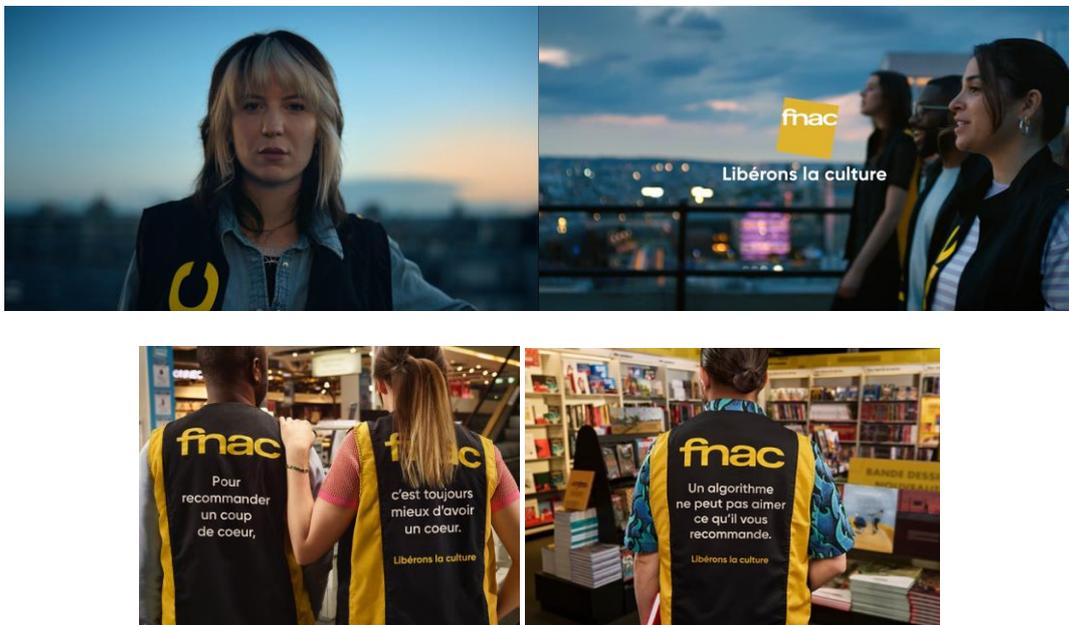


COMMUNIQUÉ DE PRESSE  
Paris, le 13 juin 2022

**La Fnac affirme son nouveau parti-pris :  
Les algorithmes ne remplaceront jamais l'humain, qui doit conserver  
le premier rôle dans la prescription culturelle**

À partir du 12 juin, la Fnac lance sa nouvelle plateforme de marque avec Publicis Conseil. Elle y réaffirme son engagement en faveur de la pluralité culturelle en dénonçant l'enfermement provoqué par les algorithmes quand ils sont seuls aux commandes. Elle promeut une approche différente, où l'humain, incarné par ses conseillers, est au cœur de la prescription. Signée « Libérons la culture », cette plateforme consacre les conseillers comme l'atout majeur de la Fnac pour amener de la surprise, de l'imprévu, de l'aventure hors des sentiers battus dans notre consommation culturelle.



Alors que nos habitudes culturelles se digitalisent, les algorithmes ont pris une influence considérable dans notre vie quotidienne et nous enferment dans nos goûts préétablis.

Face à la toute-puissance des algorithmes, la Fnac propose un autre modèle dans lequel les algorithmes ne sont pas les seuls maîtres à bord, et l'humain conserve le premier rôle dans la démarche de recommandation. Dans cette campagne, ce sont naturellement les conseillers Fnac qui incarnent cette vision d'une prescription humanisée. Ils l'expriment comme un cri de ralliement sur la musique *Temps à Nouveau* de Jean-Louis Aubert, dont les paroles apportent un écho tout particulier à la cause. Portée par sa nouvelle signature, « Libérons la culture », la Fnac invite tous les Français à la rejoindre pour faire bouger les lignes et faire vivre la pluralité culturelle.

Le dispositif se décline avec une campagne d'affichage audacieuse, qui interpelle les Français avec des accroches impactantes et une tonalité engagée. Elle vise à rappeler qu'il n'y a pas de discipline plus humaine que la culture. Elle est portée par de vrais conseillers Fnac qui se sont prêtés au jeu de la campagne.

