

ACTIVITEITEN- VERSLAG

2022



ENTREPRENDRE LONDERNEMEN



Administratieve zetel:
Arenbergstraat 44
4e verdieping
1000 Brussel



ACTIVITEITEN- VERSLAG

2022

- WOORD VAN DE VOORZITTER
- VISIE EN MISSIES
- BEHEER van de VZW
- ACTIES
 - OPLEIDINGEN EN INFORMATIE
 - EVENEMENTEN & VERSTERKING
 - PROMOTEN VAN BESTEMMINGSWINKELS
 - COMMERCIËLE REVITALISERING
 - BEGELEIDING VAN WERVEN
 - PROMOTEN VAN AMBULANTE HANDELSZAKEN
 - HERSTELPLAN
 - ACTIEPLAN VAN HET SCO
 - MARKTONDERZOEK EN COMMERCIËLE ONTWIKKELING

WOORD VAN DE VOORZITTER



Ook dit jaar heeft **Ondernemen Brussel** haar opdracht vervuld om het economisch beleid van de stad Brussel te ondersteunen met nauwkeurigheid en knowhow, ingegeven door de passie en het enthousiasme die de structuur kenmerken.

In een context van energie- en koopkrachtcrisis en de naweeën van covid zijn de uitdagingen die in dit overgangsjaar moeten worden aangegaan bijzonder gevoelig en complex gebleken.

Dankzij de verhuizing in mei kon de VZW, waarvan het team aanzienlijk is gegroeid als gevolg van de diverse en talrijkere opdrachten, verhuizen naar een ruimte die beter geschikt is voor de uitvoering van talrijke projecten ter ondersteuning en valorisatie van **6000 handelszaken** die de stad Brussel vandaag telt.

Zonder daarom volledig te zijn, kan ik ingaan op de verschillende begeleidingsopdrachten voor zowel nieuwe als bestaande handelszaken, die bestaan uit het bekendmaken van de verschillende steunmaatregelen die hun ter beschikking worden gesteld, maar vooral uit de talrijke opdrachten voor het aantrekkelijk maken van verschillende winkelwijken via reële en virtuele, B-to-B en B-to-C communicatiekanalen.

Deze acties dragen bij tot de economische ontwikkeling van **onze stad** door de omzet van haar handelszaken te ondersteunen, maar ook door een duidelijke visie op haar wijken te ontwikkelen die onder meer gericht is op het aantrekken van nieuwe commerciële concepten die de **de originaliteit en de kwaliteit van onze economische structuur komen versterken**.

De energie en creativiteit die van dit verslag uitgaan, hangen nauw samen met het team achter deze verschillende projecten, waarvan ik de inzet wil bedanken.

Fabian Maingain,
voorzitter.

VISIE

MISSIES

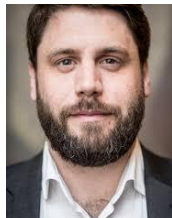
Met zijn begeleidings-, ondersteunings- en promotieacties draagt Ondernemen Brussel bij aan de ontwikkeling van de stad, de commerciële dynamiek, het ondernemersklimaat en de levendigheid en aantrekkelijkheid van onze winkelwijken. De vereniging helpt een kwalitatief economisch weefsel op te bouwen om een antwoord te bieden op de behoeftes van de inwoners en de economische actoren van Brussel.

De activiteiten van de vzw zijn onderverdeeld in 3 missies:

- De toegang tot gemeentelijke of privé-eigendommen bevorderen voor handelszaken die zich volledig inschrijven in het Schema voor Commerciële Ontwikkeling van de Stad Brussel en hen helpen bij hun ontwikkelingsstrategie dankzij gegevens over bezoekersstromen, inwoners of bestaande handelszaken per categorie, die kunnen worden geraadpleegd op het WOC (Web observatorium voor handel);
- Helpen en begeleiden van deze handelszaken bij hun administratieve procedures zowel bij hun installatie als tijdens hun activiteiten (schakel naar de verschillende diensten van de besturen van Economische Zaken en Stedenbouw);
- De winkelwijken en de commerciële activiteiten promoten die op het publieke domein plaatsvinden (beurzen, markten, braderijen, foodtrucks enz.) door het organiseren van evenementen en activiteiten, door deze te promoten via sociale netwerken, via multimediale communicatiecampagnes, verspreiding van publicaties enz.

BEHEER van de vzw

Beheersorgaan



Fabian Maingain
Voorzitter

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



Andon Akayyan
Penningmeester

Vertegenwoordiger
handelaars



Alexandre Dermine
Gedelegeerd bestuurder voor
het dagelijks bestuur

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



**Barthelemy de
Callatay**

Vertegenwoordiger
handelaars



Fabrice Oppitz

Vertegenwoordiger
handelaars



Julien Dubois

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



Françoise Remy
Secretaris

Vertegenwoordiger
handelaars



**Tim Van
Crombruggen**

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

BAND MET DE STAD
Vzw van de Stad opgericht
in 2014

BEHEER van de vzw

Team

ONDERSTEUNING EN PROMOTIE VAN WINKELWIJKEN

Katia JACQUES-SERRES
katia@entreprendrebruxelles.be



ONDERSTEUNING EN PROMOTIE VAN WINKELWIJKEN

Elfi DOMBRET
elfi@entreprendrebruxelles.be

ONDERSTEUNING EN PROMOTIE VAN WINKELWIJKEN

Noémi PARIS ANTELO
noemi@entreprendrebruxelles.be



COMMERCIELLE AANTREKKELIJKHEID

Marylise LEMERLE
marylise@entreprendrebruxelles.be

ALGEMENE ADMINISTRATIE EN ONDERSTEUNING VAN HANDELAARS

Laura SQUARTINI
laura@entreprendrebruxelles.be



ADMINISTRATIEF BEHEER

Lola STALENS
lola@entreprendrebruxelles.be

BEHEER van de vzw

Beheertaken

Context

Na de gezondheidscrisis hoefden de slagvaardigheid en de kwaliteit van het instrument waarvoor Ondernemen Brussel binnen het economisch beleid van de stad Brussel staat, niet meer te worden aangetoond.

Gelet op de omvang van de uitgevoerde projecten en de noodzaak om over de nodige middelen te beschikken, heeft de vzw haar uitbreidingsproject concreet in gang gezet.

De interne projecten die de vzw in 2022 verwezenlijkt heeft, zijn onder meer:

Verhuizing van de kantoren
van de vzw

Aanwerving van 3 VTE's

Opleiding van bestuurders

Aanstelling van specialisten
op het gebied van
persrelaties en print- en
webdesign

Lancering van de
overheidsopdracht voor de
aanstelling van een
specialist in digitale
communicatie

Lancering van de
overheidsopdracht voor de
promotiecampagne van het
voetgangersgebied

OPLEIDINGEN & INFORMATIE



De ontmoetingen met de verenigingen die in 2021 van start gingen, **werden in 2022 voortgezet.**

De verantwoordelijke voor de handelaarsverenigingen binnen de vzw en de voorzitter van de vereniging ontmoeten de verenigingen om **de balans op te maken en toekomstige projecten te bespreken** om bezoekers aan te trekken voor de winkelwijken.

Daarnaast waren er **regelmatische contacten** per telefoon en per e-mail, en waar mogelijk ook **persoonlijk**. Deze belangrijke contacten zijn bijzonder waardevol.

Een niet-complete lijst van de types ondersteuning die Ondernemen Brussel verleent aan handelsverenigingen:

- algemene inlichtingen
- hulp bij administratieve procedures
- ondersteuning bij de uitvoering van projecten en evenementen
- hulp bij de oprichting van een nieuwe vereniging
- communicatieondersteuning
- doorverwijzing naar de juiste diensten of partners

Met de handelaarsverenigingen is een denkproces op gang gebracht om de werkelijke behoeften op het gebied van opleiding vast te stellen, want de handelaars hebben niet meer dezelfde behoeften of dezelfde beschikbaarheid als tijdens de jaren van covid.

Verdeling van Wollekes aan restaurants en cafés in de stad Brussel

In totaal zijn er **600 Wollekes** in november en december door de vzw Ondernemen Brussel uitgedeeld aan een dertigtal cafés, restaurants en hotels met terras. Deze operatie is opgezet door de stad Brussel om een **alternatief voor verwarmers** die werken met gas of elektriciteit uit te testen.



Gelet op het **succes van deze eerste editie** is een tweede verdeling gepland voor 2024.

Wij stonden voortdurend in contact met de handelaars door hen op de hoogte te brengen van alle steunmaatregelen.

