**Partena Professional en TBWA geven positieve draai aan ondernemerschap met ‘De bocht van 180°’**

**Je eigen zaak starten, je loonadministratie op orde krijgen, je ondernemerspensioen regelen,… Het lijkt erop alsof ondernemen vandaag heel wat voeten in de aarde heeft. Althans, tot nu. Want samen met TBWA lanceert Partena Professional ‘De bocht van 180°’. Een campagne die bewijst dat we eens en voor altijd komaf mogen maken met alle twijfels over ondernemen.**

Partena Professional kaart met deze campagne drie thema’s aan: starten, loonadministratie en ondernemerspensioenen. En maakt via radio en bannering de bocht van 180°: van complex naar eenvoudig, van moeilijk naar gemakkelijk en van onzekere vooruitzichten naar mooie vooruitzichten.

Deze campagne van het sociaal secretariaat kreeg bovendien nog een extra laagje glans. Two Men and a Horsehead, het design expert center van TBWA, nam de hele visuele stijl van het merk onder de loep. Resultaat? Een volledige make-over van het logo en de huisstijl, perfect op maat van een fris en hedendaags merk.

**CREDITS**

**Brand: Partena**

**Campaign Title: bocht van 180°/le virage à 180°**

**Single or campaign:** Campaign and look&feel

**Media:** O radio

O onine

**Creative Director: campaign:** Frank Marinus

**Look&feel:** Hendrik Everaert

**Art Director:** Philip Decock

**Copywriter:** Arnaud Bouclier

**Account team:** Sofie Declercq, Luc Perdieus, Charlotte Lindemans

**Strategy:** Gunther Van Lany

**Client\*:**

* Marketing Director: Greet Santy
* Campaign Manager: Collin Van Loon
* Campaign Marketeer: Nathalie Legrand

**Production agency:**

* RTV Production team: Saké Productions