La campagne sera lancée à partir du 12 Juin en TV et digital avec des formats 45s, 30s et plusieurs formats 15s autour des preuves phares de l'engagement de la Fnac : ses 5500 conseillers, son rôle de 1<sup>er</sup> libraire et 1<sup>ère</sup> billetterie de France, l'Éclaireur Fnac et le Fnac Live Paris. Une vague d'affichage viendra compléter le dispositif à partir du 15 juin.

« Cette campagne réaffirme l'engagement historique de la Fnac pour la culture en stimulant la réflexion de chacun sur le modèle culturel qu'il veut voir prospérer demain. A la Fnac, nous avons fait notre choix. Face au tout algorithme synonyme d'enfermement et d'uniformisation, nous voulons célébrer la prescription humaine qui laisse place à la surprise, à l'inattendu, au pas de côté... bref, aux plus belles émotions. Nos conseillers l'incarnent depuis toujours et plus que jamais aujourd'hui en apportant leurs conseils non seulement en magasins mais aussi sur fnac.com via leurs coups de cœur, leurs articles de prescription de fond et la possibilité de les contacter en visio » détaille Julien Le Bescond, Directeur Marketing de Fnac Darty.

« Nous vivons dans le monde des algorithmes. Pour sortir des bulles dans lesquelles ils nous enferment, il n'a jamais été aussi important de cultiver l'inattendu et de laisser place à la sérendipité. C'est un combat culturel, mais c'est aussi et surtout un combat pour l'humanité » Marco Venturelli – CEO/CCO Publicis Conseil - CCO Publicis Groupe France

#### Communication contacts :

Héloïse Mathon : Heloise.Mathon@conseil.publicis.fr

Audrey Bouchard : audrey.bouchard@fnacdarty.com / 06 17 25 03 77

Léo Le Bourhis : leo.le.bourhis@fnacdarty.com / 06 75 06 43 81

#### FICHE TECHNIQUE

**TITRE :** FNAC – Il est temps à nouveau - 2022

**BRAND :** FNAC

- **RESPONSABLES CREATION :** Julien Le Bescond, Hélène Brosselin, Mélanie Milhau, Christelle Belat

**ADVERTISING AGENCY :** Publicis Conseil

- **CEO/CCO PUBLICIS CONSEIL - CCO PUBLICIS GROUPE FRANCE:** Marco Venturelli
- **VICE PRESIDENT PUBLICIS GROUP :** Nicolas Zunz
- **VICE PRESIDENT PUBLICIS CONSEIL :** Alexandra Evan
- **CREATIVE LEADS :** Bénédicte Pelletan, Aurélie Breton
- **CREATIVE TEAM – PRINT:** Thelma Cherpin, Robin Schneider
- **STRATEGIC PLANNING :** Théo Tiret
- **ACCOUNT MANAGERS :** Claire Viala, Florent Moignard, Ysora Begotti, Alice Arnaud
- **PROCESS MANAGER :** Emmanuelle Monset
- **TV PRODUCER :** Benjamin Auberdiac

**FILMPRODUCTION HOUSE :** Henry

- **PRODUCER :** Jean-Luc Bergeron
- **LINE PRODUCER :** Camille Havard Leonetti
- **DIRECTOR :** Martin Scali
- **DOP :** Sophia Olsson

**POST-PRODUCTION COMPANY :** Prodigious

- **POST PRODUCTEUR :** Nathalie Depas
- **MONTEURS :** Yorgos Lamprinos et Fred Baudet
- **Graphistes :** Jeremie Duriez
- **Supervision FX :** Pierre Manry



**DATE :** 12 juin 2022



**PRINT**

**PRODUCTION HOUSE :** Prodigious

- **PRODUCTEUR :** Augustin Gregoire
- **DIRECTEUR DE PRODUCTION :** Antoine Gay
- **PHOTOGRAPHE :** Yann Le Pape
- **1<sup>er</sup> ASSISTANT PHOTOGRAPHE :** Julien Grignon
- **2eme ASSISTANT PHOTOGRAPHE :** Delphine Royer
- **REGISSEUR GENERAL :** Matthieu Perdrizet
- **STYLISTE :** Amandine Moine
- **Chef coiffeur :** Dominique Da Silva

**DATE RELEASED :** 15 juin 2022

**COUNTRY :** France

**MEDIA AGENCY :** Havas Media

- **ACCOUNT MANAGERS :** Romain Merielle, Juliette Dupuis, Shadé Tairou, Gregoire Auffret