Lijst van de verschillende informatiebrieven:

- **18 januari:** lancering van de campagne Optie B: oproep tot het indienen van blijken van belangstelling
- **27 januari:** informatiebijeenkomst: PGR en ondernemingsbemiddeling + Mobiliteit + Optie B
- **14 maart: overgang naar** code geel + oproep tot kandidaatstelling Commerce Design Awards + info over alternatieven voor wegwerpverpakkingen
- **21 april:** informatiebijeenkomst over de aankoopbehoeften van de stad Brussel
- **3 mei:** optie B, aankondiging van de shortlist van de beste "Self Care"-adressen
- **6 mei:** informatie over lokale steun (HUB)
- **12 mei:** Volume Rainbow Brussels-applicatie om handelaars te promoten tijdens Belgian Pride
- **7 juni:** informatie over de gewestelijke premie + Pcard / BXL-Cadeaubon voordelen
- **7 juni:** mogelijke premie voor terrasuitbreidingen
- **22 juni:** informatie Opensoon voor de nieuwe Brusselse handelszaken
- **12 juli:** belangstellingsoproep voor de actie "Nationale feestdag"
- **14 juli:** belangstellingsoproep voor de actie "Bloemen in je etalage"
- **8 augustus:** belangstellingsoproep "Weekend van de Klant"
- **30 augustus:** herinnering inschrijving voor "Weekend van de Klant"
- **2 september:** informatie over Good Move (leveringen, parkings, begeleidende maatregelen)
- **23 september:** activiteitenverslag van de campagne Optie B: Beer Gin Wine
- **28 & 29 september:** uitnodiging voor de plechtigheid van de Labels
- **28 september:** belangstellingsoproep voor de actie "Brussels Artisanal Workshop"
- **6 oktober:** informatie Good Move (maatregelen, plannen op maat, Pcard)
- **6 oktober:** herinnering voor de uitnodiging voor de plechtigheid van de Labels
- **7 oktober:** herinnering voor de actie "BAW"
- **28 oktober:** belangstellingsoproep voor de actie "Local Friday"
- **28 oktober:** belangstellingsoproep voor de actie "Versieringen in de etalages" voor de eindejaarsfeesten
- **7 november:** herinnering belangstellingsoproep voor de actie "Local Friday"
- **14 november:** uitnodiging ochtendbijeenkomst over de economische transitie
- **15 november:** belangstellingsoproep campagne Optie B: selfie
- **24 november:** Wat is er nieuw voor handelszaken in Brussel?
- **5 december:** verslag over de campagne Optie B: Fiets

EVENEMENTEN & VERSTERKING



EVENEMENT & VERSTERKING

Begeleiding en uitstraling van bestaande evenementen in het Brusselse commerciële weefsel.

JARDINS DE VILLE
APERO CHARBON
GLOWEE

Voorbeelden van concrete ondersteuning in 2022:

Jardins de Ville | 6 > 08.05

Steun aan ACCJM voor de organisatie van de tweede editie van de wijkplantenmarkt "Jardins de ville".

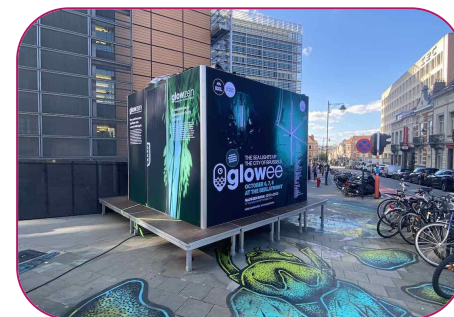


Apéro Charbon | 24.06

Steun voor de organisatie van de Apéro Charbon, beziel door de handelaarsvereniging van de Sint-Jacobswijk en georganiseerd in het kader van de inhuldiging van de herinrichting van de Kolenmarkt en de Olivetenhof.

Glowee | 6 > 08.10

Subsidie verleend aan ACCJM voor de installatie van de Glowzen Room, een immersieve en innovatieve ervaring in het hart van de Europese wijk, die in drie dagen honderden bezoekers heeft verwelkomd. 74 winkeliers in de omliggende straten werden via deze actie gepromoot (posters in de straten, sociale netwerken, RTBF, Canal +).



EVENEMENT & VERSTERKING

Begeleiding en uitstraling van bestaande evenementen in het Brusselse commerciële weefsel.

AFFAIRES FOR LIFE
FRITKOT NOH
FIFTY LAB
ANDERE

Voorbeelden van concrete ondersteuning in 2022:



Business for life | 29.10

Organisatie van een openbare verkoop Affaire Conclue in de Anspachgalerijen, in samenwerking met AG Real Estate en Viva for Life. Steun voor de ontdekking van het voetgangersgebied.

Lancering van fritkot "Chez Jef" in NOH

Ter gelegenheid van de opening van de nieuwe frituur en de autovrije dag werden meer dan 500 puntzakken friet aangeboden aan de bewoners van de wijk en talrijke activiteiten fleurden de middag op voor de gezinnen.



FiftyLab | 16 > 18.11

Ondersteuning en begeleiding van Fifty Lab Music 2023, een driedaags muzikaal ontdekkingsfestival met opkomende artiesten, op verschillende locaties in de stad Brussel.

Maar ook.. Steun voor de inrichting van houten spelen op de Vismarkt, steun voor een ondernemersbijeenkomst over economische transitie in de Ateliers des Tanneurs, steun voor de braderij-rommelmakrt van NOH, steun voor de oprichting van de kerstmarkt van de Huidevettersstraat, steun voor het Stripfestival,...

EVENEMENT & VERSTERKING

Begeleiding en uitstraling van bestaande evenementen in het Brusselse commerciële weefsel.

PICTURE FESTIVAL
ART BRUSSELS
FEEST VAN HET BROOD
BOEKENBEURS

Picture Festival | 18 > 30.03

De editie 2022 van het Picture Festival bood een reeks tentoonstellingen, workshops en conferenties. Communicatieve ondersteuning voor de promotie van de prachtige, maar te weinig bezochte Bortiergalerij.



Art Brussels | 28.04 > 01.05

Productie van City Maps voor deze 38e editie. 14.400 folders werden gedrukt en verspreid op 127 plaatsen (galerijen, winkels, enz.) met verwijzingen naar handelszaken die aansluiten bij de belangstelling van de bezoekers van het salon (boekhandels, vintage, concept stores, design, stylisten, juweliers en kunstgalerijen). De favoriete wijken van de bezoekers van het salon zijn Dansaert, de Zavel en Louise.

Feest van het Brood | 07.05

Onderhouden van een stand op het Feest van het Brood, om de knowhow van onze ambachtelijke bakkers voor het voetlicht te brengen. Samenwerking met Tartine & Boterham.



Boekenbeurs | 10 > 13.03

Communicatieve ondersteuning van het evenement, waarvan de uitstraling een aanzienlijke impact heeft op onze boekhandels, waar "off" signeersessies werden georganiseerd.

EVENEMENT & VERSTERKING

Begeleiding en uitstraling van bestaande evenementen in het Brusselse commerciële weefsel.

BELGIAN PRIDE
JAZZ WEEKEND



Belgium Pride | 5 > 7.05

Levering van recycleerbare bekertjes in de kleuren van Brussels Pride. De uitdeling werd georganiseerd door Syndigay in de handelszaken van het stadscentrum.

Om lokale activiteiten en handelszaken te promoten bij alle internationale Pride-bezoekers, hebben we samengewerkt met Volume Rainbow Brussels om een applicatie op te zetten waarmee gebruikers kunnen profiteren van een coupon die kan worden verzilverd in deelnemende handelszaken.

Jazz Weekend | 27 > 28.05

Het Brussels Jazz Weekend is een gratis stadsfestival. Met onze medewerking heeft het BJW 3 duidelijk bewegwijzerde "Shop'on'Jazz" wandeltochten uitgewerkt, waardoor de festivalgangers gemakkelijk verschillende overdekte podia, brass bands, maar vooral winkelwijken kunnen vinden en combineren.

Een Spotify playlist "Shop'on'Jazz" werd bekendgemaakt bij de handelszaken, om het commerciële weefsel in de jazz-sfeer van het weekend op te nemen.

Drie jazzbands wandelden van de Marollen naar Dansaert, via de Grote Markt.

20 handelszaken (gekozen door de organisator en met de hulp van Ondernemen Brussel, vanwege hun DNA in verband met het festival) zijn vermeld op de 3 routes.

Zij ontvingen:

- de handtas uitgewerkt op basis van de hoezen van vorige jaren,
- 31 mm badges met het label Shop'On'Jazz,
- een kartonnen toonbankdoos met logo Shop'On'Jazz om er de buttons in te deponeren,
- Festivalfolders, inclusief een QR-code om de winkels te vinden die Shop'On'Jazz badges uitdeelden,
- een t-shirt.



EVENEMENT & VERSTERKING

Begeleiding en uitstraling van bestaande evenementen in het Brusselse commerciële weefsel.

GOUDEN TICKET NATIONALE FEESTDAG

Gouden Ticket | 15.07 > 15.08

Tijdens de zomer werd een wedstrijd georganiseerd in een twintigtal winkels in het hypercentrum. Alle klanten van deze winkels ontvingen een gouden ticket in een *made in Europe* tas "Optie B".

Elke week won één klant een waardebon van 500 euro en twee andere klanten een waardebon van 20 euro, te besteden in een gelabelde winkel naar keuze. Bijna 2000 euro werd door de winnaars rechtstreeks besteed bij de handelaars van hun keuze.

