



ENTREPRENDRE
L'ONDERNEMENT

2024

Rapport d'activités



LE RAPPORT D'ACTIVITÉS 2024



TABLE DES MATIÈRES

- MOT DU PRÉSIDENT
- VISION
- MISSIONS
- LES CHIFFRES CLÉS 2024
- LES MARQUES D'ENTREPRENDRE
- GESTION DE L'ASBL
- ACTIONS
 - Prospection et développement commercial
 - Formations et informations
 - Événement & amplification
 - Promotion du commerce de destination
 - Revitalisation commerciale
 - Accompagnement des chantiers
 - Promotion des commerces ambulants
 - Communication générale
 - Plan d'actions du SDC
- CONCLUSION

MOT DU PRÉSIDENT

Le rapport d'activités 2024 qui vous est présenté traduit l'ensemble des actions qui ont été menées tout au long de l'année écoulée, où Entreprendre Bruxelles a poursuivi ses missions de soutien à la politique économique de la Ville de Bruxelles.

Désigné Échevin des Affaires économiques, du Commerce et de l'Emploi, au lendemain des dernières élections communales, j'ai désormais le plaisir et l'honneur de présider l'asbl d'Entreprendre Bruxelles.

Sur base d'un nouveau dynamisme, l'objectif est clairement de positionner la Ville plus que jamais comme moteur de l'activité économique et comme partenaire des plus de 6.000 commerces bruxellois, nouveaux ou plus anciens.

Grâce à une forte présence sur le terrain, nous allons nous retrouver en permanence à l'écoute et aux côtés de celles et ceux qui font tourner Bruxelles. Au travers du schéma de développement commercial, plusieurs quartiers ont été identifiés et ils bénéficieront d'un soutien accru pour une redynamisation.

Nous nous appuierons également sur notre gestion des baux commerciaux, de la Ville et du CPAS, afin de tendre vers une plus forte diversité commerciale, tout en assurant la qualité de l'offre.

Enfin, nous intensifierons les opérations de communication autour des différentes aides à disposition des commerçants ou des investisseurs potentiels, tout en veillant à une meilleure visibilité via différents canaux, dont le guide digital trilingue www.localguide.brussels.

C'est ensemble, avec le dynamisme de toute l'équipe d'Entreprendre Bruxelles, avec aussi le Collège de la Ville – qui doit œuvrer pour améliorer la sécurité, la mobilité et la propreté – que nous atteindrons des résultats très positifs en termes d'attractivité commerciale et économique.

Didier Wauters

Echevin des Affaires Economiques, de l'Emploi, du Commerce et de l'équipement communal.



VISION

“La Ville de Bruxelles, c’est un environnement favorable pour les entrepreneurs afin de développer leur commerce !”

Entreprendre Bruxelles contribue activement au développement de l’entrepreneuriat sur le territoire de la Ville de Bruxelles, à la mise en valeur et au rayonnement des entreprises et des commerces sous toutes leurs formes, tant fixes qu’ambulants, sur le territoire de la Ville de Bruxelles.

L’ASBL accompagne les entrepreneurs dans toutes les étapes de leurs projets commerciaux et stimule les quartiers commerçants avec des campagnes de communication, en collaborant avec les associations de commerçants et commerçants dans leurs projets et événements.”



MISSIONS

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

- 1) 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) ;
- 2) 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'administration des Affaires Economiques et de l'Urbanisme) ;
- 3) Promouvoir les quartiers commerçants et les activités commerciales exercées sur l'espace public (kermesse, marchés, braderies, parcours food trucks...) par l'organisation d'évènements et d'animations, leur promotion via les réseaux sociaux, l'organisation de campagnes de communications multimédia, la distribution de publications ..



