RAPPORT D'ACTIVITÉS

2022

ENTREPRENDRE ONDERNEMEN

Siège administratif:
Rue d'Arenberg, 44
4ème étage
1000 Bruxelles

RAPPORT D'ACTIVITÉS

2022

- MOT DU PRÉSIDENT
- VISION & MISSIONS
- GESTION de l'ASBL
- ACTIONS

  - FORMATIONS ET INFORMATIONS
  - EVENEMENTS & AMPLIFICATION
  - PROMOTION DU COMMERCE DE DESTINATION
  - REVITALISATION COMMERCIALE
  - ACCOMPAGNEMENT DES CHANTIERS
  - PROMOTION DES COMMERCES AMBULANTS
  - PLAN DE RELANCE
  - PLAN D'ACTIONS DU SDC
  - PROSPECTION ET DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

MOT DU PRÉSIDENT

Cette année encore, Entreprendre Bruxelles a rempli sa mission de soutien à la politique économique de la Ville de Bruxelles avec rigueur et savoir-faire, dictés par la passion et l'enthousiasme qui caractérisent la structure.

Dans un contexte de crises énergétique, de pouvoir d'achat et post-covid, les défis à relever en cette année de transition se sont révélés particulièrement sensibles, complexes et tellement essentiels.

Son déménagement en mai dernier a permis à l'ASBL, dont l'équipe s'est sensiblement agrandie en réponse à la diversité et à la multiplication de ses missions, d'intégrer des locaux plus adaptés à la concrétisation des nombreux projets d'accompagnement, de soutien et de valorisation des 6000 commerces que compte la Ville de Bruxelles aujourd'hui.

Sans être exhaustif, je peux évoquer ses diverses missions d'accompagnement à la fois des nouveaux commerces et des commerces existants, qui passent par la communication des différentes aides mises à leur disposition, mais surtout par les nombreuses missions d'attractivité des différents quartiers commerçants via des canaux de communication réels et virtuels, B to B et B to C.

Ces actions contribuent au développement économique de notre Ville par le soutien au chiffre d'affaires de ses commerces mais aussi par le développement d'une vision claire pour ses quartiers visant entre autres à attirer de nouveaux concepts commerciaux venant renforcer l'originalité et la qualité de notre tissu économique.

L'énergie et la créativité qui émanent de ce rapport sont en lien étroit avec l'équipe qui porte ces différents projets et dont je remercie l'engagement.

Fabian Maingain,
président.

VISION

MISSIONS

À travers ses actions d'accompagnement, de soutien et de promotion, **Entreprendre Bruxelles** participe au développement de la Ville, à la dynamique commerciale et entrepreneuriale, à l'animation et l'attractivité de nos quartiers commerçants et au développement d'un tissu économique de qualité, répondant aux attentes de ceux qui vivent et qui font vivre Bruxelles.

L'activité de l'ASBL se décline en 3 missions :

- Privilégier l'accès aux propriétés communales ou privées des enseignes s'inscrivant pleinement dans le cadre du Schéma de développement commercial dont s'est doté la Ville de Bruxelles et les aider dans leur stratégie de développement grâce aux données chiffrées sur les flux, les résidents ou encore les commerces existants par catégorie, consultables sur le WOC (Web observatoire du commerce);

- Aider et accompagner ces enseignes dans leur démarches administratives tant au moment de leur installation que pendant leurs activités (relais vers les différents services de l'administrations des Affaires Economiques et de l'Urbanisme);

- Promouvoir les quartiers commerçants et les activités commerciales exercées sur le domaine public (kermesse, marchés, braderies, parcours food trucks...) par l'organisation d'évènements et d'animations, par leur promotion via les réseaux sociaux, par l'organisation de campagnes de communications multimédia, par la distribution de publications...

GESTION de l'ASBL

Organe de gestion

Fabian Maingain
Président

Membre du conseil d'administration mandaté par la Ville de Bruxelles

Alexandre Dermine
Administrateur délégué à la gestion journalière

Membre du conseil d'administration mandaté par la Ville de Bruxelles

Fabrice Oppitz

Représentant des commerçants

Françoise Remy
Secrétaire

Représentant des commerçants

Andon Akayyan
Trésorier

Représentant des commerçants

Barthelemy de Callatay

Représentant des commerçants

Julien Dubois

Membre du conseil d'administration mandaté par la Ville de Bruxelles

Tim Van Crombruggen

Membre du conseil d'administration mandaté par la Ville de Bruxelles

LIEN AVEC LA VILLE

ASBL de la Ville créée en 2014

GESTION de l'ASBL

Equipe

SOUTIEN ET PROMOTION DES QUARTIERS COMMERÇANTS
Katia JACQUES-SERRES
katia@entreprendrebruxelles.be

SOUTIEN ET PROMOTION DES QUARTIERS COMMERÇANTS
Elfi DOMBRET
elfi@entreprendrebruxelles.be

SOUTIEN ET PROMOTION DES QUARTIERS COMMERÇANTS
Noémi PARIS ANTELO
noemi@entreprendrebruxelles.be

ATTRACTIVITÉ COMMERCIALE
Marylise LEMERLE
marylise@entreprendrebruxelles.be

ADMINISTRATION GÉNÉRALE ET SOUTIEN AUX COMMERÇANTS
Laura SQUARTINI
laura@entreprendrebruxelles.be

GESTION ADMINISTRATIVE
Lola STALENS
lola@entreprendrebruxelles.be

GESTION de l'ASBL

Missions de gestion

Contexte

Suite à la crise sanitaire, la capacité d'action et la qualité de l'outil que représente Entreprendre Bruxelles au sein de la politique économique de la Ville de Bruxelles n' était plus à démontrer.

Afin de répondre à l'ampleur des projets menés, et ainsi veiller à s'équiper des forces nécessaires, l'asbl a enclenché concrètement son projet d'expansion.

Les projets internes que l'asbl a réalisé en 2022 sont notamment :

- Déménagement des bureaux de l'asbl
- Recrutement de 3 ETP
- Formation des administrateurs
- Désignation de prestataires spécialisés en relations presse et design print & web
- Lancement du marché public pour la désignation d'un spécialiste en communication digitale
- Lancement du marché public pour la campagne de promotion du piétonnier

FORMATIONS & INFORMATIONS

FORMATIONS ET INFORMATION

TOUR DES ASSOCIATIONS FORMATIONS

Le tour des associations qui avait débuté en 2021 **a continué en 2022**.

La personne chargée des associations de commerçants au sein de l'asbl et le président de l'association, vont à la rencontre des associations afin de **faire le bilan et discuter de futurs projets** pour animer les quartiers commerçants.

A côté de cela, **des échanges réguliers** ont eu lieu avec les associations par téléphone, mails et en présentiel. Ces contacts privilégiés sont particulièrement précieux.

