

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

Depuis ses bureaux d'Euratechnologies, à Lille, ce « jardinier virtuel » aide les clients à se projeter dans leur achat de plantes grâce à des photos réalisées en 3D, qui reproduisent à la perfection de vrais produits vendus en jardinerie. La startup est soutenue par le programme New Shopping Experience de PICOM by Cap Digital.

Pour la décoration de votre salon, vous hésitez entre des orchidées roses dans un vase en verre ou un cactus dans un pot en terre cuite ? Sauf que vous n'avez ni l'occasion de vous déplacer en jardinerie, ni l'envie... Heureusement, des solutions existent. Et sont les bienvenues dans un contexte de crise sanitaire.

Basée à Lille, la startup Nektar Studio propose par exemple de générer une infinité de photos 3D de plantes d'intérieur, dans de vrais environnements inspirants. Dimensions et esthétiques n'étant pas toujours simples à visualiser, l'outil permet d'essayer virtuellement tous les pots d'un site web avec une sélection de plantes à différents moments de leur croissance, dans différentes ambiances. Au client ensuite de faire le meilleur choix, à distance et sans

mauvaise surprise. Comme quoi, même les plantes s'achètent en ligne. « *Ce n'était pourtant pas gagné il y a encore quelques années* », assure Jean-Christophe Coevoet, le fondateur de Nektar Studio. Depuis ses bureaux d'Euratechnologies, cet ingénieur - diplômé de Centrale Paris - se souvient que le secteur du retail a longtemps hésité à développer le commerce en ligne. « *Pendant vingt ans, j'ai entendu la grande distribution expliquer pourquoi Internet ne fonctionnerait pas pour leurs métiers. Qu'Internet ne fonctionnerait pas pour l'alimentaire parce qu'il s'agit de produits frais. Que cela ne fonctionnerait pas pour le mobilier car ce sont des pièces lourdes et encombrantes... Bref, à chaque fois, on trouvait 10 000 raisons de me dire que la vente en ligne ne fonctionnerait pas* ». C'était sans compter sur l'arrivée d'acteurs comme Amazon ou ManoMano (spécialiste du bricolage et du jardinage). « *Ils ont le mérite d'avoir prouvé que le commerce distant était possible pour à peu près tout* », analyse l'entrepreneur.

Moins de frais engendrés, plus de temps gagné

Très vite, Jean-Christophe Coevoet en est convaincu : le végétal aussi peut se vendre en ligne. Au même titre qu'un pull en coton. Alors, pourquoi ne pas se lancer ? Ni une ni deux, à l'été 2018, le Lillois quitte son poste de chef de projet chez le roi du bricolage Kingfisher et crée sa propre entreprise deux mois plus tard. « *Mon credo depuis le départ, c'est que le numérique peut révolutionner le marché de la plante verte. Et force est de constater que 'l'enfant pauvre' du retail - à savoir, la distribution du végétal - entame à son tour sa transformation* ».

Grâce à des algorithmes et outils de modélisation, développés initialement pour l'architecture et l'industrie du cinéma, le studio photo 2.0 peut aujourd'hui se targuer de reproduire à la perfection de vrais produits vendus en jardinerie. Forcément, la solution a de quoi séduire les retailers. « *Le fait de générer des visuels par l'informatique offre plusieurs avantages. Des coûts réduits, en premier lieu, se félicite Jean-Christophe Coevoet. Puisque tout se fait via des logiciels, on passe d'une photo d'une vingtaine d'euros à quelques centimes. Et pour cause : on évite les frais liés à l'organisation du shooting. De plus, notre outil est capable de générer des milliers de photos sur-mesure, modulables selon les matières et les dimensions choisies.* » Le résultat est sans appel : concevoir ses catalogues avec Nektar Studio permet non seulement aux retailers de gagner de l'argent mais aussi du temps. Ce qui explique pourquoi des enseignes comme Ikea, BMW, Cartier ou Apple préfèrent aujourd'hui se tourner vers des visuels en 3D, fabriqués de toutes pièces par un logiciel. « *70% du catalogue Ikea est conçu par informatique. Ça va plus vite et c'est moins cher que de développer le prototype d'un meuble, de l'installer dans un*

décor et de faire appel à un photographe » , observe le CEO de Nektar Studio.

Une fonctionnalité « Tester une plante » bientôt chez Point Vert

C'est dans ce contexte que la solution de Nektar Studio a tapé dans l'œil de Point Vert. L'enseigne multi-spécialisée dans le bricolage, le jardinage et l'animalerie travaille en ce moment main dans la main avec la startup lilloise pour mettre au point une nouvelle fonctionnalité sur son site e-commerce : l'ajout d'un bouton « Tester une plante » . Les internautes auront ainsi bientôt la possibilité de décliner la plante de leur choix selon différentes tailles, simuler son évolution possible, lui associer un pot et la visualiser dans l'espace.

Prometteuse, cette collaboration entre Point Vert et Nektar Studio est le fruit du programme New Shopping Experience (1) de PICOM by Cap Digital, destiné à réinventer le secteur du retail. « *Sans aucun doute, faire partie de ce programme a bénéficié à Nektar Studio, affirme Jean-Christophe Coevoet. L'entreprise a gagné en crédibilité et surtout en visibilité. PICOM by Cap Digital a, en effet, multiplié les canaux de communication pour compenser l'annulation des salons liée à la pandémie de Covid-19* » . Avec la fermeture des grands magasins, il y a en tout cas fort à parier que Nektar Studio réussisse à faire sa place dans le marché du végétal (digital).

1. *Le Fonds européen de développement régional (FEDER) apporte un soutien financier à l'ensemble des startups du programme New Shopping Experience de PICOM by Cap Digital, et permet de soutenir 50% des dépenses engagées par Nektar Studio sur une enveloppe globale de 60 à 80 000 euros.*

Maddyness, partenaire média de PICOM by Cap Digital