



ENTREPRENDRE
L'ONDERNEMEN

2023

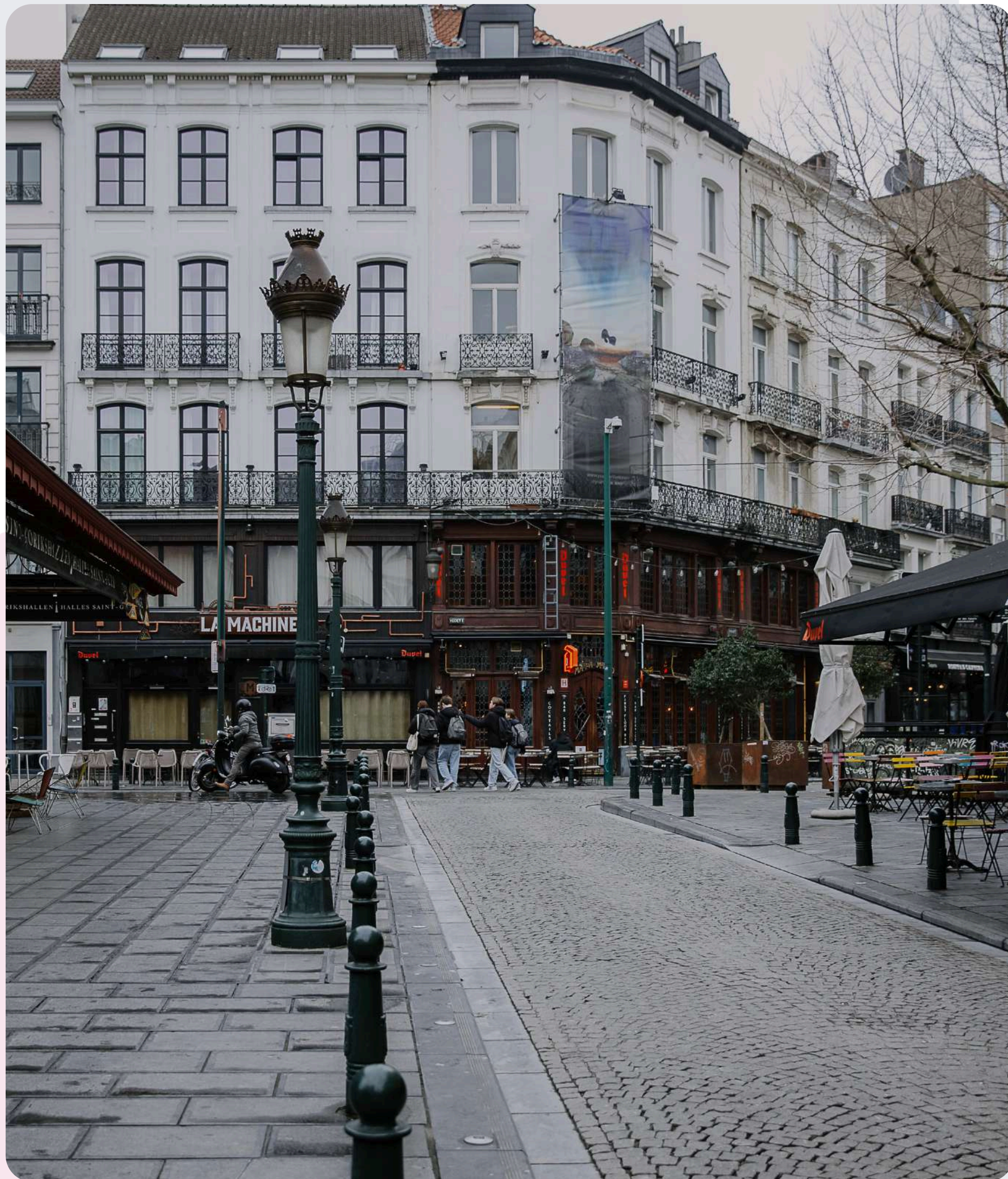
Activiteitenrapport



ENTREPRENDRE
LOUNDERNEMEN



HET ACTIVITEITEN- RAPPORT 2023



INHOUDSTAFEL

- WOORD VAN DE VOORZITTER
- VISIE
- OPDRACHTEN
- BEHEER VAN DE VERENIGING
- ACTIES

Evenement & versterking

Promotie van bestemmingshandel

Commerciële revitalisering

Opleidingen en informatie

Begeleiding van werven

Promotie van ambulante handelszaken

Algemene communicatie

Actieplan van het COS

Marktonderzoek en commerciële ontwikkeling

- DE BELANGRIJKSTE CIJFERS
- CONCLUSIE

WOORD VAN DE VOORZITTER

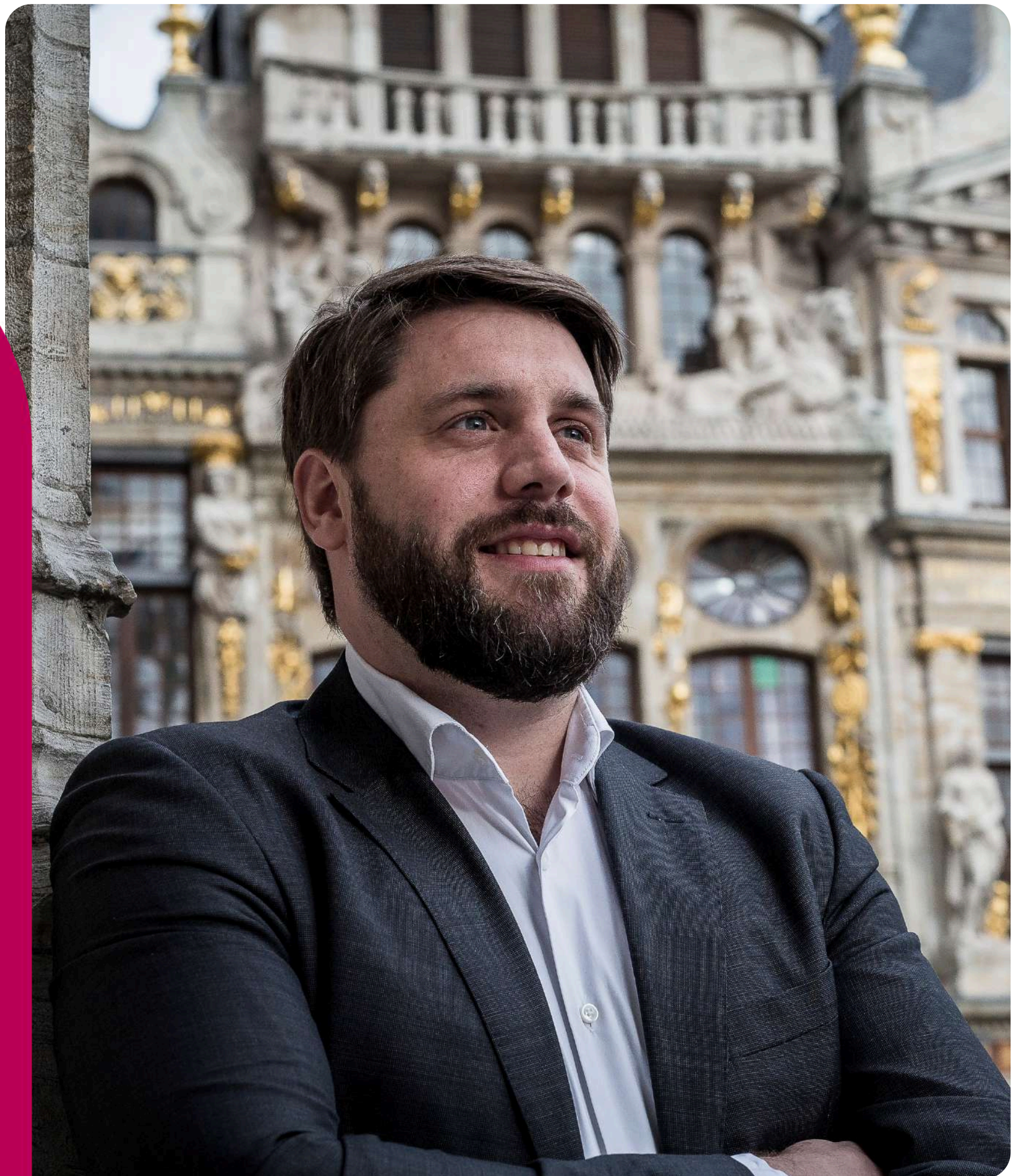
We zijn bijzonder trots op het werk en de ontwikkeling van vzw Ondernemen. In de loop der jaren zijn we erin geslaagd om zo goed mogelijk in te spelen op de behoeften van de handelszaken van de Stad en om concrete en gevarieerde projecten samen te brengen rond een uitzonderlijk dynamisch en professioneel team.

Zoals u in dit verslag zult ontdekken, is 2023 een vruchtbaar jaar geweest: we hebben tegelijk aan verschillende actielijnen gewerkt, van administratieve ondersteuning tot communicatie en de organisatie van evenementen, zodat elke wijk en elke handelsvereniging kon worden ondersteund op basis van de eigen behoeften en specifieke kenmerken.

Met de komst van nieuwe communicatiemedia is het ons doel om deze projecten op lange termijn voort te zetten door middel van stroomlijning en samenwerking rond initiatieven waar handelaars niet altijd de tijd en middelen voor hebben. De nieuwe website Local Guide, die in 2023 werd gelanceerd, is hier een goed voorbeeld van. Doordat ze op internet te vinden zijn, in verschillende duidelijk onderscheiden categorieën, kunnen de Brusselse handelszaken hun expertise, originaliteit, locatie, dienstverlening en andere unieke kenmerken die Brussel doen bruisen onder de aandacht brengen.

We streven er dan ook naar om het enthousiasme, waarvan elke pagina van dit rapport blijk geeft, op lange termijn voort te zetten.

Fabian Maingain, voorzitter van Ondernemen



V I S I E

"De Stad Brussel is een gunstige omgeving voor ondernemers om hun handelszaak te ontwikkelen!"

Ondernemen Brussel draagt actief bij aan de ontwikkeling van het ondernemerschap op het grondgebied van de Stad Brussel en aan de promotie en uitstraling van bedrijven en handelszaken in al hun vormen, zowel vast als ambulant, in de Stad Brussel.

De vereniging ondersteunt ondernemers bij elke fase van hun commerciële projecten. Ze stimuleert handelswijken door middel van communicatiecampagnes en door samen te werken met handelsverenigingen en handelaars bij hun projecten en evenementen.



OPDRACHTEN

De activiteiten van de vereniging zijn onderverdeeld in 3 missies:

- 1) De toegang tot gemeentelijke of particuliere eigendommen bevorderen voor handelszaken die zich volledig inschrijven in het door de Stad Brussel goedgekeurde Schema voor Commerciële Ontwikkeling, en hen helpen bij hun ontwikkelingsstrategie dankzij gegevens over bezoekersstromen, inwoners of bestaande handelszaken per categorie, die kunnen worden geraadpleegd op het WOH (Web Observatorium van de Handel);
- 2) Deze handelszaken helpen en begeleiden bij hun administratieve procedures, zowel wat betreft hun installatie als hun activiteiten (schakel naar de verschillende diensten van de administraties Economische Zaken en Stedenbouw);
- 3) Promotie van de handelswijken en de commerciële activiteiten die in de openbare ruimte plaatsvinden (kermissen, markten, braderijen, foodtruck-parcours enz.) door het organiseren van evenementen en animaties, promotie via sociale media, multimediale communicatiecampagnes, verspreiding van publicaties enz.



BEHEER VAN DE VERENIGING

BEHEERSORGaan



Fabian MAINGAIN

Voorzitter

Lid van de Raad van Bestuur, gemandateerd door de Stad Brussel



Youri MAURY

Lid van de Raad van Bestuur, gemandateerd door de Stad Brussel



Tim VAN CROMBRUGGEN

Lid van de Raad van Bestuur, gemandateerd door de Stad Brussel



Alexandre DERMINE

Gedelegeerd bestuurder voor het dagelijks bestuur

Lid van de Raad van Bestuur, gemandateerd door de Stad Brussel



Andon AKKAYAN

Penningmeester

Vertegenwoordiger handelaars



Fabrice OPPITZ

Vertegenwoordiger handelaars



Barthélemy DE CALLATAY

Vertegenwoordiger handelaars



Julien DUBOIS

Lid van de Raad van Bestuur, gemandateerd door de Stad Brussel



Françoise REMY

Secretaris

Vertegenwoordiger handelaars

BEHEER VAN DE VERENIGING

HET TEAM



Laura SQUARTINI

Verantwoordelijke
administratie en
juridische zaken
Ondersteuning van
handelaars



Lola STALENS

Directieassistente
Office Manager



Marylise LEMERLE*

Commerciële
aantrekkelijkheid
*vertrokken in de loop van het jaar



Quentin CRESPÉL*

Medeverantwoordelijke
aantrekkings- en
commerciële
ontwikkelingsstrategie
*intreding in de loop van het jaar



Malika KAHAN*

Medeverantwoordelijke
aantrekkings- en
commerciële
ontwikkelingsstrategie
*intreding in de loop van het jaar



Elfi DOMBRET*

Ondersteuning en
promotie van
handelswijken
*vertrokken in de loop van het jaar



Katia JACQUES-SERRES

Ondersteuning en
promotie van
handelswijken



Aline ROEGIERS*

Ondersteuning en
promotie van
handelswijken
*intreding in de loop van het jaar



Noémi PARIS ANTELO

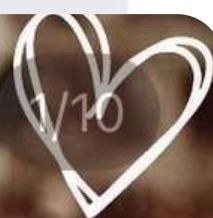
Ondersteuning en
promotie van
handelswijken

ACTIES
EVENEMENTEN
&
VERSTERKING

VALENTIJNSDAG SAINT-VALENTIN

Des restaurants de folie pour
une soirée magique

Uitstekende restaurants voor
een magische avond



Evenementen & versterking

VALENTIJNSDAG

Ter gelegenheid van Valentijnsdag, heeft Ondernemen Brussel een campagne gelanceerd om handelszaken in de Stad Brussel te promoten. Naast een **radiospot** met een opsomming van alle commerciële opportuniteiten in de Stad Brussel werd ook een week lang een **wedstrijd** georganiseerd op **Radio Contact**. Hierbij konden men een romantisch **droomweekend** winnen.

De grote winnaar werd getrakteerd op een prachtige avond in een restaurant met het label van de Stad Brussel en een overnachting voor twee personen in een hotel in het stadscentrum. De winnaar kon ook kennismaken met ambachten via een workshop van het platform Wecandoo en profiteren van een BXL-cadeaubon die kon worden gebruikt in een deelnemende handelszaak naar keuze.

De handelszaken werden tegelijk onder de aandacht gebracht met zowel organische als gesponsorde posts op de sociale media van Ondernemen Brussel.

HET FEEST VAN HET BROOD

Aanwezigheid met een stand op het Feest van het Brood op het rondpunt Schuman om de knowhow van onze ambachtelijke bakkers in de schijnwerpers te zetten. Samenwerking met Fermenthings.

"... geweldig evenement vind ik. We hadden heel leuke ontmoetingen, uitwisselingen en discussies die helpen bij de ontwikkeling van andere projecten." Yannick

Verspreiding van een flyer met een lijst van alle ambachtelijke bakkerijen en patisserieën in de Stad Brussel en een oproep tot interesse aan ambachtelijke bakkers die een zaak willen openen op het grondgebied.

Boulangeries et pâtisseries artisanales référencées sur la Ville de Bruxelles*

Ambachtelijke bakkerijen en banketbakkerijen in de stad Brussel*

- | | |
|--|---|
| 1 MAISON BARAT
Avenue Louise, 301
Louizalaan, 301 | 6 NIHOUL
Chaussée de Vleurgat, 111
Vleurgatse Steenweg, 111 |
| 2 DARLING'S CUPCAKES
Rue des Renards, 19
Vossenstraat, 19 | 7 CHARLI
Rue Sainte-Catherine, 34
Sint-Katelijnestraat, 34 |
| 3 MAZETTE
Place du Jeu de Balle, 50
Vossenplein, 50 | 8 LA MAISON DES TARTES
Rue Dieudonné Lefèvre, 4
Dieudonné Lefèvrestraat, 4 |
| 4 LA BOULANGERIE DES TANNEURS
Rue des Tanneurs, 50
Huidevettersstraat, 50 | 9 BRIAN JOYEUX
Rue du Congrès, 3
Congresstraat, 3 |
| 5 FINE BAKERY
Rue des Minimes, 7
Minimenstraat, 7 | 10 PINPIN
Rue Blaes 152
Blaesstraat 152 |
| | 11 FERME NOS PILIFS
Trassersweg, 347
1120 Neder-Over-Heembeek |

Vous souhaitez vous installer en tant qu'artisan et êtes à la recherche d'un bel espace?

Entreprendre Bruxelles vous accompagne dans votre recherche de financement, de local, vous met en relation avec les propriétaires, vous accompagne dans vos démarches administratives (commerce, urbanisme,...).



Wilt u zich vestigen als ambachtsman en bent u op zoek naar een mooie bedrijfsruimte?

Ondenemen Brussel helpt u bij het vinden van financiering en lokalen, brengt u in contact met de eigenaars en begeleidt u bij uw administratieve procedures (handel, stedenbouw, enz.).



Evenementen & versterking

FAMILIEFEEST

Op 17 september werden handelaars en bewoners van de wijk François Vekemans uitgenodigd voor een gezellige zondag op het Peter Benoitplein!

In samenwerking met de **handelsvereniging van Neder-Over-Heembeek** en **het centrum Nohva** heeft Ondernemen Brussel een uitgebreid programma samengesteld:

- Talrijke **activiteiten voor kinderen**: springkasteel, schminkster, houten spelen, clowns die ballonnen maken, jongleurs en steltlopers enz.
- Een fanfare rond lunchtijd om het plein op te vrolijken
- Een **freestyle voetbalwedstrijd** met jongeren uit de wijk en ster Soufiane Bencok
- **Basketwedstrijden** met spelers van Brussels Basketball



Evenementen & versterking

DESIGN SEPTEMBER

In het kader van Design September werden bij **de uitreiking van de Commerce Design Awards 2023** een aantal Brusselse handelszaken geëerd die genomineerd waren door een panel van experts. Verschillende van deze handelszaken zijn gevestigd op het grondgebied van de Stad Brussel (Seed, Pinpin, Verdo, enz.).

Dit jaar kende de Stad Brussel haar prijs toe aan Seed, een opticien en ambachtelijke brillenmaker. Seed produceert handgemaakte brillen van lokale gerecycleerde en natuurlijke materialen in een atelier-boetiek die is ontworpen met het oog op een minimale ecologische voetafdruk.



Evenementen & versterking

DE JACQUERIES

Op 23 september organiseerde de Sint-Jacobswijk zijn derde Jacqueries. Er stonden straatoptredens en handelsanimaties op het programma. De straten werden geanimeerd met concerten, omroepers en straatartiesten.

Ondernemen Brussel ondersteunde niet alleen de organisatie van het evenement maar ook **de communicatie, met als een van de doelstellingen** om er geleidelijk een echt jaarlijks evenement van te maken.

Naast flyers, posters en publicaties op sociale media en in de pers, promootte Ondernemen Brussel het eendaagse evenement ook doeltreffend met tv-spots. Deze werden uitgezonden in de Belgische ontkoppelingen van TF1, TMC en RTL TVI.

Deze communicatiestrategie is succesvol gebleken, want hiermee werden bezoekers uit Wallonië aangetrokken om deel te nemen aan het evenement.

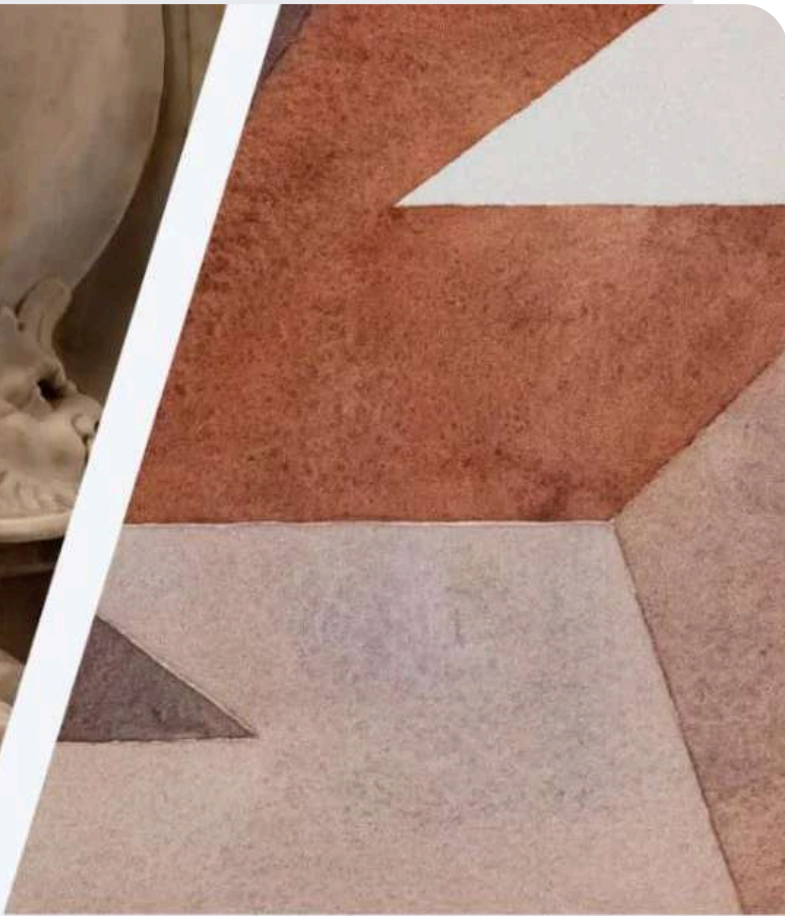


Evenementen & versterking

BRUSSELS ART SQUARE

Bijna 70 galerijen openden hun deuren van 22 tot 24 september 2023. Het was niet alleen een gelegenheid om uitzonderlijke stukken te ontdekken, maar ook een aantal bijzondere locaties, hedendaagse kunstenaars en internationale galerijen die speciaal voor de gelegenheid naar de Zavelwijk waren afgereisd.

Ondernemen Brussel ondersteunde het evenement **door te helpen bij het reserveren van reclameborden** in de straten van Brussel. De vereniging verzorgde ook de promotie op haar sociale media.



BAS

BRUSSELS **ART SQUARE**
22 - 24 SEPTEMBRE 2023

55 + GALERIES / 10 000 ANS D'ART

SABLON / ZAVEL

VENDREDI 22: 10h - 19h

SAMEDI 23: 10h - 19h

DIMANCHE 24: 10h - 19h

WWW.BRUSSELSARTSQUARE.COM

INSTAGRAM: @BRUSSELS.ART.SQUARE



Evenementen & versterking

SABLON DESIGN MARKET

Ook in september 2023 werd de zesde editie van de Sablon Design Market georganiseerd op het iconische plein van de Grote Zavel. Deze drie dagen stonden volledig in het teken van design en vintage. Het evenement bracht een dertigtal exposanten samen die de kans kregen om hun mooiste stukken te tonen. Liefhebbers en verzamelaars waren in de wolken!

Ondernemen Brussel assisteerde de organisatoren van het evenement. De vereniging **was aanwezig en bood advies** tijdens de verschillende vergaderingen.

