

Retailink by Fnac Darty enrichit son offre DOOH XXL avec une nouvelle vitrine à Fnac La Défense et porte son parc à 6 dispositifs de communication grand format à Paris et à Nice

Ce déploiement, inscrit dans la continuité d'une stratégie de digitalisation des points de vente engagée depuis plusieurs années, confirme l'ambition de la régie du groupe Fnac Darty de proposer l'offre DOOH Retail Media premium la plus complète sur le marché français.

Avec cette nouvelle vitrine de 18 m² implantée au cœur du quartier d'affaires le plus dense d'Europe, Retailink porte son parc **DOOH XXL à 150 m² de surface cumulée**, répartis dans des quartiers à fort trafic à Paris intra-muros et sur la Côte d'Azur :

- **Fnac Saint-Lazare** : 4M+ d'ODV par semaine
- **Fnac Ternes** : 1,8M+ d'ODV par semaine
- **Fnac Forum des Halles** : 1,5M+ d'ODV par semaine
- **Fnac La Défense** : 1,2M+ d'ODV par semaine
- **Darty République** : 2,7M d'ODV par semaine
- **Fnac Nice** : 1,2M+ d'ODV par semaine.

Ensemble, ces six dispositifs génèrent plus **de 12 millions d'opportunités de voir par semaine**⁽¹⁾, dans un groupe qui totalise plus de 100 millions de visites en magasin par an⁽²⁾.

Un environnement publicitaire qui change la donne pour toutes les marques

Selon l'étude Parcours Shopper Fnac Darty 2025, **plus d'1 acheteur sur 2 déclare avoir été influencé dans sa décision** d'achat par une campagne de publicité en magasin.

Par ailleurs, **les magasins équipés d'écrans DOOH XXL enregistrent un chiffre d'affaires par client supérieur de 40% chez Fnac et de 10% chez Darty**, comparé aux magasins non équipés⁽³⁾.

« L'affichage digital grand format dans nos magasins répond à un enjeu que les marques connaissent bien : être présent là où se prennent les décisions. Nos vitrines DOOH XXL offrent une surface d'expression inédite dans le retail media français, avec une audience certifiée et une capacité de mesure que peu d'acteurs peuvent proposer. En portant notre parc à six dispositifs et 150 m² cumulés, nous renforçons notre position de régie de référence aussi bien pour les

stratégies de branding que de conversion avec deux enseignes historiques du paysage français », explique Alexandra Suire, directrice de Retailink by Fnac Darty.

Pour les marques hors de l'écosystème Fnac Darty, c'est l'opportunité de pénétrer un environnement contextuel singulier, porteur d'une affinité naturelle avec une audience qualifiée, dans deux des enseignes françaises les plus emblématiques.

Pour les marques captives présentes dans l'univers Fnac Darty, les écrans DOOH constituent un levier de narration puissant dans leurs stratégies. Les assets peuvent être adaptés en eRetail pour garantir une cohérence de discours entre le magasin physique et l'e-commerce, dans une logique de mix media full funnel et omnicanal.

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

Dans un environnement où les décisions d'achat se construisent à chaque point de contact, Retailink accompagne les annonceurs sur l'ensemble du funnel marketing grâce à un réseau de plus de **1 500 écrans** couvrant l'intégralité du parcours client :

- **6 écrans DOOH XXL**, de **18 à 38 m²**, déployés en façade des principaux magasins Fnac et Darty à Paris et à Nice ; complétés par plusieurs dispositifs OOH à Ternes, Montparnasse et Saint-Lazare pour accueillir des opérations événementielles à forte visibilité ;
- **Plus de 70 écrans OUTDOOH** positionnés en vitrine *outdoor* / *in-mall* pour développer la notoriété et la préférence de marque à l'échelle nationale ;
- **Plus de 600 écrans DOOH VISIPLAY**, situés dans les zones de passage et d'attente, afin de favoriser la répétition des messages, renforcer la considération et stimuler l'intention d'achat ;
- **Plus de 800 écrans DOOH SELLCAST**, implantés au cœur des rayons pour accompagner les consommateurs au plus près de la décision d'achat et accélérer les ventes.

Contact presse Fnac Darty

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

A propos de Fnac Darty

Fnac Darty est un leader européen du retail omnicanal, acteur de référence dans la vente de produits d'électronique grand public, d'électroménager, de biens culturels et de loisirs. Présent dans 15 pays, principalement en France, en Italie, en Belgique, au Portugal, en Espagne et en Suisse, il compte près de 30 000 collaborateurs et dispose d'un réseau multiformat de près de 1 500 magasins, avec des positions fortes sur le web et un nombre croissant d'abonnés à ses services. Le Groupe a enregistré en 2025 un chiffre d'affaires de plus de 10,3 milliards d'euros. Avec Beyond Everyday, son plan stratégique à 2030, Fnac Darty poursuit son expansion en Europe et approfondit son modèle basé sur l'omnicanalité, les services et la circularité.

Pour plus d'informations : www.fnacdarty.com