

Klarsen lance Dimea, sa nouvelle activité e-commerce dédiée aux compléments alimentaires

Klarsen (FR0011038348, ALKLA), spécialiste français du data marketing, **annonce le lancement de Dimea**, « <https://dimea.fr> » sa nouvelle activité e-commerce dédiée aux compléments alimentaires et aux produits de bien-être, portée par une filiale détenue à 100 % par le Groupe.

Cette initiative marque une évolution du modèle : après avoir mis pendant plus de vingt ans son savoir-faire au service des marques, le Groupe l'applique désormais à sa propre offre de produits.

Un marché porteur, en phase avec le positionnement du Groupe

Le marché français des compléments alimentaires a atteint 3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2025, en progression de 2,6 % sur un an, 78 % des consommateurs déclarant en prendre régulièrement (*source : Synadiet, chiffres 2025*). La vente à distance et le e-commerce en représentent plus de 10 %. À l'horizon 2030, le cabinet Deloitte estime ce marché à 4 milliards d'euros.

Cette dynamique s'inscrit dans un mouvement démographique de fond : selon l'INSEE, plus d'un tiers de la population française aura plus de 60 ans à l'horizon 2050. Le Ministère de l'Économie évalue à plus de 130 milliards d'euros le chiffre d'affaires potentiel de la silver économie d'ici 2030.

Ce marché recoupe précisément le cœur de compétence du Groupe : la connaissance et l'adressage des audiences de plus de 50 ans, construits sur plus de quarante ans de données BtoC seniors.

Un savoir-faire de Groupe mis au service d'une activité en propre

Le projet mobilise l'ensemble des compétences déjà présentes dans le Groupe, sans création de structure lourde :

- **le ciblage et la donnée** : identification des audiences et connaissance fine des comportements d'achat, issues de plus de quarante ans de data BtoC ;
- **l'expertise agence** : conception des campagnes, acquisition et animation de la relation client ;
- **la production de contenu** : création en interne des supports éditoriaux, visuels, vidéo et publicitaires, y compris aux formats natifs des réseaux sociaux ;
- **les technologies et l'ERP** : gestion des commandes, de la logistique et du service client, appuyée sur les solutions propriétaires du Groupe.

Le lancement de Dimea repose sur l'intégration opérationnelle de l'ensemble de la chaîne, de l'acquisition à la livraison, ainsi que par les gains de productivité importants issus de l'optimisation des outils du Groupe, en particulier grâce à l'intelligence artificielle. Appliquée à la production de contenu, à la segmentation des audiences et au traitement des opérations, l'IA permet d'opérer cette nouvelle activité à effectifs constants et avec des coûts d'entrée limités.

Des outils de ciblage et de diffusion dédiés aux plus de 50 ans

Le Groupe développe, pour les besoins de Dimea, des outils propriétaires de ciblage et de diffusion spécifiquement conçus pour les audiences de plus de 50 ans :

- **segmentation et scoring d'appétence** : identification des profils les plus réceptifs par catégorie de besoin, à partir des comportements d'achat observés ;
- **diffusion multicanal** : orchestration des campagnes en e-mail, courrier, téléphone et réseaux sociaux, avec un ciblage publicitaire par tranche d'âge et par centre d'intérêt ;
- **mesure à la commande** : pilotage du coût d'acquisition et de la valeur client dans la durée, grâce aux outils de suivi déjà en service dans le Groupe.

Ces outils sont d'ores et déjà disponibles pour les clients du Groupe. Ils continueront d'être optimisés et de gagner en puissance au fil des mois, Dimea constituant par ailleurs un terrain d'expérimentation direct pour leur amélioration.

Une diffusion sur les réseaux sociaux industrialisée

Les réseaux sociaux constituent le principal levier d'acquisition de Dimea. Le Groupe y engage une démarche d'industrialisation, conçue pour produire et diffuser à grande échelle plutôt que campagne par campagne :

- **production de contenus à grande cadence** : déclinaison automatisée des visuels et des vidéos en nombreuses variantes, grâce aux outils d'intelligence artificielle du Groupe ;
- **diffusion multi-plateformes** : pilotage centralisé des campagnes sur les principaux réseaux, avec des audiences construites à partir des données propriétaires du Groupe ;
- **test et arbitrage en continu** : mesure des performances par format et par audience, réallocation automatique des budgets vers les combinaisons les plus rentables ;
- **créateurs de contenu** : développement d'un réseau de partenaires chargés de relayer les offres auprès de leurs communautés.

Cette industrialisation est le prolongement direct du métier historique du Groupe : traiter des volumes importants, mesurer chaque euro investi et arbitrer en continu.

Dimea, une filiale portée directement par Klarsen

Le projet est porté par Klarsen SA, qui en assure le financement et le pilotage. L'activité est logée dans Dimea, société par actions simplifiée nouvellement constituée et détenue à 100 % par Klarsen SA, dont les statuts sont déposés cette semaine. Les noms de domaine ont été réservés et la marque fait l'objet d'un dépôt auprès de l'INPI.

Aucune ressource financière des filiales opérationnelles n'est engagée dans ce projet.

Dimea opérera sur le marché des compléments alimentaires et des produits de bien-être, avec une première gamme dont le lancement commercial est prévu au troisième trimestre 2026. La production est confiée à un façonnier européen spécialisé, retenu à l'issue d'une consultation.

Prochaines étapes

Le Groupe communiquera sur la gamme, le positionnement et le calendrier commercial de Dimea dans les prochaines semaines.

Rappel : Réunion d'information Actionnaires du jeudi 27 août 2026

Klarsen rappelle que ses actionnaires sont conviés à une réunion d'information organisée en visioconférence le jeudi 27 août 2026 à 18h00.

► [S'inscrire à la visioconférence du 27 août 2026](#)

Brice Gazeau, Président-Directeur Général de Klarsen, et Olivier Cornelis, Directeur Général d'ITL et actionnaire de référence, y présenteront la situation du Groupe, les évolutions récentes de sa gouvernance, le projet DIMEA et les prochaines étapes de son plan de développement. Une session de questions-réponses sera ouverte à l'issue de la présentation. Les actionnaires souhaitant adresser leurs questions en amont peuvent le faire à investisseurs@klarsen.com.

Le support de présentation sera mis en ligne sur le site du Groupe à l'issue de la réunion.

À propos de Klarsen

Klarsen est spécialiste du data marketing pour la conquête et l'engagement client. Grâce à ses données qualifiées et ses technologies propriétaires, il permet à ses clients d'augmenter leurs performances marketing et leur chiffre d'affaires. Klarsen est propriétaire de DAFI (solution ERP) et d'ITL (acteur de référence de la vente à distance).

Retrouvez toute l'information financière de Klarsen sur www.klarsen.com

Contact Communication Financière : investisseurs@klarsen.com

Listing Sponsor : Champeil – contact@champeil.com

