

L'USINE NOUVELLE

Kleep lève 1,8 million d'euros pour ses solutions d'IA dédiées au prêt à porter en ligne

936 words

8 December 2023

16:30

Usinenouvelle.com and Usine-digitale.fr

USINCOM

French

Copyright 2023 INFOPRO Digital All Rights Reserved

La start-up parisienne veut accélérer la commercialisation de sa solution de recommandation de taille et développer un personal shopper digital complet commercialisable fin 2024.

Kleep, start-up française de huit salariés spécialisée en intelligence artificielle appliquée au secteur de la mode, a annoncé ce 8 décembre 2023 une première levée de fonds d'1,8 million d'euros.

Il faut croire que le secteur croit en cette jeune pousse puisque le tour de table a été mené par plusieurs business angels parmi lesquels les dirigeants de Showroomprivé, Célio, La Redoute ou encore du groupe Printemps. Des acteurs de la tech ont aussi participé à l'instar de Romain Niccoli co-fondateur de Criteo et de Pigment, ou Frédéric Potter, co-fondateur de Withings.

Kleep veut investir ces fonds dans la diffusion de sa solution de recommandation de taille et dans la préparation d'un "personal shopper digital" complet qu'elle espère commercialisable d'ici fin 2024. Un tiers du prêt-à-porter acheté en ligne est retourné

Kleep a été créée il y a un an et demi par Federico Fortis et Téophile Bousquet, deux ingénieurs spécialisés en intelligence artificielle et plus particulièrement en analyse d'image.

Ils sont parti d'une demande: un tiers des vêtements achetés en ligne sont renvoyés, et les e-commerçants dans le prêt à porter cherchent des solutions pour réduire ce taux de retour, qui pèse sérieusement sur leurs marges. Ils représenteraient un coût annuel de 30 milliards d'euros dans le monde (800 millions d'euros en France). Trouver la bonne taille

Comme beaucoup de ces retours sont dus à un mauvais choix de taille, la start-up a développé une solution de sizing alimentée par l'intelligence artificielle, qui à partir de deux photos trouve la taille idéale pour le client.

Le produit est commercialisé sur abonnement mensuel depuis cette année et compterait déjà 20 clients, exclusivement français, parmi lesquels Jaiio (plateforme de seconde main), Courrèges et Redskins. La start-up cherche à booster cette commercialisation et on imagine que ses investisseurs seront ses premiers nouveaux clients. A partir de deux photos

L'algorithme est intégré en marque blanche sur les sites des e-commerçants. Concrètement, lorsque l'internaute regarde un vêtement, il peut cliquer sur le bouton "trouver ma taille" et accède ainsi à l'outil de Kleep. Il doit alors prendre deux photos en pied de lui, une de face et une de profil.

Si l'utilisateur ne peut pas (parce qu'il est dans le métro par exemple) ou ne veut pas prendre de photo, il le notifie et accède alors à un questionnaire plus simple (âge, taille, poids). C'est l'ancêtre de la solution proposée par Kleep aujourd'hui, et ce serait moins précis. L'algorithme utilise les données achats/retours

"On garantit aux utilisateurs que personne n'aura accès à ces photos et qu'elles sont anonymisées et supprimées immédiatement", souligne Federico Fortis, l'un des co-fondateurs de Kleep. Derrière cette fonctionnalité, un algorithme d'IA qui combine les informations sur le client (sa morphologie grâce à la photo) aux informations sur le produit et les croise à des données transactionnelles, à savoir les achats et les retours des clients.

"Par exemple, si beaucoup ont pris ce produit en 34 mais l'ont renvoyé parce qu'il était trop petit, on va recommander aux prochains qui sélectionnent un 34 de prendre plutôt un 36", commente le dirigeant. Un personal shopper digital en préparation

Par ailleurs, l'entreprise planche sur une plateforme de découverte de produit. "Les marques se contentent de mettre leur catalogue en ligne et laisse les clients se débrouiller avec, sans essayer de se rapprocher de l'expérience magasin", affirme le co-fondateur.

Après avoir aidé les internautes à choisir la bonne taille, Kleep veut les aider à choisir le bon produit avec un moteur de recherche qui permet de s'exprimer en langage naturel. On imagine des demandes comme : "Je cherche un jean taille haute de couleur brut, évasé en bas".

"Comme on connaît la morphologie du client on pourra aussi faire des recommandations telle que "cette robe est très adaptée à votre morphologie"", ajoute Federico Fortis. La start-up aurait déjà présenté cette fonctionnalité aux marques, qui auraient exprimé un fort intérêt, et espère lancer sa commercialisation fin 2024. Et l'essayage virtuel?

On suppose que pour que la plateforme de Kleep soit complète, il manquera un outil d'essayage de vêtements, que plusieurs start-up développent ces derniers temps, avec, il faut le dire, des résultats peu satisfaisants.

"Il y a en effet deux marchés pour l'IA dans la mode en ligne: la recommandation de taille et l'essayage virtuel. C'est complexe, on échange avec ces start-up, on se connaît bien, mais pour le moment chacun reste dans son domaine de compétences", explique le co-fondateur, qui a l'air de sous-entendre de possibles rapprochements à l'avenir. "Le marché est dégagé"

"Sur la prise de photo, il y a eu deux start-up importantes en Europe: la start-up suisse Fision rachetée par Zalando en 2020 et une autre qui a été rachetée par Meta. Le marché est dégagé", assure-t-il. Zalando a annoncé cet été le lancement de cette fonctionnalité, ce qui, pour Federico Fortis, est "un bon signal qui va pousser les autres enseignes à s'y mettre". Il assure ne pas avoir d'objectif de revente à terme ni de volonté de s'adosser à un industriel.

Document USINCOM020231208ejc80008h