écrit par Nadege Hubert