Ze zorgde ervoor dat de subsidieaanvraag voor het evenement werd opgevolgd. Ze bood ook **ondersteuning** bij het verkrijgen van de verschillende vergunningen van de Stad en de politie. Daarnaast heeft de vereniging **gezamenlijk een bijdrage geleverd** aan de uitdagingen inzake logistiek en uitrusting.

Om de zichtbaarheid van het evenement te vergroten, bood Ondernemen **hulp aan** met het bestellen van spandoeken en posters voor in de handelszaken, evenals **de promotie van het evenement op haar eigen sociale media**.



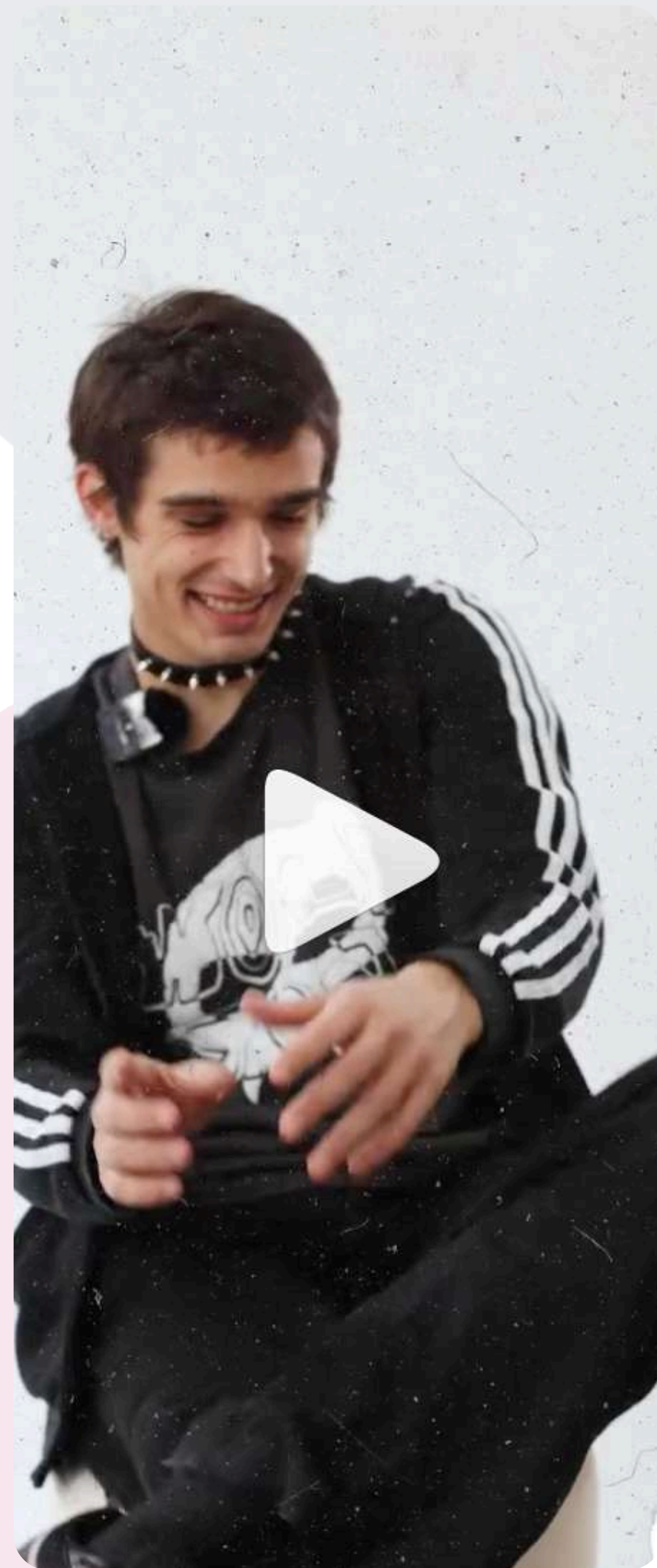
Evenementen & versterking

FIFTY LAB

Als onderdeel van het festival Fifty Lab, een evenement waarbij opkomende artiesten van 15 tot 17 november optraden op 3 podia in het stadscentrum, werkte Ondernemen samen met de organisatoren om **het festival en de Brusselse handelszaken te promoten**. Daartoe heeft de vereniging 3 video's geproduceerd in samenwerking met Fifty Lab. In elk van de video's speelde een artiest of festivalorganisator de hoofdrol. Ze toonden hun favoriete plekken in Brussel en hun lievelingsartiesten op het festivalprogramma.

Deze campagne bereikte bijna **20.000 mensen** op Instagram en Ondernemen Brussel **genereerde bij mekaar bijna 30.000 views** voor de 3 Instagram-video's.

Het is dus niet overdreven om te concluderen dat de campagne voor het festival Fifty Lab een groot succes was. Dit was het resultaat van een combinatie van factoren: de menselijke input, de regelmaat, de betrokkenheid van de verschillende actoren en de kwaliteit van de content.



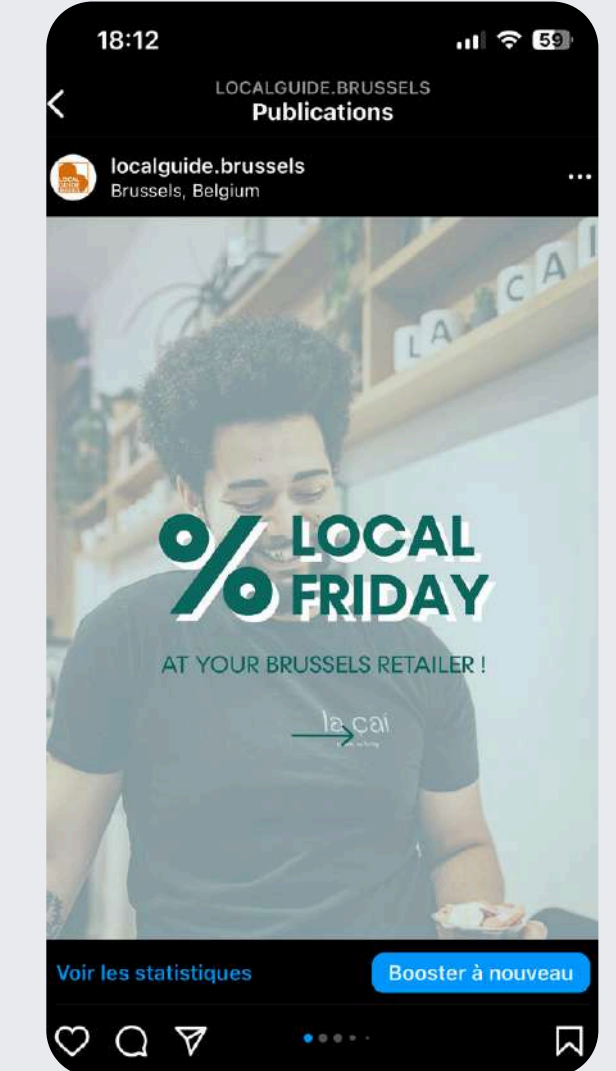
LOCAL FRIDAY

Bijna 30 handelszaken in het stadscentrum besloten om van 20 tot 26 november deel te nemen aan Local Friday. Het was een gelegenheid om hun originele assortiment producten en diensten, hun klantvriendelijkheid en het plezier van lokaal winkelen te laten ontdekken door nieuwe klanten op zoek naar leuke aanbiedingen.

De **website** van commercelocal.brussels (gemaakt door Ondernemen) presenteerde alle acties van de handelaars en registreerde meer dan **1500 unieke bezoeken**.

Affiches van de handelszaken die gedurende 10 dagen te zien waren op de Anspachlaan zorgden voor een uitstekende zichtbaarheid.

Een **dozijn** media (Le Vif, RTBF, RTL, Bruzz, Sudinfo, Paris Match, 7sur7, Gondola, enz.) gaven de informatie door naar aanleiding van een persbericht. Er werden interviews met de handelaars geplaatst op **de sociale media van Ondernemen en er werd reclame gemaakt** op verschillende platforms (sociale media, Vlan, 7sur7, Rossel-groep, enz.). **De campagne op sociale media bereikte meer dan 15.000 mensen**.



Evenementen & versterking

AFFAIRE FOR LIFE

Op zaterdag 2 december waren 15 kopers van de show '**Affaire conclue**' uitzonderlijk aanwezig in de Sint-Gorikshallen voor een veiling die voor de gelegenheid was omgedoopt tot 'Affaire for Life' en een signeersessie.

De verkochte objecten werden geschonken door het publiek en alle opbrengsten gingen naar de liefdadigheidsinstelling '**Viva For Life**' van de **RTBF, die opkomt** voor kinderen die in armoede leven in de Federatie Wallonië-Brussel.

Ondernemen organiseerde het evenement en verwelkomde de kopers, terwijl de RTBF zich vooral richtte op de oproep voor donaties en media-aandacht (interviews vooraf en liveverbinding van VivaCité op de dag zelf).

Gezien de bekendheid in de media van de kopers leverde dit evenement een belangrijke bijdrage aan het imago van het stadscentrum. De kopers verplichtten zich tot het plaatsen van publicaties voor en na het evenement gericht op de **honderdduizenden followers van hun respectieve sociale media**.

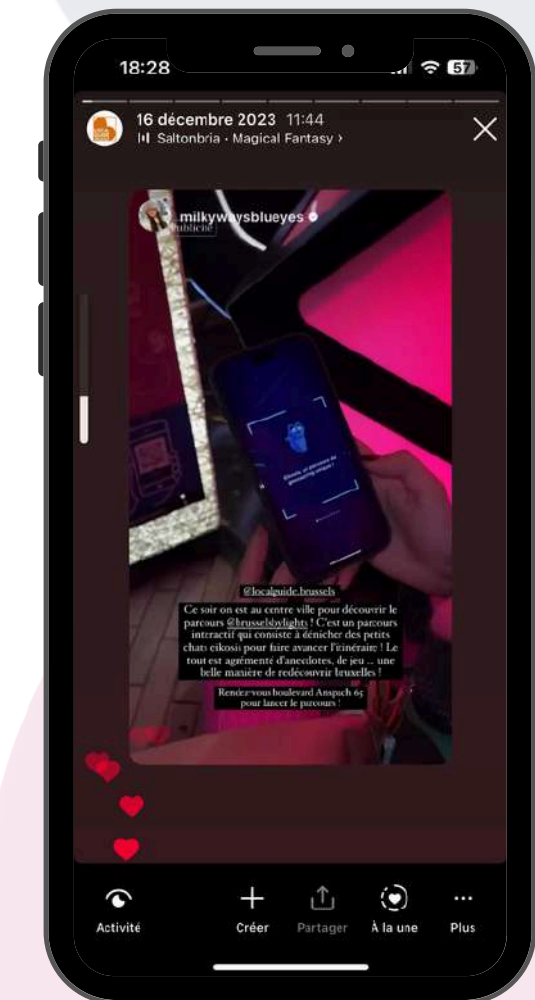
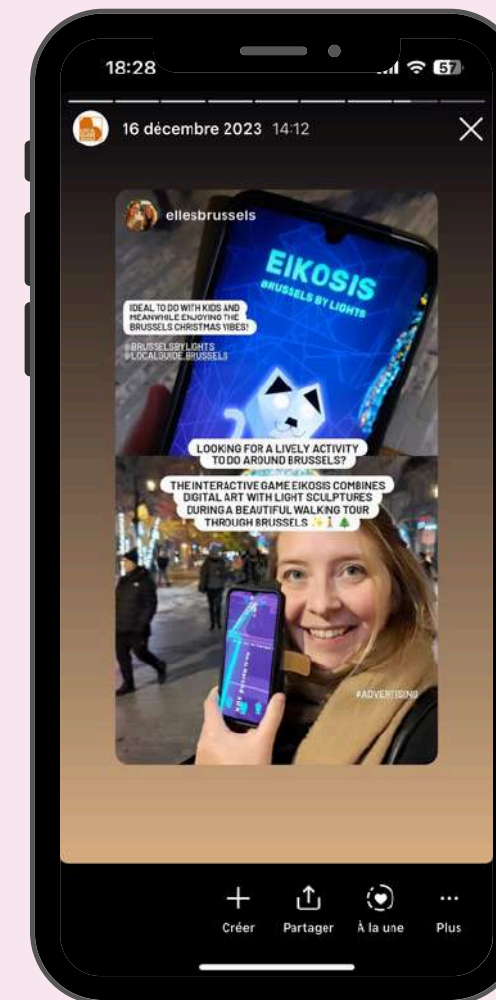
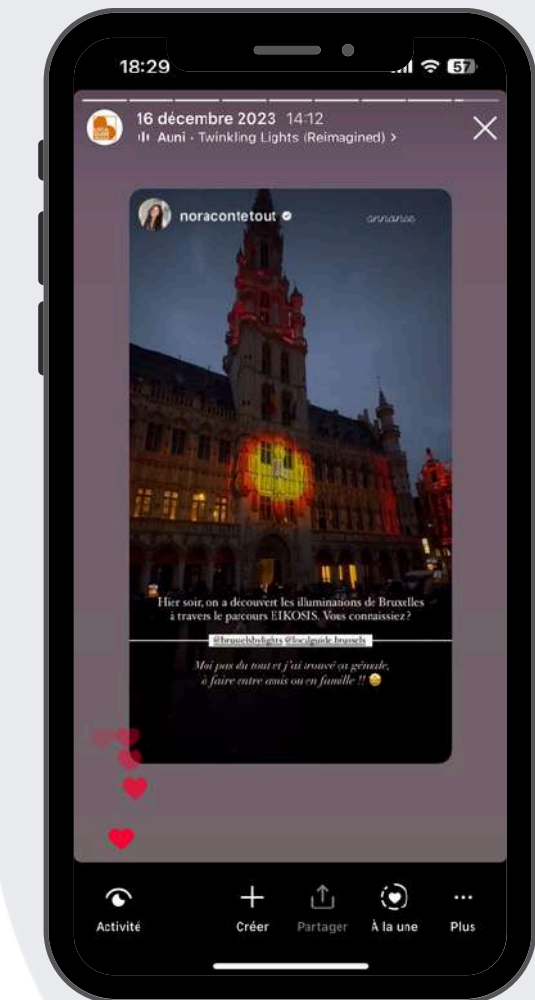
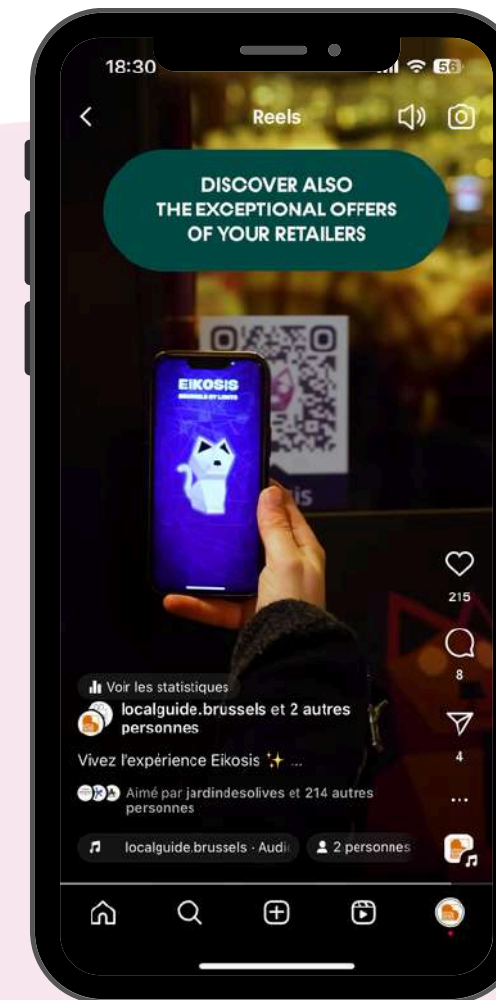


Evenementen & versterking

BRUSSELS BY LIGHTS

Ondernemen Brussel droeg bij aan **de integratie van de handelaars in het Eikosis-parcours** dat werd opgezet door BME (Brussels Major Event) tijdens Brussels by Lights. Eikosis is een ludiek en digitaal parcours. Met behulp van hun smartphones spoorden de deelnemers zowel virtuele als fysieke objecten op die goed waren verborgen in de handelswijken. We boden handelaars de kans om deel te nemen aan deze actie door hen uit te nodigen om exclusieve promoties aan te bieden voor de deelnemers.

Ondernemen was ook betrokken bij **de promotie van de actie** door de organisatie van een **influencerscampagne**. Drie influencers namen deel aan het parcours en hebben het gepromoot op hun sociale media. Deze campagne genereerde **184.782 weergaven**. Bijna **2500 mensen** bezochten de website van Brussels by Lights om meer te weten te komen over het evenement.





ACTIES

**PROMOTIE VAN DE
BESTEMMINGS-
HANDEL**



PROMOTIE VAN DE BESTEMMINGSHANDEL

AMBACHTSACTIE

De eerste twee edities van het festival BAW (Brussels Artisanal Workshop) waren een succes, en Ondernemen wilde verschillende aspecten ervan uitbreiden:

1. Door meer ambachtslui/handelaars bij de actie te betrekken
2. Door creatieve workshops van hoge kwaliteit aan te bieden
3. Door steeds meer mensen te bereiken bij elke actie
4. Door het hele jaar door creatieve workshops aan te bieden rond een aantal belangrijke themadagen:

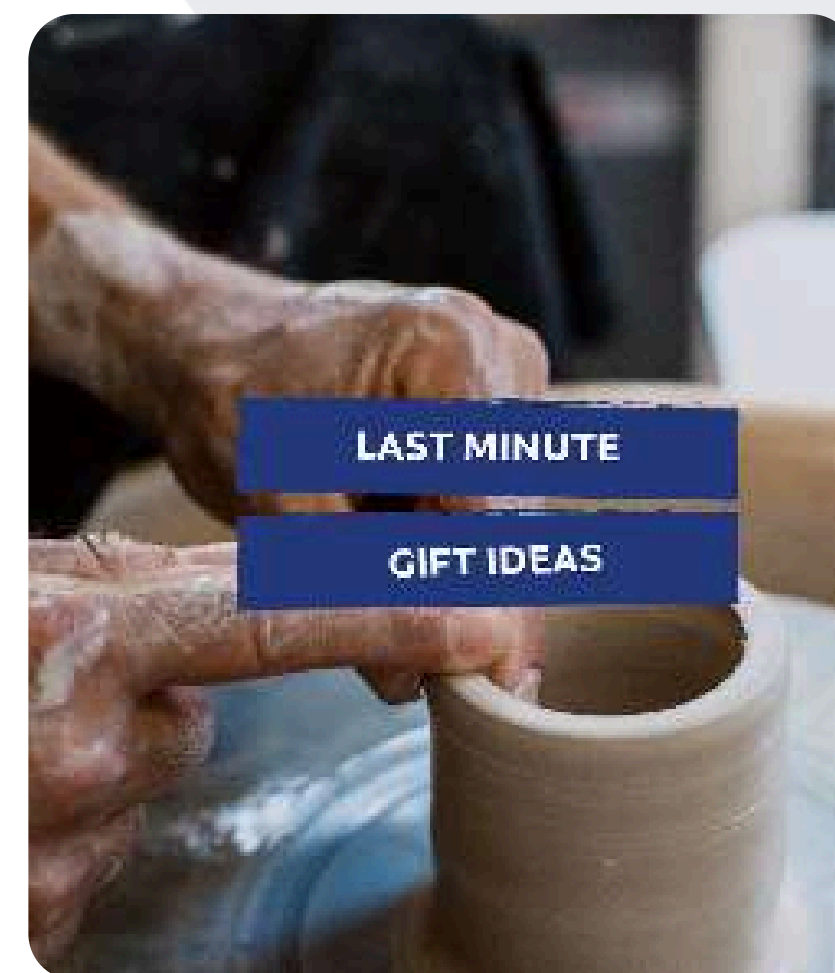
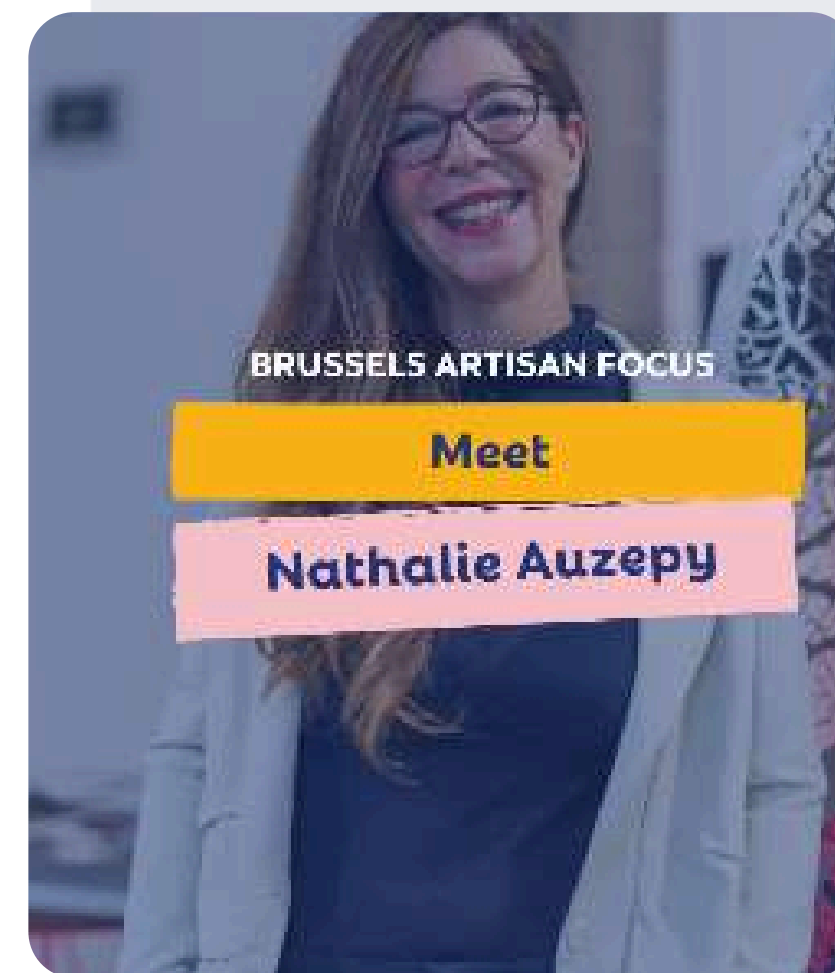
- Valentijnsdag (januari - februari)
- Moederdag (april - mei)
- Vaderdag (mei - juni)
- Eindejaarsfeesten (Sinterklaas en Kerstmis) (november - december)

PROMOTIE VAN DE BESTEMMINGSHANDEL

AMBACHTSACTIE

Vanuit dit oogpunt heeft Ondernomen de samenwerking vernieuwd met Wecandoo, het toonaangevende platform voor de reservatie van ambachtelijke workshops. Er werd een nieuw grafisch charter opgesteld en de communicatie werd opgevoerd met publicaties in redactioneel formaat voor de groepen Rossel en Roularta. Daarnaast werden radiospots, **banners op Google, in-feed publicaties**, influencer- en perscampagnes en boosts op **sociale media** ingezet.

