

LA FNAC LANCE UNE CAMPAGNE PUBLICITAIRE ORIGINALE POUR CÉLÉBRER LA RÉOUVERTURE DE LA VIE CULTURELLE

Mercredi 30 juin marquera la fin d'une série de mesures gouvernementales qui permettent la reprise des événements culturels et sportifs. La Fnac et France Billet, sa filiale billetterie, célèbrent ce temps fort de la vie collective par une campagne décalée qui joue la complicité avec le public.

Ainsi, jusqu'au 29 juin, la Fnac met en œuvre un plan média incluant trois créations publicitaires diffusées sur les principaux journaux quotidiens généralistes tels que Le Monde, Libération, Le Figaro, Le Parisien / Aujourd'hui en France et 20 Minutes. Le plan media sera complété d'une campagne digitale Facebook et Instagram.

Cette campagne se conjugue à la fois l'idée du trac des spectateurs au redémarrage des spectacles et l'usage des pictogrammes des gestes barrières.



Le trac inversé : À l'accoutumé, ce sont les artistes qui appréhendent de monter sur scène. Avec la réouverture des spectacles, après des mois de suspension, les spectateurs connaissent désormais le trac de ne plus savoir comment réagir aux prestations de leurs artistes préférés. C'est donc avec un certain second degré que les trois idées créatives prescrivent des conseils aux spectateurs.

Un clin d'œil aux gestes barrières : Depuis plusieurs mois, les gestes barrières à adopter par les Français sont illustrés à grands renforts de pictogrammes. La campagne reprend ce mode d'expression de manière originale afin que le public puisse profiter au mieux du spectacle tout en gardant en tête les gestes essentiels.

Contacts presse :

Alexandra RÉDIN – 06 66 26 05 18 – alexandra.redin@fnacdarty.com

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

A propos de Fnac Darty : Présent dans douze pays, Fnac Darty est un leader européen de la distribution de biens culturels, de loisirs, de produits techniques et d'électroménager. Le groupe, qui compte 25 000 collaborateurs, dispose à fin 2020 d'un réseau multi-format de 908 magasins, dont 741 en France, et se positionne comme le 3e acteur e-commerce en termes d'audience en France (44 millions de visites cumulées sur les sites du Groupe en moyenne chaque mois avec ses sites marchands, fnac.com et darty.com). Acteur omni-canal de référence, Fnac Darty a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires pro forma de 7 491M€.