**Telenet Business en TBWA op het ritme van ondernemend Brussel**

**Nog maar net op adem na de eerste mokerslag, werd Brussel al voor een tweede keer geconfronteerd met een verwoestende impact op haar lokale economie. Het aantal besmettingen in Brussel steeg exponentieel, waardoor heel wat ondernemingen het opnieuw hard te verduren kregen. Telenet Business wou de moed en inzet van haar business klanten loven met een inspirerende campagne. Want hun toewijding verdient onze inzet.**

Brussel werkt hard. Dag in dag uit probeert de hoofdstad zich uit de kluwen van het virus te wrikken. Maar hoe groot de uitdaging ook is, de creativiteit werd alleen maar groter. Tal van sectoren raken stilaan uit de malaise. Maar voor anderen is het nog steeds bikkelhard. Telenet Business beseft dat het voor haar klanten uiterst zware tijden zijn. En daarom wil het telecombedrijf er nog meer zijn. Met 24/7 technische ondersteuning, een persoonlijke service en een onuitputtelijke toewijding wil Telenet alles in dienst stellen voor ondernemend Brussel. Dat werd duidelijk gemaakt in een nieuwe campagne, waarbij enkele Brusselse ondernemers werden gevolgd tijdens hun – uiterst vroege of extreem lange – shifts.

Paul-Antoine Bertin (ÖTAP), Lore Tiebout (GRUUN Coffee & Plants), Anneleen & Michiel Van Meervenne (KRIKET) en Denys Van Elewyck (Brasserie En Stoemelings) werden meesterlijk gecapteerd door fotograaf Antoine Melis. Hun toewijding werd onze inspiratie. De campagne wordt ondersteund door 3 radiospots – waarvan de *soundeffects* in centrum Brussel werden opgenomen – die telkens heel vroeg of heel laat worden *geaired.* Het moment waarop onze ondernemers nog hard in de weer zijn.