LES CHIFFRES CLÉS DE 2024

PLUS DE 300
COMMERÇANTS
ACCOMPAGNÉS

PLUS DE 60 PROJETS
MENÉS DANS LES
QUARTIERS

PLUS DE 144.000
VISITES SUR NOS
SITES WEB

PLUS DE 10 MILLIONS
DE VUES SUR NOS
DIFFÉRENTS RÉSEAUX

PRÈS DE 60.000
FOLLOWERS
SUR FB & INSTA

PLUS DE 50
COMMERÇANTS ONT
SUIVI NOS FORMATIONS

LES MARQUES D'ENTREPRENDRE BRUXELLES



entreprendre.bruxelles

Présente les actions en cours, les informations importantes, etc. aux commerçants



localguide.brussels

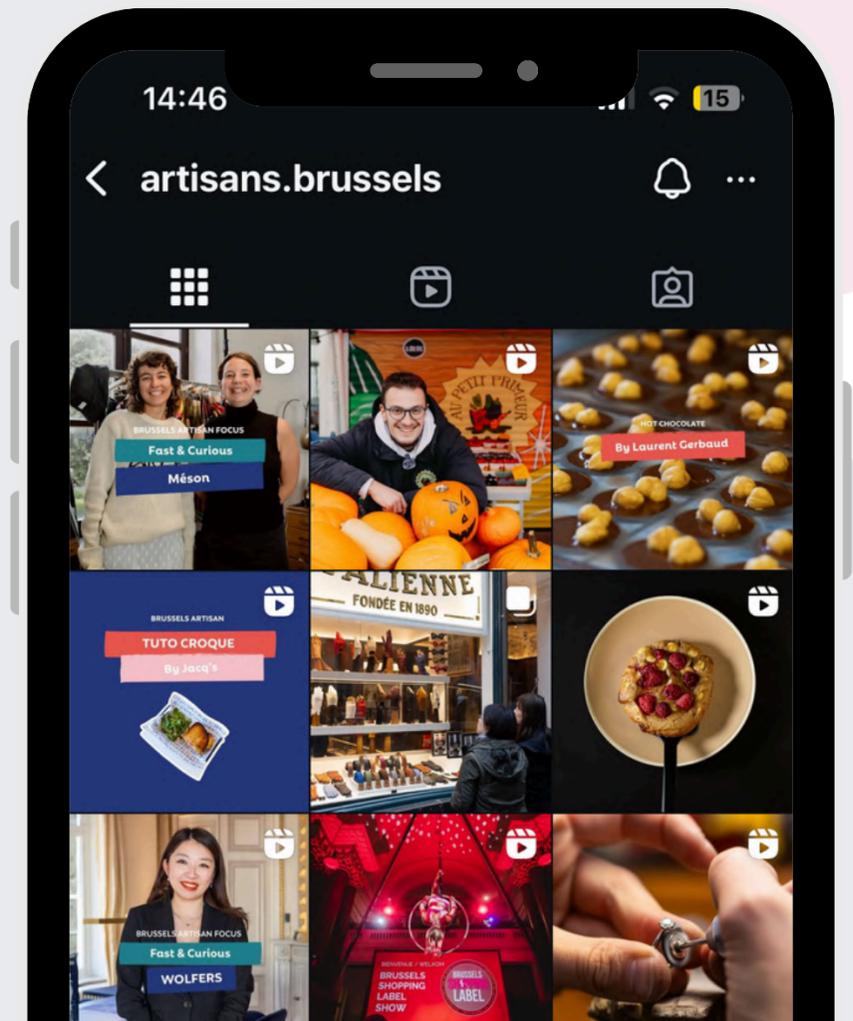
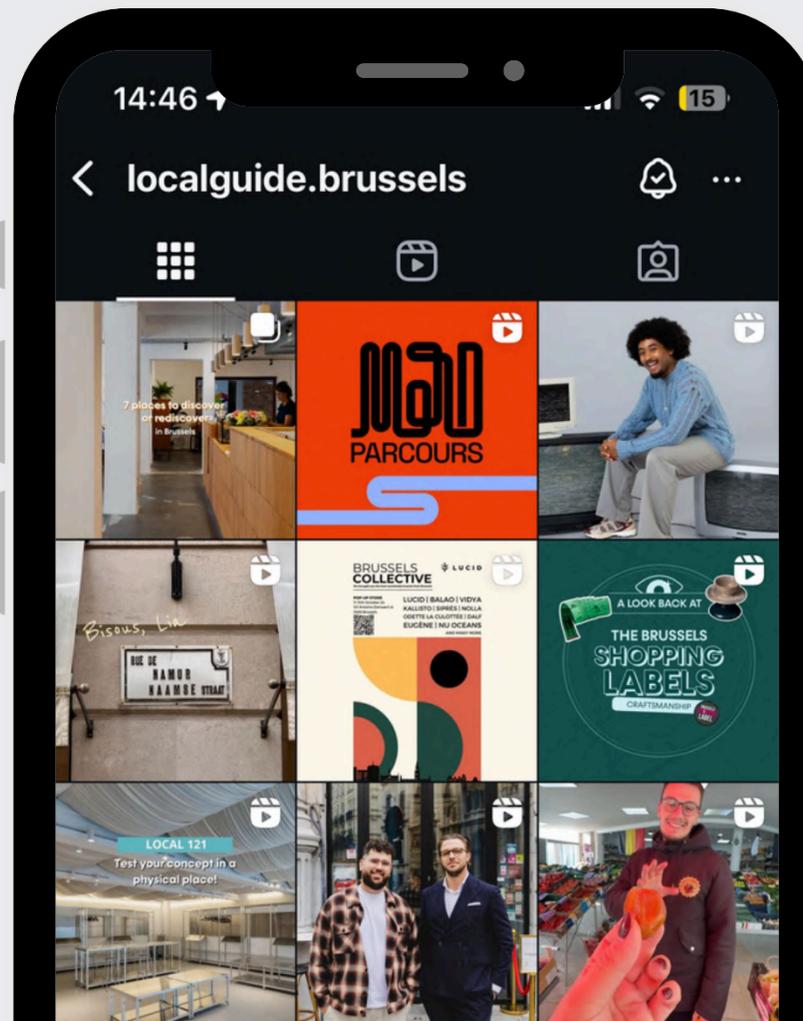
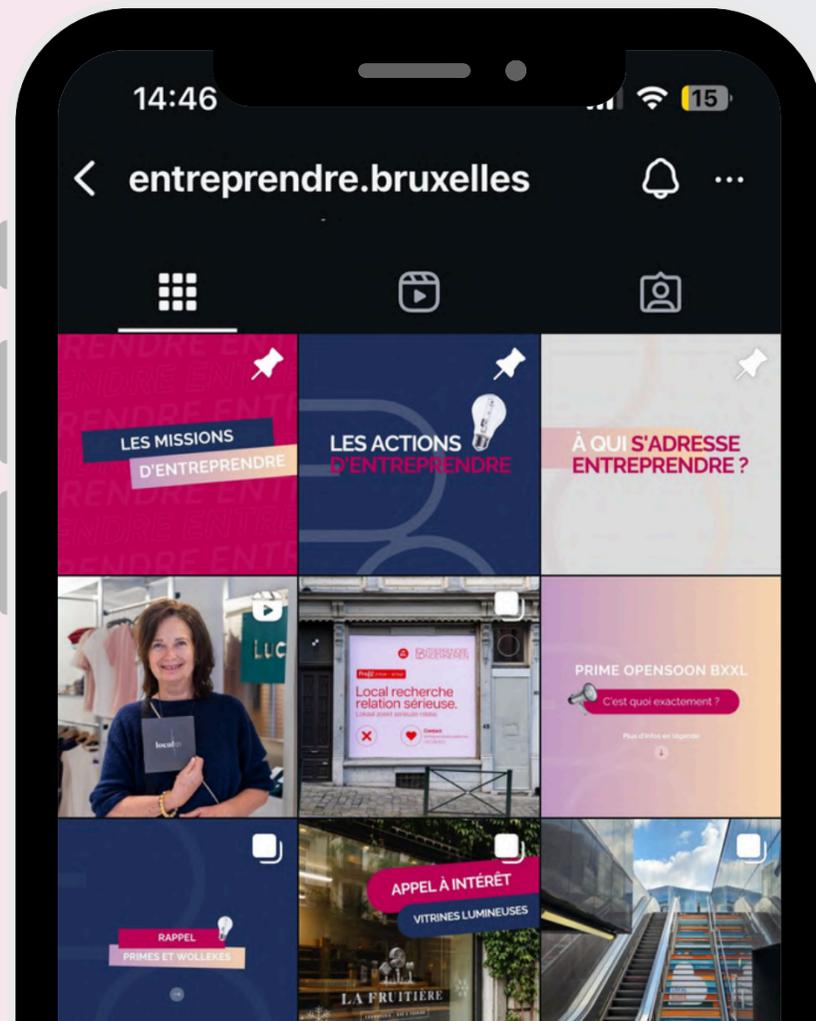
Présente les commerçants, les quartiers commerçants, les nouveautés, les événements... au grand public, principalement bruxellois



Artisans.
Brussels

artisans.brussels

Présente le savoir-faire des artisans et commerçants bruxellois, que ce soit dans leur atelier, avec le client, dans le choix de leurs produits ou services.