Liste non exhaustive du type de soutien qu'Entreprendre Bruxelles apporte aux associations commerçantes :

- renseignements généraux
- aide dans les démarches administratives
- soutien dans la réalisation de projet et d'évènement
- aide à la création de nouvelle association
- soutien à la communication
- aiguillage vers le/les services ou partenaires compétents

Une réflexion a été entamée avec les associations de commerçants afin d'identifier les besoins réels en termes de formation car les commerçants n'ont plus les mêmes nécessités ni les mêmes disponibilités que pendant les années covid.

Distribution de Wollekes aux restaurants et cafés de la Ville de Bruxelles

En tout, ce sont 600 Wollekes qui ont été distribués dans les mois de novembre et décembre à une trentaine de cafés, restaurants et hôtels avec terrasse par l'asbl Entreprendre Bruxelles. Cette opération a été lancée par la Ville de Bruxelles pour tester une alternative aux chaufferettes fonctionnant au gaz ou à l'électricité.

Au vu du succès de cette première édition, une seconde distribution a été planifiée pour 2024

FORMATIONS ET INFORMATION

NEWSLETTERS

Nous avons entretenu une relation permanente avec les commerçants en les informant de toutes les mesures de soutien.

Liste des différents courriers d'information :

- **18 janvier** : lancement de la campagne Option B : appel à intérêt
- **27 janvier** : session d'information : PRJ et médiation d'entreprise + Mobilité + Option B
- **14 mars** : passage en code jaune + appel à candidature Commerce Design Awards + info à propos des alternatives aux emballages à usage unique
- **21 avril** : séance d'informations sur les besoins d'achat de la Ville de Bruxelles
- **3 mai** : option B, annonce de la shortlist des meilleurs adresses "Self Care"
- **6 mai** : informations sur les aides locales (HUB)
- **12 mai** : application Volume Rainbow Brussels pour mettre en avant les commerçants pendant la Belgian Pride
- **7 juin** : informations prime régionale + avantages Pcard / BXL-Boncadeau
- **7 juin** : prime possible pour les extensions terrasse
- **22 juin** : informations Opensoon pour les nouveaux commerces bruxellois
- **12 juillet** : appel à intérêt pour l'action "Fête nationale"
- **14 juillet** : appel à intérêt pour l'action "Fleurs dans votre vitrine"
- **8 août** : appel à intérêt pour l'action "Week-end du client"
- **30 août** : rappel inscription "Week-end du client"
- **2 septembre** : informations sur Good Move (livraisons, parkings, mesures d'accompagnement)
- **23 septembre** : rapport d'activité campagne Option B : Beer Gin Wine
- **28 & 29 septembre** : invitation à la cérémonie des Labels
- **28 septembre** : appel à intérêt pour l'action "Brussels Artisanal Workshop"
- **6 octobre** : informations Good Move (mesures, plans personnalisés, Pcard)
- **6 octobre** : rappel de l'invitation à la cérémonie des labels
- **7 octobre** : rappel pour l'action "BAW"
- **28 octobre** : appel à intérêt pour l'action "Local Friday"
- **28 octobre** : appel à intérêt pour l'action "Décorations dans les vitrines" pour les fêtes de fin d'année
- **7 novembre** : rappel appel à intérêt pour l'action "Local Friday"
- **14 novembre** : invitation matinée sur la transition économique
- **15 novembre** : appel à intérêt campagne Option B : selfie
- **24 novembre** : Quoi de neuf pour les commerces à Bruxelles ?
- **5 décembre** : rapport sur la campagne Option B : Vélo

EVENEMENTS & AMPLIFICATION

EVENEMENT & AMPLIFICATION

Accompagnement et rayonnement des événements existants dans le tissu commercial bruxellois

jARDINS DE VILLE
APERO CHARBON
GLOWEE

Quelques soutiens concrets opérés en 2022 :

Jardins de Ville | 6 > 08.05

Soutien offert à l'ACCJM pour l'organisation de la seconde édition du marché aux plantes du quartier "Jardins de ville".

Apéro Charbon | 24.06

Soutien à l'organisation de l'Apero Charbon, porté par l'association des commerçants du quartier Saint-Jacques et organisé dans le cadre de l'inauguration du réaménagement de la rue du Marché au Charbon et de la rue du Jardin des Olives.

Glowee | 6 > 08.10

Subside accordé à l'ACCJM pour l'installation de la Glowzen Room, une expérience immersive et innovante au cœur du quartier européen qui a accueilli plusieurs centaines de visiteurs en trois jours. 74 commerçants des rues alentours ont été mis en avant via cette action (affichages dans les rues, réseaux sociaux, la RTBF, Canal +).

EVENEMENT & AMPLIFICATION

Accompagnement et rayonnement des événements existants dans le tissu commercial bruxellois

AFFAIRES FOR LIFE
FRITKOT NOH
FIFTY LAB
AUTRES

Quelques soutiens concrets opérés en 2022 :

Affaires for life | 29.10

Organisation d'une vente publique Affaire Conclue dans les Galeries Anspach, en collaboration avec AG Real Estate et Viva for Life. Soutien à la découverte des environs du piétonnier.

Lancement fritkot "Chez Jef" à NOH

A l'occasion de l'inauguration de la nouvelle friterie et de la journée sans voitures, plus de 500 cornets de frites ont été offerts aux habitants du quartier et de nombreuses animations ont égayé l'après-midi des familles.

FiftyLab | 16 > 18.11

Soutien et accompagnement pour le Fifty Lab Music 2023, festival de 3 jours de découverte musicale avec des artistes émergents, dans diverses enseignes de la Ville de Bruxelles.

Mais aussi... Soutien à la création de jeux en bois sur la Place du Marché au Poisson, soutien pour une rencontre entrepreneuriale à propos de la Transition Économique aux Ateliers des Tanneurs, soutien à la braderie-brocante de NOH, Soutien à la création du Marché de Noël des Tanneurs, Soutien fête de la BD,...

EVENEMENT & AMPLIFICATION

Accompagnement et rayonnement des événements existants dans le tissu commercial bruxellois

PICTURE FESTIVAL
ART BRUSSELS
FÊTE DES PAINS
FOIRE DU LIVRE

Picture Festival | 18 > 30.03

L'édition 2022 du Picture Festival a proposé une série d'expos, de workshops et de conférences. Soutien communicationnel permettant la mise en valeur de la très jolie, et trop peu fréquentée Galerie Bortier.

Art Brussels | 28.04 > 01.05

Production des City Maps pour cette 38ème édition. 14.400 dépliants ont été imprimés et distribués dans 127 lieux (galeries, boutiques, etc…). avec référencement des commerces en lien avec l'intérêt des visiteurs du salon (libraires, vintage, concept store, design, stylistes, bijoutiers et galeries d'art. Les quartiers préférés des visiteurs du salon sont Dansaert, le Sablon et Louise.