Advertenties op de sociale netwerken (van de vereniging en van de deelnemende handelszaken) en talrijke artikels in de pers maakten melding van deze actie. Dit is een manier om de gelabelde winkels in de zomerperiode onder de aandacht te brengen en te ondersteunen.



Nationale Feestdag | week van 21.07

De handelaars werden uitgenodigd om zich de "belgitude" aan te meten voor de Nationale Feestdag en een vijftiental van hen werd belicht in artikelen van de hoofdstad. Op Instagram werd een fotowedstrijd opgezet om het publiek naar de voor de gelegenheid versierde winkelstraten te lokken. De drie mooiste foto's werden door een jury geselecteerd. De winnaars ontvingen vouchers voor hotels, restaurants en winkels.

EVENEMENT & VERSTERKING

Begeleiding en uitstraling van bestaande evenementen in het Brusselse commerciële weefsel.

BLOEIEND BRUSSEL
BRUSSELS ART SQUARE
LES JACQUERIES

Bloeiend Brussel | 01 > 15.08

Ter gelegenheid van het Bloementapijt werd dankzij het werk van verschillende kunstenaars een bloemenparcours in de straten van het stadscentrum aangelegd. De verschillende grond- en luchtinstallaties werden in de omgeving van de Grote Markt ontplooid.

Meer dan 70 wijkwinkels werden ook opgefleurd dankzij het werk van een Brusselse bloemist.



Brussels Art Square | 23 > 25.09

Communicatieve ondersteuning van dit evenement, dat een internationaal nichepubliek naar Brussel lokt en de rijkdom en de kwaliteit van het aanbod van het grondgebied, met name in de Zavelwijk, in de verf zet.

Les Jacqueries | 24 > 25.09

Twee dagen van straatvoorstellingen en commerciële activiteiten in de Sint-Jacobswijk.

Wij hebben het evenement ondersteund op organisatorisch en communicatievlak met als doel er geleidelijk een echt evenement naar het voorbeeld van "Namur en Mai" van te maken.



EVENEMENT & VERSTERKING

Begeleiding en uitstraling van bestaande evenementen in het Brusselse commerciële weefsel.

BAM! MARKET
DESIGN SEPTEMBER
WEEKEND VAN DE KLANT



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

De vzw nam deel aan de communicatie van alle BAM! 2022 evenementen. Be-Here Market, waaraan Brusselse ambachtslieden deelnamen, door hen te steunen op sociale netwerken en door digitale advertenties uit te zenden op lifestyle sites.

Design September | 09.2022

Cross-campagne met Optie B, Mode en Design. Zoals elk jaar hebben we de Commerce Design Award gesteund, een strategisch instrument voor de stad en haar handelszaken om de voordelen van kwaliteitsdesign door professionals in de ontwerpplannen van deze winkelruimten naar voren te laten komen.



Weekend van de Klant | 01 > 02.10

Tijdens het eerste weekend van oktober 2022 namen meer dan honderd Brusselse handelaars deel aan het Weekend van de Klant. Zij openden het hele weekend hun deuren en boden hun klanten een aantal diensten aan: geschenken, kortingen, ontdekking van hun werkplaatsen, enz.

In de winkels werd een wedstrijd georganiseerd, waardoor drie winnaars konden genieten van een droomweekend (hotel, restaurant en shopping) in Brussel. Een andere wedstrijd, georganiseerd door BX1, stond open voor alle voorbijgangers op het Muntplein. De winnaars ontvingen BXL-cadeaubons.

EVENEMENT & VERSTERKING

Begeleiding en uitstraling van bestaande evenementen in het Brusselse commerciële weefsel.

LOCAL FRIDAY



Local Friday | 14 > 27.11

Ongeveer veertig Brusselse handelaars namen deel aan de actie **Local Friday** door een specifieke actie voor te stellen: verlaagde prijzen, geschenken bij een aankoop, gratis uur parkeren, enz.

Al deze acties werden meegedeeld op de sociale netwerken van de vzw, op haar website (die **meer dan 2000 nieuwe bezoekers** in een week registreerde), via de pers (Sudpresse, DH, BX1, Libre, LN24...) en op in het oog springende posters in de publieke ruimte zoals **dit zeil van 90 m² dat 10 dagen lang aan de Beurs werd tentoongesteld**.

Het doel: handelszaken van de Stad voor het voetlicht brengen tijdens deze commercieel belangrijke periode.

In het licht van het enthousiasme van de handelaars en de pers is een volgende editie van Local Friday gepland in 2023.



**MENUISERIE
EBÉNISTERIE
DESCHUYTERE**

RUE HAUTE 77, 1000 BRUXELLES

ACTION : Faites réaliser un devis (presque) instantané pour le projet de vos rêves (meuble, placard, menuiserie) et initiez-vous au travail du bois en créant un objet dans notre atelier !

LA MAISON DES TARTES

RUE DIEUDONNÉ LEFÈVRE 4, 1020 BRUXELLES (BE HERE)

ACTION : Profitez de 15% de remise à l'achat de min 25€ !

LOKAL CONCEPT STORE

RUE DES ÉPERONNIERS 18, 1000 BRUXELLES

ACTION : Le vendredi 25/11, pour le Local Friday, un styliste donnera des ateliers **exclusifs et gratuits** pour conseiller les clients de Lokal Concept Store !



**SOURIEZ, HET IS
LOCAL
FRIDAY!**

**CHEZ VOS COMMERCANTS !
BIJ UW HANDELAARS!**

EVENEMENT & VERSTERKING

Begeleiding en uitstraling van bestaande evenementen in het Brusselse commerciële weefsel.

UPTOWN DESIGN TOUR BRUSSELS BY LIGHTS



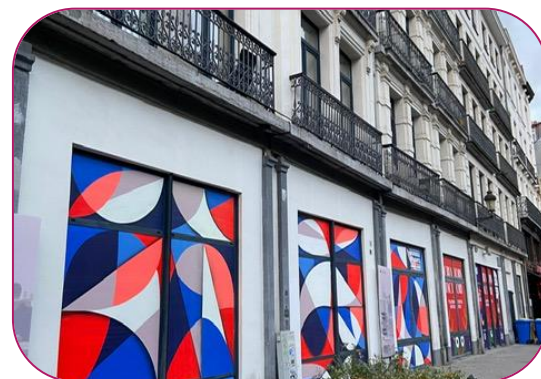
Uptown Design Tour | 14 > 23.10

De luxe boetieks aan de Waterloolaan en de Naamsestraat stellen creaties tentoon van Belgische en buitenlandse kunstenaars en ontwerpers, een interessante manier om de shoppers uit te nodigen naar binnen te komen.

Dankzij onze steun heeft de vzw Uptown Design haar communicatie naar het grote publiek kunnen uitbreiden en er kwam ook bewegwijzering langs de laan.

Brussels By Lights| 23.11 > 08.01

Langs het parcours van Brussels By Light in de Kartuizerwijk werd een tiental etalages versierd met fresco's die met fosforescerende verf werden gemaakt door graffiti-artiesten uit de Belgische scene. Slenterend door het hart van de hoofdstad konden de voorbijgangers de mooie winkels bewonderen die deze hoek van Brussel zijn unieke karakter geven.



Voor het derde jaar verhoogt de Stad Brussel haar bijdrage aan de **kerstversiering** door "decoratiepakketten" uit te delen aan handelaars van verschillende wijken, waaronder De Wand, Neder-Over-Heembeek, de Europese wijk en het hypercentrum, om hun etalages te verfraaien.

Om de energie-impact te verminderen, werden in deze editie van de actie pakketten voorgesteld met decoratieve elementen uit de pure traditie van de eindejaarsfeesten, maar zonder licht.

PROMOTEN VAN BESTEMMINGSWINKELS



PROMOTEN VAN BESTEMMINGSW INKELS

AMBACHTELIJK
CENTRUM
Brussels Artisanal Workshops



Brussels Artisanal Workshops | 11.11 > 04.12

Tweede editie: de ambachtslieden en handelaars van de binnenstad namen de klanten mee achter de schermen van de Brusselse ambachten via verschillende creatieve workshops.

in totaal werden 67 workshops gepresenteerd, waaraan 537 mensen in 3 weken deelnamen. Het gemiddelde cijfer per ambachtsman is 814 euro. De pers was zeer geïnteresseerd in dit festival, met een twintigtal publicaties en interviews, waar we de tussenkomst van heel wat influencers aan moeten toevoegen die het met hun community over het festival hadden.

Deze editie bevestigt het enthousiasme van het publiek voor dit soort activiteiten en spoort ons aan om onze steun voor ambachtslieden in 2023 op te voeren: deze workshops vormen sterke argumenten voor bestemmingsgericht shoppen.



