

JCDecaux transforme son Abribus® en expérience immersive avec le toit ouvrant de la Renault 4 E-Tech



Pour accompagner le lancement de la nouvelle Renault 4 E-Tech électrique, Renault, Omnicom, Publicis et JCDecaux ont imaginé un dispositif inédit : le vrai toit ouvrant électrique en toile intégrale de la voiture remplace celui d'un Abribus®. Le dispositif, associé à une campagne nationale JCDecaux, a été déployé fin août juste à côté du Défilé Renault, au 39 avenue des Champs-Élysées à Paris.

En utilisant un Abribus®, mobilier emblématique de JCDecaux, la nouvelle Renault 4 s'inscrit directement dans le quotidien des passants. Le dispositif met en scène l'un des équipements phares de la voiture – son toit ouvrant – directement au cœur de la ville et au plus près des passants, pour une visibilité maximale et une mémorisation immédiate.

Ce projet illustre la capacité des équipes de JCDecaux à concevoir des opérations sur mesure, en détournant et en scénarisant son mobilier urbain pour créer des expériences immersives au service de Renault. L'Abribus® a été transformé en support événementiel expérientiel, adapté aux besoins du tournage, démontrant la créativité des dispositifs événementiels JCDecaux et la qualité de la collaboration avec Renault. En installant un véritable élément de la Renault 4 sur un Abribus®, JCDecaux confirme son rôle de partenaire des marques pour imaginer des opérations singulières, impactantes et en parfaite harmonie avec la ville.

Pierre-Henri Bachot, Directeur du développement JCDecaux Live & Artvertising, a déclaré : « *Nous sommes ravis de cette nouvelle collaboration événementielle avec Renault, en partenariat avec Omnicom et Publicis, autour de la Renault 4 E-Tech électrique. Installer un véritable toit de voiture sur un Abribus® JCDecaux était une première qui a permis de créer une mise en scène spectaculaire au cœur de la ville. Cette opération illustre parfaitement la créativité et le savoir-faire des équipes de JCDecaux Live. Depuis sa création en 2005, JCDecaux Live accompagne les marques avec des dispositifs innovants et impactants, mettant en scène leurs produits et services dans l'espace urbain.* »

La marque citée dans ce document est la propriété de JCDecaux.

À propos de JCDecaux

JCDecaux est le N°1 mondial de la communication extérieure, présent dans 78 pays et 3 895 villes de plus de 10 000 habitants, et en développe toutes les activités : mobilier urbain, publicité dans les transports (avec 154 aéroports et 257 contrats de transport dans les métros, bus, trains et tramways) et affichage grand format. Depuis plus de 60 ans, les produits de JCDecaux sont considérés comme la référence en matière d'innovation, de qualité, d'esthétique et de fonctionnalité. À l'heure des villes intelligentes, JCDecaux se positionne pour en être l'un des acteurs majeurs et participe d'ores et déjà à l'émergence d'une ville connectée toujours plus humaine, ouverte et durable. JCDecaux

pratique et promeut la communication extérieure responsable et place plus que jamais l'exigence sociale et la qualité environnementale au cœur de ses solutions et de ses métiers. Dans le cadre de sa feuille de route RSE 2030, JCDecaux a formalisé une Stratégie Climat ambitieuse alignée sur les objectifs de l'Accord de Paris en vue d'atteindre le Net Zéro Carbone en 2050. Cette politique découle de la volonté de JCDecaux de participer à l'atténuation du changement climatique à l'échelle mondiale tout en répondant aux ODD (Objectifs de Développement Durable) définis par l'ONU. La trajectoire de réduction carbone Groupe de JCDecaux a été validée par le SBTi et l'entreprise a rejoint l'indice Euronext Paris CAC® SBT 1,5°. JCDecaux est référencé en matière de performance extra-financière dans les classements CDP (Liste A), MSQ (AAA), Sustainalytics (11,1) et classé Or par EcoVadis.

Contact Presse JCDecaux : Clémentine Prat – 01 30 79 79 10 – clementine.prat@jcdecaux.com

Pour plus d'information : www.jcdecaux.com

Retrouvez-nous sur [X](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) et [YouTube](#)