

Paris Games Week 2026 La Fnac donne rendez-vous à toutes les façons de jouer

Du 22 au 25 octobre, la Fnac sera de retour à la Paris Games Week avec un stand pensé comme un véritable lieu d'expériences dédié à l'univers du jeu vidéo. À travers trois espaces complémentaires, l'enseigne invitera les visiteurs à jouer, découvrir et s'équiper, tout en allant à la rencontre des communautés qui font vivre la culture gaming aujourd'hui.

À l'occasion de la 15^e édition de la Paris Games Week, la Fnac investira la "Playground Edition" avec un stand de 672 m² conçu comme un terrain de jeu ouvert à tous. Du 22 au 25 octobre, les visiteurs pourront participer à de nombreuses animations, découvrir les dernières innovations de nos partenaires et retrouver une sélection de produits dédiés à l'univers gaming.

Jouer : la Scène Fnac

Pendant toute la durée du salon, la Scène Fnac rythmera la vie du stand à travers une programmation mêlant compétitions esport, défis, démonstrations et rencontres avec des créateurs de contenus emblématiques : *Brawks, Depielo, Domingo, Gotaga, Kayane, Terracid* et bien d'autres...

Véritable point de rassemblement pour les visiteurs, elle permettra au public de participer aux animations, d'affronter ses influenceurs préférés et de partager des moments de jeu dans une ambiance conviviale et festive. Les principaux temps forts de la Scène Fnac pourront également être suivis partout en France grâce aux retransmissions effectuées sur les chaînes Twitch des créateurs présents, permettant ainsi aux communautés gaming de vivre l'événement même à distance.

Rendez-vous sur les réseaux sociaux de la Fnac (@Fnac_officiel) pour retrouver la programmation complète (créateurs, horaires, marques partenaires) de la scène Fnac

Découvrir : Le Fnac Village, dédié aux innovations gaming et tech

Parce que l'expérience de jeu ne se résume pas à un seul produit, la Fnac réunira plusieurs marques partenaires majeures au sein du Fnac Village (285 m²), un espace de démonstration permettant aux visiteurs de découvrir leurs nouveautés au sein d'écosystèmes complets pensés pour répondre à tous les usages et de profiter d'animations inédites, à l'image de l'expérience proposée par *Polaroid* autour des 30 ans de Pokémon.

CONTACT PRESSE :

Benoit David – 06 59 68 98 76 – benoit.david@fnacdarty.com

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

Fnac Darty est un leader européen du retail omnicanal, acteur de référence dans la vente de produits d'électronique, d'électroménager, de biens culturels et de loisirs. Présent dans 15 pays, principalement en France, en Italie, en Belgique, au Portugal, en Espagne et en Suisse, il compte près de 30 000 collaborateurs et dispose d'un réseau multiformat de près de 1 500 magasins, avec des positions fortes sur le web et un nombre croissant d'abonnés à ses services. Le Groupe a enregistré en 2025 un chiffre d'affaires de plus de 10,3 milliards d'euros. Avec Beyond Everyday, son plan stratégique à 2030, Fnac Darty poursuit son expansion en Europe et approfondit son modèle basé sur l'omnicanalité, les services et la circularité.

Pour plus d'informations : www.fnacdarty.com

Les équipes d'Acer, Asus, Cricut, HyperX HP et AMD, Lenovo, MSI, Nvidia, Philips, Samsung, Sony et TCL accompagneront le public dans la prise en main de ces équipements et mettront en scène différentes expériences gaming, en passant par les accessoires et périphériques qui enrichissent le quotidien des joueurs.

S'équiper : une boutique Fnac au service de toutes les passions

La Fnac proposera également un espace de vente rassemblant une sélection de consoles, accessoires gaming, périphériques, cartes TCG et produits dérivés, afin de permettre à chacun de prolonger l'expérience vécue sur le salon.

Pensée pour répondre à la diversité des pratiques, cette boutique mettra en lumière les univers qui composent aujourd'hui la culture gaming, qu'il s'agisse du jeu sur console, sur PC, du jeu compétitif ou encore des cartes à collectionner. Les visiteurs pourront également retrouver une offre de vêtements inspirée de l'univers esport, avec notamment les maillots officiels des équipes Vitality, Gentle Mates et Karmin Corp, ainsi que des collections dédiées à des licences emblématiques telles que Valorant, Call of Duty ou League of Legends.

Faire vivre le gaming dans toute sa diversité

« Le jeu vidéo est aujourd'hui bien plus qu'un produit ou un équipement : c'est un univers de passions, de découvertes, de technologies et de partage. À la Paris Games Week, nous souhaitons faire vivre toutes les facettes du gaming à travers des expériences accessibles à tous : jouer ensemble sur notre scène, découvrir les innovations qui dessinent les usages de demain ou encore retrouver les univers et équipements qui nourrissent cette passion au quotidien. Cette vision du gaming au sens large est au cœur de l'ADN de la Fnac et de la relation que nous entretenons avec les joueurs tout au long de l'année. » résume **Charlotte Massicault, Directrice Multimédia et Gaming de Fnac Darty**

CONTACT PRESSE :

Benoit David – 06 59 68 98 76 – benoit.david@fnacdarty.com

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

Fnac Darty est un leader européen du retail omnicanal, acteur de référence dans la vente de produits d'électronique, d'électroménager, de biens culturels et de loisirs. Présent dans 15 pays, principalement en France, en Italie, en Belgique, au Portugal, en Espagne et en Suisse, il compte près de 30 000 collaborateurs et dispose d'un réseau multiformat de près de 1 500 magasins, avec des positions fortes sur le web et un nombre croissant d'abonnés à ses services. Le Groupe a enregistré en 2025 un chiffre d'affaires de plus de 10,3 milliards d'euros. Avec Beyond Everyday, son plan stratégique à 2030, Fnac Darty poursuit son expansion en Europe et approfondit son modèle basé sur l'omnicanalité, les services et la circularité.

Pour plus d'informations : www.fnacdarty.com