**EuroMillions en TBWA brengen een hommage aan de kleine geluksmomentjes.**

Iedereen kent ze, die kleine momentjes van geluk. Dat warme gevoel bij je eerste kopje koffie ’s morgens, een heerlijk warm bad, dat to-do-lijstje dat helemaal is afgevinkt, … Kan je je inbeelden hoe geweldig zo’n klein momentje zou voelen als je ook nog eens een kanjer van een EuroMillions jackpot hebt gewonnen? Dat je eerste kopje koffie ’s morgens dan nóg beter smaakt dat is zo klaar als een klontje.

EuroMillions koos voor een campagne die haarfijn inspeelt op de huidige tijdsgeest waarin zorgeloosheid zoveel kostbaarder is geworden dan de exuberante rijkdom van hun legendarisch luxepaardje Paul. Gedaan met de materiële rijkdom, leve de emotionele rijkdom. Het gevoel wordt wel nog steeds met de nodige grandeur gevierd. Met dank aan De Munt werd Nessun Dorma, de beklijvende aria uit de opera Turandot, nog eens opgevoerd.

We zeggen dus dag tegen Paul. Maar hij geniet naar verluidt ontzettend van zijn eerste kopje koffie ’s morgens, en zijn lege to-do lijstjes.

De campagne loopt op tv, in out of home, op radio en via digitale media.