

Le groupe Fnac Darty confie à Publicis France la réinvention de son modèle de production et d'activation des opérations commerciales

Paris, le 17 décembre 2024,

Fnac Darty a choisi Publicis France pour mener la refonte de son modèle de production et d'activation des opérations commerciales. Cette collaboration s'inscrit dans un projet de transformation globale des processus marchands du groupe Fnac Darty avec un objectif clair : produire mieux, plus efficacement et plus rapidement afin de permettre aux équipes de se concentrer sur les dimensions les plus stratégiques de leurs expertises métiers.

Au regard des enjeux de cet appel d'offres, Publicis France a proposé un nouveau modèle de « Content & Activation Factory » s'appuyant sur l'IA et la Data, avec pour ambition à la fois l'efficacité opérationnelle et la performance des contenus (plus de 100 000 assets chaque année). Pour piloter ce projet, une équipe sur-mesure et dédiée, issue des entités spécialisées **Prodigious** et **Epsilon France**, a été mise sur pied.

L'operating model spécifiquement pensé pour Fnac Darty s'appuie sur une approche modulaire et industrialisée assurant :

- La cohérence de marque et l'efficacité opérationnelle
- L'optimisation des processus de production et d'activation à travers un usage de l'IA à l'échelle,
- La performance et l'engagement des audiences grâce à une analyse des données en temps réel
- L'engagement des équipes Fnac Darty dans cette transformation à travers un accompagnement au changement

Pour Nicolas Zunz, VP de Publicis France et Président d'Epsilon France : « *Nous collaborons avec le Groupe Fnac Darty sur de nombreux chantiers depuis plus de 20 ans mais ce projet revêtait une signification particulière car c'est un projet de transformation majeur, qui préfigure indéniablement la façon dont les grands dispositifs de communication seront opérés dans les prochaines années. Nous sommes donc particulièrement heureux d'avoir été retenus.* »

A propos de Publicis Groupe en France - The Power of One

Leader français du marketing, de la communication et de la transformation digitale des entreprises, Publicis Groupe s'appuie sur un modèle unique qui allie créativité, technologie, médias avec au cœur la data. Présent sur toute la chaîne de valeur, du conseil à la création et la production, il met au service de ses clients une organisation transversale, unifiée et fluide leur facilitant l'accès à l'ensemble de ses expertises.

Présidé par Agathe Bousquet, Publicis Groupe en France est une Talent company riche de plus de 5 000 talents, répartis dans 30 agences, qui accompagne près de 600 clients. Publicis Groupe en France est organisé autour des activités de Création (Publicis Conseil, Marcel, Leo Burnett Paris, Saatchi & Saatchi, Publicis Consultants, PublicisLive Paris, Carré noir, Publicis Luxe, Prodigious, Razorfish, Publicis Sport ..), de Media (Publicis Media, Starcom, Zenith, Spark Foundry, Blue449, Performics, Publicis Commerce, Bizon...) de technologie (Publicis Sapient), et de data avec EPSILON, leader mondial du datamarketing, du CRM et de la mass personnalisation.

Publicis France est le premier réseau en nombre d'agences à avoir obtenu le label RSE Agences Actives délivré par l'AACC avec 11 agences labellisées.

Contact presse :

Publicis France | Valérie Rudler, Directrice Communication & Marketing - valerie.rudler@publicis.fr