

« JE
**HIGH
 TECH**
 DES PIEDS
 A LA
 TÊTE »

fnac **it!**

fnac.com

Dès le 8 juin 2010, la Fnac agite ses rayons en créant **fnacit!**

Pour accompagner le quotidien, trouver des idées cadeaux, assouvir ses envies high-tech les plus inattendues et décalées, la Fnac lance **fnacit!**, un nouveau concept en magasin Fnac et sur fnac.com, qui présente tous les trois mois une collection de mode de produits et d'accessoires high-tech exclusifs, rares ou incontournables dénichés à travers le monde.

fnacit! est le dressing-room du passionné de high-tech, attentif à la performance, amoureux de design, visiteur curieux ou fashionista convaincu. Avec toute une gamme de produits de 2 à 400 euros : casques, clefs USB, enceintes design, speakers de voyage, crayons de couleur, badges, cahiers, ... la collection **fnacit!** est idéale pour mettre la touche finale à un look rock, hip hop, chic bcbg ou néo-folk du jour.

Pour créer les collections trimestrielles de **fnacit!**, l'enseigne a collaboré avec un duo de consultantes, dévoreuses et chroniqueuses de tendances, Nadège Winter et Clémence Burgevin-Blachman* qui ont déniché pour la Fnac une sélection d'accessoires incontournables et désirables.

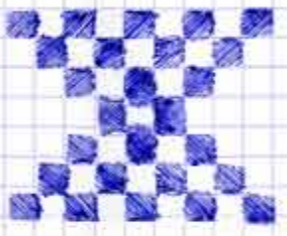
Le concept **fnacit!** dévoile ses trésors et installe ses couleurs dans des espaces dédiés de 30 à 65 m² dans trois magasins parisiens : Montparnasse, Ternes, la Défense, et sur le site internet www.fnac.com.



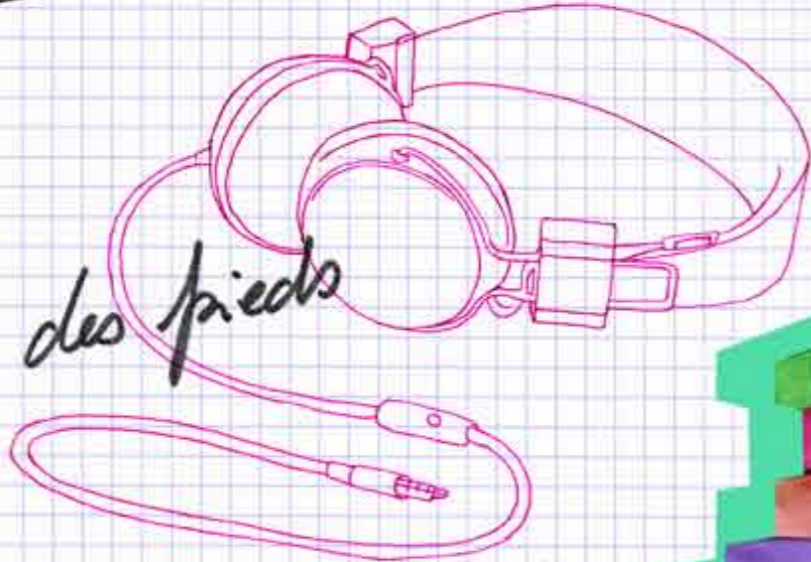
fnac it!



PLAY



*Je high-tech des pieds
à la tête*



A PROPOS DE LA FNAC ...

Filiale du groupe PPR et enseigne leader de la distribution de produits culturels et techniques en France, la Fnac dispose, à fin 2009, de 146 magasins : 80 en France et 66 à l'International (Belgique, Brésil, Espagne, Italie, Portugal, Suisse et Grèce). Son site Internet, www.fnac.com est l'un des premiers sites d'e-commerce BtoC en France en terme d'audience avec une moyenne de 750 000 visiteurs uniques par jour. La Fnac compte près de 15 000 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 4 375 millions d'euros en 2009.



© The Selby

*NADÈGE WINTER

Label Manager au sein de la maison de disques Delabel Virgin pendant 5 ans, Directrice de la communication du Palais de Tokyo pendant deux ans, puis Directrice de la communication du magasin Colette pendant 6 ans, elle a monté sa propre société de consulting en communication et direction artistique en 2008. NWA, Nadège Winter Agency.

Consultante en direction artistique, ou en communication 360°, rédactrice en chef de support de presse, ou responsable sourcing de tendances, elle met du son, du de-

sign, de la culture de mode et de l'esprit de rue dans tous ses projets et ses missions. Aujourd'hui, elle jongle entre ses collaborations auprès de marques et d'agences de publicité, son rôle de styliste pour la marque de tricots en kit Wool and The Gang, mais aussi de créatrice pour la 1ère marque de bijoux éthiques JEM, et endosse parfois la casquette de dj. Toujours assoiffée de nouveaux projets, depuis juillet 2009, elle produit avec des amis le festival international de musique à Biarritz appelé B.I.G.(www.bigfest.fr).

*CLÉMANDE BURGEVIN- BLACHMAN

Après des études de Lettres et un mémoire consacré à l'écriture de la Shoah sur lequel elle a travaillé avec Elie Wiesel, Clémende intègre la maison d'édition Odile Jacob qu'elle quitte en 2003. Elle s'adonne alors en autodidacte à sa deuxième passion et crée sa propre marque de sacs : « Cabas by Clémende » qui connaît un important succès au Japon et sera exploitée pendant 4 ans et distribuée chez Isetan, Onward, Via Bus Stop, Beams mais aussi aux Galeries Lafayette à Paris chez Takashiyama à New York ou encore Urban Outfitters à Londres.

Parallèlement, Clémende réalise des missions de conseil en style au sein du groupe l'Oréal, pour Cacharel parfums, Lancôme ou encore Armani. Elle a

aussi collaboré au développement de l'image du Lapin Nabaztag au sein de la start-up Violet. Sous cet éclectisme apparent, se dessine une seule et même expertise liée au style et à l'image.

Depuis 2007, Clémende a intégré le groupe BCBG Max Azria, elle est aujourd'hui responsable du « R&D » pour une marque récemment acquise par le groupe : Dorotennis. Elle collabore par ailleurs occasionnellement au magazine Glamour. Elle collectionne les vêtements de créateurs, le mobilier vintage, les bijoux fantaisies des années 60-70 et a ouvert en 2008 avec sa famille une galerie éponyme qui traduit son univers.

Contacts presse Fnac :
Gaelle Toussaint et Jennat Kabbaj
01 55 21 54 46 –
gaelle.toussaint@fnac.tm.fr
jennat.kabbaj@fnac.tm.fr

Contacts presse :
Notorious Communication
Valentina Moreno : valentina@notoriouscommunication.com
01 48 04 00 04

Spoka (rp online)
Delphine Caurette : delphine@spoka.net
01 82 28 59 15