PROMOTEN VAN BESTEMMINGSW INKELS

AMBACHTELIJK
CENTRUM
Premie OpenSoon BXXL



OPENSÖÖN 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 aan te sporen voor kwaliteitsprojecten in de Stad, verhoogt Ondernemen Brussel de premie die wordt toegekend door hub.brussels en Brussel Economie en werkgelegenheid.

In het kader van de gewestelijke **premie OpenSoon** biedt Ondernemen Brussel:

- Nauwgezette follow-up van de dossiers (advies over de factor "geschiktheid van de locatie")
- Verwijzing naar de nodige administratieve procedures
- Organisatie Adviescomité indien nodig
- **€ 5000 euro bovenop** de aangeboden € 15.000

> Met haar 8 dossiers is de Stad Brussel de gemeente waar de meeste OpenSoon-dossiers van het hele gewest werden behandeld (op gelijke voet met Sint-Gillis)

PROMOTEN VAN BESTEMMINGSW INKELS

PROMOTIE VAN DE BESTEMMING

Handelslabels



Handelslabels | 18.10

6e ceremonie

De Handelslabels van de Stad Brussel worden uitgereikt aan handelszaken die uitblinken en de hoofdstad zo extra uitstraling geven.

In 2022 werden niet minder dan 91 handelszaken door hun collega's erkend voor hun kwaliteit, hun toegevoegde waarde voor de winkelwijk waarin ze gevestigd zijn en hun dynamische bijdrage aan de Brusselse economie.

Bij **de Handelslabels 2022** werden er 5 categorieën handelszaken onderscheiden:

Ambachtslieden:

Erkend door het federale label dat het authentieke karakter van de activiteit, het manuele aspect van het werk en de ambachtelijke knowhow erkent.

Good-Food:

Handelszaken met een duurzame aanpak die het gewestelijk label "Good Food" dragen op het grondgebied van de Stad Brussel.

Breastfriends:

Vestigingen die vermeld staan als "Breastfriend", waar het personeel getraind is om ouders met jonge kinderen te ontvangen die borstvoeding willen geven.

Anti-voedselverspilling:

Partners van apps om voedselverspilling tegen te gaan ("Phoenix" en "Too Good To Go").

Toegankelijkheid voor PBM:

Handelszaken die zich inzetten om toegankelijk te zijn voor PBM's, dankzij het partnerschap met de vzw Kinumai.

PROMOTEN VAN BESTEMMINGSW INKELS

PROMOTIE VAN DE WINKELWIJKEN

Promotie van winkelwijken > Toevoeging van bewegwijzering

Toevoeging van bewegwijzering naar het gebied van de **Huidevettersstraat**, een gebied dat niet erg zichtbaar is naast de natuurlijke stromen van de Marollen (Hoogstraat en Blaesstraat). **13 autoborden en 9 fiets-/voetgangersborden** werden geïnstalleerd.



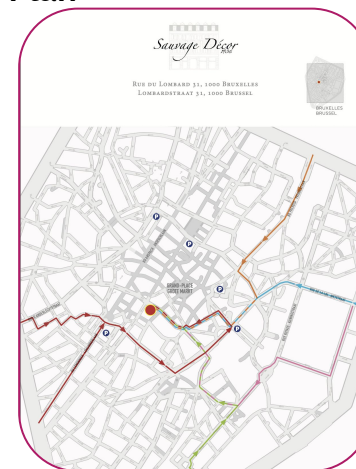
Toevoeging van borden aan de uitgang van Interparking Albertine, richting **Zavel en Saint-Jacobs**. Het doel van deze borden is om de hyper-toegankelijkheid van de wijken aan te geven zodra de auto geparkeerd is.



Creatie van gepersonaliseerde toegankelijkheidskaarten als onderdeel van het GoodMove-Plan

Geïnteresseerde handelaars ontvingen een gepersonaliseerde toegangkaart om **hen te helpen communiceren** met hun klanten over de verkeersveranderingen in verband met het Good Move-plan.

De verwijzing naar de verschillende toegangen en parkings werd erin opgenomen.



PROMOTEN VAN BESTEMMINGSW INKELS

TOEGANKELIJKHEID VAN DE BESTEMMINGSWINKEL

Actie Pcard

Interparking P-Card

Als voortzetting van de in 2021 gestarte P-Card actie.

Dankzij de actie die werd opgezet, kunnen automobilisten zich gratis abonneren op de Interparking van de stad en 15 euro extra parkeertegoed + een BXL-Cadeaubon van 15 euro ontvangen, die ze kunnen besteden in de deelnemende Brusselse handelszaken.

Voordelen van de kaart:

- U hoeft niet langs de kassa te gaan op alle Interparkings in Brussel (en België)
- Tot 30% korting op parkeertarieven
- U kan zich snel en gemakkelijk verplaatsen in Brussel dankzij de MOBIB basic-kaart
- De Pcard kan worden aangevraagd op de website www.pcard.be/brussels

De actie, die in 2021 van start is gegaan, is **voortgezet in 2022** met herinneringen voor de verschillende mededelingen aan de handelaars.





+15€
PARKING
PARKEREN

+15€
SHOPPING*
WINKELN

**UNE OFFRE
UNIQUE!**
Et ses avantages sont
bien plus nombreux :
→ Accès sans passages aux
caisses à 70 Interparkings
en Belgique
→ Jusqu'à -30%
sur votre parking
→ Mobilité facilitée à Bruxelles
avec la fonctionnalité
MOBIB basic

**EEN UNIEKE
AANBIEDING!**
En er zijn nog meer
voordelen:
→ Toegang tot 70
Interparkings in België
zonder langs de kassa
te moeten
→ Tot -30% in uw parking
→ Vergemakelijkt mobiliteit
in Brussel dankzij de
functie MOBIB basic

Demandez votre Pcard-
GRATUITE via
www.pcard.be/brusselsVraag uw GRATIS
Pcard* aan via
www.pcard.be/brussels

Acties limitées aux 20.000 premières demandesActie beperkt tot de 20.000 eerste aanvragen

COMMERCIËLE REVITALISERING



COMMERCIËLE REVITALISERING

STICKERS

STICKERS

10 stickers werden aangebracht op 6 beschikbare commerciële cellen waarvan de eigenaars op zoek zijn naar kwalitatieve overnemers.

Daaronder de Hamerstraat 29-31 die vanaf 12 mei e.k. Afrikana Kitchen zal verwelkomen!



Hierop volgden heel wat ontmoetingen en contactnames.

2 commerciële cellen hebben daadwerkelijk overnemers gevonden dankzij het aanbrengen van deze stickers.

De andere commerciële cellen zijn nog beschikbaar op de markt en wij blijven de eigenaars bijstaan in hun zoektocht.

Bovendien werden 8 stickers aangebracht op de etalages van de Opensoon BXXL laureaten om hun opening aan te kondigen!

BEGELEIDING VAN WERVEN



WERVEN

Werven kunnen bijzonder ingrijpend zijn voor handelaars. Wij doen ons uiterste best om ervoor te zorgen dat de verschillende fasen geen invloed hebben op de doorstroming van de shoppers.



Op elke werf worden er verschillende acties ondernomen:

- Deelname aan werfvergaderingen, samen met de eenheid Handel
- Bekleding van de nadarhekken (toegankelijke winkels en QR-code naar de website Werken van de Stad)
- De oprichting van een community van handelaars aanmoedigen, zodat zij kunnen samenwerken en de bouwfasen, met onze steun, kunnen doorkomen.
- Het DNA van de wijk activeren indien nodig.



Dekzeilen van vroegere werven werden hergebruikt of gecreëerd:

- Toegankelijke winkels
- Algemeen wegenwerken
- Specifiek voor de wijken / voor de handelszaken

KOLENMARKT
NOH
BEURS
BRUCITY
NAAMSESTRAAT
STEVINSTRAAT

WERVEN

KOLENMARKT
NOH
BEURS
BRUCITY
NAAMSESTRAAT
STEVINSTRAAT

- Een werf uitgevoerd door Vivaqua heeft het verkeer van de **naamsestraat** gedurende ongeveer 60 dagen tussen oktober en december 2022 beïnvloed. Om klanten aan te moedigen hun auto achter te laten in de dichtstbijzijnde parking (Interparking 2 Poorten) tijdens het shoppen in de Naamsestraat, **werden 4000 tickets voor 1 uur gratis parkeren** verdeeld onder de handelszaken die zich meldden.
- De **beursstraat** werd beïnvloed door de werf van de Beurs in 2022. Ter ondersteuning van de handelszaken zijn verschillende acties opgezet:
 - Meer dan **1000 vouchers ter waarde van 5 euro** werden uitgedeeld aan bezoekers van de werf. Ze konden ze gebruiken in de zaken in de omgeving van de beurs.
 - Installatie van twee totemborden bij de ingangen van de Beursstraat om aan te geven dat de handelszaken voor het publiek geopend waren.
 - Versiering van het hek van de Beursstraat met beeldmateriaal van Winterpret.
 - Installatie van lichtslingers in de Beursstraat tijdens de winter (eind november – eind februari 2023).



