



/ Dressinbox : l'innovation textile sort de la boîte

Avec sa cabine d'essayage innovante, la start-up auboise Ymage crée une nouvelle « expérience shopping » autour des produits textiles. Elle entend s'inscrire dans les évolutions sociétales et développer ses activités depuis le berceau historique de la maille.

Il y a quelques semaines, l'Usine Nouvelle mettait en exergue une jeune entreprise troyenne détectée parmi les pépites du numérique en France.

Il s'agit de la société Ymage, plus connue dans notre département sous le nom de son concept Dressinbox, et dont le prototype a été mis en test ces derniers mois chez McArthurGlen puis au sein de l'hyper E.Leclerc de Saint-Parres-aux-Tertres (toujours en cours). Hébergés à la Technopole de l'Aube en Champagne, les deux fondateurs, Olivier Kauss et David Rameaux, ont mis au point la « cabine d'essayage du futur » laquelle est déjà bel et bien à portée de main de chacun d'entre nous. Leur innovation permet de réaliser de manière simple et ludique sa carte d'identité morphologique (CIM) à

partir de douze points de mesure réalisés de manière automatique à l'intérieur de leur boîte magique. Quelques minutes après en être ressorti, les informations corporelles recueillies apparaissent sur votre appli smartphone, préalablement téléchargée (gratuitement !). Il n'y a plus qu'à aller fureter dans les rayons et à flasher les codes-barres des vêtements qui vous plaisent pour trouver ceux qui vous iront comme un gant. Sans avoir donc à repasser à chaque fois par la case cabine. « Cela évite des enfilages parfois fastidieux de vêtements dans différentes tailles avant de trouver le bon produit. Notre guide de taille Dressinbox, c'est du gain de temps et une toute nouvelle expérience shopping pour le client », souligne David Rameaux, en charge du développement commercial de la start-up troyenne.

Du "made in Troyes"

S'il réfute toute idée de révolutionner quoi que ce soit avec ce procédé technologique facilitant l'acte d'achat (pour le consommateur, les marques, les lieux de vente...), le dirigeant de la SAS Ymage convient qu'il participe aux évolutions en cours dans les usages.

« Nous avons mis au point un concept multi-générationnel qui plait tant aux femmes qu'aux hommes. Il concerne tout le monde.

Nous nous insérons dans les évolutions sociétales et espérons apporter notre pierre aux nouveaux marchés qui se dessinent dans le textile. Il n'y a pas que la high-tech qui bouge. En France, les achats en ligne de vêtements ne représentent que 15 % contre près de 50 % en Grande-Bretagne. Le panier moyen des jeunes progresse. Les marges de progrès sont énormes », argumente David Rameaux, heureux de pouvoir offrir « du confort et du plaisir en plus » avec la solution Dressinbox. « Depuis le mois de juin et l'implantation de la cabine chez E.Leclerc, nous avons pu écouter les retours clients et revoir notre approche. Nous étions installés près de l'entrée de l'hyper de Saint-Parres-aux-Tertres. Nous avons compris qu'il valait mieux implanter notre outil à proximité des cabines d'essayage classiques, au cœur du rayon textile du centre commercial. Cette première nationale doit nous ouvrir d'autres horizons puisque nous avons signé un contrat-cadre de référencement avec le groupe E.Leclerc », précise David Rameaux en dévoilant par ailleurs une piste actuellement explorée du côté des Etats-Unis. En attendant, il est bien décidé avec son associé à inscrire Dressinbox dans l'histoire textile "made in Troyes". ■

Philippe Schilde

■ Partage et confidentialité peuvent faire bon ménage ■

« En partageant des profils au sein d'une même famille ou avec des amis, il est possible de faire plaisir à des proches grâce à Dressinbox. Cette fonctionnalité permet à une grand-mère d'acheter un polo à son petit-fils pour lui en faire cadeau, sans avoir à le trainer dans le magasin. C'est un exemple parmi d'autres. Notre objectif est de créer ainsi des communautés », révèlent les fondateurs tout en « garantissant la

parfaite confidentialité » qui entoure leur technologie. En matière de réseau, ils espèrent aussi mobiliser autour du savoir-faire textile 3D dans l'Aube. « En nous mettant à plusieurs autour de la table, utilisateurs, fabricants de vêtements, écoles et universités et autres partenaires, nous pouvons réfléchir et imaginer ce que sera le vêtement et le magasin de demain. » Chiche !

Ph.S.