



Splio et D-AIM fusionnent pour faire entrer les marketeurs dans l'ère de l'Individuation Marketing®

La fusion donne naissance à un groupe visionnaire dans l'univers de la Martech, prêt à transformer le marketing client avec une plateforme SaaS sans équivalent sur le marché

- Plus de **250 salariés et 9 bureaux** en Europe, Amérique du Nord, MENA et Chine
- Un portefeuille clients de plus de **500 marques, allant des moyennes entreprises aux grands groupes de 5 industries clés** (retail & e-commerce, banques & assurances, restauration, télécoms et médias)
- Une seule et même vision : accompagner les marques dans une transformation radicale de leur marketing client par l'adoption de l'**individuation marketing®** pour prendre un avantage concurrentiel significatif
- **Une levée de fonds de 10 millions d'euros** pour une accélération immédiate du groupe nouvellement créé

Paris, le 27 octobre 2021 - Les Assemblées Générales des sociétés Splio et D-AIM viennent de voter la fusion des deux entreprises. Les deux sociétés françaises éditrices de logiciels signent la mise en commun de leurs savoir-faire, expertises et ressources pour amorcer un virage significatif vers le marketing client de demain. **Stéphane Amarsy prend la co-présidence du Board et Mireille Messine est nommée CEO de la nouvelle entité**, avec l'ambition commune de multiplier le chiffre d'affaires par sept d'ici 2025 avec un marketing créateur de valeur, respectueux et responsable.

L'Individuation Marketing® est le mantra du groupe nouvellement créé. Une vision commune sur l'importance croissante de l'intelligence artificielle et de la data comme élément incontournable du marketing, a en effet conduit les deux CEO à ne faire qu'un en fusionnant leurs deux entreprises. **De cette fusion naît une nouvelle plateforme SaaS qui couvre toute la chaîne de valeur du marketing relationnel** : de la structuration des données à l'activation marketing en passant par la connaissance client augmentée et bien sûr les moteurs d'individuation marketing® boostés à l'intelligence artificielle.

Stéphane Amarsy a réalisé un pivot stratégique majeur ces trois dernières années pour transformer son entreprise, renommée D-AIM en 2020, en société de software pionnière de l'Individuation Marketing®. Cette plateforme, qui autonomise l'exploitation de la data par l'IA, prend les décisions marketing les plus pertinentes pour chaque client. L'intelligence artificielle est devenue incontournable pour adresser chacun d'entre eux de façon singulière.

« Au-delà d'une rencontre humaine porteuse de valeurs communes, la fusion avec Splio permet d'augmenter considérablement les possibilités opérationnelles pour nos clients. Programme de fidélité et Engagement différenciés permettent de considérer la singularité de chaque client pour gérer une relation holistique avec ce dernier. L'Individuation marketing est une proposition de valeur unique qui s'enrichit considérablement avec Splio ! », **Stéphane Amarsy, Président du Board de Splio + D-AIM.**

Mireille Messine a vécu plusieurs vies avant de prendre les rênes de cette nouvelle entreprise qui dévoilera son nom dans les prochaines semaines. De ses années de directrice marketing client chez Sephora, Printemps ou encore Go Sport, pour ne citer que ces marques, elle ne retient que la volonté d'exploiter au maximum la connaissance client pour personnaliser au mieux la relation client et atteindre ses objectifs.

« Le marketing client est arrivé à saturation, les marques investissent toujours plus pour moins de ROI chaque année. Il faut revenir à l'essentiel, laisser les marketeurs se concentrer sur le client et leur cœur de métier,

*tandis que l'IA se charge des tâches répétitives et saisit les opportunités » affirme **Mireille Messine, CEO de Splio + D-AIM**. « Mon rôle aujourd'hui est de faire en sorte que tous les marketeurs, sans Data Scientists à disposition, aient accès à la data intelligence et de faire de l'Individuation Marketing® un levier de croissance pour toutes les marques. »*

Cette plateforme va redonner aux équipes marketing leur rôle central, à savoir la stratégie de marque et la création de contenu à forte valeur ajoutée pour leurs clients, tandis que l'intelligence artificielle va se concentrer sur l'automatisation des tâches que l'humain ne peut plus prendre en charge lorsque l'on veut s'adresser de façon individualisée à des centaines de milliers voire des millions de consommateurs. La mise en place de projets d'Individuation Marketing® à grande échelle va transformer les départements Marketing souvent vus comme des centres de coûts en véritables champions de la création de revenu.

Les fonds d'investissement ayant déjà financé chacune des sociétés ont réaffirmé leur engagement et leur confiance en participant à cette levée de 10 millions d'Euros pour le groupe nouvellement créé. Ring Capital, Sofiouest, Alliance Entreprendre, Omnes Capital et Swen Capital sont dans une réelle démarche d'accompagnement de leurs scale-ups dans leur croissance. Cette nouvelle levée de fonds aura pour objectifs majeurs de renforcer les équipes techniques, R&D et Sales & Marketing ainsi qu'accélérer la conquête de nouveaux marchés à l'international.

"Le rapprochement entre D-AIM et Splio s'inscrit dans la droite ligne de notre stratégie d'investissement : favoriser le build-up et positionner nos participations comme consolidateurs du marché comme ici avec Splio en ajoutant une expertise data et IA forte et en ouvrant de nouvelles verticales. Ce rapprochement a d'autant plus de sens pour Ring Capital que les deux entreprises partagent la même vision et les mêmes engagements sur les sujets d'impact." commente **Marie-Capucine Lemétais, partner chez Ring Capital**.

Patrice Hutin, directeur général délégué chez Sofiouest ajoute : « Avec cette opération D-Aim et Splio renforcent mutuellement leur présence dans la chaîne de valeur de l'individuation marketing. C'est très enthousiasmant de participer à la création d'un champion Européen dirigé par un duo de leaders exceptionnels et extrêmement complémentaires. Belle aventure en perspective ! »

A propos de Splio

Splio est une plateforme marketing de fidélisation qui permet aux marques de recruter, fidéliser et engager durablement leurs clients sur tous les canaux. Splio consolide en une seule plateforme l'ensemble des besoins en activation marketing permettant aux marques du retail, de l'e-commerce et de la restauration de construire une relation durable avec chacun de leurs clients.

Plus de 400 marques à travers l'Europe et la Chine utilisent Splio au quotidien, parmi lesquelles Longchamp, La Grande Récré, Bazarchic, Cojean, Fnac, Balzac Paris, Minelli, Le Slip Français, Bricorama, Rue du Commerce et GiFi.

A propos de D-AIM

D-AIM accompagne ses clients dans l'adoption de l'Individuation Marketing®. En confiant à l'IA la responsabilité d'identifier les meilleures opportunités de communication avec chaque client pris individuellement D-AIM permet aux marques de dédier un marketeur virtuel à chacun d'entre eux.

Cette solution, qui répond au besoin grandissant d'un marketing client plus éthique et empathique, est déployée chez les plus grands acteurs du retail, des médias, des télécoms et de la banque-assurance.

D-AIM est présent en Europe, Amérique du Nord, Afrique et Moyen-Orient.

Contact presse

d-aim@lagencerp.com

Justine Boiramier

06 50 31 86 24