**BASE et TBWA lancent un nouvel abonnement, même si pour l'instant, c'est pas le plus important**

Lancer un nouvel abonnement mobile alors que tout le monde est coincé chez soi pourrait passer pour une erreur de timing. Mais quand l’agenda commercial croise l’actualité, BASE et TBWA préfèrent jouer la transparence et la sincérité. Car il faut bien reconnaître en toute honnêteté que là maintenant, en plein confinement, personne n’a peut-être besoin d’un nouvel abonnement à 16GB.

TBWA s’est donc penché sur ce qui a vraiment manqué au public en acceptant que si le nouvel abonnement ne reçoit pas l’accueil espéré, ce n’est pas si grave que ça.

Une façon plutôt humble et atypique de présenter un nouveau produit.

La campagne se décline en film, radio, poster, et online, toujours en collaboration avec l’artiste bruxellois Krisy.