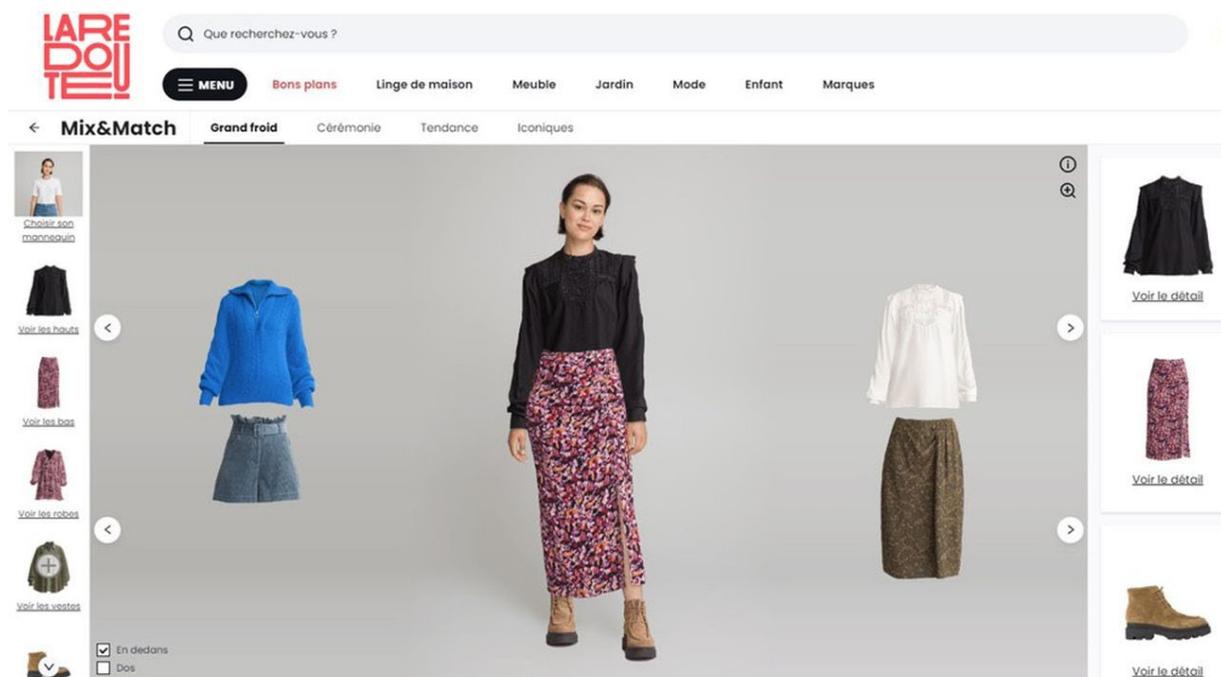


Ces start-up d'IA qui agitent le secteur de la mode

L'intelligence artificielle permet à la fois d'assister les équipes créatives mais aussi d'améliorer le taux de conversion des sites d'e-commerce. Veesual, qui génère des images pour les marques, vient de boucler une levée de 5 millions d'euros.



Veesual travaille avec La Redoute. (DR)

Par [Charlie Perreau](#)

Publié le 17 avr. 2024

L'intelligence artificielle va bouleverser tous les secteurs. Mais pas aux mêmes niveaux. Le monde de la mode sera touché aussi bien sur la partie création, le marketing, l'expérience client que sur la supply chain. La start-up française Veesual s'attaque à l'expérience en ligne avec son moteur de génération d'images développé spécialement pour ce secteur.

Concrètement, un site d'e-commerce lui envoie les photos de ses mannequins et les pièces de sa collection, puis Veesual génère tous les looks sur les différents modèles. « Notre technologie a un 'fitting' très précis, ce qui nous distingue des technologies d'essayage virtuel en 3D qui donnent un rendu pas très qualitatif », explique Maxime Patte, cofondateur de Veesual avec Damien Meurisse. Quatre ans après sa création (dont

deux ans de développement), la jeune pousse vient de boucler un tour de table de 5 millions d'euros auprès d' [AXA Venture Partners](#) et de l'accélérateur Techstars.

Améliorer le taux de conversion

Derrière l'effet « waouh » de la technologie, Veesimal permet aux e-commerçants de réduire le nombre de shooting photos, de prôner une mode plus inclusive, d'augmenter le temps passé sur leur site et surtout le taux de conversion et le panier moyen (étant donné la diversité des mannequins).

« Chez La Redoute, la conversion est de 77 % et le panier moyen des internautes qui sont passés par les looks générés par Veesimal a augmenté de 22 % », illustre Maxime Patte, qui compte aussi dans son portefeuille Sergent Major, Gêmo, Claudie Pierlot ou encore Eileen Fisher, une marque new-yorkaise. Grâce à ce nouveau client et d'autres contrats encore secrets, Veesimal compte ouvrir un bureau outre-Atlantique.