Fête des Pains | 07.05

Occupation d'un stand sur l'espace de la Fête des Pains, afin de mettre en valeur le savoir-faire de nos artisans boulangers. Collaboration avec Tartine & Boterham.

Foire du Livre | 10 > 13.03

Soutien communicationnel à l'événement dont le rayonnement est important pour nos librairies où des séances de dédicaces ont été organisées en off.

EVENEMENT & AMPLIFICATION

Accompagnement et rayonnement des événements existants dans le tissu commercial bruxellois

BELGIAN PRIDE
JAZZ WEEKEND

Belgium Pride | 5 > 7.05

Fourniture de gobelets récupérables aux couleurs de la Brussels Pride. La distribution a été organisée par le Syndigay dans les commerces du centre-ville.
Afin de promouvoir les activités et les commerces locaux à tous les visiteurs internationaux de la Pride, nous avons collaboré avec Volume Rainbow Brussels à la mise en place d'une application permettant aux utilisateurs de bénéficier d'un coupon à valider dans les commerces participants.

Jazz Weekend | 27 > 28.05

Le Brussels Jazz Weekend est un festival urbain gratuit. Avec notre collaboration, le BJW a élaboré 3 circuits pédestres « Shop'on'Jazz », clairement fléchés, permettant aux festivaliers de trouver et combiner facilement différents lieux Indoor, des brass bands, mais surtout la découverte des quartiers commerçants.

Une playlist Spotify "Shop'on'Jazz" a été communiquée aux commerces, afin d'intégrer le tissu commercial dans l'ambiance Jazz du weekend.

Trois jazz bands ont déambulé des Marolles jusqu'à Dansaert, en passant par le quartier Grand-Place

20 commerces (choisis par l'organisateur et l'aide d'Entreprendre, pour leur ADN lié au festival) ont été référencés sur les 3 routes.

Ils ont reçu :

- le sac à main réalisé à partir des bâches des années précédentes,
- des badges de 31 mm labellisés Shop'On'Jazz,
- un récipient en carton comptoir avec logo Shop'On'Jazz pour y déposer les buttons,
- Des folders du festival, incluant un QR code pour localiser les shops qui distribuaient des badges Shop'On'Jazz,
- un t-shirt.

EVENEMENT & AMPLIFICATION

Accompagnement et rayonnement des événements existants dans le tissu commercial bruxellois

TICKET D'OR
FÊTE NATIONALE

Ticket d'Or | 15.07 > 15.08

Un concours a été organisé pendant l'été dans une vingtaine de commerces de l'hypercentre. Tous les clients de ces commerces ont reçu un ticket d'or glissé dans un sac *made in Europe* "Option B".
Chaque semaine, un client gagnait un bon d'achat de 500€ et deux autres clients gagnaient un bon d'achat de 20€ à dépenser dans un commerce labellisé de leur choix. Près de 2000€ ont été directement dépensé par les gagnants chez les commerçants de leur choix.
Des publications sur les réseaux sociaux (de l'asbl et des commerces participants) et de nombreux articles de presse ont relayé cette action. Une manière de mettre en avant les commerces labellisés en avant et de les soutenir durant la période creuse de l'été.

Fête Nationale | semaine du 21.07

Les commerçants ont été invités à adopter la "belgitude" pour la Fête nationale et une quinzaine ont été mis en avant dans des articles de la Capitale.
Un concours photo a été créé sur Instagram afin d'attirer le public dans les rues commerçantes décorées pour l'occasion. Les trois plus belles photos ont été sélectionnées par un jury. Les gagnants ont reçu des bons d'achat dans des hôtels, restaurants et magasins de détails.

EVENEMENT & AMPLIFICATION

Accompagnement et rayonnement des événements existants dans le tissu commercial bruxellois

BRUXELLES EN FLEURS
BRUSSELS ART SQUARE
LES JACQUERIES

Bruxelles en fleurs| 01 > 15.08

A l'occasion du Tapis de fleurs, un parcours floral a été réalisé grâce à l'intervention de plusieurs artistes dans les rues du Centre-Ville. Les différentes installations au sol mais aussi aériennes se déployaient aux alentours de la Grand Place.

Plus de 70 commerces du quartier ont également été fleuris grâce à l'intervention d'un créateur floral bruxellois à cette occasion.

Brussels Art Square | 23 > 25.09

Soutien communicationnel à cet événement attirant un public international de niche à Bruxelles et permettant un coup de projecteur sur la richesse et la qualité de l'offre du territoire, particulièrement dans le quartier du Sablon.

Les Jacqueries | 24 > 25.09

Deux jours de spectacles de rue et d'animations commerçantes dans le quartier Saint-Jacques.
Nous avons soutenu l'événement au niveau organisationnel et communicationnel avec l'objectif de le faire progressivement évoluer vers un véritable rendez-vous à l'instar de Namur en Mai.

EVENEMENT & AMPLIFICATION

Accompagnement et rayonnement des événements existants dans le tissu commercial bruxellois

BAM ! MARKET
DESIGN SEPTEMBER
WEEKEND DU CLIENT

BAM! Market | 01.04 - 29.04 - 03.10 - 10.09 - 08.10 - 19.11

L'asbl a participé à la communication de tous les événements 2022 du BAM! Market du Be-Here auxquels ont participé des artisans bruxellois, en les soutenant sur les réseaux sociaux et en diffusant des publicités digitales sur des sites lifestyle.

Design September | 09.2022

Campagne croisée avec Option B, Mode et Design.
Et, comme chaque année, nous avons soutenu le Commerce Design Award, outil stratégique pour la Ville et ses commerces afin de révéler les bénéfices d'un design de qualité réalisé par des professionnels qualifiés dans les plans d'aménagement de ces espaces.

BRUSSELS DESIGN SEPTEMBER

Weekend du Client | 01 > 02.10

Le premier week-end d'octobre 2022, plus d'une centaine de commerçants bruxellois ont participé au Week-end du Client. Ils ont ouvert leur porte tout le week-end et ont prévu plusieurs attentions à leurs clients : cadeaux, remises, découverte de leurs ateliers…
Un concours a été organisé dans les commerces, grâce auquel trois gagnants ont pu vivre un week-end de rêves (hôtel, restaurant et shopping) à Bruxelles.
Un autre concours était ouvert à tous les passants à la Place de la Monnaie, organisé par BX1. Les gagnants recevaient notamment des BXL-Boncadeaux.

