

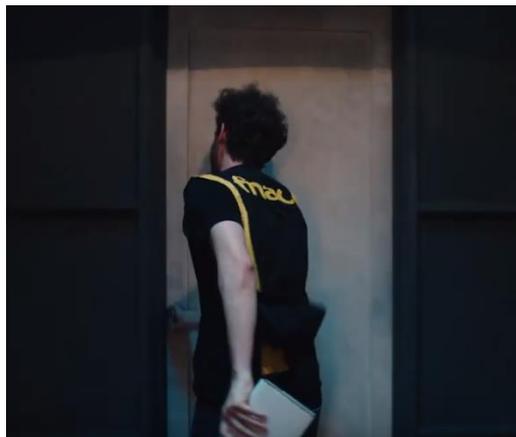
LA FNAC DÉVOILE SON NOUVEAU FILM DE MARQUE, DANS LES COULISSES DE LA CULTURE ET DE L'INNOVATION

Dès le 26 août, le public découvrira sur différents supports le nouveau film de marque de la Fnac imaginé par Publicis Conseil. Emaillé de nombreuses références aux différents univers de l'enseigne, ce nouveau film conforte le positionnement de la Fnac sur le territoire de la curiosité.

La Fnac occupe une place à part dans le paysage de la distribution française. Son ADN s'appuie sur trois valeurs fortes : l'indépendance, la passion et l'esprit de découverte, qui viennent nourrir le territoire de la curiosité.

Avec plus de 1600 événements culturels organisés par an, des centaines d'exclusivités, les grandes sorties musicales et littéraires, l'arrivée du tout dernier smartphone ou de la console dernière génération, l'enseigne, référence de la culture et de l'innovation, est aujourd'hui la marque de la curiosité, de la diversité et de l'ouverture d'esprit, qui crée chaque jour l'événement.

Derrière toutes ces nouveautés se cache un travail minutieux des vendeurs Fnac dont l'expertise et la prescription sont reconnues : ces passionnés recommandent des œuvres culturelles et testent en permanence les nouvelles technologies afin de proposer un choix éclairé au public.



Imaginé par Publicis Conseil, produit par Big, supervisé par une production 360 Prodigious, et réalisé par Romain Quirot, ce plan séquence de 45 secondes plonge le spectateur dans les coulisses de la Fnac : un monde fantasmé dans lequel se mêlent les vendeurs et leurs passions, incarné par la mystérieuse porte interdite au public en magasin.

Cette porte ouvre sur un foisonnement de produits et de références qui incarnent les différents univers de l'enseigne, des produits éditoriaux comme les livres, CD, jeux-vidéo... aux produits techniques et innovants, à l'image des smartphones, drones, ou encore trottinettes électriques.

Lien vers le spot de 45' : <https://youtu.be/QZbuSP6DM8k>

Lien vers le spot de 12' : <https://youtu.be/5Xw3dqMC5a8>

De nombreux clins d'œil et références aux différents univers de l'enseigne émaillent cette nouvelle prise de parole publicitaire. Afin d'amplifier la résonance sociale de la campagne, Publicis a imaginé pour la Fnac un jeu concours qui joue sur ces détails : à partir du 26 août, les internautes qui trouveront l'Instax Fujifilm édition limitée Stranger Things qui s'est glissé dans le film auront une chance de le remporter.

À travers ce nouveau film de marque, l'enseigne a souhaité mettre en avant ce travail de l'ombre et ce bouillonnement permanent au sein de ses équipes. Ce spot souligne également les axes stratégiques différenciants de l'enseigne : la diversité de son offre, son modèle omnicanal incarné à travers ses 192 magasins en France et son site Fnac.com, la place centrale des vendeurs au cœur des magasins et enfin ses services uniques, à l'image du Click & Collect 1h.

Ce film sera diffusé en TV, vidéo online (VOL) ainsi que sur les réseaux sociaux à partir du 26 août.

CONTACTS PRESSE FNAC

Audrey Bouchard – audrey.bouchard@fnacdarty.com – 01 55 21 59 25

Claire Fournon – claire.fournon@fnacdarty.com – 01 55 21 57 10