De vereniging heeft ook een nieuw grafisch charter gecreëerd en een Instagram-account opgezet in het thema van **@ateliers.brussels**. Die laatste heeft momenteel 2400 volgers en promoot de ambachtszaken op verschillende manieren. Elke maand besteedt de pagina aandacht aan een ambachtszaak, een thema, een weerkerend evenement, cadeau-ideeën of een 'wist-je-dat'.



PROMOTIE VAN DE BESTEMMINGSHANDEL

HANDELSWIJKEN

Om de restaurants en de bars in het stadscentrum tijdens de zomer te ondersteunen, heeft Ondernemen Brussel promotie- en communicatiecampagnes opgezet rond het project **LA DALLE**. Hoe werkt het? Klanten boeken een **thematisch** parcours waarbij ze op één avond zelfstandig vier verschillende locaties kunnen ontdekken. Dit initiatief is **een ideale manier om mensen aan te moedigen Brusselse handelszaken in het stadscentrum te ontdekken**.

Er werden vier parcours ontwikkeld over een totale periode van tweeënhalve maand. **Een vijfde parcours werd opgezet voor bedrijven**. In totaal hebben **1.762 mensen** deelgenomen aan een parcours van La Dalle, goed voor **7.048 degustaties** in de verschillende deelnemende zaken.

ARE YOU READY ?

LA DALLE

PROMOTIE VAN DE BESTEMMINGSHANDEL

HANDELSWIJKEN

Ondernemen Brussel en La Dalle (Balance Design Event) hebben hun krachten gebundeld om een communicatiecampagne op te zetten.

Voor de lancering werden **5 influencers en verschillende journalisten** uitgenodigd om het Eat With Style-parcours te ontdekken. **Er werden meer dan 3500 kliks gegenereerd** naar de website van La Dalle en er verschenen verschillende artikelen in So Soir, Flair, Sudpresse en andere lifestylebladen.

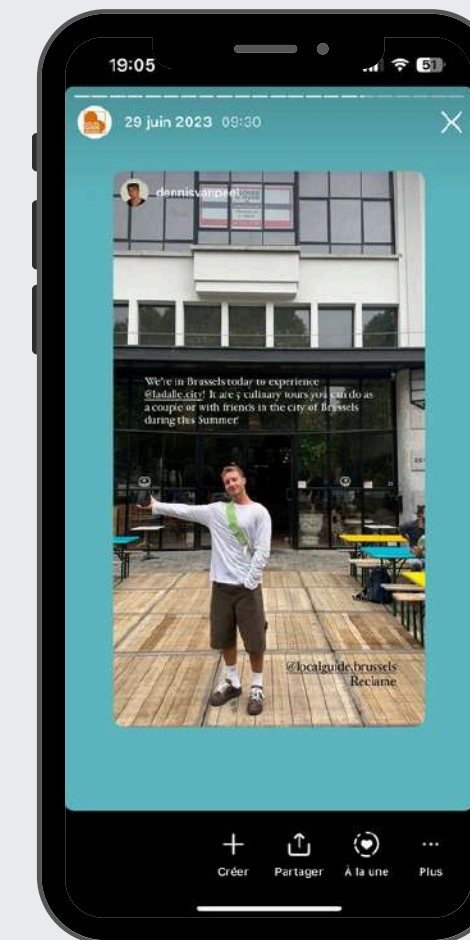
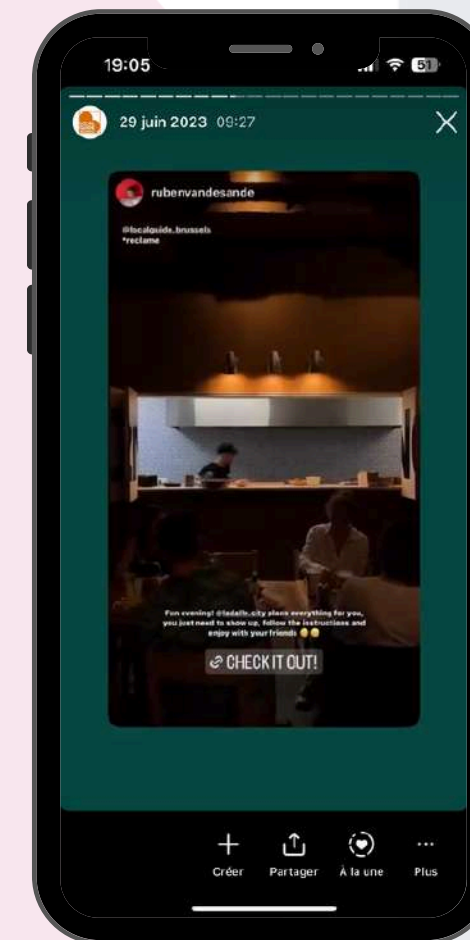
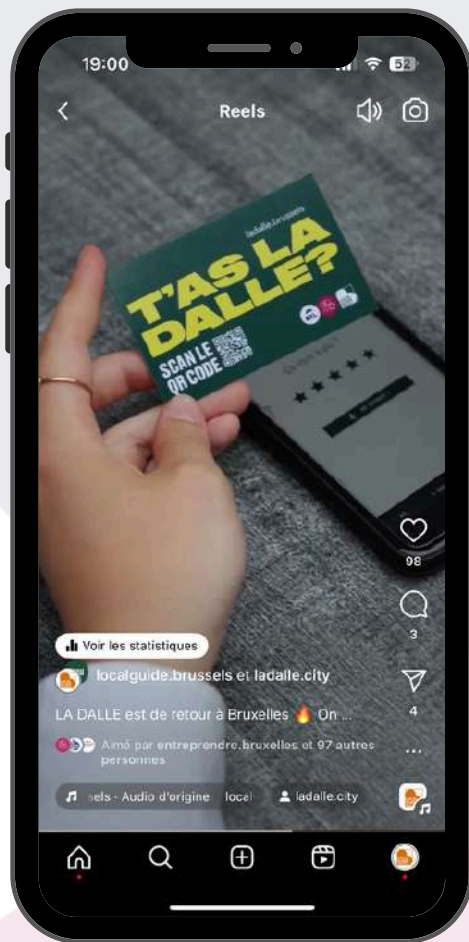
Een **betaalde** campagne op sociale media bereikte **meer dan 90.000 mensen** en genereerde **meer dan 1.100 kliks** naar de website.

Er werd 'Fastlane'-promotie geplaatst in **verschillende steden rond de Stad Brussel** (Brussels Gewest + randgemeenten).



HANDELSWIJKEN

De resultaten



Principal contributeur

J'ai fait le original il y a quelques semaines pour l'anniversaire de ma sœur, on a adoré! C'était vrmt très sympa 😊

32 sem J'aime Répondre

Principal contributeur

Moi j'ai fait "holy date" et franchement c'était trop chouette ! Je recommande 🍷

J'ai fait le circuit « it's a trap » avec des copines il y a une dizaine de jours et on a toutes adoré !
Des découvertes mais aussi des re-découvertes d'endroits qu'on connaissait déjà mais super sympa quand même! En termes de boissons et nourriture, ce n'était pas un circuit aussi varié que les autres il me semble, surtout en termes de consommation (celui-là est assez axé alcool) mais on s'est vraiment trop amusées 🍷😍

32 sem J'aime Répondre

5 ❤️😍

Ola, je l'ai fait avec mon copain il y a 1 semaine ! C'était trop trop chouette de (re)découvrir de nouveaux restos de bxl et se laisser guider par l'application ! Je recommande +++

32 sem J'aime Répondre

❤️

PROMOTIE VAN DE BESTEMMINGSHANDEL

FASTLANE BEREIKBAARHEID

Het was cruciaal voor de Stad Brussel om de aandacht van het publiek te vestigen op het feit dat het centrum van Brussel een van de meest aantrekkelijke bestemmingen van het land blijft, met een betere bereikbaarheid en mobiliteit dan ooit tevoren. In 2021 lanceerde Ondernemen Brussel een opmerkelijk doeltreffende reclame- en webcampagne op basis van geolokalisatie. Brussel Fastlane: hoe sneller we er zijn, hoe langer we ervan genieten!

De campagne werd voortgezet met affiches van 2 m² in steden op minder dan 30 km van Brussel en in de buurt van stations:

- In augustus: Fastlane - J'ai la Dalle
- In december: Tweedehands



BXL **LA VILLE DE STAD**

BRUSSEL, HET VINTAGE EN TWEEDEHANDS PARADIJS!

VANUIT MECHELEN ZAL DEZE QR CODE
UW ROUTE BEREKENEN
EN U RECHTSTREEKS NAAR HET
TWEEDEHANDS PARADIJS LEIDEN!



HOE SNELLER JE ER BENT, HOE LANGER JE GENIET.

**BRUSSELS
FASTLANE**

**Fiets, loop,
rij of zwem naar het**

**CENTRUM
VAN BRUSSEL**

PROMOTIE VAN DE BESTEMMINGSHANDEL

TOEGANKELIJKHEID ANTI-BASHING

Om de psychologische barrière inzake de bereikbaarheid van Brussel bij een deel van de bevolking aan te pakken, wilde Ondernemen met de campagne **“Om naar Brussel te gaan zijn alle manieren goed. Behalve vliegen, dan ga je beter te voet!”** aantonen dat het stadscentrum van Brussel toegankelijk blijft, ongeacht het vervoermiddel.

De campagne bestaat uit twee verschillende onderdelen:

Gefilmde interviews met handelaars die ambassadeurs zijn voor het stadscentrum, en korte straatinterviews met klanten. De twee formats werden vervolgens verspreid via de sociale media van Ondernemen en van de handelaars, evenals via de eerste twee influencers die in 2023 werden ingehuurd voor deze missie (Benin en Nico en Vrai).



BXL-CADEAUBON

De BXL-cadeaubon was een initiatief om lokale winkeliers te ondersteunen na de Covid-crisis in 2020. De actie werd beëindigd in september 2023.

In 2023 hadden 272 winkeliers zich bij de regeling aangesloten.

Er werden 2802 cadeaubonnen geïnd in 2023, goed voor een totale omzet van **€ 866.501,48** bij de winkeliers. De Stad Brussel bood klanten een bonus van 20%. Dit kwam neer op **€ 143.592,26** in 2023.

Sinds 2020 heeft dit initiatief een omzet gegenereerd van **€ 2.398.515,90** voor winkeliers, en het totale bonusbedrag aangeboden door de Stad bedroeg **€ 395.797,38** over 3 jaar.



GRÂCE À LA VILLE DE BRUXELLES

JE T'AIME
À 120%

POUR LA SAINT-VALENTIN,
OFFREZ UN BONCADO
ET RECEVEZ 20% DE SA VALEUR
EN PLUS !





BXL-BONCADEAU

est le cadeau parfait pour faire plaisir à ta maman et pour soutenir les commerçants locaux de la Ville !



PROMOTIE VAN DE BESTEMMINGSHANDEL

HANDELSWIJKEN

In 2023 werden in de loop van het jaar verschillende communicatiecampagnes gelanceerd om de winkeliers die zich registreerden voor de BXL-cadeaubon te promoten:

- **Valentijnsdag:** affiches in winkels, op sociale media - "Hou 120% van elkaar!"
- **Moeder- en Vaderdag:** campagne in Femmes d'Aujourd'hui, Pocket 2023 + sociale media.

Gezien het succes van de campagne was het toegewezen budget sneller opgebruikt dan verwacht, waardoor Ondernemen niet in staat was om de andere acties die aan de winkeliers waren aangekondigd (zomersolden, start van het schooljaar en eindejaarsfeesten) uit te voeren.

OPENSOON BXXL

Een handelszaak openen kan een riskante gok zijn, vooral als het de eerste keer is dat iemand aan een dergelijk project begint, en nog meer als het project ambities heeft op het gebied van duurzaamheid en circulaire economie.

Om de ondernemingszin te stimuleren voor kwaliteitsprojecten in de Stad, heeft Ondernemen de premie die wordt toegekend door hub.brussels en Brussel Economie en Werkgelegenheid met **€ 5000 verhoogd** voor **13 handelszaken** in de Stad.



ENTREPRENDRE
ONDERNEMEN

OpenSoon BXXL

Date 16 décembre 2023

Montant

5.000€

Pour

Jane Rebillé, Akko Café

De

Fabian Maingain, Echevin des Affaires économiques de la Ville de Bruxelles

Nous sommes convaincus que votre projet contribuera de manière significative au dynamisme de notre ville.

LABELS 2023



Om de handelszaken te erkennen die Brussel doen bruisen dankzij **hun dynamiek, aantrekkelijkheid en kwaliteit**, heeft de Stad Brussel labels toegekend aan een selectie van handelszaken in elke wijk op basis van voorstellen van handelsverenigingen en Ondernemen Brussel.

Naast erkenning door hun collega-handelaars, betekent het label ook dat de ontvangers het hele jaar door aan bod komen in de communicatiecampagnes van de vereniging. In 2023 **kregen 53 handelszaken het label**.

Daarnaast werd een panel van influencer-ambassadeurs samengesteld voor de selectie in **drie trendy commerciële categorieën** in Brussel. Het publiek koos ervoor om de prijs toe te kennen aan een handelszaak in een van deze drie categorieën:

- Vernieuwende horeca
- Duurzaamheid
- Horeca van hoge kwaliteit

Deze organische campagne bereikte meer dan **10.000 mensen** dankzij de inzet van de handelszaken die in aanmerking kwamen voor de publieksprijs en de communicatie van de influencer-ambassadeurs.

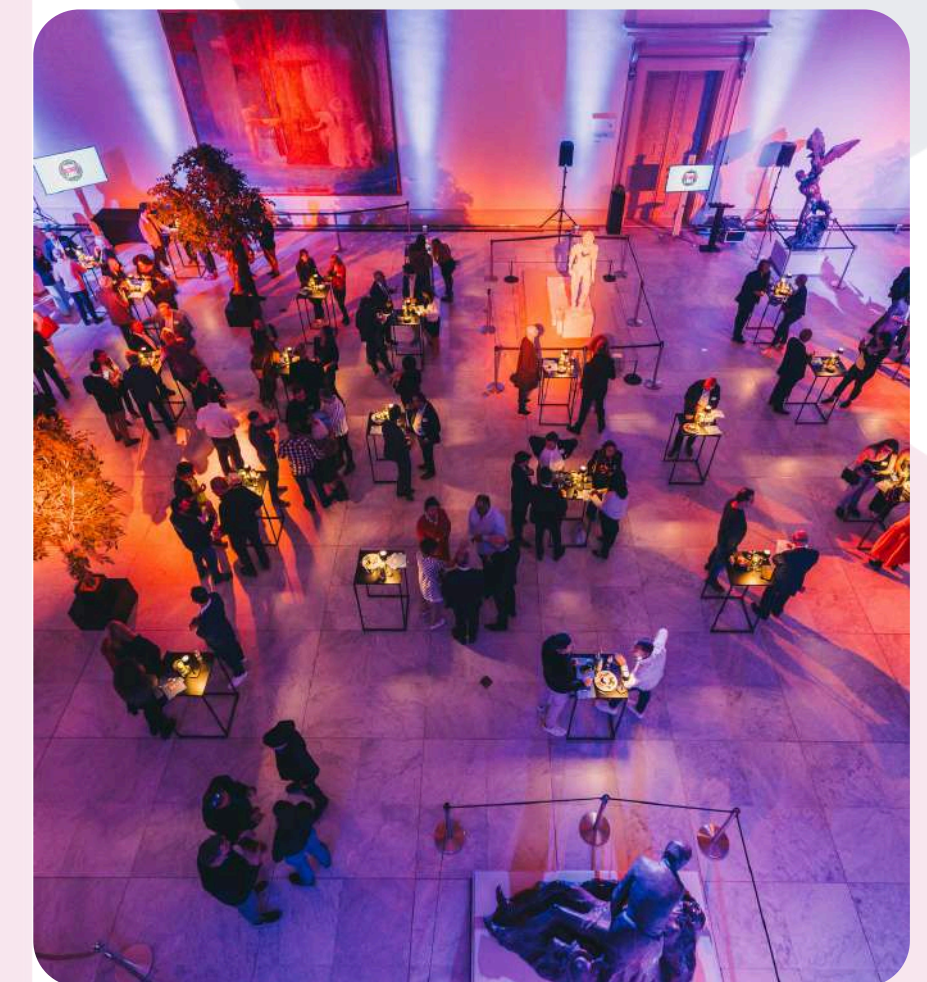
PROMOTIE VAN DE BESTEMMINGSHANDEL

LABELS 2023

Om het evenement te vieren, werden alle handelszaken die sinds 2015 het label ontvingen uitgenodigd voor de uitreiking van de Labels.

Dit jaar werd deze georganiseerd in de Koninklijke Musea voor Schone Kunsten van België. **Meer dan 700 handelaars** werden uitgenodigd.

Na een presentatie van de handelszaken die een label ontvingen in 2023 volgde een gezellige maaltijd die de kans bood voor uitwisselingen tussen collega-handelaars en de actoren van de Stad Brussel.

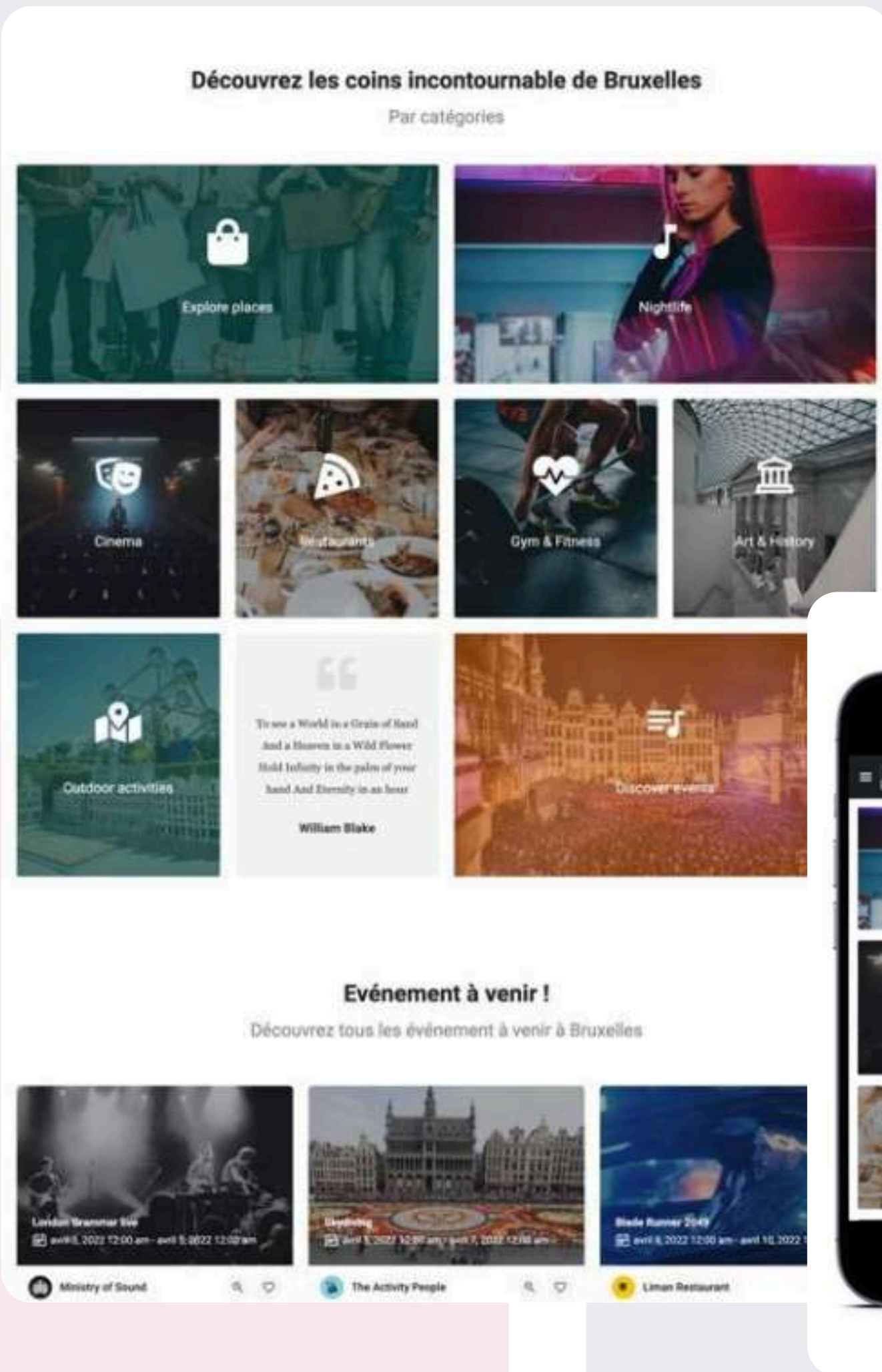


WEBSITE LOCALGUIDE.BRUSSELS

In 2023 werd de online aanwezigheid van Ondernemen Brussel en haar BtoC-identiteit herzien: Local Guide.

Met het oog hierop werd besloten om een nieuwe website te maken. Het belangrijkste doel was om alle kwalitatieve handelszaken van Brussel op één plek te verzamelen. Localguide.brussels heeft als missie om het referentiepunt te zijn voor niet te missen Brusselse handelszaken en om actuele, trendy en relevante inhoud aan te bieden.

De vereniging stelde daarom een openbare aanbesteding op en selecteerde een dienstverlener om de nieuwe website te ontwikkelen. Het doel is om deze in de eerste helft van 2024 te ontwikkelen en in mei te publiceren.