PROMOTEN VAN AMBULANTE HANDELSZAKEN



PROMOTEN VAN DE AMBULANTE HANDEL

Markten

SABLON DESIGN MARKET
IK HOU VAN MIJN MARKT
MARKT DER MARKTEN

Sablon Design Market | 09 > 11.09

De organisatoren van de Sablon Design Market hebben ons opnieuw in vertrouwen genomen om hen te helpen bij de communicatie op sociale netwerken en met de pers. De menigte was van de partij en het evenement is een echte must geworden.



Campagne Ik hou van mijn markt

Organisatie van activiteiten en wedstrijden in het kader van de internationale campagne "Ik hou van mijn markt".

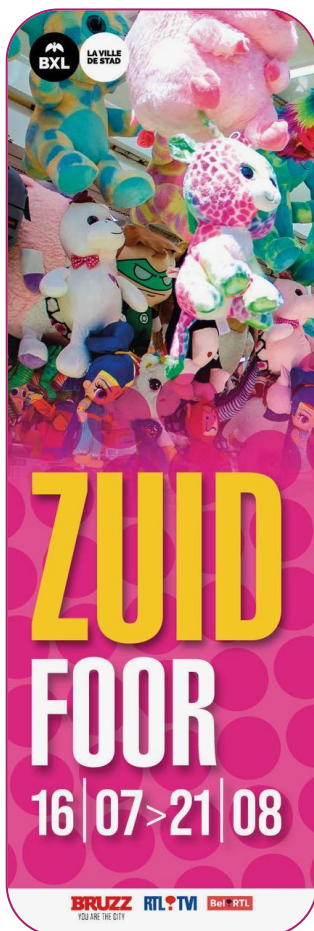
Marktenmarkt | 02.06

Voor één dag vindt de marktenmarkt plaats in het hart van Brussel zelf, op de Grote Markt. Ondernemen Brussel ondersteunde de organisatie van het evenement in 2022 met logistieke ondersteuning en het plaatsen van een photomaton.



PROMOTEN VAN DE AMBULANTE HANDEL

ZUIDFOOR

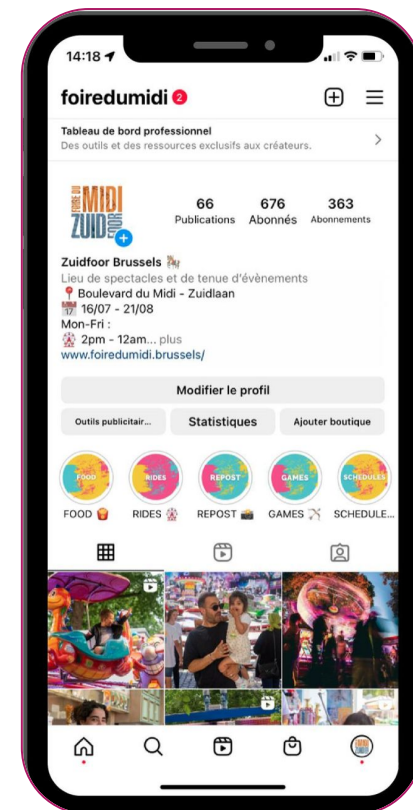


De opdracht van Ondernemen Brussel bestond erin de openingsdag en de persconferentie te organiseren, de communicatieve invalshoek voor te stellen, een 360°-reclamecampagne op te zetten en te onderhandelen, contact op te nemen met de sponsor en een dag voor zieke kinderen te organiseren.

Met de zomer van 2022 waren vreugde en een goed humeur terug van de partij. Op verzoek van de foorkramers hebben we gewoon gekozen voor beeldmateriaal dat de verschillende attracties van de foor in een zeer kleurrijke grafische sfeer weergeeft.

Het 360°-communicatieplan werd geraamd op 190.000 euro, voor een onderhandelde uitgave van 77.000 euro. Een TikTok-account werd aangemaakt en influencers met een grote community op TikTok werden ingezet.

Het publiek van de foor was groter dan in 2021, met een duidelijke stijging van het aantal Nederlandstalige bezoekers.



HERSTELPLAN



HERSTELPLAN

Continuïteit van de acties 2021

OPTIE B

Overkoepelende campagne Optie B



In 2020 hebben we een overkoepelende campagnestrategie ontwikkeld om shoppers terug naar Brussel te halen.

In 2021 hebben we het campagnemechanisme op basis van deze strategie opgezet en zijn we begonnen met de eerste twee thema's, namelijk Natuur in de stad en Second Life.

Strategie? We hebben besloten om niet zozeer de troeven van de stad te verkopen, maar om uit te zoeken wat de mensen bezighoudt en te zien hoe we daarop kunnen reageren... via u dus. Wij noemden deze campagne optie B, met de hoofdletter B van Brussel.

Waarom? Dat is heel eenvoudig. Hoewel Brussel misschien niet altijd als eerste bestemming in uw gedachten opkomt, kan deze stad een ideaal alternatief zijn en blijkt ze op vele vlakken een ware goudmijn te zijn.

Hoe? Na een studie hebben we een top 15 opgesteld van de meest populaire thema's en hebben we die thema's gekozen die het best aansluiten bij het Brusselse aanbod. Elke maand vormen zij het onderwerp van een specifieke stadsroute waarin de handelszaken worden vermeld die met dit thema verband houden. Vervolgens promoten we de stad via een 360°-campagne. Voor elk thema wordt vooraf een doelgroepprofilering uitgevoerd, zodat de communicatie en het mediaplan kunnen worden aangepast aan de "persona's" die in het thema geïnteresseerd kunnen zijn.

Twee thema's konden in 2021 worden behandeld, **de volgende zijn allemaal in 2022 geïmplementeerd.**

HERSTELPLAN

Continuïteit van
de acties 2021

OPTIE B

CAMPAGNE Optie B

OPTIE B ZOALS BRUSSEL

DROOMDE U VAN OPTIE A? OPTIE B ZAL U WAKKER SCHUDDEN!

Shoppen in New York of Tokio is verleidelijk, maar niet altijd realistisch. Daarom hebben we optie B gecreëerd, met een hoofdletter B zoals Brussel, een alternatief dat wel eens verrassender zou kunnen zijn dan uw eerste keuze. De 7 populairste onderwerpen werden vertaald in thematische routes die de meest ongewone, onvermoede of niet te missen adressen in de hoofdstad bundelen, 7 opties B die elkaar het hele jaar door opvolgden.

Deze handelszaken en locaties werden gecommuniceerd via de meest relevante communicatiekanalen voor elk thema:

- Gedrukte media
- Sociale media
- Website
- Bioscoop
- Posters
- Radio
- Redactionele publicaties
- Influenceurs
- Activeringen op het terrein



HERSTELPLAN

Continuïteit van de acties 2021

OPTIE B

De thema's

1 GEHEIME TUINEN (natuur in de stad):

♥ **OPTION B** | JARDINS SECRETS

De natuur in al haar vormen (parken, terrassen, natuurproducten, enz.)

2021

2 SECOND LIFE (de circulaire economie):

♥ **OPTION B** | SECOND LIFE

Tweedehands (vintage, tweedehandsgoederen, antiek, recycling, reparatie, enz.)

3 SELF-CARE (zichzelf verzorgen):

♥ **OPTION B** | SELF CARE

Fitness voor lichaam en geest (wellness, behandelingen, ontspannende sporten, natuurlijke voeding, enz.)

4 BEER, GIN & WINE (local drinks):

♥ **OPTION B** | BEER GIN WINE

In België geproduceerde dranken, Brusselse specialiteiten, verkoop- en degustatiepunten.

5 TE VOET, TE FIETS, TEVREDEN:

♥ **OPTION B** | ÇA MARCHE, ÇA ROULE!

(BIKING & WALK) actieve mobiliteit, wandelen in de stad

6 DESIGNERS DISTRICT:

♥ **OPTION B** | MODE & DESIGN

(ontwerpers, creatieve talenten) alles wat met artistieke creatie te maken heeft (mode, design, kunst, enz.)

7 SMILE & PLAY:

♥ **OPTION B** | SMILE & PLAY

(GAMING & SELFIE CHALLENGE) plaatsen, producten of diensten gerelateerd aan gaming, fun en selfies.

GRANDS PARCS ET JARDINS D'EXCEPTION
KIOSQUES TERRASSES ET ROOFTOPS
ESPACES VERTS INSOLITES ET MÉCONNUS
COMMERCES NATURE ET PRODUITS NATURE
ÉVÈNEMENTS

LA MODE, C'EST MOI
LE CIRCULAIRE POUR PAS UN ROND
LE LUXE NE MEURT JAMAIS
WISHLIST
ATELIERS

POUR LE CORPS
POUR L'ESPRIT
COUPS DE CŒUR
ÉVÈNEMENTS

BEER
GIN
WINE
MICRO-BRASSERIES
COUPS DE CŒUR
ANIMATIONS

ÇA MARCHE
ÇA ROULE
HOME-BXL-HOME
CYCLOMANIA
CYCLO-TIPS

DESIGN & ARCHITECTURE
DESIGNERS
URBAN DESIGN & ARCHITECTURE
DESIGN STARS
COMMERCE DESIGN AWARD
VINTAGE DESIGN
MODE
FASHION DESIGNERS
ACCESSOIRES DESIGNERS
MODE ET CÉLÉBRITÉS
VINTAGE TOP 10
AGENDA & EVENTS

PLAY
GAMING SHOPS
GAMING EXPERIENCE
GAMING EVENTS
SMILE
LES INCONTOURNABLES
ADRESSES DE CÉLÉBRITÉS
ACTION !