EVENEMENT & AMPLIFICATION

Accompagnement et rayonnement des événements existants dans le tissu commercial bruxellois

LOCAL FRIDAY

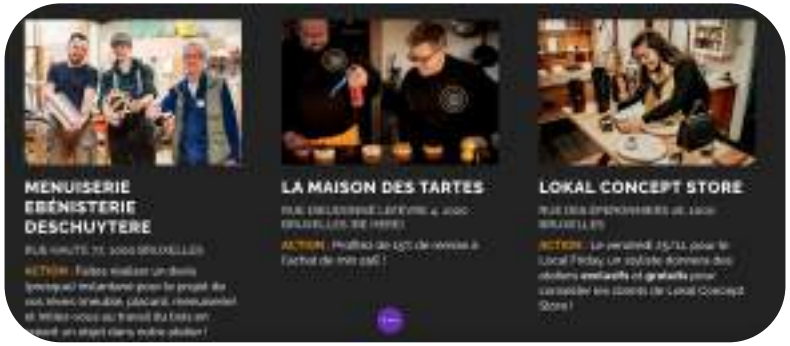
Local Friday | 14 > 27.11

Une quarantaine de commerçants bruxellois ont participé à l'action **Local Friday** en proposant une action spécifique : tarifs réduits, cadeaux suite à un achat, heure de parking offerte…

Toutes ces actions ont été relayées sur les réseaux sociaux de l'asbl, sur son site internet (qui a enregistré **plus de 2000 nouveaux visiteurs** en une semaine), via la presse (Sudpresse, DH, BX1, Libre, LN24…) et des affichages publics monumentaux comme **cette bâche de 90 m² exposée pendant 10 jours sur la Bourse**.

L'objectif : mettre en avant les commerces de la Ville durant cette période commerciale importante.

Au vu de l'engouement des commerçants et de la presse, une prochaine édition Local Friday est prévue pour l'année 2023.



EVENEMENT & AMPLIFICATION

Accompagnement et rayonnement des événements existants dans le tissu commercial bruxellois

UPTOWN DESIGN TOUR
BRUSSELS BY LIGHTS

Uptown Design Tour | 14 > 23.10

Les boutiques de luxe du Bd de Waterloo et rue de Namur, exposent des créations d'artistes et de designers belges et étrangers, une façon intéressante d'inviter les chalands à pousser la porte de leur boutique.
Notre soutien a permis à l'asbl Uptown Design d'amplifier sa communication vers le grand public et permettre la pose de signalétique événementielle le long du boulevard.

Brussels By Lights| 23.11 > 08.01

Tout au long du parcours de Brussels By Light dans le quartier des Chartreux, une dizaine de vitrines de commerçants ont été décorées de fresques créées avec de la peinture phosphorescente par des designer-graffeurs de la scène belge. Flânant dans le cœur de la capitale, les passants ont eu l'occasion d'admirer les jolies boutiques qui confèrent à ce coin de Bruxelles son caractère unique.

Pour la troisième année, la Ville de Bruxelles augmente sa contribution à la **décoration de Noël** en distribuant des « packs-déco » aux commerçants de plusieurs quartiers dont les quartiers De Wand, Neder-Over-Heembeek, Quartier Européen, de l'hypercentre… afin d'embellir leurs vitrines.
Dans le but d'alléger l'impact énergétique, cette édition de l'action a proposé des colis contenant des éléments décoratifs issus de la pure tradition des fêtes de fin d'année, mais dépourvus de lumière.

PROMOTION DU COMMERCE DE DESTINATION

PROMOTION DU COMMERCE DE DESTINATION

PÔLE ARTISANAT
Brussels Artisanal Workshops

Brussels Artisanal Workshops | 11.11 > 04.12

Deuxième édition: les artisans et les commerçants du centre-ville ont fait entrer les clients dans les coulisses de l'artisanat bruxellois au travers de divers ateliers créatifs.

67 ateliers ont été présentés au total, 537 personnes y ont participé en 3 semaines. Le chiffre moyen par artisan s'élève à 814 €. La presse s'est beaucoup intéressée à ce festival, avec une vingtaine de parutions et interviews, auxquels il faut ajouter l'intervention de nombreux influenceurs qui ont parlé du festival auprès de leur communauté.

Cette édition confirme l'engouement du public pour ce genre d'activité et nous encourage à amplifier le soutien aux artisans en 2023: ces ateliers constituent de solides arguments pour un shopping de destination.

PROMOTION DU COMMERCE DE DESTINATION

PÔLE ARTISANAT
Prime OpenSoon BXXL

OPENSOON BXXL

Ouvrir un commerce peut représenter un pari risqué surtout quand la personne se lance pour la première fois dans un tel projet et qui plus est si le projet a des ambitions de durabilité et d'économie circulaire. Pour encourager l'envie d'entreprendre de projets de qualité sur la Ville, Entreprendre majore la prime octroyée par hub.brussels et Bruxelles Economie et Emploi.

Dans le cadre de la **prime** régionale **OpenSoon**, Entreprendre Bruxelles offre :

- Un suivi rapproché des dossiers (avis sur le facteur "pertinence du lieu d'"implantation")
- Aiguillage vers les procédures administratives nécessaires
- Organisation Comité d'avis si nécessaire
- **5,000 euros en plus** des 15,000 euros offerts

> Avec ses 8 dossiers, la Ville de Bruxelles est la commune qui a accueilli le plus de dossiers OpenSoon sur toute la Région (à égalité avec Saint-Gilles)

PROMOTION DU COMMERCE DE DESTINATION

PROMOTION DE LA DESTINATION

Labels du Commerce

Labels du Commerce | 18.10
6ème cérémonie

Les Labels du Commerce de la Ville de Bruxelles récompensent les enseignes qui font rayonner la capitale grâce à leur excellence.

En 2022, ce ne sont pas moins de 91 enseignes qui ont été reconnues par leur pairs pour leur qualité, leur plus value au quartier commerçant qui les accueille et leur dynamisme dans la vie économique bruxelloise.

Les Labels du Commerce 2022 ont mis en lumière 5 catégories de commerces :

Artisans :
Reconnus par le label fédéral qui consacre le caractère authentique de l'activité, l'aspect manuel du travail et le savoir-faire artisanal.

Good-Food :
Les commerces qui s'impliquent dans une démarche durable et qui sont porteurs du label régional "Good Food" sur le territoire de la Ville de Bruxelles.

Breastfriends :
Les établissements référencés comme "Breastfriend" où le personnel est sensibilisé à l'accueil des parents avec enfants en bas âge et qui souhaitent allaiter.

Anti-gaspillage Alimentaire :
Les partenaires d'applications qui luttent contre le gaspillage alimentaire ("Phoenix" et "Too Good To Go").

Accessibilité PMR :
Les enseignes qui favorisent l'accessibilité des PMR, grâce au partenariat avec l'asbl Kinumaï.

PROMOTION DU COMMERCE DE DESTINATION

PROMOTION DES QUARTIERS COMMERÇANTS

Promotion des quartiers commerçants > Ajout de panneaux signalétique

Ajout de panneaux signalétiques vers la zone des Tanneurs, site peu visible à côté des flux naturels des Marolles (rue Haute et rue Blaes). 13 panneaux voitures et 9 panneaux cyclistes/piétons ont été installés

Ajout de panneaux signalétique à la sortie d'Interparking Albertine, direction Sablon et Saint-Jacques. L'objectif de ces panneaux est de montrer l'hyper-accessibilité des quartiers, une fois la voiture garée.