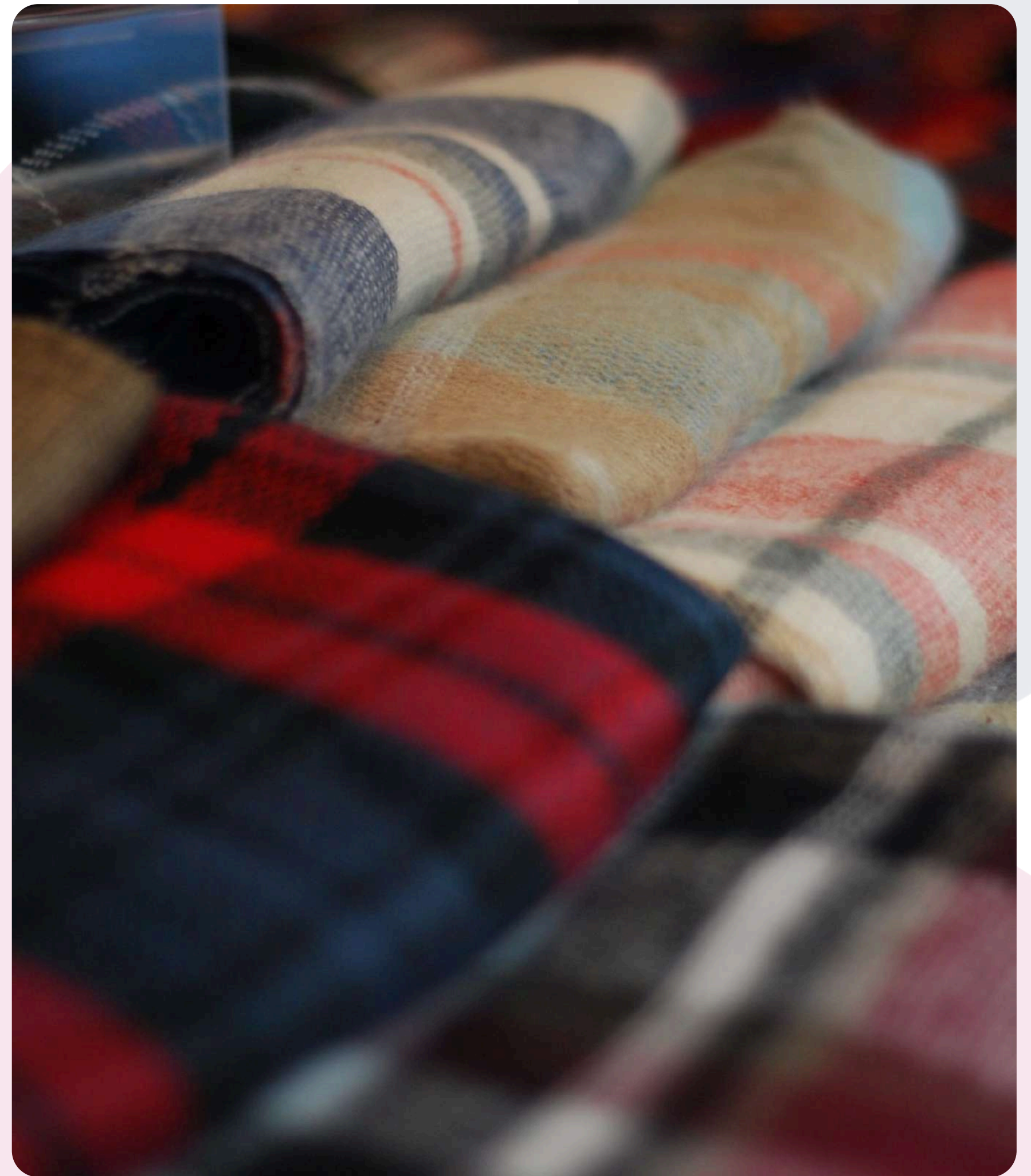


PROMOTIE VAN DE BESTEMMINGSHANDEL

WOLLEKES

Na het succes van de distributie van wollekes (geüpccyclede plaids) in 2022, hebben de Stad Brussel en Ondernemen Brussel opnieuw een oproep tot interesse gelanceerd aan restauranthouders die kiezen voor een winterterras zonder verwarming.

Er werden **565 wollekes** verdeeld onder 27 handelszaken in 2023, bovenop de 486 die in 2022 werden uitgedeeld.





ENTREPRENDRE
ONDERNEMEN



VOTRE COMMERÇANT
VOUS OFFRE

**UNE HEURE
DE PARKING
GRATUIT***
À DEUX PAS D'ICI !

UW HANDELAAR
BIEDT U AAN

**EEN UUR
GRATIS
PARKEREN***
NET OM DE HOEK!

PROMOTIE VAN DE BESTEMMINGSHANDEL

PARKEERACTIE

Om tegemoet te komen aan de behoeften van handelszaken waarvan de klanten zich met de auto verplaatsen in Brussel, lanceerde Ondernemen de actie '**1 uur gratis parkeren**'. Het doel was om de gewoonten te veranderen, door aan mensen die gewend waren om op straat te parkeren te tonen dat er parkings in de buurt zijn.

De **400 handelszaken** die interesse toonden in het initiatief, ontvingen een eerste pakket van **250 parkeertickets** om uit te delen aan hun klanten.

De vereniging heeft **een complete communicatiekit** voor hen gemaakt. Deze is samengesteld uit:

- Een A3-affiche
- A6-flyers en een flyerhouder voor op de toonbank
- Een sticker voor de vitrines
- Een digitale communicatiekit



A C T I E S

**COMMERCIËLE
REVITALISERING**

STICKERS

De 'Stickers', een belangrijk middel om de handel te stimuleren, hebben in 2023 opnieuw hun waarde bewezen.

Ondernemen Brussel heeft **zes stickers** op lege vitrines gekleefd. Dit initiatief heeft het mogelijk gemaakt om kwaliteitskandidaten aan te trekken en tegelijkertijd commerciële leegstand te bestrijden.

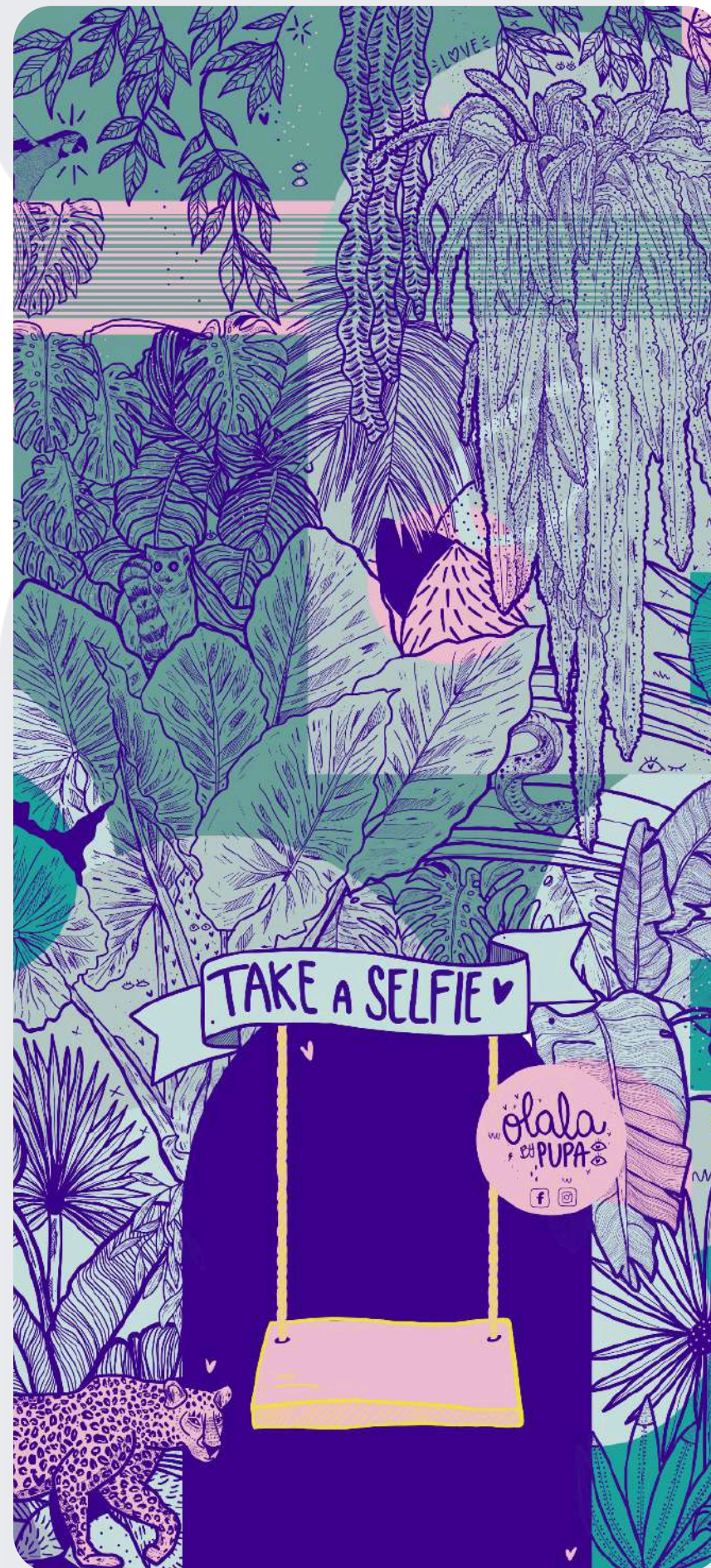
Dit jaar heeft Ondernemen Brussel **samengewerkt met kunstenaars** om stickers op groot formaat te maken. Daarvan werd er één op de

Nieuwstraat 9 gekleefd in samenwerking met Cushman & Wakefield. Er was een groot project lopend in de Korte Beenhouwersstraat, maar het gebouw werd verhuurd net voordat de stickers werden gekleefd. In plaats daarvan zal een bord met de tekst "OPENING soon" de komst van de nieuwe rumbar aankondigen: Barbe Rousse!

Op het Sint-Lambertusplein in Laken **heeft de sticker de keten Bos Coop aangetrokken** die samen met het bekende café Palto de wijk wil dynamiseren.



BEFORE



AFTER

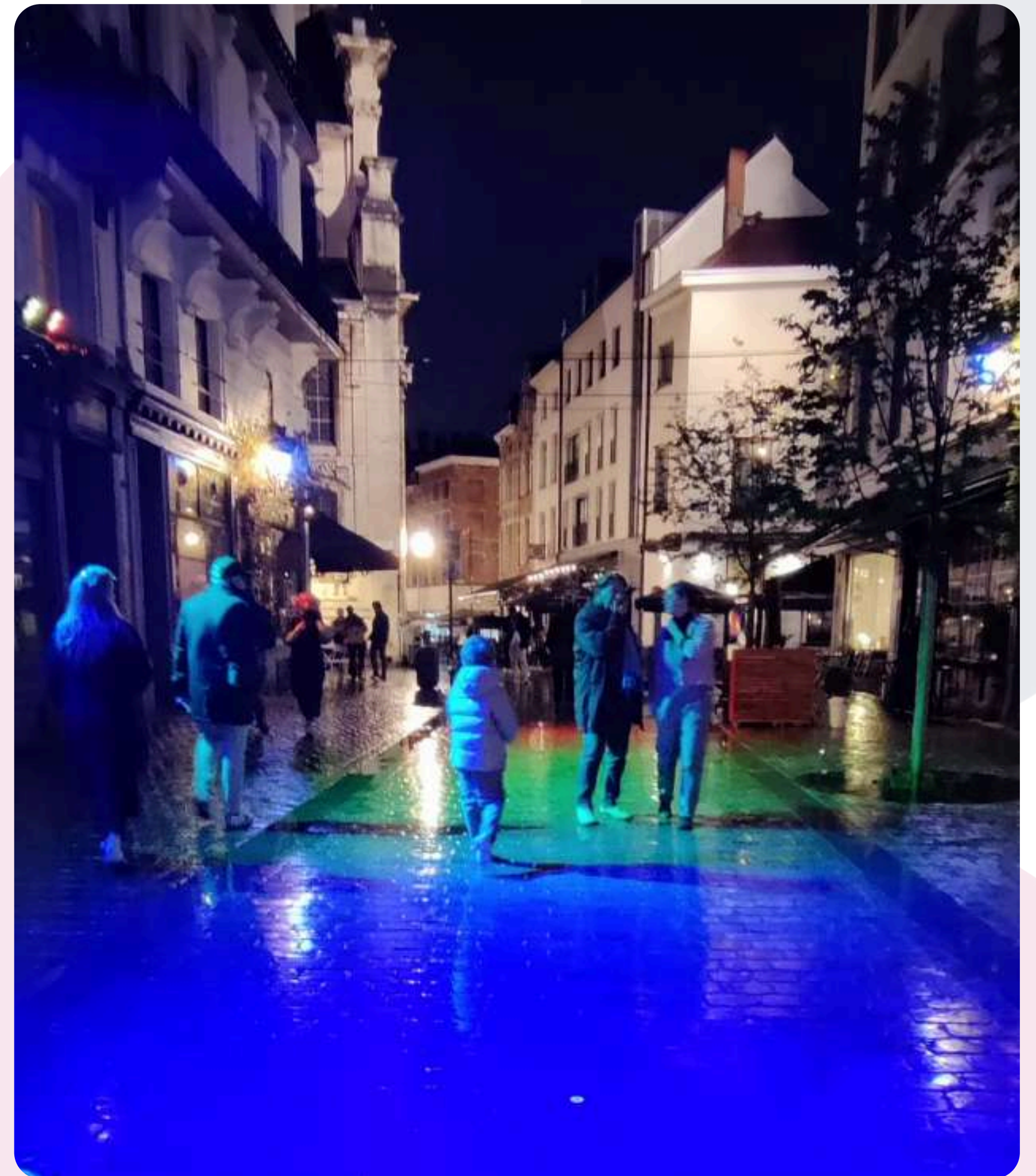
Commerciële revitalisering

KENMERKENDE STRAATDECORATIE

Licht op de Zenne

Eind oktober toonde een lichtprojectie de bedding van de rivier de Zenne, die vroeger onder de kasseien van de Kolenmarkt stroomde.

Het doel van deze operatie is tweeledig: het commerciële weefsel revitaliseren van deze recent gerenoveerde straat met een rijke geschiedenis en een meeslepende ervaring bieden aan de passanten. Ondernemen ontwikkelde dit project om **het historische erfgoed van de straat te valoriseren**, de actuele aantrekkingskracht te versterken en **de commerciële dynamiek te ondersteunen**.



ACTIES
OPLEIDINGEN
&
BEGELEIDING

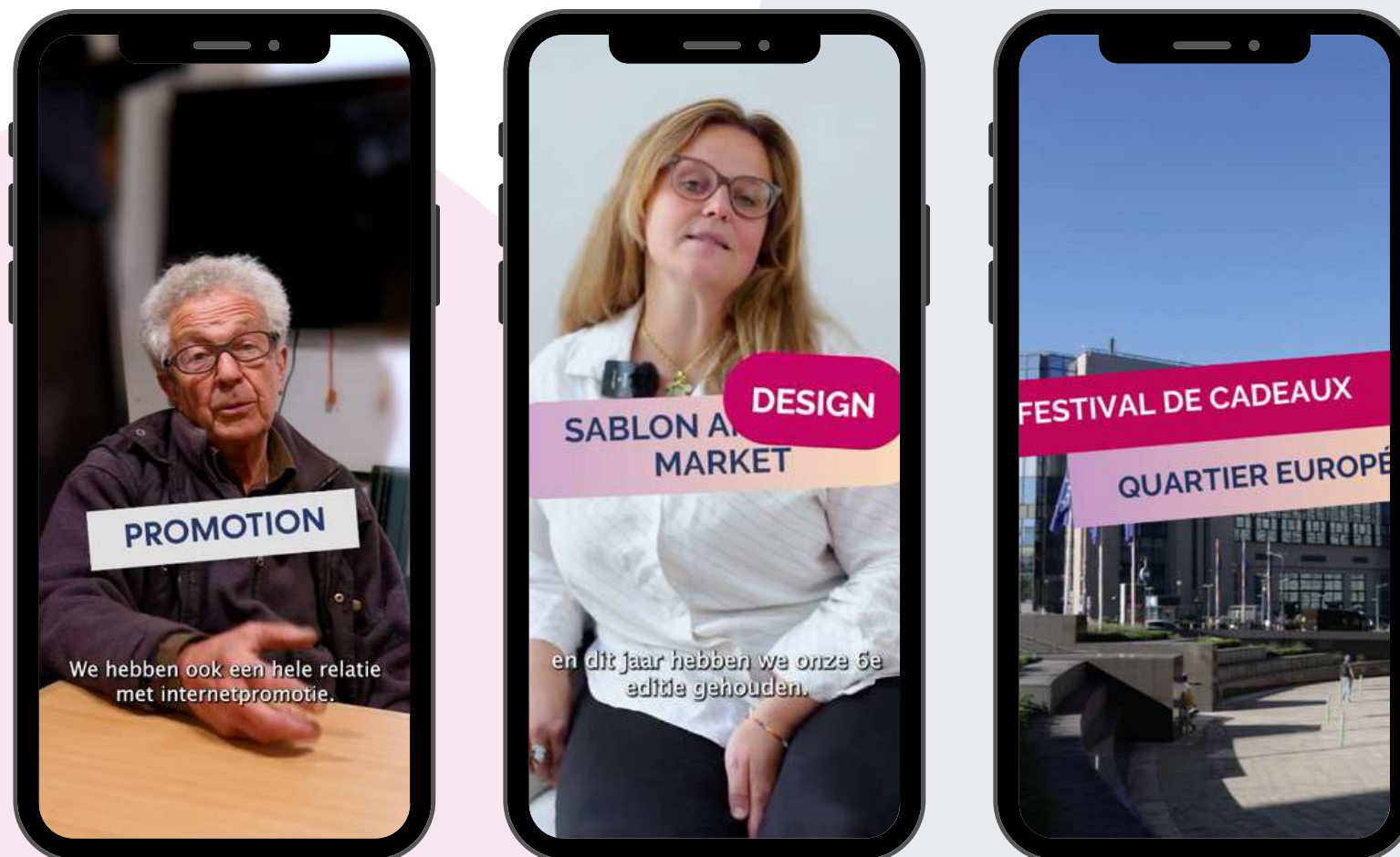
ONDERSTEUNING HANDELSVERENIGINGEN

Ondernemen ondersteunt handelsverenigingen die een specifieke actie, project of animatie willen opzetten. De vereniging assisteerde bijvoorbeeld **de handelsvereniging van Sint-Goriks** bij de organisatie van de eerste brocantemarkt in de wijk tijdens de autovrije dag, alsook bij de Creative Patch, een parcours langs verschillende ambachtszaken in de wijk tijdens het eerste weekend van december.

Ze treedt ook regelmatig in dialoog met de handelaars over eventuele problemen in de wijk.

In 2023 organiseerde ze **twee bijeenkomsten**: een met handelaars van de **Marollen** en een met handelaars van **Neder-Over-Heembeek**, om de dynamiek, veiligheid en bereikbaarheid van de wijk te bespreken.

Ondernemen bracht ook verschillende handelaars van de voetgangerszone samen (Anspachlaan) om de **oprichting van een handelsvereniging te bespreken**. De vereniging heeft ook een vergadering belegd met de **verschillende gemeentelijke en gewestelijke overheden** om de problemen van de handelaars te bespreken (netheid, veiligheid).





A C T I E S

**BEGELEIDING
VAN WERVEN**

Begeleiding van werven

NAAMSESTRAAT

De tweede fase van de werkzaamheden aan de Naamsestraat vond plaats in 2023. De voetpaden en wegen waren toegankelijk voor verkeer, maar auto's konden er niet parkeren.

Ondernemen Brussel verdeelde **2.200 gratis toegangstickets voor de parking** Twee Poorten (die het dichtste bij de Naamsestraat ligt) aan **28 handelszaken** die reageerden op de oproep tot interesse.

RONDON BRUCITY

Om de Heras-hekken te bedekken rond het toekomstige Brucity-gebouw, het administratief centrum van de Stad Brussel, bevestigde Ondernemen **10 dekzeilen** die verwezen naar de **lokale handelszaken** en de campagne BXL-cadeaubon. Op deze manier werden de lokale handel en onze platformen onder de aandacht gebracht en de werfzone verfraaid.



Begeleiding van werven

SINT-KATELIJNE

Ondernemen Brussel heeft besloten om handelszaken een schoonmaakdienst aan te bieden voor hun vitrines, luifels en gevels, om de impact van de werf in de Sint-Katelijnestraat te verminderen.

Ongeveer 20 handelszaken hebben hier gebruik van gemaakt. Dit werd uitgevoerd in januari 2024.



Begeleiding van werven

TRAM VEKEMANS

De winkelstraat François Vekemans ondervindt veel hinder van de werken aan tram 10 die Neder-Over-Heembeek met het stadscentrum verbindt.

Het team van Ondernemen, dat regelmatig contact houdt met de handelaars, heeft ervoor gezorgd dat zij over volledige, regelmatige en actuele informatie beschikken over de lopende werkzaamheden.

Er kwamen talrijke problemen aan het licht in verband met de premie, ze is moeilijk te begrijpen, ingewikkeld en van beperkte duur.

Daarom heeft Ondernemen Brussel besloten om zich in te zetten voor de handelaars in samenwerking met de MIVB en hub.brussels: lobbyen voor administratieve vereenvoudiging en een vlottere toekenning van de premies.

Er werden ook **35 dekzeilen** met signalisatie op de vele nadar-barrières bevestigd om de werf te verfraaien en de toegankelijkheid van de lokale handel te benadrukken.





ACTIES

**PROMOTIE
VAN AMBULANTE
HANDELSZAKEN**

DE ZUIDFOOR

De missie van Ondernemen Brussel met betrekking tot de Zuidfoor bestaat uit:

- De organisatie van de openingsdag
- De organisatie van de persconferentie
- Het voorstel voor de invalshoek van de communicatie
- Het opstellen en onderhandelen van een **360°-reclamecampagne**
- Het onderhouden van het contact met de peter en meter
- De organisatie van een dag voor zieke kinderen
- Het ontwerp van de signalisatie op de locatie

Het 360°-communicatieplan vertegenwoordigde een waarde van **€ 250.000** voor een onderhandelde uitgave van **€ 77.000** op basis van het thema "**Beleef het avontuur**".

De grootste uitdaging dit jaar was het plaatsen van **signalisatie** om de bezoekers doorheen de foor te gidsen, via de omleiding onder de spoorwegbrug en de MIVB-werken (Toots-werf).





A C T I E S

**ALGEMENE
COMMUNICATIE**

DIGITALE COMMUNICATIESTRATEGIE

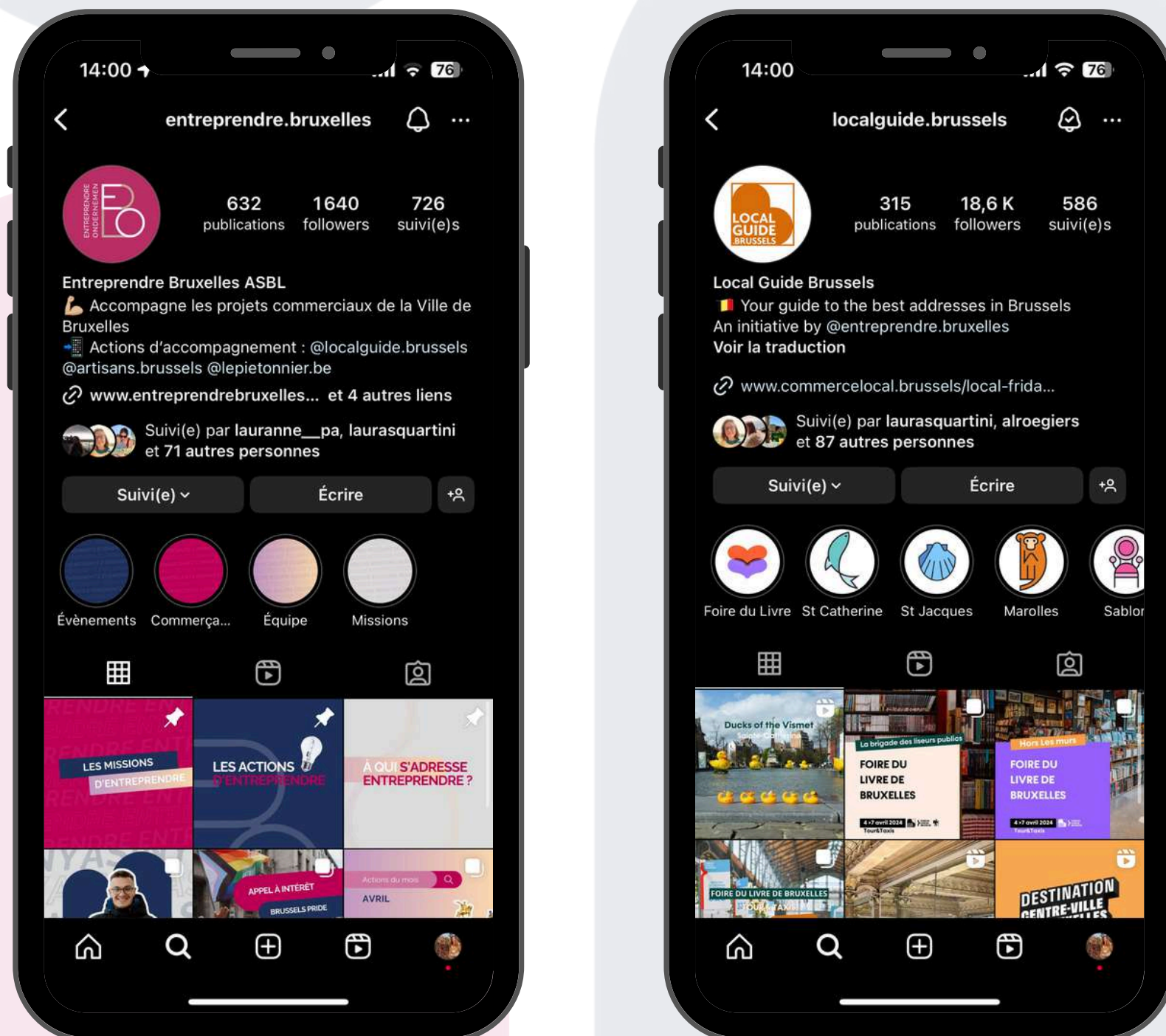
Met de hulp van een Brussels agentschap heeft Ondernemen Brussel haar gehele digitale communicatiestrategie herzien, inclusief:

- De verschillende merken
- De websites
- De sociale media

Ze hebben samen drie merken geïdentificeerd:

- **Entreprendre Bruxelles + Ondernemen Brussel**, voor de BtoB-presentatie van al haar acties, oproepen tot interesse enz. Deze hebben hun aanwezigheid op Instagram, Facebook, LinkedIn en YouTube ontwikkeld.
- **Localguide.brussels** om kwaliteitsvolle handelszaken in Brussel in de kijker te zetten per thema, wijk, stadsevenement of de algemene kalender. Localguide is aanwezig op Instagram, Facebook, TikTok en Pinterest.
- **Ateliers.brussels** is een initiatief om de Brusselse knowhow in de kijker te zetten, en meer bepaald om handelaars te promoten die ambachtelijke workshops aanbieden om hun klanten te laten kennismaken met hun knowhow. Ateliers.brussels is aanwezig op Instagram en Facebook.