GESTION DE L'ASBL

ORGANE DE GESTION



Didier WAUTERS
Président

Échevin des Affaires
Économiques de la
Ville de Bruxelles



Fabian MAINGAIN
Président

Démission en cours
d'année



**Benhur ERGEN
YUSUF**
Président

Admission et
démission en cours
d'année



Alexandre DERMINE
Administrateur délégué à
la gestion journalière

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



Andon AKKAYAN

Représentant des
commerçants



Fabrice OPPITZ

Représentant des
commerçants



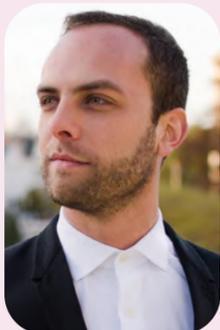
**Barthélémy
DE CALLATAY**

Représentant des
commerçants



Françoise REMY

Représentante 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



Youri MAURY

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



**Audrey MAGUIN
VREUX**

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

GESTION DE L'ASBL

L'ÉQUIPE



Laura SQUARTINI

Responsable
administration et
affaires juridiques
Soutien aux commerçants



Lola STALENS*

Assistante de direction
Office Manager
*départ en cours d'année



Arthur MONTEIRO*

Assistant de direction
Office Manager
*arrivée en cours d'année



Quentin CRESPÉL

Co-responsable de la
stratégie d'attraction et
de développement
commercial



Malika KAHAN

Co-responsable de la
stratégie d'attraction et
de développement
commercial



Katia JACQUES-SERRES

Soutien et Promotion des
quartiers commerçants



Aline ROEGIERS

Soutien et Promotion des
quartiers commerçants



Noémi PARIS ANTELO

Soutien et Promotion des
quartiers commerçants



ACTIONS
**PROSPECTION ET
DÉVELOPPEMENT
COMMERCIAL**