Création de cartes d'accessibilité personnalisées dans le cadre du Plan GoodMove

Les commerçants intéressés ont reçu une carte d'accès personnalisée afin de les aider à communiquer à leurs clients sur les changements de circulation liés au plan Good Move.
Les différents accès et parkings y étaient référencées.

PROMOTION DU COMMERCE DE DESTINATION

ACCESSIBILITÉ DU COMMERCE DE DESTINATION

Action Pcard

P-Card Interparking

Dans la continuité de l'action P-Card démarrée en 2021.

L'action mise en place permet aux automobilistes de s'abonner gratuitement à aux Interparking de la ville, et de recevoir en bonus 15 € de crédit parking + 15 € de BXL-Boncadeau à dépenser dans des commerces bruxellois participants.

Avantages de la carte :

- Accès sans passage aux caisses à tous les Interparking de Bruxelles (et Belgique)
- Jusqu'à -30% sur le parking
- Mobilité facilitée à Bruxelles avec la fonctionnalité MOBIB basic
- La demande de la Pcard se fait sur ce site : www.pcard.be/brussels

L'action initiée en 2021, a été **pérennisée en 2022** avec des piqûres de rappel au gré des différentes communications aux commerçants.

REVITALISATION COMMERCIALE

STICKERS

10 stickers ont été installés sur 6 cellules commerciales disponibles dont les propriétaires sont en recherche de repreneurs qualitatifs.

Ci-dessous, le 29-31 rue du Marteau qui accueillera Afrikana Kitchen dès le 12 mai prochain !

S'en sont suivi de multiples rencontres et prises de contact.

2 cellules commerciales ont concrètement trouvé repreneurs grâce à l'installation de ces stickers. Les autres cellules commerciales sont encore disponibles sur le marché et nous continuons à accompagner les propriétaires dans leur recherche.

Qui plus est, 8 stikers ont été apposés sur les vitrines des lauréats Opensoon BXXL afin d'annoncer leur ouverture !

ACCOMPAGNEMENT DES CHANTIERS

CHANTIERS

MARCHE AU CHARBON
NOH
BOURSE
BRUCITY
RUE DE NAMUR
RUE STEVIN

Les chantiers sont des évènements particulièrement sensibles pour les commerçants. Nous mettons tout en œuvre pour que les différentes phases n'impactent pas le flux des chalands.

Diverses actions sont menées sur chaque chantier :

- Participation aux réunions de chantier aux côtés de la cellule commerce
- Habillage de nadars (commerces accessibles et code QR vers le site Travaux de la Ville))
- Encouragement à la création d'une communauté de commerçants, pour qu'ils œuvrent ensemble et qu'avec notre aide, ils puissent traverser au mieux ces phases de chantier.
- Mise en place d'activations dans l'ADN du quartier, le cas échéant.

Des bâches d'anciens chantiers ont été réutilisées ou ont été créées :

- Commerces accessibles
- Générique travaux de voirie
- Spécifiques aux quartiers / aux commerces

CHANTIERS

MARCHE AU CHARBON
NOH
BOURSE
BRUCITY
RUE DE NAMUR
RUE STEVIN

- Un chantier mené par Vivaqua a impacté la circulation de la **rue de Namur** pendant environ 60 jours entre octobre et décembre 2022. Pour inciter les clients à laisser leur voiture dans le parking le plus proche (Interparking des Deux Portes) pendant leurs courses dans la rue de Namur, **4000 tickets d'1h de parking gratuit** ont été répartis entre les commerces qui se sont manifestés.

- La **rue de la Bourse** a été impactée par le chantier de la Bourse durant l'année 2022. Pour accompagner les commerces, plusieurs actions ont été mises en place :
  - Plus de **1000 vouchers de consommation d'une valeur de 5€** ont été distribués aux visiteurs du chantier. Ils ont pu les utiliser dans les établissements autour de la Bourse.
  - Mise en place de deux totems signalétiques aux entrées de la Rue de la Bourse pour indiquer l'ouverture des commerces au public.
  - Décoration de la palissade Rue de la Bourse avec des visuels des Plaisirs d'Hiver.
  - Installation de guirlandes lumineuses Rue de la Bourse pendant l'hiver (fin novembre - fin février 2023).

PROMOTION COMMERCES AMBULANTS

PROMOTION DU COMMERCE AMBULANT

Marchés

SABLON DESIGN MARKET
J'AIME MON MARCHE
MARCHE DES MARCHES

Sablon Design Market | 09 > 11.09

Les organisateurs du Sablon Design Market nous ont une fois de plus fait confiance pour les aider dans leur communication sur les réseaux sociaux et auprès de la presse. La foule était au rendez-vous d'un événement devenu incontournable.

Campagne J'aime mon marché

Organisation d'animations et concours dans le cadre de la campagne internationale "J'aime mon marché".

Marché des marchés | 02.06

Le temps d'une journée, le marché des marchés prend place au cœur même de Bruxelles, sur la Grand Place. Entreprendre Bruxelles en a soutenu l'organisation en 2022 par un soutien logistique et la pose d'un photomaton.

PROMOTION DU COMMERCE AMBULANT

FOIRE DU MIDI

La mission d'Entreprendre Bruxelles consiste en l'organisation de la journée inaugurale et de la conférence de presse, la proposition de l'angle communicationnel, la création et négociation d'une campagne publicitaire 360°, le contact avec le parrain, l'organisation d'une journée pour les enfants malades.

L'été 2022, était celui du retour à la joie et la bonne humeur. A la demande des forains, nous avons simplement opté pour des visuels représentant les différentes attractions de la foire, dans une ambiance graphique hyper colorée.

Le plan de communication 360° a atteint une valeur de 190.000€, pour une dépense négociée de 77.000€. Création d'un compte TikTok et engagement d'influenceurs ayant une grosse communauté sur TikTok.

L'audience de la Foire fut supérieure à celle de 2021, avec une nette progression d'un public néerlandophone.

PLAN DE RELANCE

PLAN DE RELANCE

Continuité des actions 2021

OPTION B

Campagne ombrelle Option B

En 2020 nous avions élaboré une stratégie de campagne ombrelle, afin de faire revenir les chalands à Bruxelles.

En 2021, nous avons mis en place la mécanique de campagne sur base de cette stratégie et avons démarré les deux premières thématiques, à savoir Nature en Ville et Second Life.

La stratégie ? Nous avons décidé de ne pas vendre les atouts de la ville, mais plutôt d'aller chercher ce qui passionne les gens et voir comment nous pouvons y répondre… à travers vous. Nous avons appelé cette campagne option B, avec un grand B comme Bruxelles.

Pourquoi? C'est très simple. Si ce n'est pas toujours à Bruxelles que l'on pense comme destination de premier choix, la Ville peut être une alternative idéale et une véritable mine d'or dans de nombreux domaines.

