



**BDDP unlimited**



## **COMMUNIQUE DE PRESSE**

Paris, le mercredi 30 octobre 2013

### **DARTY REPREND L'OFFENSIVE AVEC BDDP UNLIMITED**

Darty, leader de la distribution spécialisée d'équipements électrodomestiques, confie à BDDP Unlimited l'ensemble des leviers de sa communication, de la publicité au plan d'action commercial, en passant par le contenu de marque, le digital (stratégie éditoriale online, e-reputation, production des opérations de communication digitale et du social média), le CRM<sup>1</sup>, la communication points de vente et celle de son site internet [www.darty.com](http://www.darty.com).

Dans la nouvelle campagne "marque", qui sera dévoilée lundi 4 novembre prochain, Darty a fait le choix d'une communication résolument offensive qui renoue avec son esprit et sa tonalité d'origine, faits de légèreté, d'originalité et d'impertinence. Cette première prise de parole redit avec humour et assurance les forces incontestables de l'enseigne, aujourd'hui insuffisamment perçues, et rappelle le modèle unique de Darty qui permet d'accéder à tous les avantages du site en magasin (même le prix) et à tous les avantages des magasins dans le site (une vraie qualité de conseil, un large choix, les garanties, le service après vente ... ces nombreux atouts sur lesquels Darty a fondé sa réputation).

Par son élégance et la mise en avant d'un client "sublimé", ce nouveau territoire réinjecte aussi et surtout de l'envie et de la séduction dans une enseigne avant tout réputée pour sa fiabilité.

La nouvelle campagne Darty s'affranchit de deux grandes conventions publicitaires : pas de signature publicitaire récurrente, pour mieux laisser vivre chacune des thématiques et un logo délibérément imposant, pour revendiquer la marque avec plus de fierté encore, parti-pris rendu possible par un effet de transparence qui laisse exister le visuel.

Ce nouveau langage créatif rayonnera sur l'ensemble des leviers du dispositif de communication qui sera déployé par BDDP Unlimited.

*« La nouvelle campagne Darty est le véritable reflet de la stratégie de dynamisation amorcée depuis plusieurs mois. Avec ce nouveau territoire de communication, Darty se place comme une marque résolument dans l'air du temps et plus que jamais à l'écoute des besoins de ses clients »,* explique Jean-Philippe Marazzani, Directeur Marketing et Digital.

Afin d'installer rapidement cette nouvelle écriture via des mass media d'image, le plan média publicitaire prend aussi des partis marquants en tablant sur des choix très affinitaires. Il va se

---

<sup>1</sup> Customer Relationship Management

déployer sur un large dispositif presse et un plan d’affichage massif (18 000 faces dans toute la France), et un plan web important très « rich média ».

#### **Contacts presse Darty :**

Mélanie Chocat – 01 41 34 23 71 – mchocat@lepublicsysteme.fr  
Emeline Guiraud – 0 1 70 94 65 53 - eguiraud@lepublicsysteme.fr

#### **Contact presse BDDP Unlimited :**

Perrine Collin – Directrice de la Communication  
Tel. 01 53 21 28 02 - perrine.collin@bddpunlimited.com

### **FICHE TECHNIQUE**

Nom de la campagne :

**Annonceur :** Darty

Produit : Campagne marque

**Agence :** BDDP Unlimited

Médias : Affichage, presse, web, magasins

Date de la campagne : A partir du 4 novembre 2013

Directeur de création : Olivier Moine

Concepteur Rédacteur : Simon Delmas, Romain Goehrs, Pascal Manry, Aurélien Ung

Directeur Artistique : Fabien Nunez, France Bizot, Thomas Jouffrit, Arnaud Ibanez

Responsables Annonceur : Jean-Philippe Marazzani, Laurent Grenier, Jérôme Balada

Responsables Agence : Léopold Deblème, Virginie Matias, Sébastien de Milleville, Henri Luitaud

Planning Stratégique : Xavier Maldant

Production Print : Marie d’Ovidio, Olivia Chevalier

Achat d’art : Marie Ferrara, Elise Kübler

Photographe : Michelangelo di Battista

#### **Pour la partie digitale**

Responsables agence : Côme Jacobée, Coline Chaumont, Gilles Terrana

#### **Pour la partie commerce / CRM**

Responsables agence : David Varnier, Franck Planson, Camille Courant

#### **A propos de Darty :**

*Darty, une enseigne du groupe Darty Plc, est le leader de la distribution spécialisée d’équipements électrodomestiques en France. Le “Contrat de Confiance”<sup>®</sup> constitue le coeur de la philosophie commerciale de Darty depuis 40 ans. Il s’agit d’une promesse écrite à ses clients, reposant sur trois piliers : prix bas garantis toute l’année par le remboursement de la différence, large choix d’équipements en magasin et sur darty.com, des services de qualité accessibles 7 jours sur 7.*

#### **Darty en chiffres:**

226 magasins en France, sites : darty.com, 36000Solutions.com

11 500 collaborateurs en France dont 40% dans les métiers de service

2 entrepôts centraux, 70 plateformes de livraison et 500 camions de livraison à domicile

9 centres d’appel techniques en France (dont 2 spécialisés multimédia – services mobile et internet), 41 centres de service après-vente et 1400 véhicules d’intervention à domicile

3 millions de questionnaires de satisfaction client envoyés tous les ans

### **A propos de Darty.com**

*Darty.com est le site de vente en ligne de Darty depuis 1999. Il s'inscrit dans une stratégie de complémentarité multicanale :*

- *Nombre de visiteurs : plus de 120 millions de visiteurs uniques par an*
- *Taux de recommandation client : 97.6 %*
- *Taux de satisfaction client : 98 %*
- *www.darty.com, c'est en plus un service d'achat en ligne avec retrait en magasin une heure après dans les magasins où le produit est disponible, l'accès à l'espace client personnalisé DARTY permettant de consulter l'historique de ses commandes et garanties, télécharger ses notices, commander facilement accessoires et consommables, consulter l'état d'avancement de la réparation de ses produits déposés en comptoir SAV.*