



Stingray renforce sa présence aux États-Unis en faisant l'acquisition de DMI, intégrant ainsi 8 500 commerces à son réseau de retail media

MONTRÉAL, 30 oct. 2025 -- Stingray (TSX : RAY.A; RAY.B) un chef de file de la distribution de contenus musicaux et vidéo, des services aux entreprises et des solutions publicitaires, a annoncé aujourd'hui l'acquisition de DMI, un leader américain du branding musical et de la publicité audio en magasin. Cette acquisition stratégique élargit le réseau de retail media de Stingray d'environ 8 500 emplacements aux États-Unis, portant le total à 33 500, et consolidant ainsi sa position de leader dans l'industrie.

Grâce à l'intégration du prestigieux portefeuille de clients de DMI, qui inclut une chaîne de pharmacies d'envergure nationale, Stingray devient le leader incontesté de la publicité audio en magasin dans le secteur pharmaceutique américain. Son réseau couvre désormais les deux plus grandes chaînes de pharmacies du pays, en plus de ses clients existants dans ce secteur.

Sous la direction de sa fondatrice et chef de la direction Tena Clark, DMI est réputée pour son expertise approfondie en publicité audio en magasin. L'ADN créatif de l'entreprise repose sur la création musicale originale et le branding audio stratégique. « En conservant mes fonctions, nous pourrions nous appuyer sur les vastes ressources et l'expertise de Stingray. Je suis très enthousiaste à l'idée de travailler avec l'équipe pour offrir à nos clients des solutions toujours plus innovantes et à plus grande valeur ajoutée. »

« Cette acquisition marque un tournant décisif pour la croissance de Stingray Advertising aux États-Unis, » a déclaré Eric Boyko, président, cofondateur et chef de la direction de Stingray. « En accueillant DMI au sein de Stingray, nous élargissons notre réseau de 8 500 commerces et affirmons notre position de leader sur le marché américain. L'expertise reconnue de DMI, son prestigieux portefeuille de clients et sa force créative sont parfaitement complémentaires à nos services. Nous sommes fiers d'être désormais le leader incontournable de la publicité audio dans le secteur pharmaceutique, offrant une valeur et une portée exceptionnelles à nos annonceurs. »

L'expertise de DMI s'étend à la publicité au cinéma, au marketing de marque et à la production d'événements, en plus de ses services de musique en magasin. Ces compétences viendront s'ajouter à la gamme complète de solutions de Stingray pour les entreprises, créant une offre encore plus robuste.

À propos de Stingray

Stingray (TSX : RAY.A; RAY.B) est une société internationale de musique, de médias et de technologie qui joue un rôle de premier plan dans les secteurs de la télédiffusion, de la diffusion en continu, de la radio, des services aux entreprises et de la publicité. Stingray propose un vaste éventail de services musicaux, numériques et publicitaires à des marques établies dans le monde entier, y compris des chaînes télévisées et audio, 97 stations de radio, du contenu vidéo à la demande par abonnement, des chaînes FAST, des produits de karaoké, des applis musicales, ainsi que du contenu d'infodivertissement à bord et en voiture. Stingray Affaires, une division de Stingray, offre des solutions commerciales de musique, de publicité en magasin et d'affichage numérique, de même que des données et des rétroactions fondées sur l'IA qui facilitent la compréhension des consommateurs. Stingray Advertising, le plus vaste réseau de publicité audio en magasin d'Amérique du Nord, diffuse des publicités audio numériques dans plus de 30 000 grands magasins. Stingray emploie près de 1 000 personnes dans le monde et joint 540 millions de consommateurs dans 160 pays. Pour en savoir davantage, visitez le www.stingray.com.

À propos de DMI Music & Media Networks

Depuis 1997, DMI Music & Media Networks est un chef de file du marketing musical et du divertissement. L'entreprise propose une gamme complète de services — de la création d'identités sonores et de stratégies audio au développement de campagnes de marque d'envergure. Son expertise englobe la production musicale originale, l'audio en magasin, la publicité au cinéma et la production d'événements, le tout visant à connecter les marques à leurs consommateurs grâce au pouvoir émotionnel de la musique.

Information prospective

Le présent communiqué contient de l'information prospective au sens de la législation en valeurs mobilières canadienne applicable. Cette information prospective comprend, sans s'y limiter, des renseignements sur les objectifs, les opinions, les projets, les attentes, les prévisions, les estimations et les intentions de Stingray. On reconnaît les énoncés contenant de l'information prospective à l'emploi de mots et d'expressions comme « pouvoir », « s'attendre à », « avoir l'intention de », « estimer », « prévoir », « planifier », « croire », « continuer » et d'autres expressions semblables ou leur forme négative, ainsi qu'à l'utilisation du conditionnel, y compris les mentions d'hypothèses. Toutefois, l'information prospective ne contient pas

toujours ces mots ou expressions. L'information prospective repose sur des hypothèses et est assujettie à un certain nombre de risques et d'incertitudes, dont bon nombre sont indépendants de la volonté de Stingray. En conséquence de ces risques et incertitudes, les résultats réels pourraient différer sensiblement de ceux prévus ou sous-entendus dans l'information prospective. Ces risques et incertitudes comprennent, sans s'y limiter, les facteurs de risque énoncés dans la notice annuelle de Stingray pour l'exercice ayant pris fin le 31 mars 2025, que l'on peut consulter sur SEDAR, au www.sedar.com. Par conséquent, toute l'information prospective figurant aux présentes est visée par la mise en garde susmentionnée, et rien ne garantit que les résultats ou les événements auxquels Stingray s'attend se réaliseront ou que, même s'ils se réalisent en grande partie, qu'ils auront les incidences ou les effets prévus sur l'entreprise, la situation financière ou les résultats d'exploitation de Stingray. Sauf indication contraire ou à moins que le contexte ne commande une autre interprétation, l'information prospective est offerte en date des présentes, et Stingray ne s'engage pas à la mettre à jour ou à la modifier, que ce soit par suite de nouveaux renseignements, d'événements futurs ou d'autres facteurs, sauf dans la mesure où la législation applicable l'exige.

Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Frédérique Gagnier - Directrice, Communications et Partenariats - fgagnier@stingray.com