De dienstverlener voerde ook een **audit uit van al haar websites** en stelde een nieuwe organisatie voor (hergroepering, stopzetting, enz.).



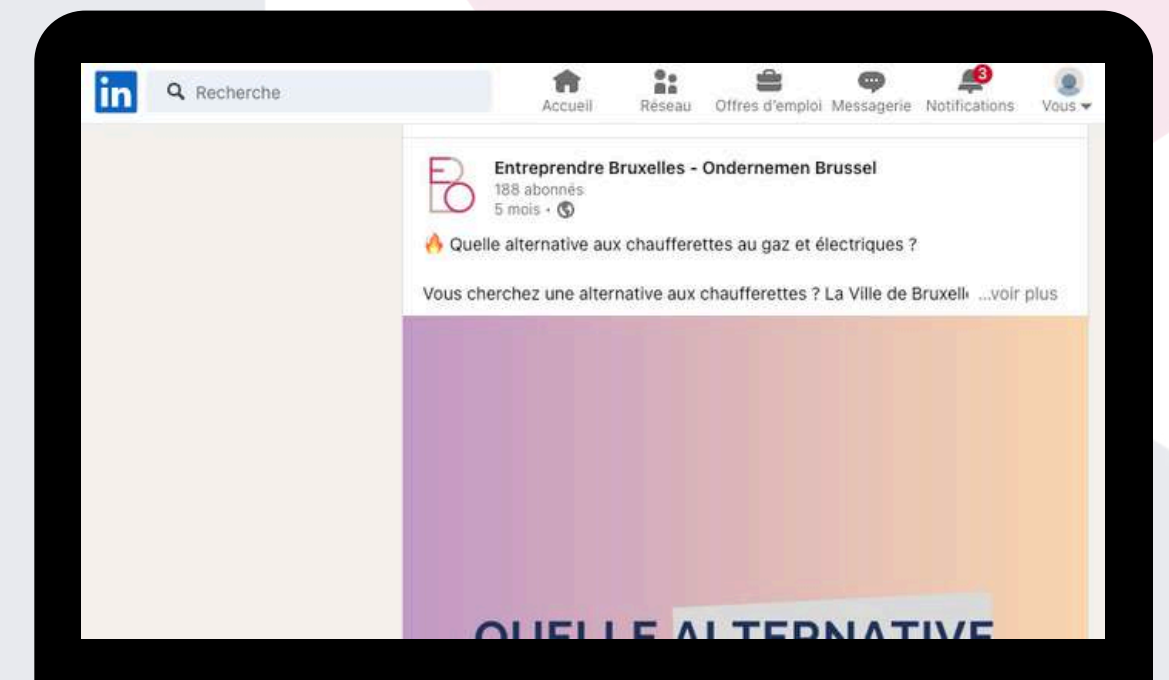
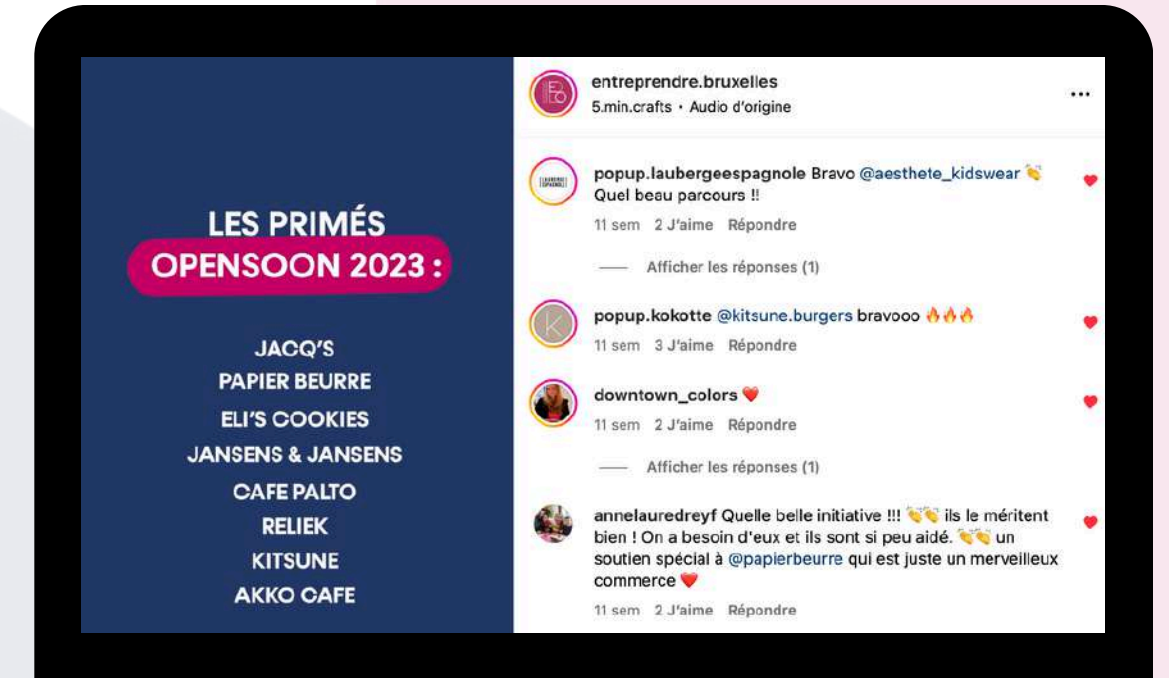
ZICHTBAARHEID EN POSITIONERING VAN ONDERNEMEN

Na de audit en herstructurering van de sociale media van Ondernemen heeft het team:

- De voormalige Instagram- en Facebook-account 'I Shop in Brussels' hernoemd naar 'Ondernemen Brussel';
- Een 'Ondernemen Brussel' Facebook- en Instagram-account aangemaakt;
- Een LinkedIn-account aangemaakt.

Het doel van deze accounts is om de activiteiten van Ondernemen onder de aandacht te brengen, zodat handelaars en ondernemers ons leren kennen en een beroep doen op onze diensten. Het idee is ook om de projectoproepen van Ondernemen en de Stad op deze platformen te delen.

Ondernemen verspreidt ook informatie over de activiteiten van de handelsverenigingen, belangrijk nieuws en actuele evenementen, en ze presenteert dynamische bedrijven op haar sociale media.

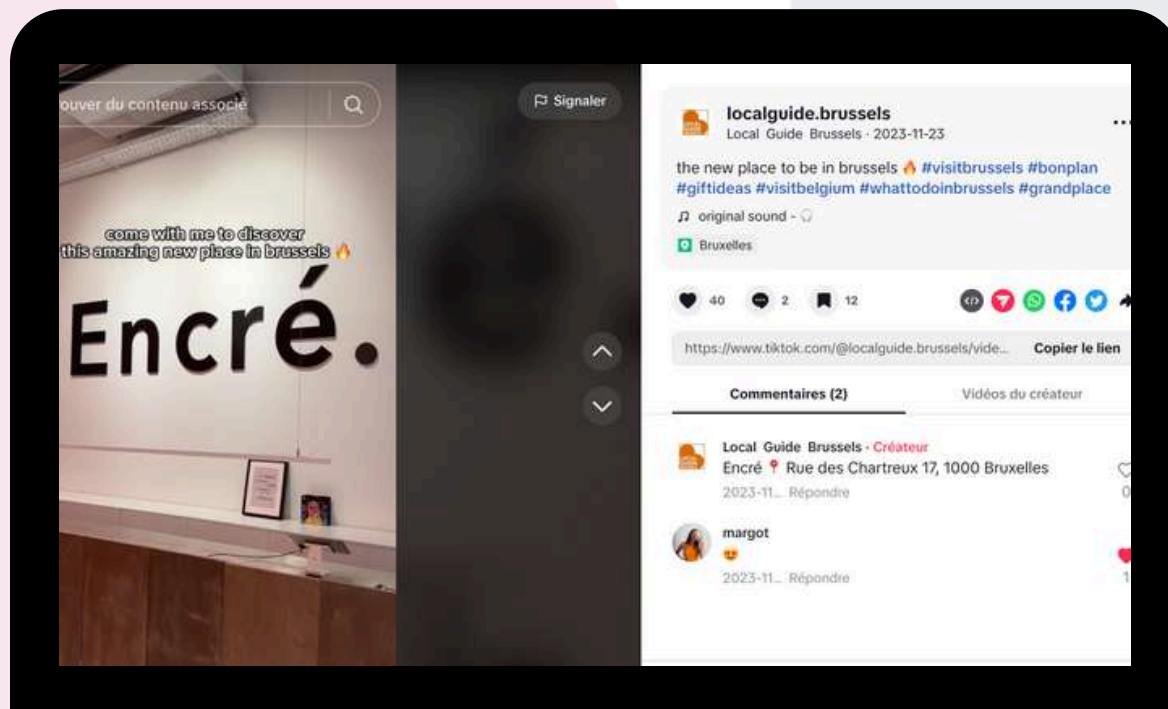
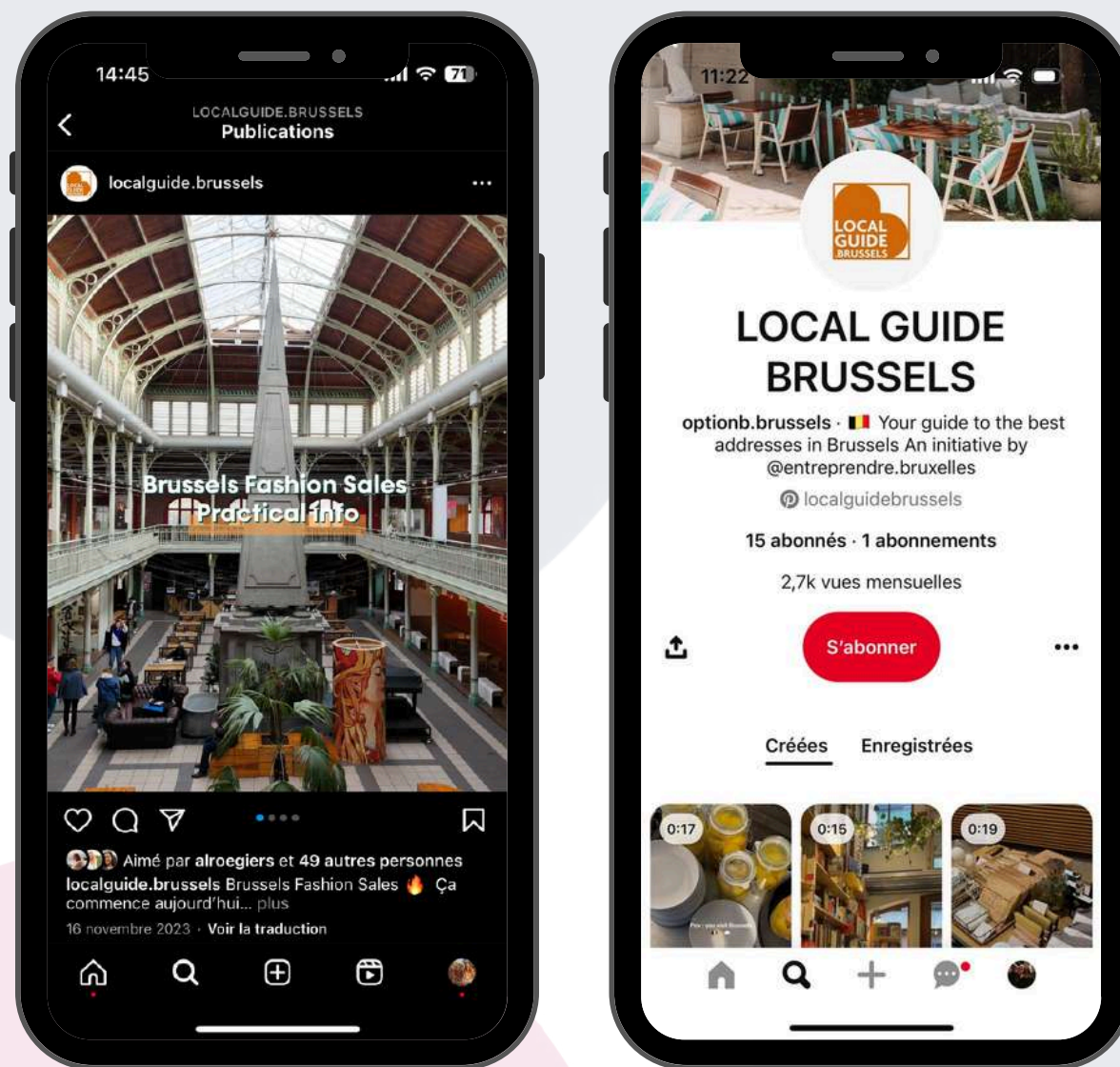


POSITIONERING, COMMUNICATIE EN ZICHTBAARHEID B2C

Ondernemen beschikt over een **breder merk** om handelszaken in de Stad Brussel te promoten: **'Localguide.brussels'**. Het doel hiervan is om handelswijken, bestemmingshandel, commerciële evenementen en Ondernemen-initiatieven gericht op het publiek en klanten onder de aandacht te brengen.

Sinds de identiteitsverandering heeft de vereniging een aanzienlijke **stijging vastgesteld van het aantal abonnees** op zijn Instagram-account (+4600 volgers van juni tot december 2023). Ze heeft ook **haar aanwezigheid ontwikkeld** op Facebook, TikTok en Pinterest.

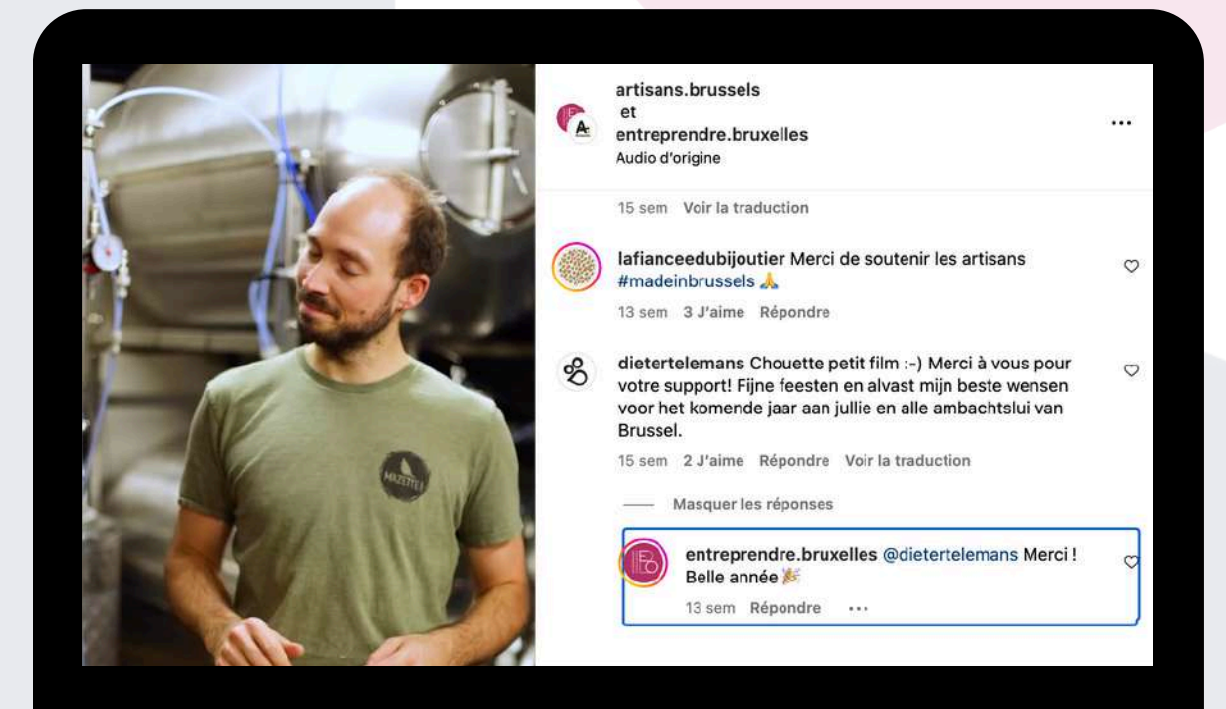
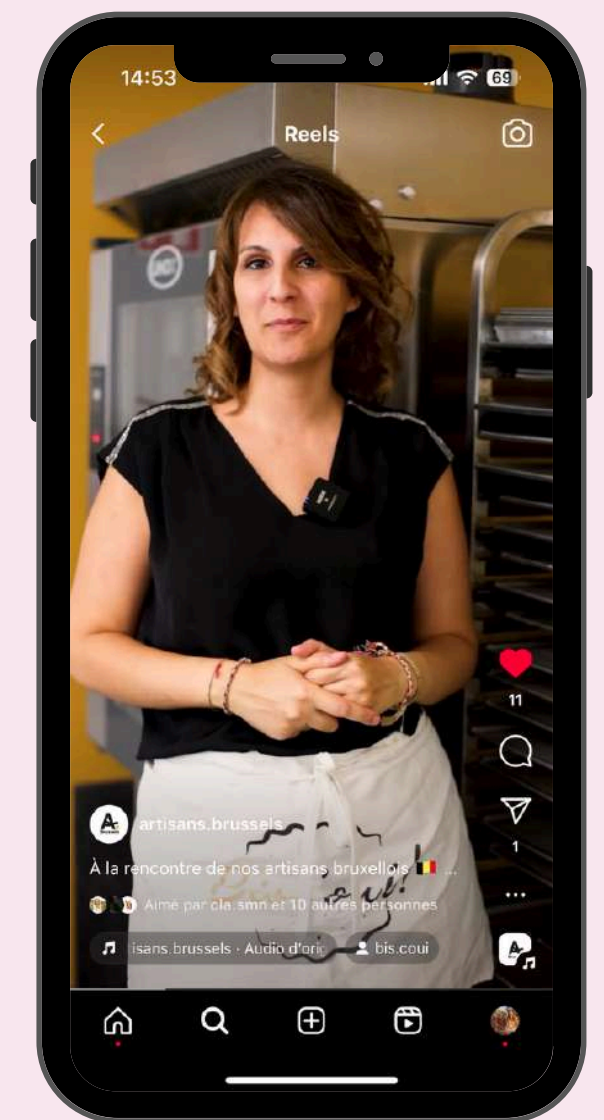
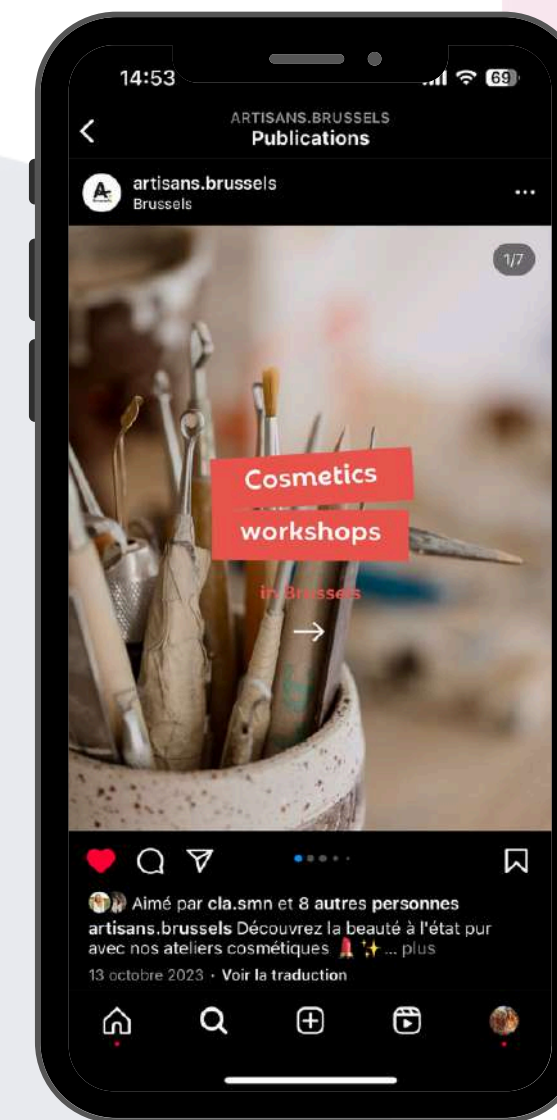
Haar **campagnes** en **projecten** worden via dit kanaal gepromoot. Daarnaast worden ook **verschillende handelszaken per handelswijk**, de projecten van handelsverenigingen, thematisch geklasseerde handelszaken, top 10-lijsten, winkels gekoppeld aan evenementen, enz. in de kijker geplaatst.



POSITIONERING, COMMUNICATIE EN ZICHTBAARHEID B2C

Ondernemen heeft ook de account 'BAW' (Brussels Artisanal Workshop) overgenomen, die de vereniging heeft omgedoopt tot '**Ateliers.brussels**' om de aandacht te vestigen op **de Brusselse knowhow en de ambachtelijke workshops** op het platform Wecandoo.

Gedurende het hele jaar heeft Ondernemen een selectie workshops samengesteld voor vrienden, families of individuele deelnemers om nieuwe vaardigheden te ontdekken. Het team heeft ook ambachtslui geïnterviewd zodat zij een deel van hun knowhow met het publiek konden delen. Er werden ook talrijke handelszaken gepresenteerd.