Prospection et développement commercial

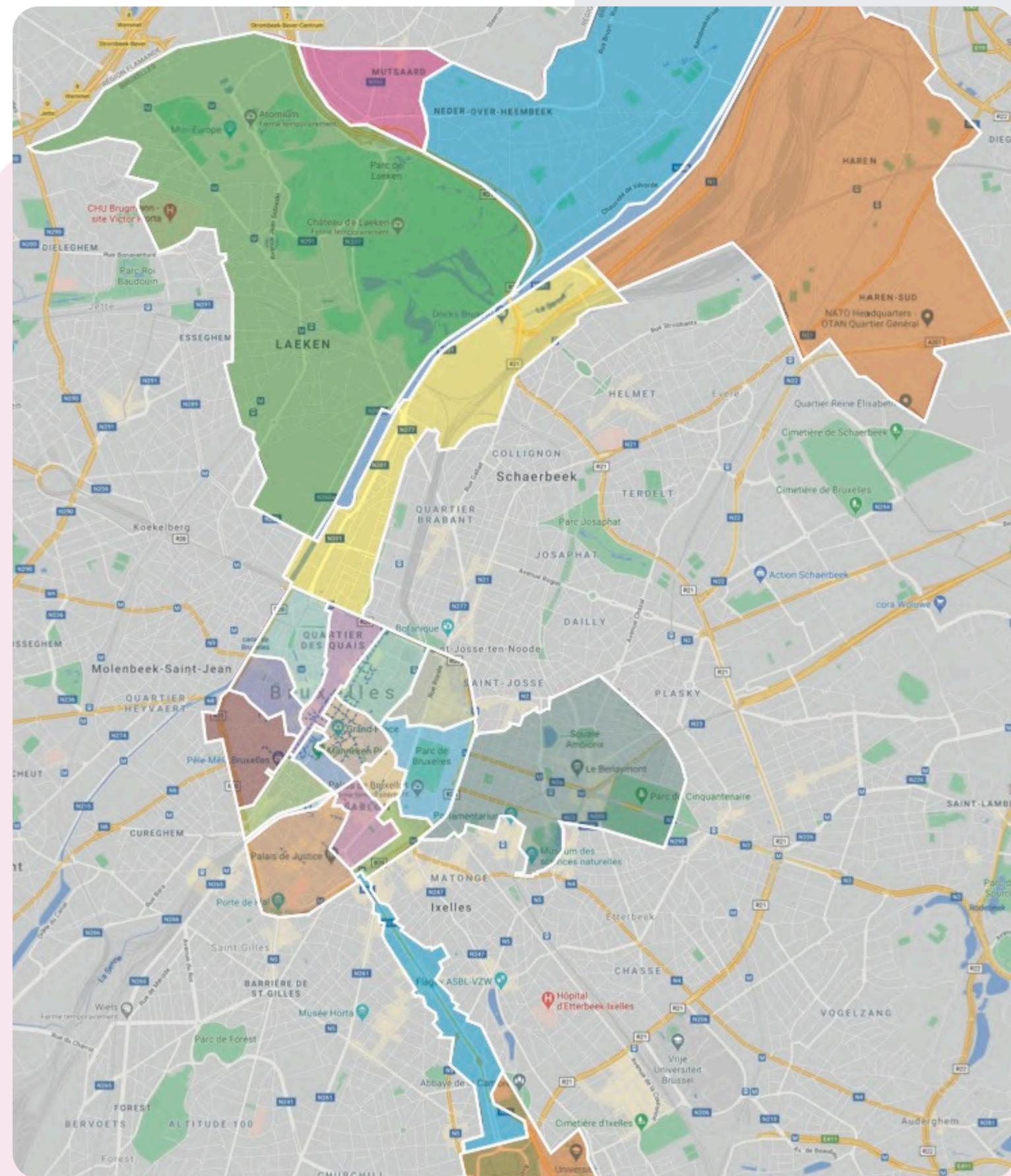
PRIORITÉ AUX COMMERÇANTS

Jour après jour, rencontre après rencontre — que ce soit sur le terrain, par téléphone ou par courriel — **Malika et Quentin** (et Kenny depuis 2025) sont à l'écoute des commerçants et futurs commerçants de la Ville. Leur mission est de comprendre les réalités du terrain, les ambitions de chacun, et d'apporter des conseils concrets, adaptés à chaque situation.

Les demandes reçues sont nombreuses et extrêmement variées : recherche de local, besoin d'un avis sur un projet d'aménagement, soutien administratif, orientation vers un organisme partenaire, aide à la mise en réseau ou encore conseils stratégiques pour démarrer une activité. Chaque demande est analysée avec attention par les équipes, qui identifient les réponses les plus pertinentes et les services compétents à mobiliser.

Une fois cette première étape franchie, Malika et Quentin assurent un accompagnement personnalisé, en guidant, orientant et connectant les commerçants avec les bons interlocuteurs. Ils assurent un suivi actif, souvent sur plusieurs mois, et restent disponibles à toutes les étapes du projet. Leur rôle est d'être facilitateurs, médiateurs, accélérateurs de projet.

Ce travail de proximité et d'accompagnement est l'un des piliers de l'action d'Entreprendre Bruxelles. Chaque année, **plus de 300 commerçants** ou porteurs de projet bénéficient ainsi de cet accompagnement sur mesure, reflet d'une démarche humaine, engagée et pragmatique au service du commerce local.