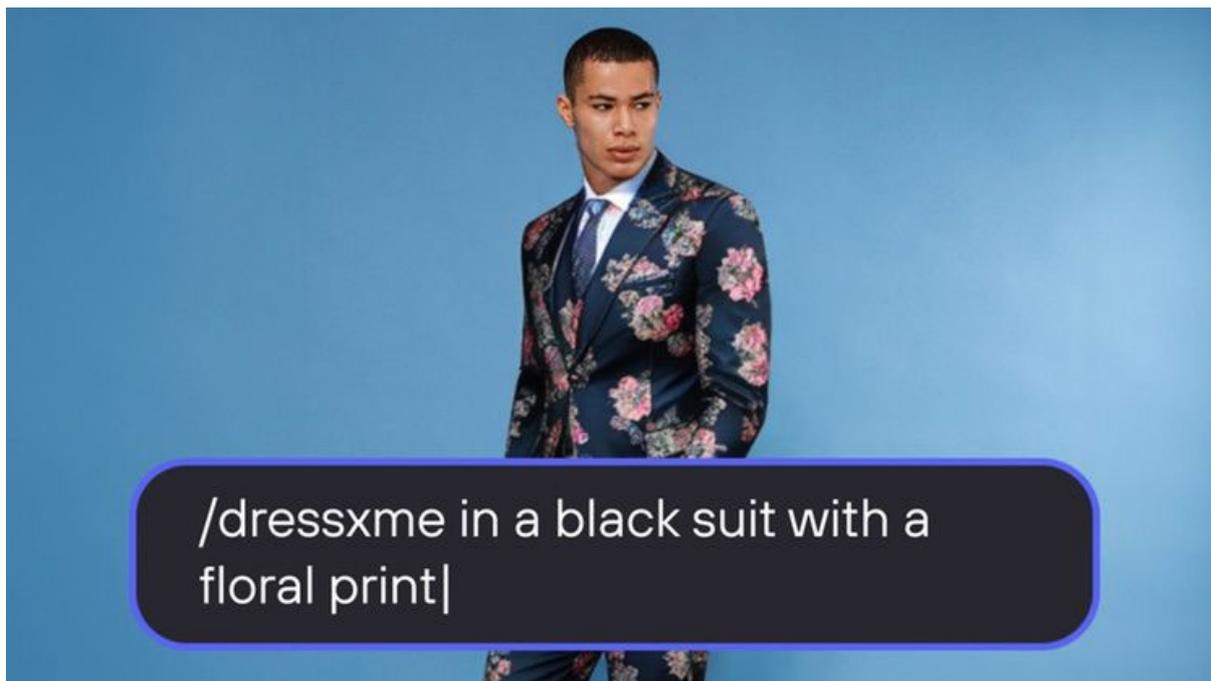
L'essor de l'intelligence artificielle générative a permis d'améliorer considérablement les technologies d'essayages virtuels qui existent depuis plusieurs années. En 2023, Google a sorti un nouvel outil qui permet de montrer des vêtements sur une large sélection de mannequins de toutes tailles, formes, couleurs et types de cheveux.

« Notre nouveau modèle d'IA générative peut prendre une seule image de vêtement et refléter avec précision la façon dont il se draperait, se plierait, s'accrocherait, s'étirerait et formerait des plis et des ombres sur un ensemble varié de modèles réels dans différentes poses », vante le géant américain qui travaille pour le moment avec quelques marques dont H&M.

Génération de looks

D'autres start-up ont aussi fait de gros progrès à l'image de DressX, spécialiste de la mode numérique qui a lancé fin mars un outil de génération de looks. Il suffit de charger une photo d'une personne et d'écrire un prompt, comme pour Midjourney ou ChatGPT. « Vous pouvez demander des inspirations de marques ou des références culturelles », précise Julien Rosilio, responsable de la croissance et du Web3 de la jeune pousse. En trois semaines, 15.000 créations ont été générées par des influenceurs, designers et artistes. Disponible uniquement via le réseau Discord, l'outil sera prochainement accessible via un site Web qui comprendra une version payante.

.../...



DressX a sorti son outil de génération de look fin mars.DR

A la suite du lancement, DressX a été contacté par des marques pour entraîner son modèle sur leurs images et descriptions de produit. « Cela peut devenir un assistant IA pour leurs équipes créatives. Cela permettrait aussi de maintenir l'ADN des marques qui peut se perdre dans tous les processus créatifs. Imaginez qu'on puisse faire renaître la carrière de Virgil Abloh [ancien directeur artistique de Louis Vuitton décédé en 2021, NDLR] », observe Julien Rosilio.

Aider les équipes créatives

Veesual imagine aussi mettre sa solution dans les mains des équipes créatives et même des consommateurs pour qu'ils envoient leurs propres photos. « Selon un test quantitatif que nous avons réalisé, entre 20 et 30 % des consommateurs seraient à l'aise pour envoyer leurs photos », indique Maxime Patte.

En Europe, d'autres start-up se positionnent sur ce créneau, comme les néerlandais Resleeve et Lalaland.ai. Ce dernier, qui vante la création d'un avatar et de sa tenue en cinq minutes, travaille entre autres avec le fabricant de jeans Levi's. Aux Etats-Unis, la plateforme de vente en gros a aussi développé des générateurs de looks, de planches de tendances (moodboard) et de logos.

Tous contribuent ainsi à mettre des vêtements et accessoires sur le marché plus rapidement et à les vendre plus efficacement. De quoi réduire les coûts des marques mais aussi augmenter leur production. La fast fashion (encore) plus boostée par l'IA.