NIEUWSBRIEF

In 2023 werden **37 nieuwsbrieven** verstuurd, met een gemiddelde openingsgraad van 40%.
Momenteel zijn **2.388 handelaars** ingeschreven voor de nieuwsbrief van Ondernemen.

Nieuwsbrief 2023:

Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?

OP HET PROGRAMMA:

- ✦ Het daverende succes van Local Friday
- ✦ Premies om je te helpen je manier van verplaatsen en leveren te veranderen
- ✦ Het Brussels Workshop Festival is in volle gang
- ✦ Onze reuzenkat Eikosis maakt zijn opwachting in de voetgangerszone
- ✦ Internationaal vermaarde Brusselse betonnen parels!



6/1: Solden - Cadeaubon
31/1: Cadeaubon: Valentijnsdag
15/2: Nieuwsbrief HEBDO
9/3: Babyhoek
15/3: Brussels Design Market
17/3: Tools om u te ondersteunen
30/3: Webinar Moederdag
3/5: OpenSoon 2023
12/5: Nieuwsbrief mei
16/5: 1 uur gratis parkeren
24/5: 1 uur gratis parkeren
2/6: Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?
12/6: 1 uur gratis parkeren
10/7: Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?
22/8: Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?
31/8: Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?
1/9: Save the date - Uitreiking van de labels
12/9: Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?
21/9: HERINNERING: Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?

26/9: Uitnodiging voor de uitreiking van de labels
2/10: Herinnering: Uitnodiging voor de uitreiking van de labels
3/10: Herinnering: Uitnodiging voor de uitreiking van de labels
6/10: Herinnering: Uitnodiging voor de uitreiking van de labels
9/10: Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?
10/10: Herinnering: Uitnodiging voor de uitreiking van de labels
18/10: Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?
23/10: Local Friday
27/10: Uitnodiging BWF
3/11: Eikosis
6/11: Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?
6/11: Uitnodiging BWF
8/11: Eikosis (Herinnering)
10/11: Business Network 1000 BXL
14/11: Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?
7/12: Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?
18/12: Enquête voor handelaars
21-22/12: Wenskaart 2024

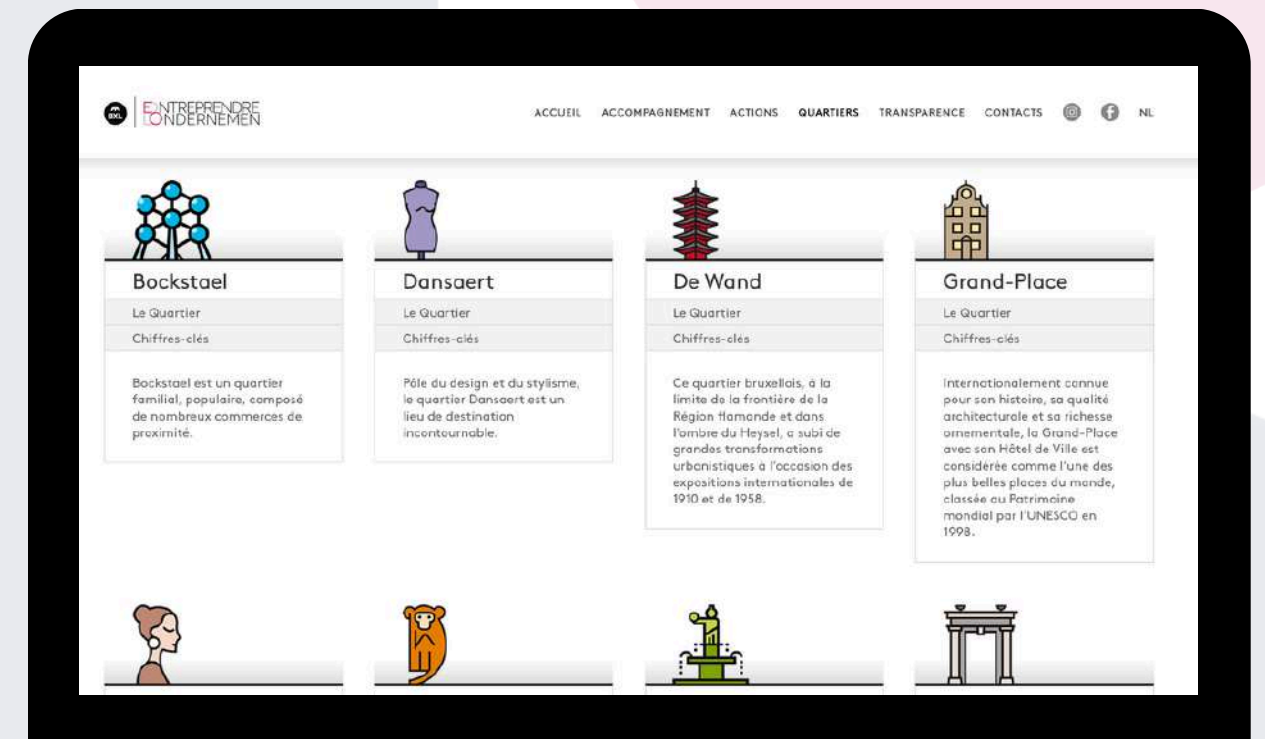
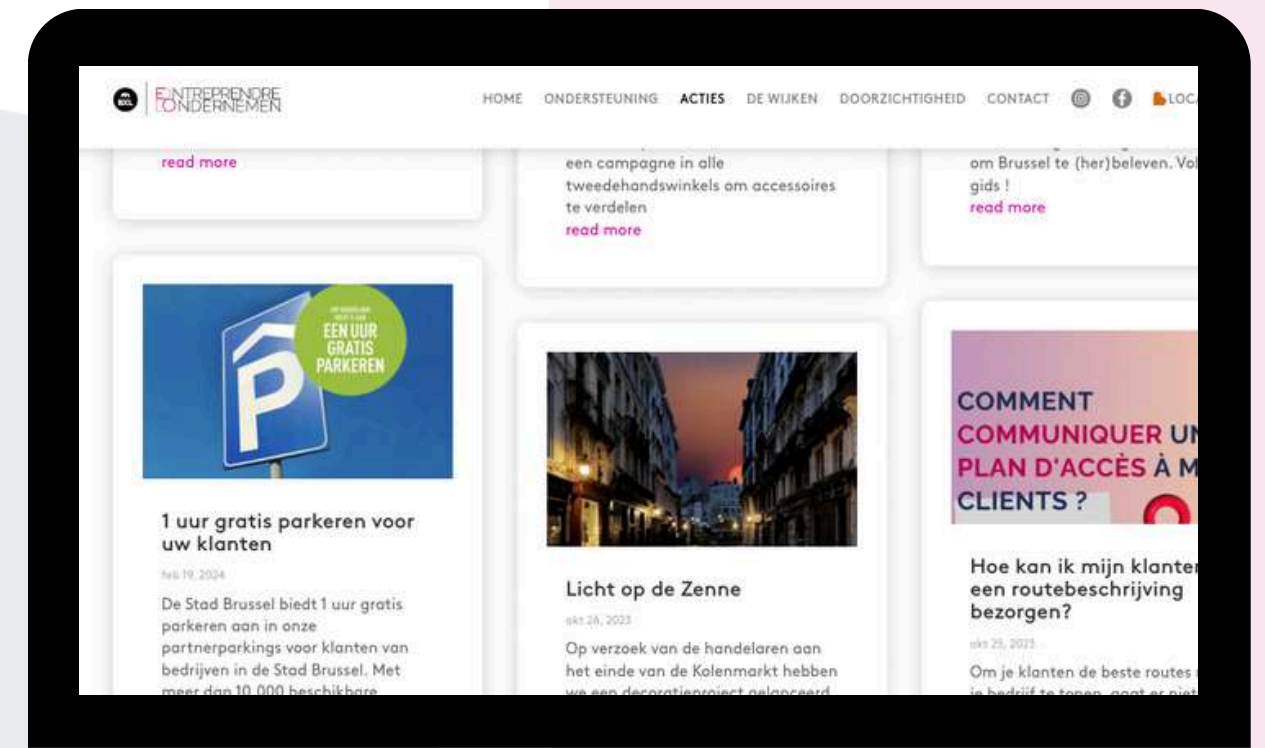
ALGEMENE COMMUNICATIE

WEBSITE ONDERNEMEN

De website van Ondernemen zal in 2024 worden herzien, zodra de website Localguide is afgewerkt.

Overigens wordt de site elke maand bijgewerkt:

- Toevoegen van **acties van de maand** (de link tussen de website van Ondernemen en de nieuwsbrief)
- Bijwerken van transparantiedocumenten
 - Transparantierapporten
 - Subsidies
 - Studies
 - Activiteitenverslag
 - Competenties
- Onder de aandacht brengen van **belangrijke initiatieven** (bv. de parkeeractie)





A C T I E S

ACTIEPLAN VAN HET COS

ADVERTORIAL

DE EUROPESE WIJK : kosmopolitisme op zijn Brussels

Als je de oren spitst in de Archimedesstraat, Franklinstraat of aan de Ambiorixsquare hoor je een hele waaier aan talen. Maar ook Engels, die er de voertaal is en in verschillende vormen komt, afhankelijk van de afkomst van de spreker. Ondanks de Europese metamorfose wist deze wijk zijn Brusselse karakter te behouden.

De straten rond de Schuman-rotonde bieden duizend-en-een activiteiten en winkels. Maar ook flink wat lekkers om te ontdekken of herontdekken. De Europese wijk bruist in een stad die tegelijk internationaal en door en door brusseleir is. We trekken eropuit in een wijk die zich openstelde voor de wereld en toch zichzelf bleef.

Mooie boetieks

De boetieks in de buurt houden zich ver weg van de modetrends maar zijn zeker de omweg waard. Vooral dankzij hun grote diversiteit en unieke karakter.

Living Room aan het Jean Reyplein is de ideale plek om je passie voor design en deco bot te vieren in combinatie met een lekkere koffie en hartige en zoete lekkernijen. **Thé 14** in de Archimedesstraat is de perfecte boetiek. In een gezellig en nogal excentrisch kader maak je kennis met zwarte, groene, witte en zelfs gele grands crus. Maar ook leuke ambachtelijke spulletjes.

Van ambachtelijk gesproken, dankzij hun herstel- en confectieknowhow staan de plunjes van **AS Couture** je altijd als gegoten.

Al bijna 30 jaar geven de professionele verkopers van boekhandel **Punto Y Coma** gespecialiseerd advies over de rijke Spaanstalige literatuur. Je houdt meer van Italiaanse literatuur? Bij **Piola Libri** kun je lezen, drinken en eten. De osteria-libreria schotelt Italiaanse fictie voor, samen met een mooi assortiment fijne wijnen uit elke Italiaanse streek. Hun keuken biedt een mooie staalkaart van de vele specialiteiten en streekproducten uit de laars. En de beroemde **papeterie du Parc Léopold** brengt ons al drie generaties lang in verrukking.

Heerlijke brouwsels

De Europese zou niet zijn wat ze is zonder haar vele drankgelegenheden. En die lenen zich perfect voor de afterworks van de beruchte Brusselse 'jeudredi'. De **James Joyce** is een rasechte Ierse pub waar je geniet van een romige pint Guinness met collega's tijdens een voetbalwedstrijd van ManU of



The Future is Europe

© VisitBrussels - Jean-Paul Remy



Grand Central



Thé 14



Spicy Grill



Piola Libri

een rugbywedstrijd tussen Frankrijk en Nieuw-Zeeland. Nog een hotspot in de Europese wijk is **Grand Central**, waar je twee van de mooiste en grootste terrassen in Brussel vindt. Je drinkt er een lekker speciaalbier of een cocktail, vergezeld van kleine versnaperingen, plankjes om te delen of een verrukkelijke taco. Voor de fijnproevers is er **La Casa del Habano**, dat het over een andere boeg gooit met uitzonderlijke brouwsels en sigaren van superieure kwaliteit.



Costa D'Amalfi

Lekker

In een wijk waar iedereen uit de buurt komt met elkaar om te genieten van de indrukwekkende architectuur zijn neer

Aan eetgelegenheden in de wijk, van de meest bekende tot de meest onbekende. U vindt er ook een restaurant met een taurant C de wijk, of om te eten in Atrio in de wijk. Hier kunt u genieten van de beste Italiaanse en Franse gerechten, maar ook van de beste restaurants in de wijk.

Actieplan van het SCO

EU-WIJK

Festival van geschenken: De hele zomer lang werden de winkeletalages elke tweede dinsdag van de maand versierd met rode ballonnen. Er waren allerlei prijzen te winnen bij de handelaars en elke dinsdag tijdens het evenement werden er ballonnen opgelaten om voor een leuke feestelijke sfeer te zorgen. We hebben de communicatie van de handelsvereniging versterkt met radiospots en twee advertorials in Le 7 Dimanche, alsook met digitale boosts op de websites van de Rossel-groep.

Advertorials: In december produceerden we een lifestyle advertorial op twee pagina's in de weekendeditie van Le Vif en Knack, waarin we de wijk en de speciaalzaken belichten.

FESTIVAL DE CADEAUX

DANS LE QUARTIER EUROPÉEN

25.11 > 06.12 2023



10.000€ DE CADEAUX À GAGNER!



Actieplan van het SCO

MARIA-CHRISTINAWIJK

In het kader van de promotie voor Maria-Christina heeft Ondernemen de voorzitter van de handelsvereniging, Ali Bounja, ontmoet. Na een reeks vergaderingen besloot Ondernemen rond het jaareinde een tocht van Sinterklaas te organiseren, op woensdag 6 december, langs de handelszaken van de wijk.

Er werden affiches verspreid in de handelszaken in de Maria-Christinastraat en het initiatief werd verwelkomd door zowel de kleinste als de grootste handelszaken.

Er zijn gegevens verzameld en er werden een sociologische analyse en interviews uitgevoerd, in samenwerking met hub.brussels en UP-CITY, om een beter inzicht te krijgen in de wijk.



STALINGRAD-LEMONNIERWIJK

Om de Stalingrad-Lemonnierwijk te ondersteunen tijdens de werken aan Metro 3, hebben de MIVB, hub.brussels en Ondernemen Brussel samen met handelsverenigingen een **aantal revitaliseringsprojecten uitgewerkt** die in 2024 zullen worden gelanceerd.

Er werden ook een digitale communicatie- en flyercampagne uitgevoerd om de diversiteit van het lokale handelsaanbod in Stalingrad onder de aandacht te brengen:

- Persgroep Rossel + advertenties in 7Dimanche en Vlan in december 2023 + netwerk van BX1.
- 14.000 flyers met het handelsaanbod werden door Bpost verdeeld in de brievenbussen van de wijkbewoners.

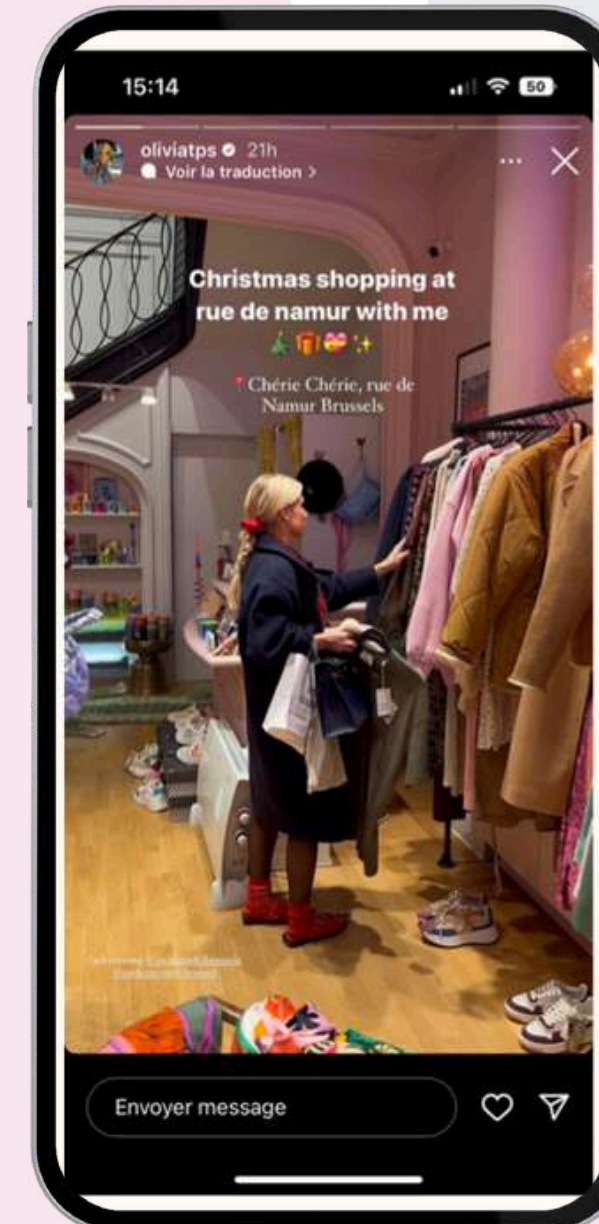
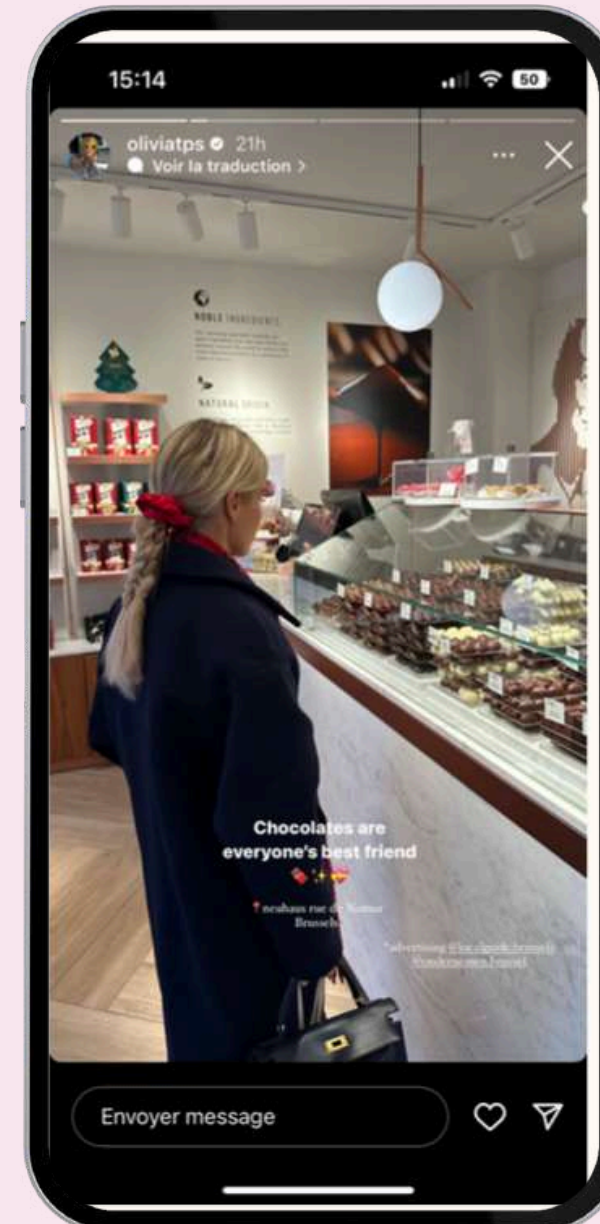


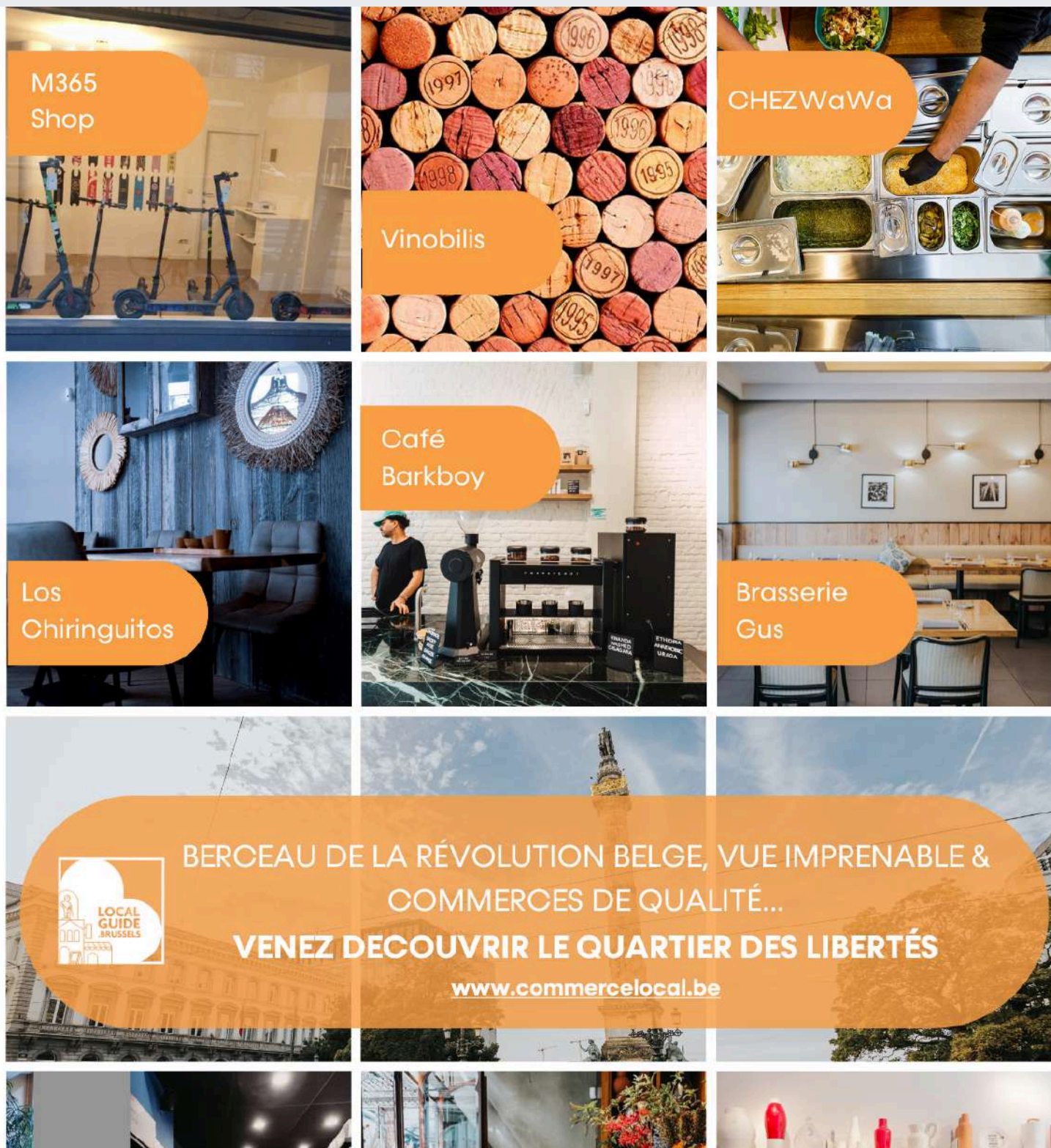
WIJK NAAMSESTRAAT

Of het nu is om te wandelen, winkelen, lokale gerechten te proeven of gewoon te genieten van de stedelijke sfeer, de Naamsestraat biedt een authentieke en diverse Brusselse ervaring.

