

Retailink by Fnac Darty renforce son maillage national en s'associant au groupe NAP (Maison de la Presse)

Retailink by Fnac Darty, régie publicitaire omnicanale 100% intégrée du groupe Fnac Darty, noue un partenariat stratégique avec le groupe NAP, acteur majeur du commerce de proximité avec ses enseignes Maison de la Presse et Point Plus, permettant à l'expert du Retail Media de commercialiser l'ensemble des écrans situés en vitrine des enseignes.

Retailink enrichit ainsi sa proposition de valeur en augmentant la taille de son parc et en élargissant la couverture géographique de son offre d'affichage avec un maillage territorial plus large et plus fin.

« Ce partenariat a beaucoup de sens pour nous. Le groupe NAP, dont le réseau Maison de la Presse fait partie, et Fnac Darty partagent un même ADN culturel, centré sur le client et de proximité. L'association de nos deux offres nous permet d'apporter une réponse toujours plus pertinente et de la valeur au marché, grâce à un maillage territorial en proposition publicitaire resserré », explique **Alexandra SUIRE, directrice de Retailink by Fnac Darty.**

« Ce partenariat avec Retailink by Fnac Darty s'inscrit pleinement dans notre volonté de valoriser notre réseau de proximité et de proposer de nouveaux leviers de visibilité aux marques. En nous associant à un acteur reconnu du retail media, nous renforçons notre capacité à connecter les annonceurs à un public large et diversifié, au cœur des territoires. » cite **Arnaud AYROLLES, Président du groupe NAP**

L'offre d'affichage la plus complète du marché du Retail Media

Avec pour mission de concevoir des expériences omnicanales pour les marques et ses clients, Retailink jalonne l'ensemble du parcours client pour mieux accompagner les annonceurs sur l'atteinte de leurs objectifs :

- **Plusieurs dispositifs grands formats événementiels OOH et 3 écrans XXL de plus de 25m2 en façade des plus grands magasins Fnac et Darty à Paris intra-muros (St-Lazare, Montparnasse, Ternes et République),**
- **Désormais près de 200 écrans « Outdoor »** en vitrines des magasins grâce à ce partenariat stratégique avec NAP, visibles depuis la rue, pour travailler la notoriété et la préférence de marque dans toute la France,
- **+600 écrans DOOH « Visiplay »** en zone de passage ou d'attente pour favoriser la répétition, développer la considération et l'intention d'achat,
- **+800 écrans DOOH « SellCast »** en rayon pour accélérer les ventes.

Grâce à ce partenariat, et à la stratégie d'implantation des enseignes Maison de la Presse et Point Plus orientée vers les villes de taille intermédiaire, Retailink accélère encore sur son offre Retail media et peut dorénavant proposer une diffusion de campagne publicitaire à plus fort impact, adaptée aux enjeux de visibilité locale comme nationale.

CONTACT PRESSE :
Alexandra Rédin – 06 66 26 05 18 – alexandra.redin@fnacdarty.com

A propos de Fnac Darty
Présent dans 14 pays, Fnac Darty est un leader européen de la vente de produits d'électronique grand public, d'électroménager, de produits de divertissement et de loisirs. Depuis 2021, le Groupe a accéléré son virage vers un modèle axé sur l'omnicanal, les services et la durabilité. Fnac Darty a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 8 milliards d'euros en 2024, dont 22% en ligne. Le Groupe, qui compte près de 30 000 collaborateurs et dispose depuis l'acquisition d'Unieuro en Italie d'un réseau multiformat de plus de 1 500 magasins, est un acteur majeur du e-commerce, n°2 en France.
Pour plus d'informations : www.fnacdarty.com