

COMMUNIQUÉ DE PRESSE - MERCREDI 1^{ER} SEPTEMBRE 2021

NRJ GLOBAL ET LA FNAC CONCLUENT UN PARTENARIAT INÉDIT ET PUISSANT AVEC NRJ RADIO STREAM

La FNAC et NRJ unissent leurs forces pour offrir aux fans de gaming une expérience exceptionnelle et totalement inédite.

Un dispositif puissant, orchestré avec Native (entité d'Havas Média), est mis en place quotidiennement de septembre à décembre autour de « NRJ RADIO STREAM », l'émission présentée par Brak et Louis sur NRJ du lundi au vendredi de 21h à minuit.

L'originalité du dispositif consiste dans la combinaison d'un format vidéo inédit et hebdomadaire diffusé sur Twitch, l'émission de radio quotidienne, la mobilisation des réseaux sociaux de NRJ et de Brak et l'ensemble du owned média de la FNAC.

Depuis le 30 août, la FNAC et son partenaire Xbox s'adossent aux programmes créés par l'équipe de l'émission « NRJ Radio Stream », dont l'éditorial est orienté vers les actus « Seen On The Web », les nouvelles tendances qui affolent les réseaux sociaux et les dernières sorties de jeux vidéo.

Pour ce faire, la FNAC et Xbox deviennent les partenaires de « RADIO STREAM XPERIENCE » diffusé chaque mercredi de 20h à 21h sur le Twitch d'NRJ et animé par Brak. Les meilleurs steameurs et les plus grandes stars françaises de la playlist NRJ se découvrent et se défient dans la bonne humeur, sur des jeux vidéo.

Le partenariat s'étend également à l'émission radio « NRJ Radio Stream » qui rassemble tous les soirs du lundi au vendredi une communauté toujours plus nombreuse de jeunes auditeurs. En collaboration avec Xbox, la FNAC sera le sponsor de l'émission et permettra aux auditeurs de remporter de nombreux cadeaux.

Ces activations seront associées à une stratégie de médiatisation forte, avec un plan média radio puissant et ciblé sur NRJ et complété par un dispositif sur les réseaux sociaux d'NRJ et une campagne en audio-digital.

Les marques médias du groupe NRJ divertissent chaque mois plus de 44 millions de Français⁽¹⁾, elles séduisent toutes les générations, les fidélisent et maintiennent année après année un lien indéfectible avec eux, notamment auprès du jeune public.

« Nous sommes très enthousiastes à l'idée de lancer cette nouvelle opération inédite, aux côtés de partenaires référents NRJ et Xbox. En plus de proposer un dispositif très impactant pour les communautés gaming et musique, dans le prolongement des opérations digitales et culturelles menées par la Fnac tout au long de l'année, nous sommes convaincus que ce dispositif autour de « NRJ RADIO STREAM » aura une résonance exceptionnelle à la rentrée, auprès de tous les fans de Nouvelles Tendances », Sébastien Martinez, Directeur Multimedia de Fnac Darty.

« Nous sommes particulièrement heureux et fiers de travailler avec la marque FNAC, qui comme NRJ, est une marque iconique de la culture, de la musique et de la high tech. Le format original développé avec eux sur Twitch est un prolongement naturel de notre émission de radio « NRJ Radio Stream ». Il permet la rencontre de deux mondes : la musique et les jeux vidéo, deux passions également partagées par NRJ, la FNAC et nos auditeurs », Anne Sophie Nectoux, Directrice Générale NRJ Global, en charge du pôle Annonceurs et de la Factory.

Source : (1) Etude Cross Médias Vague 2021.1 - reproduction interdite, tous droits réservés par AFFIMETRIE, ACPM et MEDIAMETRIE. Cible 15 ans et +.



CONTACT :
Maxime MORTERA - mmortera@nrjglobal.fr

LES GRANDES ÉMOTIONS NOUS RASSEMBLENT