Deze boodschap wilden we delen met de communities van 3 influencers, die we uitnodigden voor een shoppingsessie tijdens de feestdagen.

In totaal bereikte de campagne 136.500 mensen, met een gecombineerd totaal van 176.348 views. Er werden in totaal 238 opnames gemaakt, waaruit blijkt dat het publiek oprecht geïnteresseerd was in wat er werd gepresenteerd.





Actieplan van het SCO

VRIJHEIDSWIJK

We hebben een algemene promotie van de Vrijheidswijk opgezet op de BX1-website en in de tijdschriften 7Dimanche en Vlan.

We hebben ook de handelaars ontmoet om een promotiestrategie op te zetten na de werkzaamheden op het plein.

We denken aan een samenwerking met het Koninklijk Circus en Ticketmaster om het evenement via hun kanalen te promoten, evenals met de kantoren van nabijgelegen instellingen.

BOIRE UN CAFÉ ?

PLACE DE LA LIBERTÉ

LOCAL
GUIDE
BRUSSELS

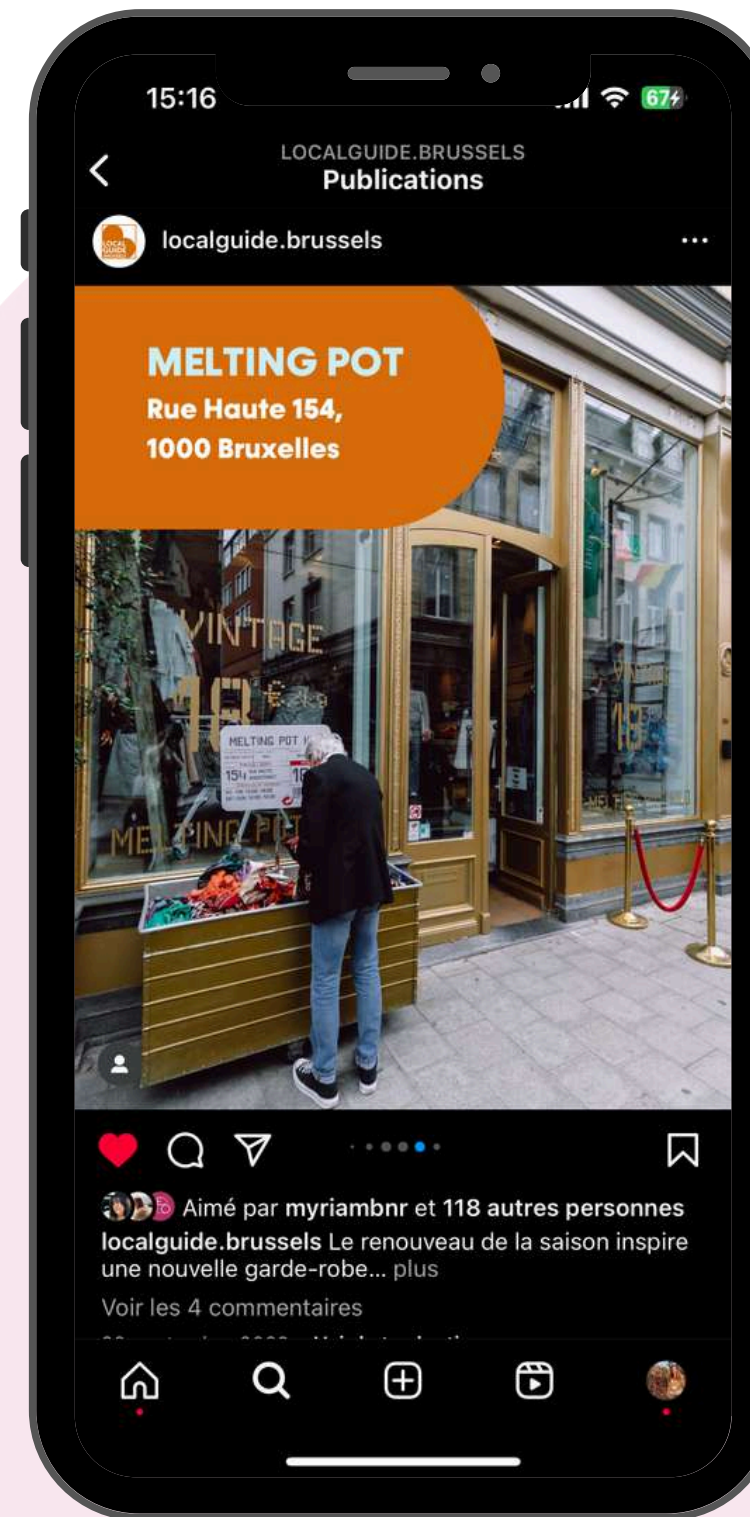
Actieplan van het SCO

MAROLLENWIJK

Er werd verschillende keren aandacht besteed aan de Marollen op de diverse kanalen van Localguide.brussels. Het doel was om de opgehangen versieringen in de winkelstraten te promoten, evenals de winkels met tweedehandskleding en de andere handelszaken in de wijk.

Ondernemen voerde ook een **promotiecampagne** in de persgroep Rossel + advertenties in 7Dimanche en Vlan in december 2023 + het netwerk van BX1.

Ondernemen is ook gestart met **het opstellen van een kaart met alle cultuurgerelateerde handelszaken** in de Marollen. De kaart zal in 2024 worden gedrukt en beschikbaar komen voor handelszaken, zodra de website Localguide.brussels online is.



DE WAND-CAMPAGNE

Het hele jaar door heeft Ondernemen video's uitgezonden die werden opgenomen eind 2022 en waarin aandacht wordt besteed aan de handelszaken van Neder-Over-Heembeek en de De Wandstraat.

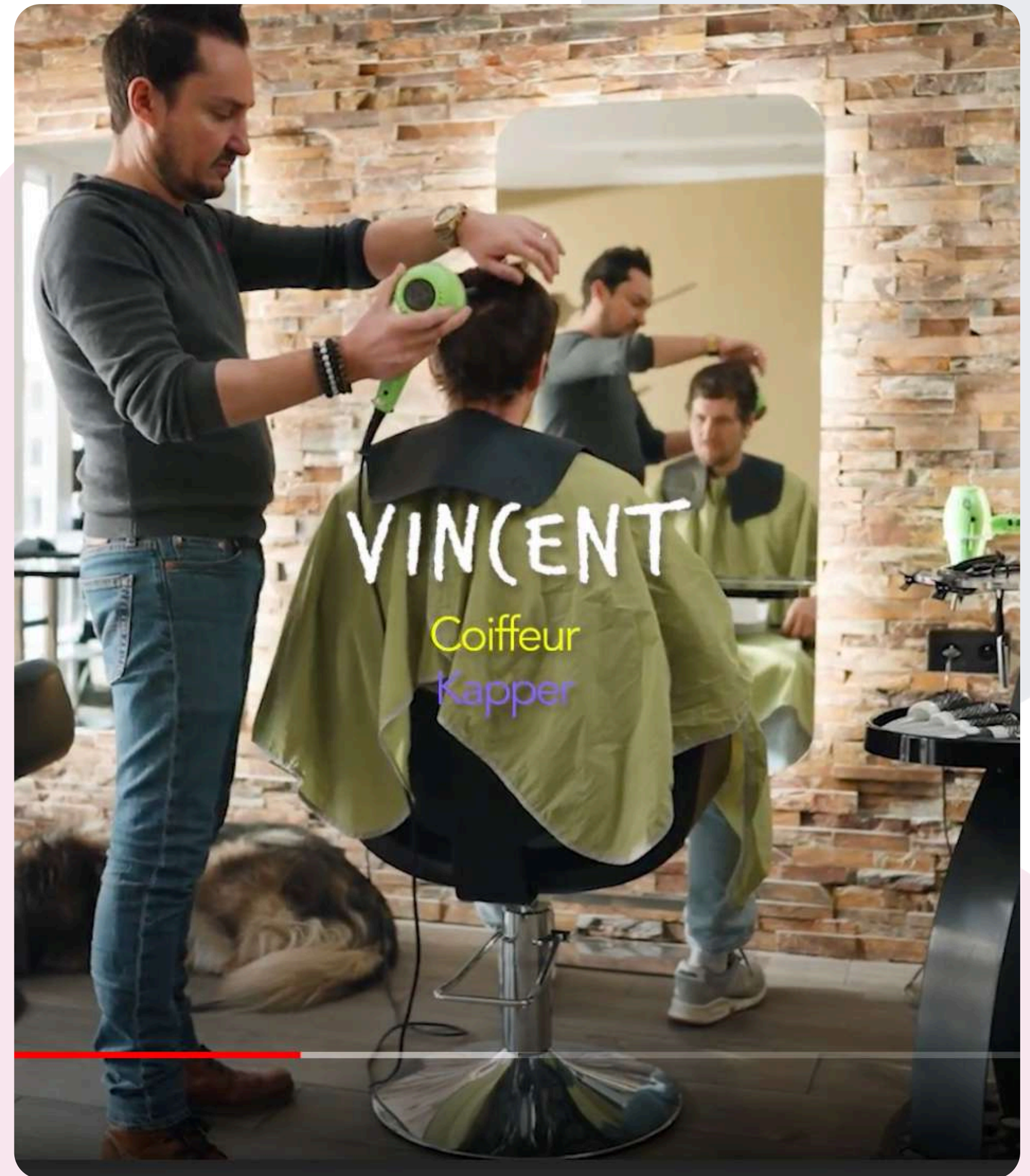
De De Wand-video werd van mei tot augustus 2023 uitgezonden op Facebook en Instagram.

Deze campagne bereikte bijna **500.000 mensen**. Ze werd **1.586.763** keer bekeken en genereerde **1142 klikken naar de website** van de handelsvereniging: www.shoppingdewand.be.



CAMPAGNE NEDER-OVER-HEEMBEEK

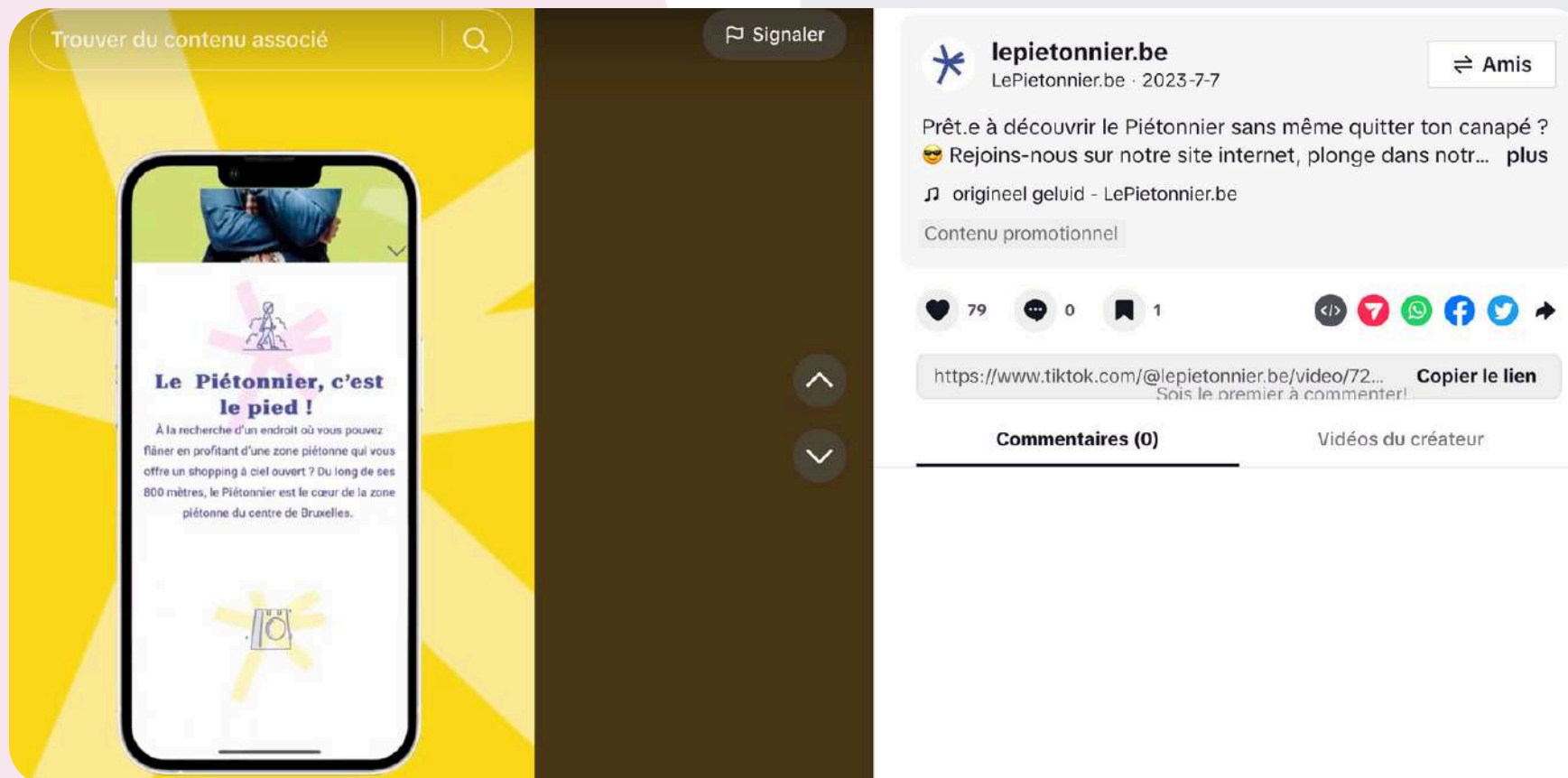
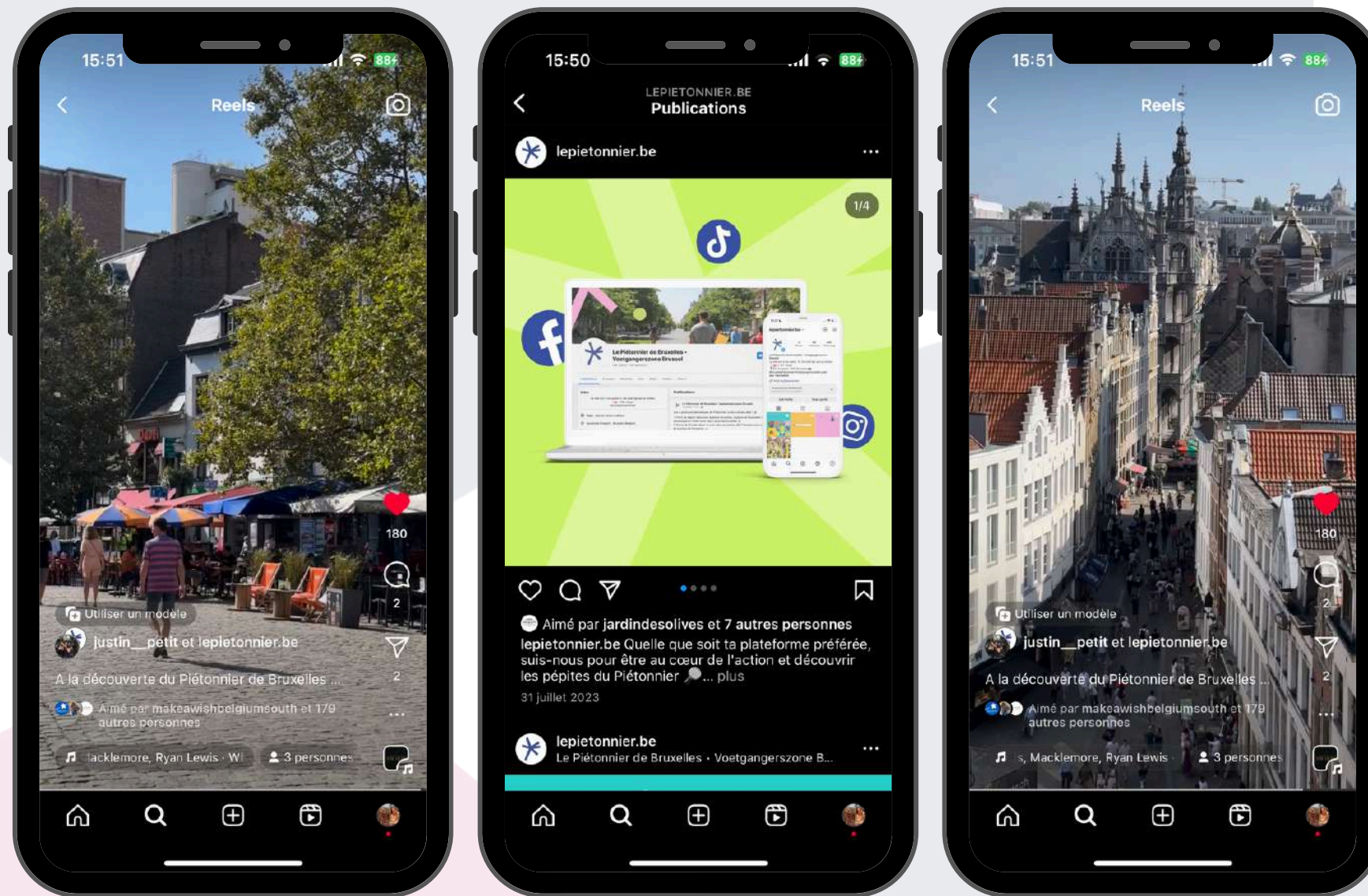
Eind 2023 lanceerde Ondernemen Brussel een campagne om de winkeliers van Neder-Over-Heembeek te promoten. Voor elke wijk werd een video opgenomen waarin telkens vijf handelszaken werden gepresenteerd. Deze campagne eindigt in 2024. Het doel is om bewustzijn te creëren en – om de lokale handel te promoten – zoveel mogelijk mensen te bereiken in een beperkt geografisch gebied.



CAMPAGNE VOETGANGERSZONE

Om het uitgebreide handelsaanbod van de voetgangerszone te promoten, heeft Ondernemen Brussel een grootschalige communicatiecampagne gelanceerd die drie jaar zal lopen. In 2023 werden de volgende projecten ontwikkeld:

- De website: lepietonnier.be
- Sociale media: Instagram, Facebook, TikTok
- Een gevarieerd actieplan



ACTIES

**MARKTONDERZOEK EN
COMMERCIEËLE
ONTWIKKELING**

DOELSTELLING: MINIMAAL ÉÉN DUURZAME HANDELSZAAK PER WIJK

- Neder-Over-Heembeek: **AVANTAGE 2eme Main** (Textiel)
- Laken: **BOS COOP** (Biologische voeding)
- Vlaamsesteenweg: **Vegan Corner** (duurzame snackbar)
- Marollen: **Minh Anh Vintage & Upcycling** (Textiel)
- Sint-Goriks: **Natch** (Milieuvriendelijke accessoires)
- Sint-Katelijne: **Toga** (Patisserie)

Prospectie lopend: LOOM, Comme Avant, Ardelaine, AVRIL,
OPTE



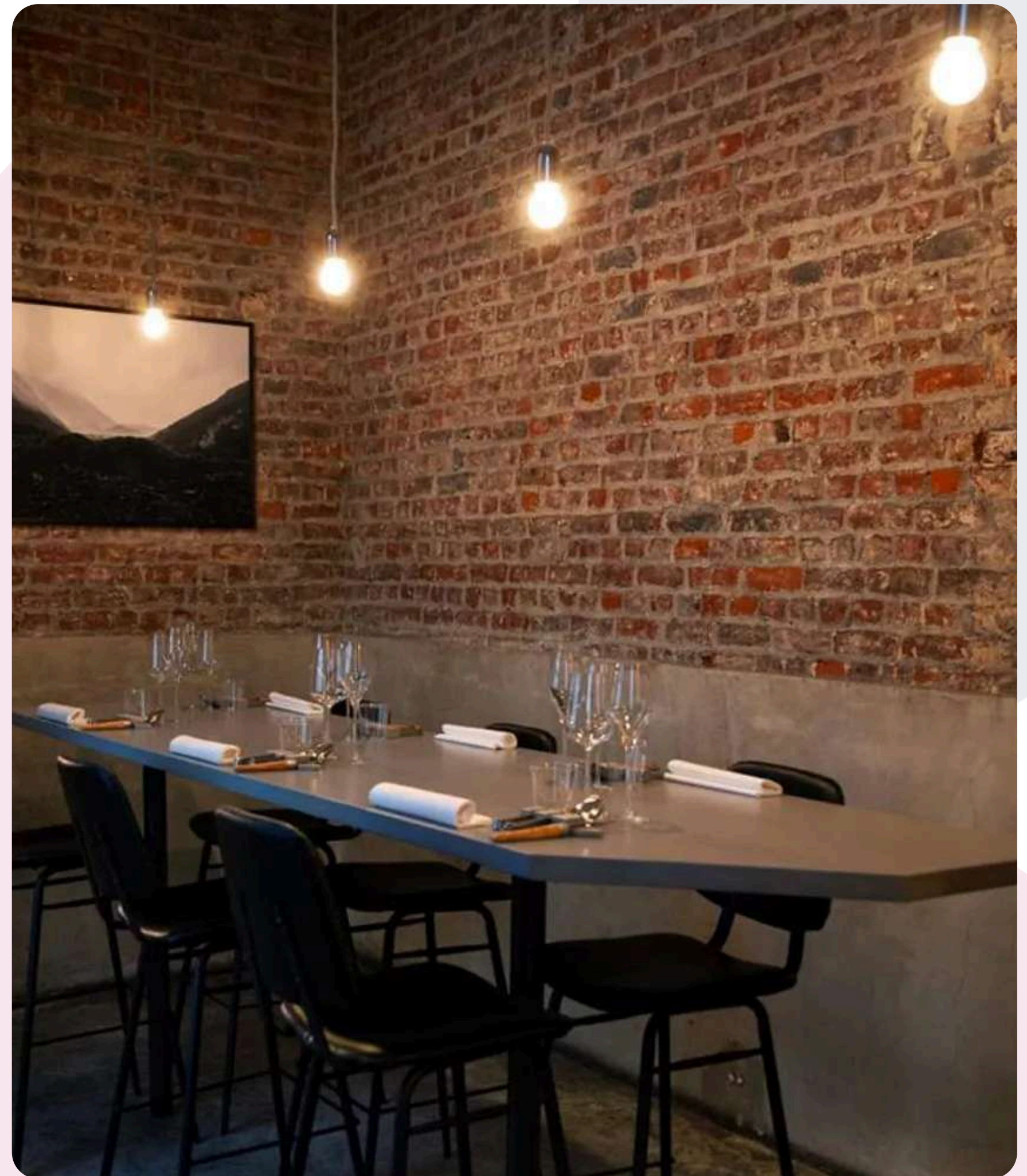
FOCUS GASTRONOMIE

ENTROPY (14/20 - Gault&Millau):

Ondernemen Brussel hielp Entropy om zijn nieuwe terras te ontwikkelen: meer zichtbaarheid, meer klanten, meer gezelligheid!

ASTER (14/20 - Gault&Millau):

Het team van Aster, gevestigd in de Antoine Dansaertstraat, ondervond enkele stedenbouwkundige problemen in verband met de afzuiginstallaties. Ondernemen begeleidde het team naar de juiste contacten bij de Stad Brussel om de situatie te regulariseren.



TEAMWIJZIGING

In 2023 onderging het team voor marktonderzoek en commerciële dynamiek een aantal veranderingen. Zoals gepland is er een tweede persoon aangenomen om te werken aan de commerciële dynamiek buiten de Vijfhoek van de Stad Brussel.