Comment? Après étude, nous avons établi un top 15 des thèmes les plus plébiscités par le public et avons choisi ceux qui sont le plus en adéquation avec l'offre bruxelloise. Ils font l'objet chaque mois d'un parcours urbain spécifique dans lequel les commerces liés à la thématique sont mentionnés. Nous en faisons ensuite la promotion par une campagne à 360°. Chaque thématique fait l'objet d'un profilage de cible en amont, nous permettant d'ajuster la communication et le plan média en fonction des "persona" intéressés par la thématique.

Deux thématiques ont pu être abordées en 2021, **les suivantes ont toutes été implémentées en 2022.**

PLAN DE RELANCE

Continuité des actions 2021

OPTION B

CAMPAGNE Option B

OPTION B COMME BRUXELLES

VOUS RÊVIEZ DE L'OPTION A ? L'OPTION B VA VOUS RÉVEILLER !

Faire son shopping à New York ou à Tokyo, c'est tentant mais pas toujours réaliste. C'est pourquoi nous avons créé Option B, avec un grand B comme Bruxelles, une alternative qui peut s'avérer plus surprenante que votre premier choix. Les 7 sujets les plus plébiscités ont été traduits en parcours thématiques qui compilent les adresses les plus insolites, insoupçonnées ou incontournables de la Capitale, 7 options B qui se sont succédées tout au long de l'année

Ces commerces et lieux sont communiqués via les canaux de communication les plus pertinents pour chaque thématique :

- Presse écrite
- Réseaux sociaux
- Site internet
- Cinéma
- Affichage
- Radio
- Publi rédactionnels
- Influenceurs
- Activations de terrain

PLAN DE RELANCE

Continuité des actions 2021

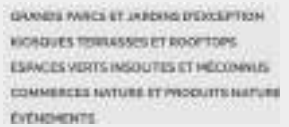
OPTION B

Les thèmes

2021

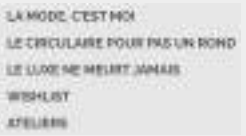
1 JARDINS SECRETS (la nature en ville) : OPTION B | JARDINS SECRETS

La nature sous toutes ses formes (parcs, terrasses, produits naturels,...)



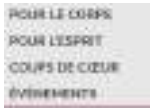
2 SECOND LIFE (l'économie circulaire) : OPTION B | SECOND LIFE

La seconde main (vintage, brocante, antiquités, recyclage, réparation, etc.)



3 SELF-CARE (prendre soin de soi) : OPTION B | SELF CARE

Remise en forme du corps et de l'esprit (bien-être, soins, sports relaxants, alimentation naturelle,... etc.)



4 BEER, GIN & WINE (local drinks) : OPTION B | BEER GIN WINE

Boissons de production belge, spécialités bruxelloises, lieux de vente et de dégustation.

5 ÇA MARCHE, ÇA ROULE : OPTION B | ÇA MARCHE, ÇA ROULE !

(BIKING & WALK) mobilité active, randonnées urbaines

6 DESIGNERS DISTRICT : OPTION B | MODE & DESIGN

(créateurs, créatifs) tout ce qui concerne la création (mode, design, art, etc.)

7 SMILE & PLAY : OPTION B | SMILE & PLAY

(GAMING & SELFIE CHALLENGE) lieux, produits ou services liés au jeu, à l'amusement et selfies..

PLAN DE RELANCE

Continuité des actions 2021

OPTION B

Un exemple de campagne…

CAMPAGNE de communication “Ride and Walk” 74 Stories - 26 Réels - 34 Publications

Réseaux sociaux organique

- Followers : 6.629
- Comptes touchés: 670 000
- Comptes ayant interagi : 1.720
- Total impression: 1 949 845

Réseaux sociaux payants

- 2.912.389 comptes touchés et 6.559.089 impressions

  → 12 articles dans la **presse** pour une valeur de 70.727€

Spots radios

- Radio 1, Radio 2, Première, Viva

Publicité dans la presse écrite

- Pub d'opportunité dans le spécial mobilité du Vif du 17 novembre

Site web

- 29.614 vues pour 11.444 utilisateurs

  → Principale origine : région d'Anvers, et ensuite Région de Bruxelles

  → Porte d'accès : Smartphone

- IG : Les utilisateurs de la plateforme nous ont sollicités pour des demandes pratiques sur des lieux où s'informer pour l'achats de vélos, cela montre que nos thématiques permettent de rediriger vers des commerces à Bruxelles.
- IG : Les demandes des commerces de la ville pour collaborer augmentent également.

PLAN DE RELANCE

Continuité des actions 2021

OPTION B

Chiffres - Réseaux sociaux

AU TOTAL pour toute la campagne de relance

→ **1.026 lieux** et commerces ont été référencés

→ **209 commerces** ont reçu la visite de notre équipe de reporters (à partir de la troisième thématique).

→ Soit **209 reportages photos ou vidéos** en interaction directe avec les commerçants. Les photos ont également été transmises aux commerçants pour leur propre utilisation.

Un compte **Pinterest** a été pour toutes les thématiques reprises et 280 épingles créés

Un compte **Tiktok** avec 27 vidéos créées sur mesure

Instagram - Création d'une communauté de **10.275 followers**

Facebook – **618 followers**

Du 24 février 2022 à aujourd'hui, la publicité sur Facebook et Instagram pour Option B a été vue par **2.825.654** Belges de +18 ans. Cette audience aura vu en moyenne 5.2 contenu et ce toute thématique confondue, ce qui veut dire que les contenus boostés auront été vus **14.819.241** fois.

Chaque contenu a été boosté sur une audience qualitative, c'est à dire en fonction de la thématique de chaque post.

Tous les commerces ont été encodés dans la base de données d'Entreprendre Bruxelles

PLAN DE RELANCE

Continuité des actions 2021

OPTION B

Chiffres - Presse

AU TOTAL dans la Presse

La campagne presse d'Option B a connu de l'intérêt tant auprès de la presse régionale que nationale. La diversité des thématiques liées au projet nous a permis de contacter des journalistes avec des intérêts très différents. Cette stratégie a mené à une typologie d'articles très variés allant de l'article de fond ou de l'annonce à l'interview ou encore au guide bon plan.

Les sujets proposés ont également intéressé **les magazines lifestyle** comme Flair, Elle, Femmes d'aujourd'hui ou DM Magazine, mais aussi **les quotidiens** (Le Soir, la DH, HLN et De Standaard) ou encore **la presse gratuite** (BRUZZ ou Metro).

Nous sommes satisfaites de constater que cette campagne fonctionne sur la durée : certains angles sont repris bien après la période des campagnes 'par ex. seconde main' et sont encore régulièrement consultés en ligne.
Conclusion : **Option B devient alors une 'marque' connue de la presse**, son nom est repris dans les articles et publications de manière systématique.

