



Gaz de France DolceVita une énergie créative avec JCDecaux Innovate.

Dans le cadre de la campagne de communication en faveur du développement du gaz naturel, développée par Australie, GDF SUEZ, pour sa marque Gaz de France DolceVita, fait appel à JCDecaux Innovate pour décliner ses visuels dans une mise en scène originale des bénéfices de l' " énergie créative " .

A Paris, 20 adresses prestigieuses valorisent les dernières innovations en matière de gaz naturel, cette énergie qui a su s'adapter aux besoins d'aujourd'hui et de demain.

. 10 Showcases présentent un radiateur fantôme qui évoque le bénéfice du plancher chauffant : " la qualité de la chaleur d'un radiateur au gaz naturel sans radiateur " .

. 10 autres Showcases mettent en avant les économies que permet la chaudière à condensation, qui recycle sa propre vapeur d'eau. Une innovation symbolisée par l'exposition de véritables portes de douche embuées sur lesquelles figure le sigle " recyclage " .

Sur une création signée Australie et dans le cadre de la campagne nationale d'envergure orchestrée par Posterscope, ce dispositif événementiel sera visible à Paris du 24 au 30 septembre 2008.

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

Neuilly-sur-Seine, le 26 septembre 2008

Choisissez d'être VU