Quentin Crespel, sociaal ondernemer, voormalig handelaar en inwoner van Neder-Over-Heembeek met een passie voor duurzame ontwikkeling, kwam het team versterken in april. Door een combinatie van omstandigheden heeft **Marylise Lermerle** een professionele kans gegrepen en verliet ze haar functie in juni. Ze had tijd om Quentin doeltreffend in te werken.

In september kwam **Malika Kahan** komt als nieuwe, ervaren collega met een passie voor detailhandel het team versterken. Als winkelierster die verschillende winkels in damesconfectie en accessoires leidt, brengt ze dynamiek en expertise in de groep.

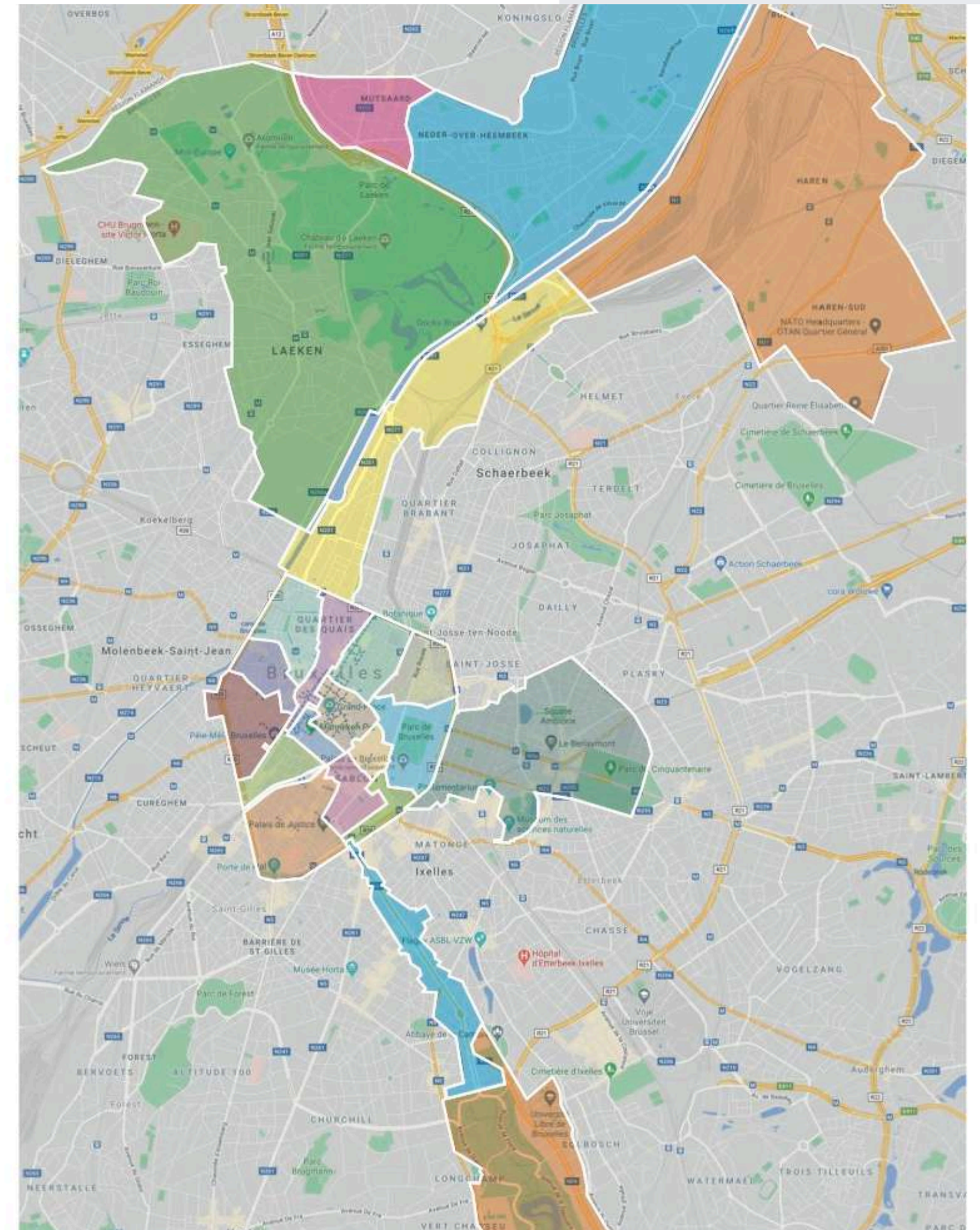
Malika en Quentin vormen **een complementair duo** en ze zetten zich in voor het ondersteunen van handelaars.



PRIORITEIT AAN HANDELAARS

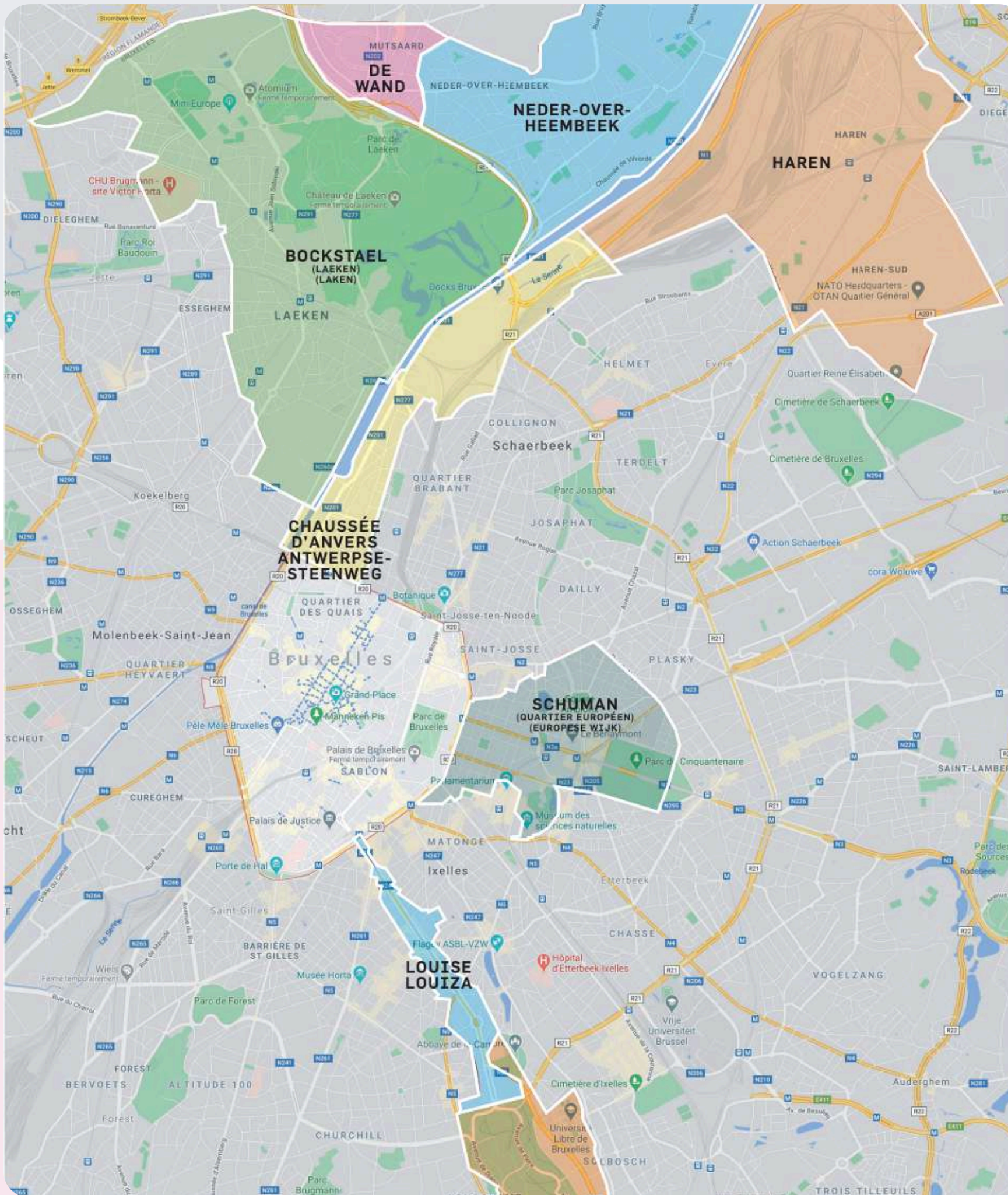
Door middel van vergaderingen, bezoeken in het veld, telefoongesprekken en e-mails luisteren **Malika en Quentin** dagelijks naar (toekomstige) handelaars en geven ze hen adviezen over hun projecten. De vragen zijn zeer gevarieerd en worden per geval geanalyseerd door de teams om de juiste antwoorden en de te contacteren diensten te bepalen. Malika en Quentin zorgen vervolgens voor begeleiding, oriëntatie, netwerken en ondersteuning tijdens het hele proces.

Elk jaar maken **meer dan 250** (toekomstige) handelaars gebruik van deze begeleiding.



BRIEFING VOOR NIEUWE HANDELAARS

- Presentatie van de Stad Brussel en haar wijken
- Abc van commerciële bestemmingen
- Procedures voor bestemmingswijzigingen
- Voorstelling adviescomité
- Vestigingsbegeleiding
- Contactpersonen voor eigenaars en vastgoedmakelaars
- Subsidies en toelagen
- Mailing "Projecten op zoek naar locaties"
- Voorstelling van de ondersteunende structuren in functie van de behoeften



ENKELE BEGELEIDINGEN

Forcado - Antoine Dansaertstraat 118

Fijne patisserie

Vorbereiding op het adviescomité en
opvolgen van de installatie



Les Savons de Lyna - Hoogstraat 136

Ambachtelijke zeep

Commerciële ontwikkeling

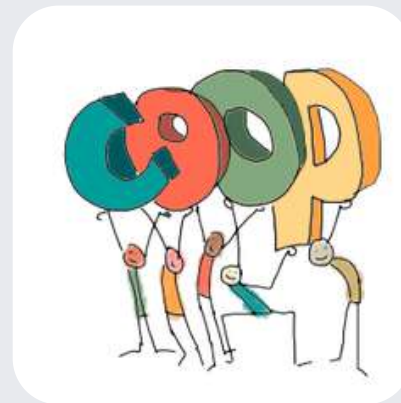
en zoektocht naar een tweede verkooppunt

BOS COOP - Sint-Lambertusplein 9

Coöperatieve biologische winkel

Ondersteuning bij lokalisatie, stedenbouwkundige
informatie

en begeleiding inzake communicatie



Kitsune Burgers - Korte beenhouwersstraat 25

Kwalitatieve vegan fastfood

Ondersteuning bij administratieve formaliteiten
en hulp bij de opening



NATCH - Groot Eiland 12

Duurzame smartphone-accessoires

Adviescomité en horeca-nevenactiviteit



Bidule Eyewear - Ravensteinstraat 44

Opticien gespecialiseerd in upcycling
en circulariteit

Hulp bij verhuizing tijdens wegenwerken

EEN UITGEBREID NETWERK BOUWEN

Malika en Quentin zijn overtuigd van het belang van een uitgebreid netwerk om de commerciële ontwikkeling te faciliteren. Ze organiseren talrijke vergaderingen en bijeenkomsten met particuliere en overheidsactoren voor de detailhandel om een doeltreffende informatieoverdracht en een wederzijds begrip te waarborgen rond gezamenlijke uitdagingen.

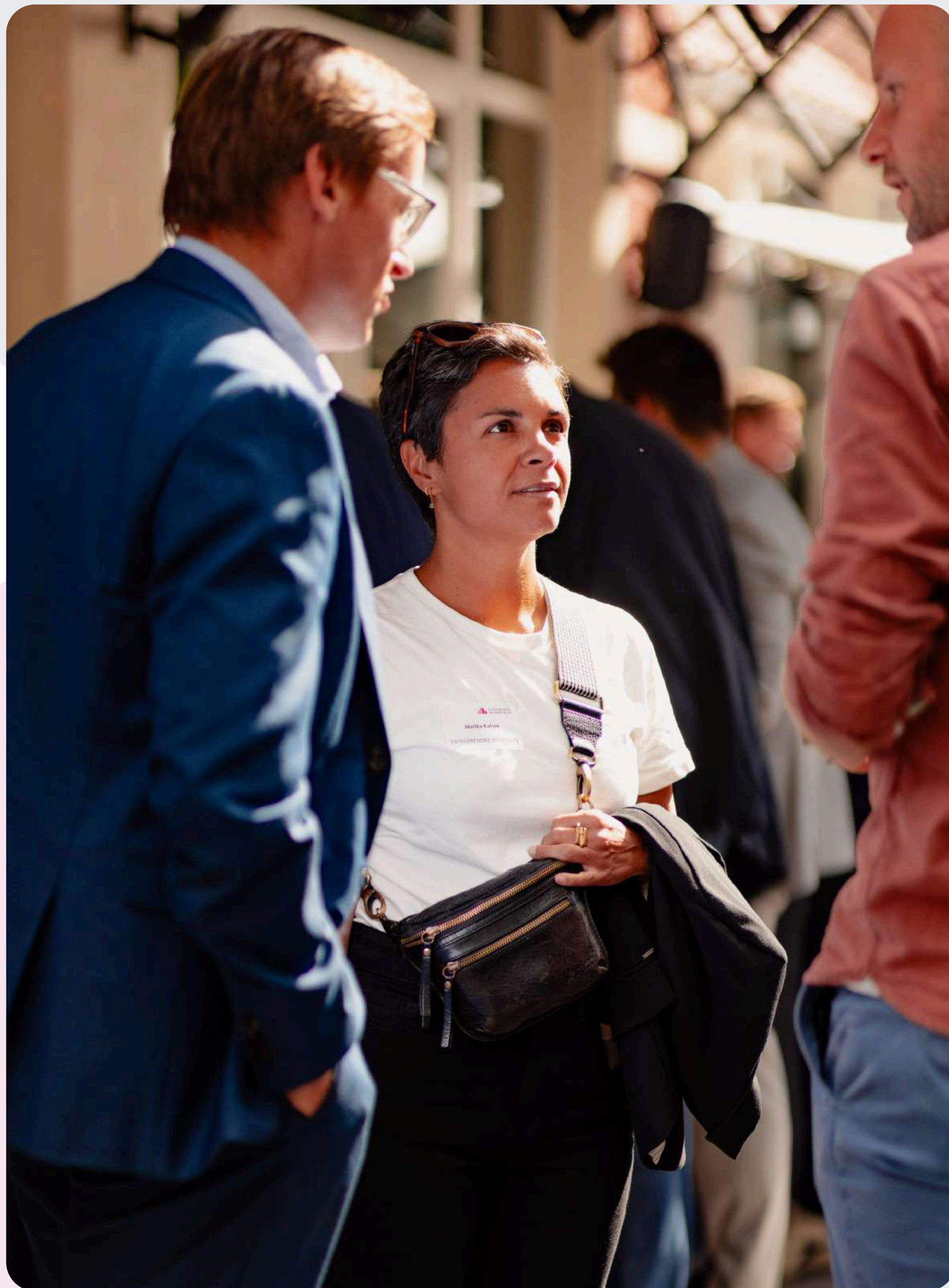
Publieke partners

- Stadsbesturen (stedenbouw en handel)
- Hub.Brussels
- LEL Dansaert
- Les Tanneurs

- Village partenaire
- Job Yourself
- Uitgenodigd voor de jury van de gewestelijke projectoproep LocalTogether, Kokotte, OpenSoon, enz.

Particuliere partners

- Vastgoedmakelaars (CBRE, Cushman, Structura.biz, JLL, Trevi, Century 21, RPIA, PNP, Sorgeloose...)
- Eigenaars en ontwikkelaars
- Mailing "Projecten op zoek naar locaties"
- Coachingsbureaus
- Universiteiten
- Particuliere ondersteuningsstructuren



ENKELE EVENEMENTEN

Business Network 1000 - hub.brussels

CBRE BeLux - MAPIC Dinner 2023

Cushman & Wakefield - Retail Summer Event

Urbanisme et environnement: tout n'est pas permis! -
BECI & hub.brussels

Realty - Belgium's Real Estate Summit

BLSC - BELGIAN LANDLORDS EVENT @ MAPIC

CBRE RETAIL - market's latest figures, trends and insights

SPRYG - Brussels Real Estate 2023

MAPIC - De jaarlijkse bijeenkomst van de
internationale community voor commercieel,
vrijetijds- en horecavastgoed.

ANDERE EVENEMENTEN

Evenementen van makelaars en ondersteunende structuren, seminars, openingen en inhuldigingen, jury's, Realty, enz.,
bijna 30 evenementen in 2023 om de zichtbaarheid van Ondernemen Brussel te vergroten

EEN WOORDJE UITLEG OVER **MAPIC**

MAPIC, de internationale beurs voor commercieel vastgoed, vindt elk jaar plaats in Cannes. Quentin en Malika bezochten de beurs om hun partnernetwerk te versterken. **Een geweldige netwerkervaring** met zowel bedrijfsketens als met de Belgische(!) vastgoedwereld.

Ondernemen Brussel heeft de **banden aangehaald** met een aantal Brusselse spelers in de vastgoedsector. **Advies en informatie** waren de sleutelwoorden op MAPIC 2023.

Dit leidde tot **een bezoek aan de internationale retailersbeurs SIEC** in Parijs in mei 2024.

The image shows the MAPIC logo in white lowercase letters on a vibrant pink background. The background of the entire right side of the slide is a photograph of a coastal city, likely Cannes, with palm trees, a beach, and buildings under a blue sky. The pink background is a large, rounded rectangle that partially covers the photo.

mapic®



Retail and hospitality City of Antwerp

December 2023

MARKTONDERZOEK EN COMMERCIËLE ONTWIKKELING

RETAIL TOUR ANTWERPEN

Het uitwisselen van beste praktijken draagt bij aan groei en ontwikkeling. Daarom organiseerde Malika een Retail Tour-dag in Antwerpen. We ontmoetten onze collega's uit Antwerpen en hadden een lang gesprek over onze respectieve werkmethoden.

Naar aanleiding van deze uitwisselingen is Ondernemen Brussel bezig met het ontwikkelen van een welkomstpakket voor alle handelaars die zich in de Stad Brussel vestigen – elk bedrijf zal worden geïdentificeerd via de KBO en zal een reeks nuttige documenten ontvangen voor de ontwikkeling van zijn commerciële activiteiten.



135 DOSSIERS ONDERZOCHT DOOR HET ADVIESCOMITÉ

Het adviescomité bestaat uit de kabinetten van de Schepen van Economische Zaken, de Schepen van Stedenbouw en de Burgemeester evenals de administraties voor Stedenbouw en Handel. Het doel van dit comité is om een voorafgaand advies te geven over de wijziging van gebruik van een handelszaak.

Dit instrument versnelt de commerciële ontwikkeling aanzienlijk en maakt het mogelijk om de kalender van de ondernemer zo goed mogelijk af te stemmen op de administratieve kalender.



ENTREPRENDRE.BRUCITY ASBL
Quai au Bois à Brûler, 47,
1000 Bruxelles

PRÉSENTATION DES PROJETS NÉCESSITANT UN **CHANGEMENT D'AFFECTATION OU D'UTILISATION** SUR LE TERRITOIRE DE LA VILLE DE BRUXELLES

Toute demande de permis d'urbanisme comprenant un changement d'affectation d'un local commercial sera soumise au « Comité d'Avis Commerce » qui émet un avis soumis ensuite au Collège Échevinal. Afin d'informer correctement tant les membres du Comité que les Échevins, il est important d'introduire un dossier complet permettant de juger de la pertinence de cette demande.



CONCEPT

- Description du projet : concept, produits ou services proposés (p. ex : good food, bio, circuits courts, public cible,...)
- Ce projet est-il différent de l'offre existante dans le quartier ? Apporte-t-il une valeur ajoutée à l'artère et/ou au quartier ?
- Sera-t-il compatible avec le contexte urbain ? : habitants, flux piéton, travailleurs, écoles, hôtels...
- Expérience du porteur de projet :
 - d'autres établissements similaires existent-ils déjà ailleurs ?
 - expérience sur d'autres projets



UN MODÈLE ÉCONOMIQUE DURABLE

- Joindre le business plan
- Indiquer le nombre d'emplois créés
- Quelle sera l'origine des produits proposés ?
- Si « horeca » :
 - Joindre un exemple de carte/menu
 - Type de cuisson nécessaire ? Friteuse ?
 - Hotte et extracteur prévus ?
 - Local compatible avec normes AFSCA ?
- Le projet fait-il l'objet d'un accompagnement particulier t.q. Hub.brussels, Centre d'Entreprise, etc. ?



POUR UNE IMPLANTATION LOCALE RÉUSSIE

- Joindre le plan d'implantation du projet (nombre de places assises, cuisine, comptoir...)
- Joindre un descriptif et un visuel de la vitrine/façade et du projet d'enseigne
- Souhait d'une terrasse ? Dimensions ?
- Horaires d'ouverture prévus



POINTS D'ATTENTION POUR LE PORTEUR DE PROJET :

- L'organisation des livraisons est-elle prévue et facile
- Gestion des déchets :
 - Local dédié ?
 - Contrat d'enlèvement ?

DE BELANGRIJKSTE CIJFERS

**250
HANDELAARS
BEGELEID**

**MEER DAN 50
PROJECTEN
UITGEVOERD**

**MEER DAN 345.000
BEZOEKEN AAN
ONZE WEBSITES**

**1.322.100 MENSEN
BEREIKT OP
FB & INSTA**

**35.542
VOLGERS OP
FB & INSTA**

**22.004 KLIKS
OP VERSCHILLENDE
LINKS**

CONCLUSIE

Het team van Ondernemen Brussel heeft meer dan vijftig projecten en acties ondernomen, waarbij meer dan 250 handelaars werden begeleid in 2023. Ondernemen Brussel is een belangrijke partner geweest, zowel om een plek te vinden voor de uitbating van ons bedrijf, als om te helpen met de administratieve formaliteiten. Dit jaar heeft de vereniging ook haar digitale communicatiestrategie herzien, met een herstructurering van haar sociale netwerken en de ontwikkeling van nieuwe merkimago's, met name met [localguide.brussels](#) en [ateliers.brussels](#). Er is een strategie opgesteld om de belangrijkste thema's voor de Brusselse handel naar voren te brengen, met projecten zoals [ateliers.brussels](#) om de expertise van de ambachtslieden te promoten en de thematische parcours [La Dalle](#), die klanten een unieke ervaring bieden in de Brusselse handelszaken. Om tegemoet te komen aan de behoeften van de handelaars op het vlak van ondersteuning, valorisatie en begeleiding, is de vzw Ondernemen Brussel uitgebreid, zodat het team sterker aanwezig kan zijn op het terrein.

Dankzij de solide basis die de voorbije jaren werd opgebouwd, kan Ondernemen Brussel de handelaars blijven ondersteunen en valoriseren. Deze verbintenis is essentieel voor de Stad Brussel, aangezien de winkels en horeca-zaken een cruciale rol spelen om de wijken nieuw leven in te blazen en aantrekkelijker te maken. De ontwikkelingen die in 2023 werden gerealiseerd, zullen de weg vrijmaken voor nog meer impactvolle projecten in 2024, zodat de handelaars het hart van Brussel kunnen blijven laten kloppen.

