

Avec la nouvelle génération de sa plateforme MyRetailink enrichie et boostée à l'IA, Retailink by Fnac Darty rend le pilotage des stratégies retail media plus agile et précis

La régie publicitaire Retailink by Fnac Darty dévoile la nouvelle génération de MyRetailink - la plateforme de partage de données omnicanales et d'activation média digitale en self-service du groupe Fnac Darty - entièrement repensée avec l'aide de Converteo, pour offrir l'expérience unifiée la plus aboutie du marché. Enrichie d'un assistant IA, MyRetailink permet aux annonceurs et aux agences médias d'adopter et ajuster en toute autonomie leurs stratégies en quasi-temps réel, grâce à un accès aux données plus rapide, des indicateurs plus précis et une analyse de performance plus fine.

S'appuyant sur le Lac de données unifié du Groupe, alimenté par 36 millions de contacts CRM uniques, 11 millions d'encartés fidélité et 25,8 millions de visiteurs uniques mensuels (source MNR – Donnée dédupliquée Fnac Darty dec. 2025), la nouvelle version de MyRetailink gagne en puissance, en rapidité et en simplicité d'usage grâce à une interface entièrement modernisée. Développée avec l'accompagnement conseil et technologique de Converteo, cette nouvelle version s'appuie sur une architecture totalement modernisée garantissant robustesse, rapidité et cohérence des données.

Cette évolution marque une nouvelle étape clé dans la stratégie de plateformisation du retail media portée par le Groupe Fnac Darty, et son ambition forte d'apporter plus de transparence à ses partenaires industriels.

MiRa : un assistant IA sécurisé pour simplifier l'analyse et préparer l'activation

Grande nouveauté de cette édition 2026 : l'intégration de MiRa, un assistant d'intelligence artificielle développé pour accompagner les marques dans l'exploitation quotidienne de **leurs données**.

Côté Insights, MiRa répond aux questions des utilisateurs, facilite la compréhension des indicateurs clés et oriente la navigation vers les informations les plus pertinentes.

Dans un second temps, MiRa accompagnera également la préparation des activations média sur les environnements Fnac.com et Darty.com. Conçue dans le respect des standards de sécurité et de confidentialité du Groupe, cette IA permet une exploitation plus fluide de la donnée tout en garantissant la robustesse des analyses.

Une plateforme repensée pour plus de rapidité et d'autonomie

La nouvelle version de MyRetailink repose sur un socle data totalement unifié, homogénéisant l'ensemble des sources de données business du groupe Fnac Darty. Dès lors, cette infrastructure centralisée intègre les transactions e-commerce et magasin pour une vision omnicanale complète, enrichie de nouveaux canaux et d'indicateurs stratégiques renforcés, notamment sur la disponibilité Produit.

Les partenaires disposent ainsi d'une donnée structurée et exploitable pour piloter leurs stratégies commerciales et médias, mesurer leurs performances et identifier leurs leviers de croissance de manière plus réactive et plus précise.

L'expérience utilisateur a été optimisée dans sa globalité pour permettre aux équipes de passer moins de temps à chercher l'information et plus de temps à l'analyse stratégique : connexion simplifiée, chargement 5 fois plus rapide, tableaux de bord personnalisables et interface sécurisée pour une meilleure gouvernance.

Alexandra Suire, Directrice de Retailink by Fnac Darty :

« Cette nouvelle version de MyRetailink répond directement aux attentes opérationnelles de nos partenaires : disposer d'une donnée fiable, rapidement accessible et immédiatement activable. En réunissant dans une seule plateforme les insights omnicanaux, l'activation média en self-service et la mesure de performance, nous offrons aux marques un véritable avantage concurrentiel. Avec MiRa, nous franchissons un cap supplémentaire : la donnée devient une recommandation activable. Notre promesse est simple : des données plus rapides, des analyses plus fines, une activation plus fluide. MyRetailink devient un levier de croissance pour toutes les marques qui s'appuient sur l'écosystème Fnac Darty. »

Guilhem Bodin, Senior Partner, Accélération IA, Converteo

« Ce projet illustre la force de la relation de confiance qui unit Converteo et le groupe Fnac Darty depuis plusieurs années. Si l'intelligence artificielle offre des perspectives fascinantes, sa valeur réelle réside avant tout dans la fiabilité des données qui l'alimentent. En sécurisant ces fondations techniques avec les équipes de Fnac Darty, nous transformons la complexité technologique en un outil de pilotage simple et robuste, permettant aux marques de prendre des décisions plus rapides et d'optimiser concrètement leurs performances commerciales. »

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