HERSTELPLAN

Continuïteit van de acties 2021

OPTIE B

Een campagnevoorbeeld..

COMMUNICATIECAMPAGNE "Ride and Walk" 74 Stories - 26 Werkelijke - 34 Publicaties

Organieke sociale netwerken

- Volgers: 6.629
- Bereikte accounts: 670.000
- Accounts waarmee geïnterageerd is: 1.720
- Totaal afdrucken: 1.949.845

Betaalde sociale netwerken

- 2.912.389 bereikte accounts en 6.559.089 afdrucken
→ 12 artikels in de **pers** ter waarde van 70.727 euro

Radiospots

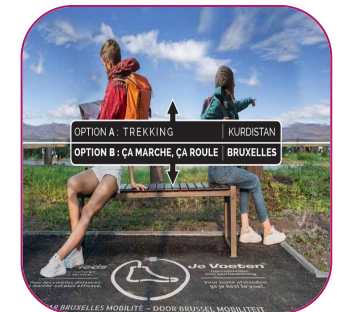
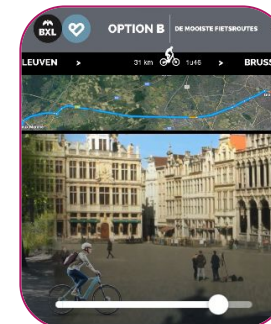
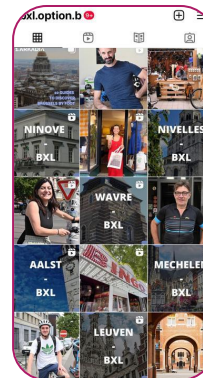
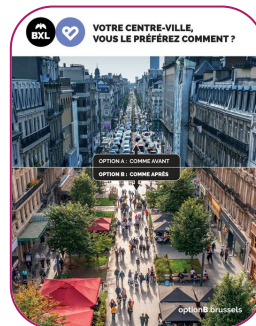
- Radio 1, Radio 2, Première, Viva

Adverteren in de gedrukte media

- Gelegenheidsadvertentie in de special mobiliteit van Le Vif van 17 november

Website

- 29.614 bekeken voor 11.444 gebruikers
→ Het vaakst afkomstig van: regio Antwerpen en vervolgens Brussels Gewest
→ Toegang: Smartphone



- IG: Gebruikers van het platform hebben ons om praktische informatie gevraagd over plaatsen waar men zich kan informeren om fietsen te kopen, hieruit blijkt dat onze thema's ons in staat stellen hen door te verwijzen naar handelszaken in Brussel.
- IG: De aanvragen van handelszaken in de stad om samen te werken nemen ook toe.

HERSTELPLAN

Continuïteit van de acties 2021

OPTIE B

Cijfers - Sociale netwerken

TOTAAL voor de gehele herstelcampagne

→ **1.026 plaatsen** en handelszaken zijn vermeld

→ **209 handelszaken** werden bezocht door ons team van verslaggevers (vanaf het derde thema).

→ Dat is **209 foto- of videoverslagen** in rechtstreekse interactie met de handelaars. De foto's werden ook aan de handelaars overgemaakt voor eigen gebruik.

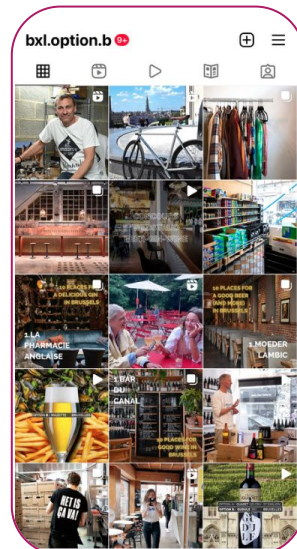


Een **Pinterest** account werd opgezet voor alle overgenomen thema's en 280 pins

Een **Tiktok** account met 27 op maat gemaakte video's

Instagram - Oprichting van een community van **10.275 volgers**

Facebook - **618 volgers**



Vanaf 24 februari 2022 tot vandaag is de Facebook- en Instagram-advertentie voor Optie B bekeken door **2.825.654** Belgen van 18+. Dit publiek zal gemiddeld 5,2 inhoud hebben gezien over alle thema's, wat betekent dat de gepushte inhoud **14.819.241** keer gezien werd.

Elke inhoud werd gepusht op een kwalitatief publiek, d.w.z. volgens het thema van elke post.

Alle handelszaken zijn opgenomen in de databank van Ondernemen Brussel.

HERSTELPLAN

Continuïteit van de acties 2021

OPTIE B

Cijfers - Pers

IN HET TOTAAL in de pers

De perscampagne van Optie B trok de aandacht van zowel de gewestelijke als de nationale pers. Door de ruime waaier aan onderwerpen in verband met het project konden we in contact treden met journalisten met zeer uiteenlopende interessegebieden. Deze strategie heeft geleid tot een grote verscheidenheid aan artikels, variërend van diepgaande artikels en advertenties



De voorgestelde onderwerpen waren ook interessant voor **lifestyle magazines** zoals Flair, Elle, Femmes d'aujourd'hui of DM Magazine, maar ook **dagbladen** (Le Soir, la DH, HLN en De Standaard) of zelfs **de vrije pers** (BRUZZ of Metro).



We zijn tevreden te merken dat deze campagne voor een langere duur werkt: sommige invalshoeken worden nog lang na de campagneperiode "via via" opgepakt en nog regelmatig online geraadpleegd.

Conclusie: **Optie B wordt zo een door de pers gekend "merk"**, zijn naam wordt systematisch vermeld in artikels en publicaties.

Enkele cijfers:

- 132 publicaties in totaal
- 48 publicaties in NL
- 82 publicaties in FR
- 44 artikels print
- 1 publicatie in het Engels en 1 publicatie in het Duits
- persoverzicht van 232 pagina's - waarde van 1.038.210 euro
- 2 persmomenten: 1 conferentie, 1 dag over welzijn
- 1 zending van een ontdekkingsdoos

HERSTELPLAN

Continuïteit van de acties 2021

OPTIE B

Cijfers - Website

Website Optie B

- Gebruikers: **47.297**
- Sessies: **53.740**
- Bekeken pagina's: **244.579**
- Bekeken pagina's, per gebruiker (gemiddeld): **5,17**

Vaakst afkomstig uit Stad (gebruikers):

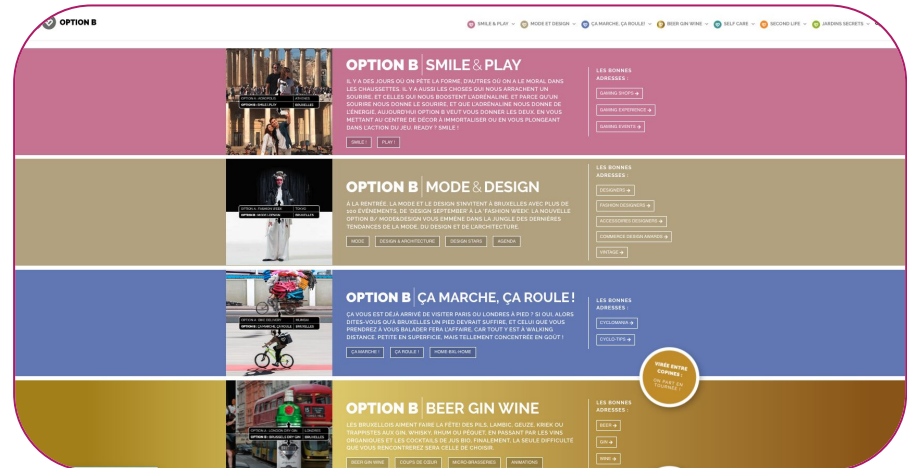
- Antwerpen 8612
- Brussel 6587
- (onbekend) 2787
- Schaarbeek 1187
- Gent 1166
- Ukkel 1061
- Luik, 980

Dragers:

- Mobiel 84,6%
- Desktop 10,7%
- Tablet 4,6%

Oorsprong, per taal (afhankelijk van browser):

- FR 21.788
- NL 18.688
- EN 5.877



Top 10 meest bekeken pagina's:

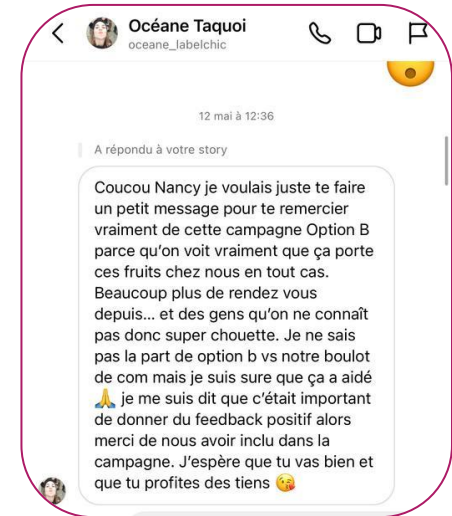
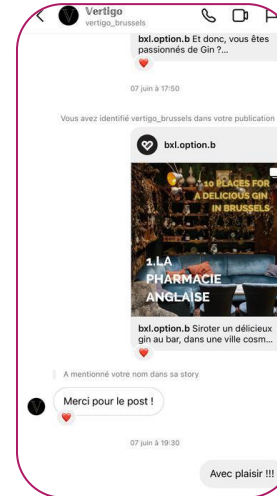
- 1 Optie-B (Onthaal FR)
- 2 Gaming shops - Optie-B
- 3 Optie-B - Optie-B (Onthaal NL)
- 4 ob4-wine - Optie-B
- 5 home-brussel-home - Optie-B
- 6 Gaming experience - Optie-B
- 7 Self-Care - Optie-B
- 8 ob4-beer - Optie-B
- 9 Top 10 Vintage - Optie-B
- 10 Voor het lichaam - Optie-B

HERSTELPLAN

Continuïteit van de acties 2021

OPTIE B

Getuigenissen



Je voulais juste te dire qu'hier soir j'étais à l'ouverture de la boutique Sisley avec plein de personnes publiques assez connues et que TOUT LE MONDE m'a parlé d'option B 09:36

HERSTELPLAN

Continuïteit van de acties 2021

FASTLANE

Fastlane

Voor de Stad Brussel was het essentieel om het publiek eraan te herinneren dat **het centrum van Brussel een van de aantrekkelijkste bestemmingen van het land is** en dat het nog nooit zo gemakkelijk is geweest om er te komen of om je er te verplaatsen.

We lanceerden in 2021 een bijzonder doeltreffende, op geografische gebieden gerichte poster- en webcampagne. *Brussel Fastlane: hoe sneller we er zijn, hoe langer we ervan genieten!*

Door deze campagne kan het publiek meteen weten hoe lang ze erover zullen doen om het centrum van Brussel te bereiken vanaf hun locatie.

We hebben deze campagne voortgezet met een poster van 2m2:

- November:
Brussels By Lights en Destination Gaming:
300 vaste borden en 300 digitale borden van 2m2 in alle Belgische stations
- Juli:
Zuidfoor: 5 borden per stad gedurende 1 week (Aalst, Mechelen, Waver, Woluwe, Waterloo, Leuven, Linkebeek, enz.)
- September, maand van het design: idem



HERSTELPLAN

Continuïteit van de
acties 2021

TERRASSENPREMIE

Terrassenpremie

Financiële steun voor zaken met een tijdelijke terrasuitbreiding op parkeerplaats om de kosten te dekken die nodig zijn om het terras op te bouwen en af te breken.

- Lancering in juni 2022
- Maximumbedrag 1.000 euro.
- De steun werd verlengd tot 31 januari 2023.
- 17 handelaars hebben een volledige aanvraag ingediend.



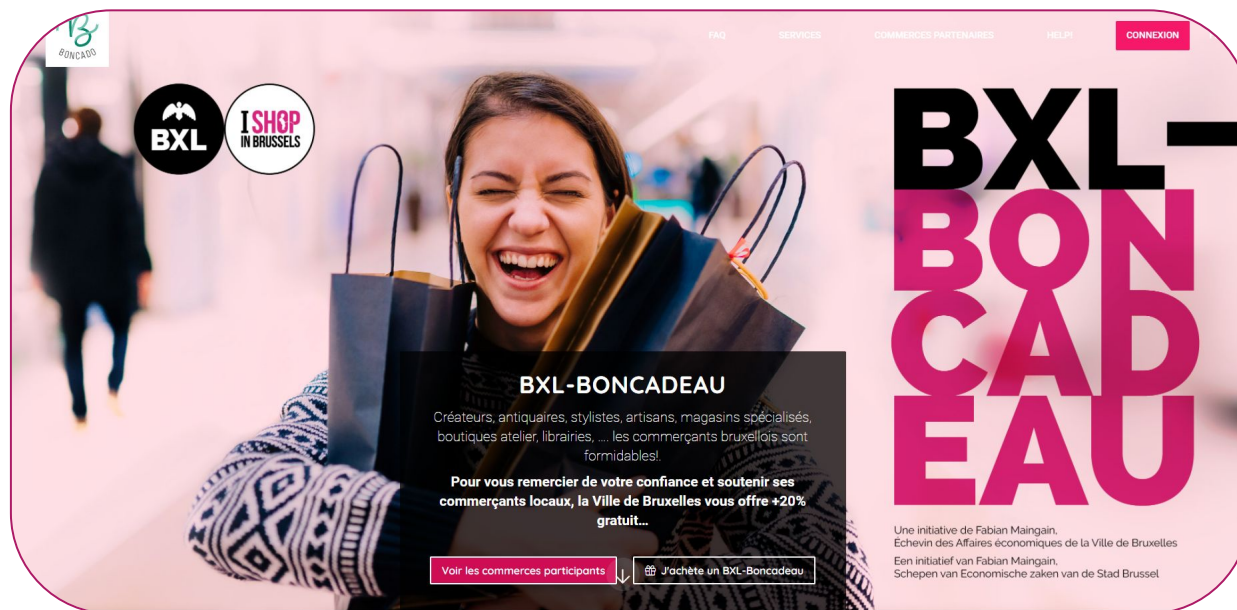
HERSTELPLAN

Continuïteit van de acties 2021

BXL-CADEAUBON

BXL-CADEAUBON

In 2022 hebben zich ongeveer 100 nieuwe handelszaken voor de operatie BXL-Cadeaubon ingeschreven. Bijna 5.000 **BXL-Cadeaubon** werden geïnd bij 133 handelaars, wat een **totale omzet van meer dan 920.000 euro** opleverde. De door de stad Brussel aangeboden toeslag bedraagt meer dan **150.000 euro in 2022**.



In de TOP 10 van handelaars vinden we terug:

Laboriver, Optic-Centre, Natacha Cadonici, Valérie Berckmans, Pêle-Mêle, Multi BD, Smell Stories, Tropismes, Be-Here-Biomarkt, Biomarkt van de Huidevetters.

ACTIEPLAN VAN HET SCO



ACTIEPLAN VAN HET SCO

Promotie & dynamisering

VOETGANGERSGEBIED
VEKEMANS & DE WAND
EUROPESE WIJK

Deelname aan de denktank Centrumlanen en oprichting van een vereniging van handelaars voor de Centrumlanen

Op initiatief van BPI-Immobel heeft een denktank verschillende actoren bijeengebracht die betrokken zijn bij de kwalitatieve commerciële ontwikkeling van het voetgangersgebied. Uiteraard nam Ondernemen Brussel hieraan deel. Dit leidde tot de noodzakelijke oprichting van een vereniging van handelaars van de Centrumlanen die door Ondernemen Brussel, in samenwerking met Hub.brussels, begeleid wordt. Deze vereniging moet de handelaars van het De Brouckereplein tot het Fontainasplein samenbrengen.

Oprichting van een nieuwe commerciële identiteit voor de lanen.

Met het oog op de lancering van een promotiecampagne om van het voetgangersgebied een essentiële winkelbestemming met een sterke identiteit te maken, heeft Ondernemen Brussel een aanbesteding uitgeschreven om een gespecialiseerd communicatiebureau aan te stellen. De campagne begint in 2023.



Animatieprogramma Vekemans en De Wand

Kerstversiering werd geschonken om de handelaars in Neder-Over-Heembeek en De Wand te helpen hun etalages te versieren tijdens de eindejaarsfeesten.

Om te communiceren over het commerciële aanbod van de twee winkelwijken werd eind 2022 een reclamecampagne (foto en video) gelanceerd. De videostreaming is gepland voor 2023.

Europese wijk - Communicatiecampagne met Visit.brussels

In 2022 was de Europese wijk een prioritaire as in het communicatieplan van visit.brussels. Ondernemen Brussel heeft dan ook geen aanvullende acties gepland. Een specifieke rubriek "handel" is gepland voor 2023.