Quelques chiffres :

- 132 publications en total
- 48 publications en NL
- 82 publications en FR
- 44 articles print
- 1 publication en anglais et 1 publication en allemand
- revue de presse de 232 pages - valeur de 1.038.210 €
- 2 moments presse : 1 conférence, 1 journée autour du bien-être
- 1 envoi d'une boxe découverte

PLAN DE RELANCE

Continuité des actions 2021

OPTION B

Chiffres - Site internet

Site Web OptionB

- Utilisateurs : **47.297**
- Sessions : **53.740**
- Pages vues : **244.579**
- Pages vues, par utilisateur (moyenne) : **5,17**

Supports :

- Mobile 84,6%
- Desktop 10,7%
- Tablette 4,6%

Origine principale Ville (utilisateurs) :

- Anvers 8612
- Bruxelles 6587
- inconnu) 2787
- Schaerbeek 1187
- Gent 1166
- Uccle 1061
- Liège 980

Origine, par langue (suivant navigateur) :

- FR 21.788
- NL 18.688
- EN 5.877

TOP 10 des pages les plus vues

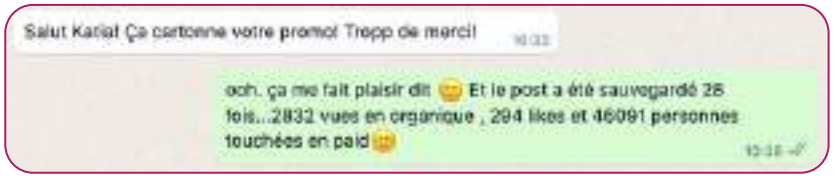
1. 1 Option-B (Accueil FR)
2. 2 Gaming shops - Option-B
3. 3 Optie-B - Option-B (Accueil NL)
4. 4 ob4-wine - Option-B
5. 5 home-brussel-home - Option-B
6. 6 Gaming experience - Option-B
7. 7 Self-Care - Option-B
8. 8 ob4-beer - Option-B
9. 9 Top 10 Vintage - Option-B
10. 10 Pour le corps - Option-B

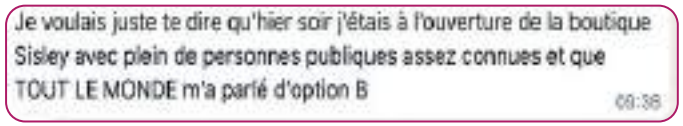
PLAN DE RELANCE

Continuité des actions 2021

OPTION B

Témoignages





PLAN DE RELANCE

Continuité des actions 2021

FASTLANE

Fastlane

Pour la Ville de Bruxelles, il était essentiel de rappeler au public que **le centre de Bruxelles est une des destinations les plus attrayantes du pays** et qu'y arriver ou s'y déplacer n'a jamais été aussi facile.
Nous avions lancé en 2021 une campagne d'affichage et web géolocalisée particulièrement efficace. *Brussels Fastlane : plus vite on y est , plus longtemps on en profite !*

Cette campagne permet au public de savoir directement combien de temps ils mettront pour se rendre dans le centre de Bruxelles depuis leur position.

Nous avons poursuivi cette campagne en affichage 2m2:

- ➔ Novembre :
  Brussels By Lights et Destination Gaming:
  300 panneaux fixes et 300 panneaux digitaux de 2m2 dans toutes les gares belges
- ➔ Juillet :
  Foire du Midi : 5 panneaux par ville pendant 1 semaine (Aalst, Mechelen,, Wavre, Woluwe, Waterloo, Leuven, Linkebeek,...)
- ➔ Septembre, mois du design : idem

PLAN DE RELANCE

Continuité des actions 2021

PRIMES TERRASSES

Primes terrasses

Aide financière destinée aux établissements ayant une extension de terrasse provisoire installée sur emplacement de stationnement pour couvrir les frais nécessaires au montage et au démontage de leur terrasse.

- ➔ Lancement en juin 2022
- ➔ Montant maximum 1.000 €.
- ➔ Aide prolongée jusqu'au 31 janvier 2023.
- ➔ 17 commerçants ont introduit une demande complète.

PLAN DE RELANCE

Continuité des actions 2021

BXL-BONCADEAU

BXL-BONCADEAU

En 2022, une centaine de nouveaux commerces se sont inscrits à l'opération BXL-Boncadeau. Près de 5000 **BXL-Boncadeau** ont été encaissés chez 133 commerçants, générant un **CA total de plus de 920 000 €**. La majoration offerte par la Ville de Bruxelles s'est élevée à plus de **150 000 euros en 2022**.

Dans le TOP 10 des commerçants, nous retrouvons :

Laboriver, Optic-Centre, Natacha Cadonici, Valérie Berckmans, Pêle-Mêle, Multi BD, Smell Stories, Tropismes, le marché bio du Be-Here, le marché bio des Tanneurs.

PLAN D'ACTIONS DU SDC

PLAN D'ACTIONS DU SDC

Promotion & dynamisation

PIETONNIER
VEKEMANS & DE WAND
QUARTIER EUROPEEN

Participation au Groupe de Réflexion Bd du Centre et création d'une association de commerçants pour les Bd. du Centre

A l'initiative de BPI-Immobel, un groupe de réflexion a réuni différents acteurs impliqués dans le développement commercial qualitatif du Piétonnier. Entreprendre y a évidemment participé. S'en suit la création nécessaire d'une association des commerçants des Boulevards du Centre qu'Entreprendre accompagne en collaboration avec Hub.brussels. Celle-ci devra réunir les commerçants de la place de Brouckère à la place Fontainas.

Création d'une nouvelle identité commerciale pour les Bd.

Chargé de lancer une campagne de promotion du piétonnier pour en faire une destination shopping incontournable avec une identité forte, Entreprendre à lancé l'appel d'offres pour désigner une agence de communication spécialisée. La campagne débutera en 2023.

Programme d'animation Vekemans et De Wand

Des décorations de Noël ont été offertes pour aider les commerçants de Neder-Over-Heembeek et de De Wand à décorer leurs vitrines pendant les fêtes de fin d'année.
Afin de communiquer sur l'offre commerciale des deux quartiers commerçants, une campagne de communication promotionnelle (photo et vidéo) a été lancée fin 2022. La diffusion des vidéos est prévue pour 2023.

Quartier Européen - Campagne de communication avec Visit.brussels

Le Quartier européen était en 2022 un axe prioritaire du plan de communication de visit.brussels. Entreprendre Bruxelles n'a donc pas planifié d'actions supplémentaires. Un angle spécifique "commerce" est prévu pour en 2023.

