



## **Eurostar revisite la petite fête organisée par les voisins du dessus avec JCDecaux Innovate.**

Pour annoncer son offre promotionnelle dans le cadre du Carnaval de Notting Hill, Eurostar joue la carte de la proximité et de l'humour avec JCDecaux Innovate.

Le Carnaval de Notting Hill, événement musical majeur de la fin août à Londres, risque de faire du bruit cette année. La campagne, qui met en avant la grande accessibilité de la manifestation grâce à Eurostar, joue la complicité avec le public.

Pour incarner la proximité entre Paris et Londres, la création s'inspire de l'affichette de quartier bien connue annonçant une fête de voisinage. Dix abribus Showcase entièrement « dénudés » exposeront l'affichette au format A3 afin de prévenir les voisins d'une fête prochaine et s'excuser pour la gêne occasionnée... par le Carnaval de Notting Hill. Avec humour, la note est signée « les voisins du dessus », en référence à nos voisins d'outre-Manche.

Le dispositif événementiel Eurostar, mis en place par MPG, sur un concept et une création de l'agence LEG, est visible à Paris du 30 juillet au 5 août 2008.

JCDecaux Innovate est le département de JCDecaux dédié aux solutions de Communication Extérieure événementielles, dynamiques, audiovisuelles et interactives.

Neuilly, le 31 juillet 2008

Choisissez d'être VU