ACTIEPLAN VAN HET SCO

aantrekkelijkheid & ondersteuning

SCHEMA VOOR COMMERCIELE ONTWIKKELING

Studiebureau: CityD

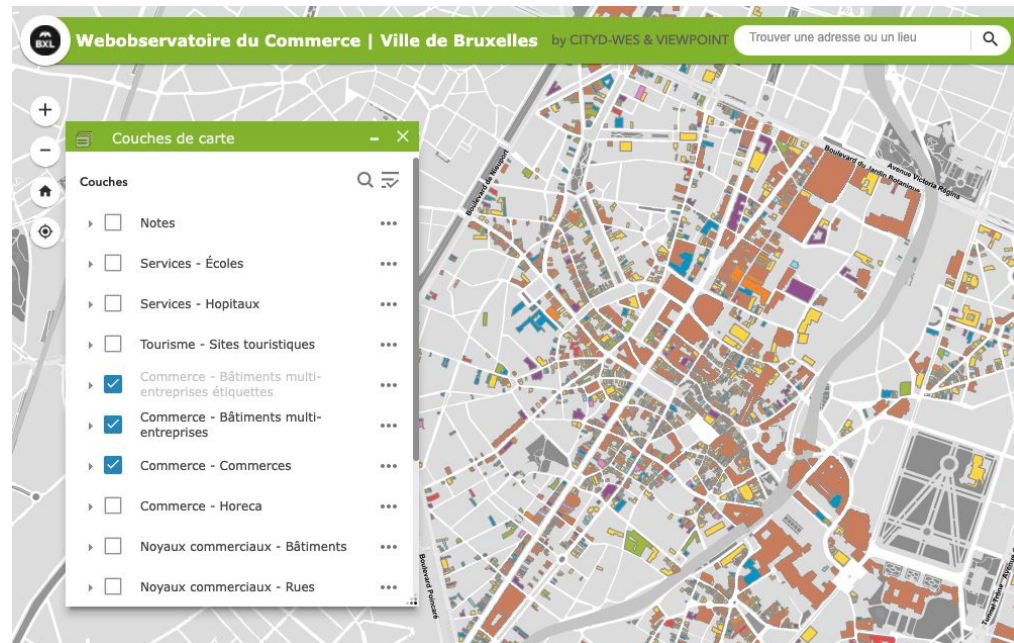
Het Schema voor Commerciële Ontwikkeling is een instrument om de beleidsvorming te ondersteunen op het vlak van commerciële aangelegenheden. Het is gericht op een commerciële mix en diversiteit, met de volgende doelstellingen:

- Kwalitatieve versterking van het bestaande aanbod
- Specialisatie van centra
- Versterking van de identiteit
- Ervoor zorgen dat de wijken aan de doelstelling van de stad op tien minuten voldoen
- Steun voor een veerkrachtige, circulaire en duurzame economie
- Versterking van de wijken in een post-covidcontext

De volgende kernen werden in 2022 geanalyseerd:

- Louiza
- Haren
- Vijfhoek deel 2 /Bockstael, Laken, Tour & Taxis

> Het actieplan zal in het volgende jaar worden gevalideerd



ACTIEPLAN VAN HET SCO

aantrekkelijkheid & ondersteuning

TRANSVERSAAL COMMERCIELE ONDERSTEUNING

Behoeftestudie: Commercieel aanbod Stad op 10' per wijk

In 2022 heeft de burgemeester een studie uitgevoerd naar de Stad op 10 minuten. Ondernemen Brussel wilde hierop een aanvullende studie uitvoeren over de kwestie van de handelshuren. Het is bijvoorbeeld interessant om te pleiten voor een supermarkt in elke wijk, maar daarvoor moeten de wijken over voldoende grote beschikbare commerciële cellen beschikken waar dit soort inrichting zich betaalbaar kan vestigen. Ondernemen Brussel wil de handelshuren van de Vijfhoek in kaart brengen om na te gaan of tot dusver aan deze criteria wordt voldaan. De resultaten van de studie worden in 2023 voorgesteld.

Studie en monitoring van delen 2 en 3 van het SCO

De vergaderingen werden gehouden, de ontmoetingen geregeld en de daaruit voortvloeiende actieplannen werden opgesteld.

Ondersteuning van handelszaken

Verschillende wijken hebben geprofiteerd van kwalitatieve vestigingen van duurzame handelszaken: Damn Good in de Alhambra-wijk, Hearth Project (Entropy) in de wijk Sint-Gorikshallen, Roselyne d'Oreye in het Îlot sacré, Just Electronic in de wijk van het Centraal Station, Sample Slow Jewelry aan het Jubelpark, Pinpin in de Marollen, enz.

MARKTONDERZOEK & COMMERCIEËLE ONTWIKKELING



MARKTONDERZOEK EN COMMERCIEËLE ONTWIKKELING

ENKELE ONDERSTEUNINGEN



Le Guichet des Bonnes idées (Planten en lederwaren)

Oude Graanmarkt 48

Ondersteuning van de kandidaten met de makelaars, adviescomité (horecatoebehoren), begeleiding OpenSoon en verkrijgen van de premie (15.000 + 5.000 euro).

Grand Hospice, oproepen tot het indienen van projecten

Grondregie of NMBS, enz.

Grootgodshuisstraat 7

Doorgeven oproepen tot het indienen van projecten aan ondernemers, bezoeken en in contact brengen.



Just Electronics (strijd tegen geprogrammeerde veroudering)

Europakruispunt 2 (Centraal Station)

Briefing en presentatie van de wijken, in contact brengen met de eigenaar, ondersteuning OpenSoon en verkrijgen van de premie (15.000 + 5.000 euro).

MARKTONDERZOEK EN COMMERCIELE ONTWIKKELING

ENKELE ONDERSTEUNINGEN



Batopin (geldautomaten)

(begeleiding is nog bezig)

Ondersteuning bij de zoektocht van lokalen specifiek in de wijken Vekemans en De Wand, die als prioritair worden beschouwd en in contact brengen met eigenaars en makelaars.

Amorino

Taborastraat (open in 2022) + Stoofstraat (binnenkort opening)
Stedenbouwkundige informatie, adviescomité, ondersteuning bij bestemmingswijziging, ondersteuning en advies bij de dienst stedenbouw Stad en Urban.



Herman Van Dender

(ambachtelijke chocolatier en hofleverancier)

Boterstraat 32 (binnenkort opening)

Ondersteuning eigenaar en adviescomité (horecatoebehoren).

...en er zijn er nog veel meer...

- projecten die niet konden worden voltooid (Fernand Obb in Au Suisse, een Delhaize in de Agoragalerij, enz.)
- en projecten die wel een plaats hebben gevonden in de stad: Pinpin, Roselyne d'Oreye, Prosper, Comics & Drinks, Damn Good, Hearth Project (Entropy), enz.

Bijna 250 (toekomstige) handelaars hebben steun gekregen

MARKTONDERZOEK EN COMMERCIEËLE ONTWIKKELING

AANWEZIGHEID OP
SALONS EN
CONFERENTIES



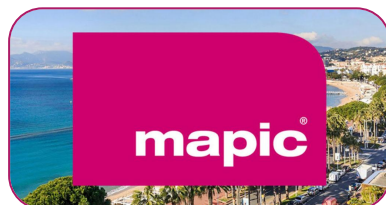
BLSC

- Networking
- Goede praktijken in Vlaanderen en Wallonië



SPRYG REAL ESTATE

- vier evenementen per jaar
- presentatie van het laatste sectornieuws
- presentaties door belangrijke spelers
- networking



MAPIC

- Zo'n veertig nieuwe zaken ontdekt
- Een tiental dossiers in de Stad Brussel worden concreet behandeld
- Positief contact met de gespecialiseerde pers
- Uitwisseling van goede praktijken met zusterorganisaties



RETAIL DETAIL

- Twee evenementen per jaar
- Nieuws uit de sector



VITRINES DE FRANCE

- Federatie van stadscentra
- Verschillende evenementen per jaar
- Nieuws uit de sector

ANDERE EVENEMENTEN

- Evenementen van makelaars en ondersteunende structuren, seminars, openingen en inhuldigingen, jury's, Realty, enz.

➔ **Dit zijn bijna 30 evenementen in 2022 om de zichtbaarheid van Ondernemen Brussel te vergroten**

MARKTONDERZOEK EN COMMERCIEËLE ONTWIKKELING

PARTNERSCHAPPEN EN BEWUSTMAKING

Publieke partners

- Stadsbesturen (stedenbouw en handel)
- Hub.Brussels
- LEL Dansaert
- Les Tanneurs
- Village partenaire
- Job Yourself
- Uitgenodigd voor de jury van de gewestelijke oproep tot het indienen van projecten Local&Together, Kokotte, OpenSoon, enz.

> Er wordt altijd dezelfde briefing gegeven:

- 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

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

...

Reeds gevestigde handelaars

- projectuitbreiding
- zoektocht naar nieuwe ruimten
- tijdelijke commerciële cel, pop-up, enz.
- nieuwe projecten

Nieuwe handelaars

Fishing LinkedIn, ter gelegenheid van evenementen, via Instagram, via bestaande merken in andere gemeenten, enz.

>>> gemiddeld komen er 4 nieuwe projecten per week binnen.

>>> In 2022 werden er meer dan 140 dossiers geanalyseerd door het Adviescomité Handel (advies voorafgaand aan bestemmings- of gebruikswijziging).