PLAN D'ACTIONS DU SDC

attractivité & accompagnement

SCHEMA DE DEVELOPPEMENT COMMERCIAL

Bureau d'études : CityD

Le Schéma de Développement commercial est un outil d'aide à la décision politique en matière commerciale. On y aborde mixité et diversité commerciale avec pour objectif les points suivants :

- Renforcement qualitatif de l'offre existante
- Spécialisation des pôles
- Renforcement de l'identité
- S'assurer que les quartiers répondent à l'objectif de la ville à dix minutes
- Accompagnement vers une économie résiliente, circulaire et durable
- Renforcement des quartiers dans un contexte post-covid

Les noyaux analysés en 2022 sont :

- Louise
- Haren
- Pentagone volet 2 /Bockstael, Laeken, Tour et Taxi

> Le plan d'actions sera validé l'année qui suivra

PLAN D'ACTIONS DU SDC

attractivité & accompagnement

TRANSVERSAL
ACCOMPAGNEMENT
COMMERCIAL

Etude de besoin : Offre commerciale Ville à 10' par quartier

Une étude sur la Ville à 10 minutes a été réalisée en 2022 par le Bourgmestre. Entreprendre a voulu réaliser une étude complémentaire à celle-ci se centrant sur la problématique des loyers commerciaux. Il est par exemple intéressant de plaider pour que chaque quartier accueille un supermarché mais pour cela les quartiers doivent disposer de cellules commerciales de taille suffisante qui soient disponibles et affichant un loyer abordable pour ce type d'installation. Entreprendre entend réaliser une cartographie des loyers commerciaux du Pentagone pour envisager si ces critères sont remplis à ce jour. Les résultats de l' étude seront présentés en 2023.

Etude et suivi des volets 2 et 3 du SDC

Les réunions ont eu lieu, les rencontres orchestrées et les plans d'actions induits ont été rédigés.

Accompagnement de commerces

Plusieurs quartiers ont bénéficié d'implantations qualitatives de commerces durables : Damn Good dans le quartier Alhambra, Hearth Project (Entropy) dans le quartier des Halles Saint-Géry, Roselyne d'Oreye dans l'Îlot sacré, Just Electronic dans le quartier de la Gare centrale, Sample Slow Jewelry au Cinquantenaire, Pinpin dans les Marolles,...

PROSPECTION & DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

PROSPECTION ET DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

QUELQUES ACCOMPAGNEMENTS

Le Guichet des Bonnes idées (Plantes et maroquinerie)

48 rue du Vieux Marché aux Grains

Accompagnement des candidats avec les agences immobilières, comité d'avis (horeca accessoire), accompagnement OpenSoon et obtention de la prime (15,000 + 5,000 €).

Grand Hospice, appels à projets Régie foncière ou SNCB,...

7 rue du Grand Hospice

Relai des appels à projets auprès des entrepreneurs, visites et mise en contact.

Just Electronics (lutte contre l'obsolescence programmée)

2 Carrefour de l'Europe (Gare centrale)

Briefing et présentation des quartiers, mise en contact avec le propriétaire, accompagnement OpenSoon et obtention de la prime (15,000 + 5,000 €).

PROSPECTION ET DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

QUELQUES ACCOMPAGNEMENTS

Batopin (distributeurs d'argent liquide)
(accompagnement toujours en cours)
Accompagnement à la recherche de locaux spécifiquement sur les quartiers Vekemans et De Wand considérés comme prioritaires et mise en contact propriétaires et agences immobilières.

Amorino
rue Tabora (ouvert en 2022) + rue de l'Etuve (ouverture imminente)
Informations urbanistiques, comité d'avis, accompagnement au changement d'affectation, accompagnement et conseil auprès de l'urbanisme Ville et Urban.

Herman Van Dender
(chocolatier artisanal et fournisseur de la cour)
32 rue Au Beurre (ouverture imminente)
Accompagnement propriétaire et comité d'avis (horeca accessoire).

...et il y en a encore beaucoup...

- ➔ des projets qui n'ont pas pu aboutir (Fernand Obb dans Au Suisse, un Delhaize dans la Galerie Agora,...)
- ➔ et des projets qui sont bien implantés sur la Ville : Pinpin, Roselyne d'Oreye, Prosper, Comics & Drinks, Damn Good, Hearth Project (Entropy),...

C'est près de 250 commerçants ou futurs commerçants qui ont été accompagnés

PROSPECTION ET DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

PRÉSENCE AUX SALONS ET CONFÉRENCES

BLSC

- Networking
- Bonnes pratiques en Flandre et Wallonie

SPRYG REAL ESTATE

- quatre événements par an
- présentation de l'actualité du secteur
- présentations par des acteurs clefs
- networking

MAPIC

- Une quarantaine de nouvelles enseignes rencontrées
- Une dizaine de dossiers sur la Ville de Bruxelles concrètement abordés
- Une prise de contact positive avec la presse spécialisée
- Un échange sur les bonnes pratiques avec des structures soeurs

RETAIL DETAIL

- Deux évènements par an
- Actualité du secteur

VITRINES DE FRANCE

- Fédération des centres-villes
- Plusieurs événements par an
- Actualité du secteur

AUTRES ÉVÈNEMENTS

- Évènements agences immobilières et structures d'accompagnement, séminaires, vernissages et inaugurations, jurys, Realty, …

➔ **soit près de 30 évènements sur l'année 2022 pour appuyer la visibilité d'Entreprendre Bruxelles**

PROSPECTION ET DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

PARTENARIATS ET SENSIBILISATIONS

Partenaires publics

- ➔ Administrations de la Ville (urbanisme et commerce)
- ➔ Hub.brussels
- ➔ GEL Dansaert
- ➔ Les Tanneurs
- ➔ Village partenaire
- ➔ Job Yourself
- ➔ Invité au jury de l'appel à projets régional LocalTogether, Kokotte, OpenSoon,...

> Un même briefing est toujours proposé :

- Présentation de la Ville et de ses quartiers
- B.A-BA des affectations commerciales
- Procédures pour les changements d'affectation
- Présentation Comité d'avis
- Accompagnement à l'implantation
- Contacts propriétaires et agences immobilières
- Primes et subventions
- Envoi "Projets cherchent emplacements"
- Présentation structures d'accompagnement en fonction

Partenaires privés

- ➔ Agences immobilières (CBRE, Cushman, Structura.biz, JLL, Trevi, Century 21, RPIA, PNP, Sorgeloose...)
- ➔ Propriétaires et promoteurs
- ➔ Mailing "Projets cherchent Emplacements"
- ➔ Agences de coaching
- ➔ Universités
- ➔ Structures d'accompagnement privées

Les Commerçants déjà installés

- ➔ extension de projet
- ➔ prospection de nouveaux espaces
- ➔ cellule commerciale temporaire, pop-up...
- ➔ nouveaux projets

Nouvelles enseignes

Fishing LinkedIn, à l'occasion d'évènements, via Instagram, via des enseignes déjà existantes sur d'autres communes,...

>>> en moyenne, 4 nouveaux projets par semaine sont rencontrés.

>>> Sur 2022, plus de 140 dossiers ont été analysés en Comité d'avis Commerce (avis préalable à un changement d'affectation ou d'utilisation).