

Autone lève 17 millions pour faciliter la gestion des stocks des retailers

La startup née en 2021 a mis au point une plateforme IA pour réduire les stocks des marques de prêt-à-porter, tout en augmentant leurs ventes. Après s'être déployée en Italie, au Royaume-Uni, aux Etats-Unis et aux Emirats, elle veut se renforcer sur ces marchés.

Temps de lecture : minute

16 octobre 2024

« Les marques de prêt-à-porter ont de plus en plus de mal à vendre et à gérer leurs stocks. C'est ce qui les incite à faire des opérations de soldes étendues », estime Adil Bouhdadi. En 2021, cet entrepreneur issu du monde de la mode à Londres, a créé Autone avec son associé, Harry Glucksmann-Cheslaw, pour optimiser la gestion des stocks des marques et des retailers grâce à l'intelligence artificielle. Sa solution a pour ambition d'augmenter les ventes des retailers tout en réduisant les niveaux de stock et en améliorant leur rentabilité.

« Grâce à l'analyse prédictive et au machine learning, elle détecte les tendances, anticipe la demande et ajuste les besoins en stocks, pour les réduire jusqu'à 55%. Avec, à la clé, une hausse des ventes de 30%. »

"Augmenter leur productivité"

Pour Adil Bouhdadi, « l'idée est de ne jamais être en surstockage sur des produits qui ne se vendent pas. Et a contrario, de ne pas être en rupture sur des produits qui se vendent. On s'est rendu compte que de

nombreuses marques utilisaient des fichiers Excel et passaient 90 % de leur temps à transférer de la donnée plutôt qu'à prendre des décisions. Grâce à l'IA, l'objectif est de leur permettre d'augmenter leur productivité, de séquencer leurs tâches mais également de connaître leur retour sur investissement en fonction des produits », détaille Adil Bouhdadi.

Aujourd'hui Autone travaille avec 50 marques comme Roberto Cavalli, Stussy, Zadig et Voltaire ou Soeurs. Et depuis quelques mois, la société se déploie sur d'autres verticales comme les accessoires, la joaillerie, les cosmétiques ou les produits pour la maison. La startup, bien implantée sur le marché français, compte également des antennes en Italie, au Royaume-Uni, aux Etats-Unis et depuis peu aux Emirats.

Une série A pour se développer sur ces marchés

Après avoir levé 1,7 million de dollars en 2022 puis 2,3 millions en 2023, elle annonce une série A de 17 millions de dollars auprès de ses investisseurs historiques, dont Speedinvest, YCombinator, Seedcamp, 2100VC, Motier et Financière Saint James, ainsi que plusieurs business angels issus de LVMH, Sephora et Moncler.

L'objectif : *« poursuivre notre développement sur nos différents marchés mais également accélérer la R&D en intégrant davantage d'IA »*, précise le cofondateur. La startup veut notamment se développer commercialement aux États-Unis et en Europe et renforcer ses équipes en ingénierie et en gestion de produits.

« Diffuser notre marque auprès d'une

audience plus large »

Dans le même temps, la société qui emploie désormais 50 personnes veut « prendre du muscle » en multipliant les partenariats, comme celui avec la fédération française de prêt-à-porter qui peut ainsi recommander la solution auprès des retailers, mais aussi avec des éditeurs de logiciels ou des cabinets de conseil. « *L'objectif est de nous permettre de diffuser notre marque auprès d'une audience plus large* », souligne Adil Bouhdadi.

A terme, Autone envisage de lancer de nouveaux produits à base d'IA. « *Nous envisageons d'accompagner nos clients pour leur permettre de mieux fixer les prix de leurs produits, en fonction de la demande. Mais également de gérer l'ensemble de leur supply chain sur notre plateforme.* » L'idée est notamment d'optimiser les logiciels de gestion de la relation clients, les entrepôts et la logistique ou d'améliorer les collaborations avec les fournisseurs.



MADDYNEWS

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

JE M'INSCRIS



À lire aussi
Paris, nouvelle capitale du retail et de l'innovation ?

Article écrit par Jeromine Doux