**Delhaize et TBWA sont en mode rattrapage**

**Cette année, l’été s’annonce différent. Après 2 mois de confinement, toute la Belgique aspire à nouveau à la normalité. Surtout en matière de relations sociales. Tous ces barbecues, fêtes d’anniversaire ou baptêmes que nous avons manqués... Delhaize a su parfaitement capter ce sentiment général avec L’été du Rattrapage National : nous pouvons enfin – mais avec prudence – rattraper les moments perdus. Et ça, ça nous fera un bien fou.**

Comme Delhaize et la Belgique toute entière, TBWA attend avec impatience cette ‘nouvelle normalité’. Même si la situation reste encore incertaine en raison des courbes et des stratégies de sortie assez fragiles. Mais… ce n’est pas une raison pour ne pas profiter pleinement et intensément de chaque instant. Et grâce aux promos de rattrapage de Delhaize sur les incontournables de l’été, ces moments auront une saveur encore meilleure.

Dans le spot TV, nous découvrons un avant-goût de ces moments. L’accent est mis sur la préparation, juste avant des retrouvailles prudentes. En radio, nous présentons également divers scénarios de retrouvailles chargées d’émotions, toujours soutenus par des promos de rattrapage pertinentes.

Sur les Abribus, chaque produit en promo correspond à un moment particulier.

Dans les folders toutes-boîtes, ce sont les producteurs et fournisseurs belges qui sont mis à l’honneur. Delhaize souhaite en effet les aider à remonter la pente en incitant ses clients à choisir des produits de chez nous. Une solidarité typiquement belge en ces temps particuliers. Sur les réseaux sociaux, enfin, ces moments de rattrapage se traduisent par des slogans sur des tote bags réutilisables, que l’on peut également gagner. Pour lancer l’action, plusieurs exemplaires remplis de produits belges ont été envoyés à des influenceurs. Les voilà déjà fins prêts pour L’été du Rattrapage National.

Les circonstances dans lesquelles cette campagne a été produite étaient inédites et ont constitué un véritable défi. Les photos, les enregistrements radio et les tournages ont été exécutés selon les règles de notre très cher Marius Gilbert. Ainsi, le casting TV a été composé de familles et de célibataires qui ont eux-mêmes enregistré et envoyé leur propre vidéo de casting. Une équipe réduite a filmé, là où c’était possible, uniquement depuis le jardin, avec des litres de désinfectant et des piles de masques sur le tournage. Mise en scène, production, direction artistique et supervision ont gentiment eu lieu à la maison devant un écran d’ordinateur. Une nouvelle époque...