Prospection et développement commercial

BRIEFING POUR LES NOUVEAUX COMMERÇANTS

- 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 des besoins

Prospection et développement commercial

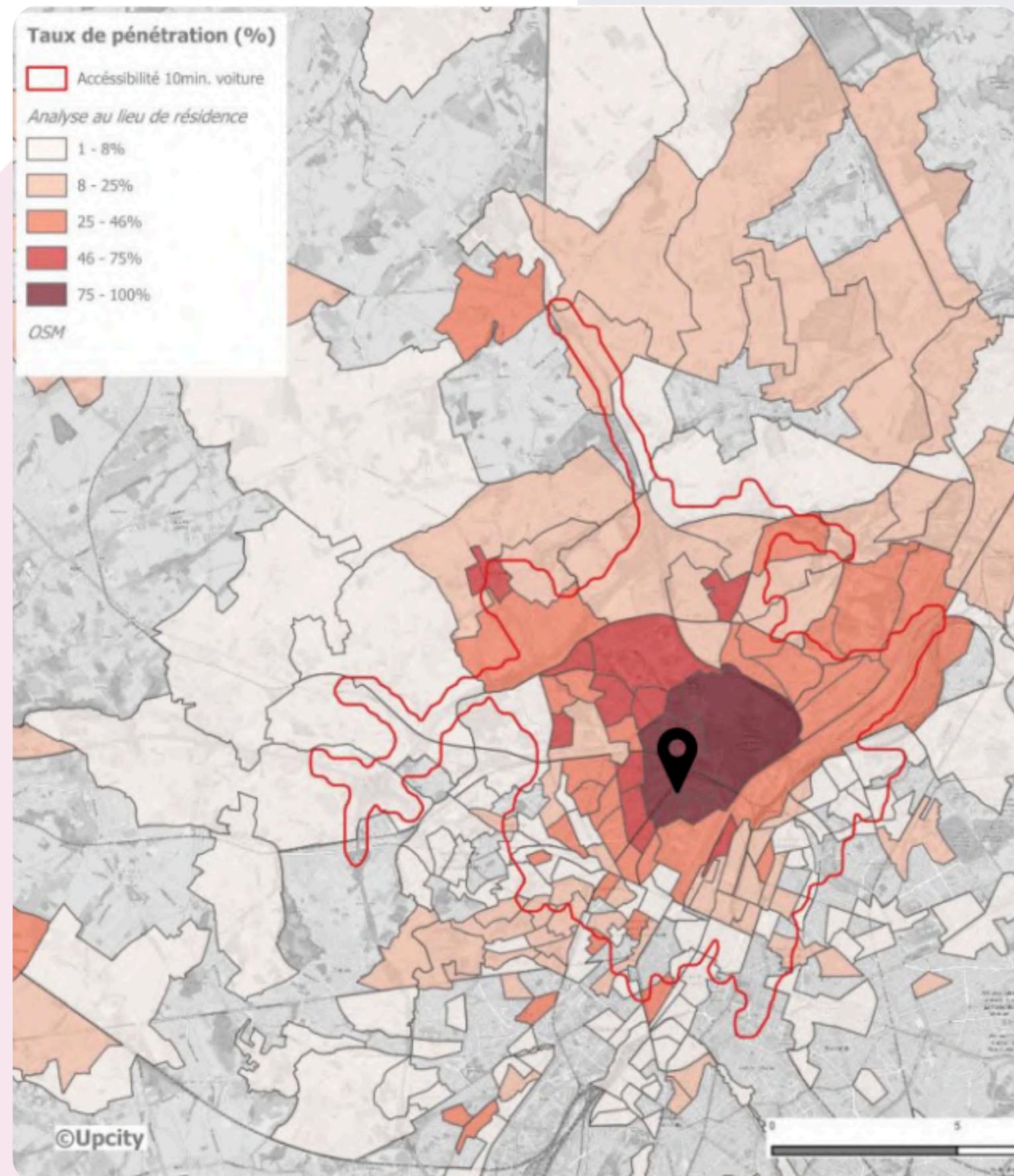
CONSULTANCE STRATÉGIQUE EN DÉVELOPPEMENT COMMERCIALE & TERRITORIALE

Entreprendre a voulu confronter sa boîte à outils à un regard extérieur, pour identifier les bons leviers à mobiliser dans la gestion d'un centre-ville et quartiers périphériques. L'idée était de tester ses choix, voir ce qui manquait éventuellement, et réfléchir à une façon plus stratégique d'utiliser ses données.

En parallèle, un premier rapport avait été rédigé dans le cadre du Schéma de Développement Commercial, mais il s'est vite révélé difficile à utiliser : beaucoup d'actions et compliqué à organiser dans le temps. Entreprendre a donc souhaité retravailler tout cela en formulant des objectifs SMART (Spécifiques, Mesurables, Atteignables, Réalistes, Temporellement définis).

Plutôt qu'un rapport de consultance classique, l'asbl a opté pour un format plus agile : de la micro-consultance, pensée pour les faire avancer concrètement sur le terrain tout en renforçant les compétences de l'équipe.

Au final, quatre quartiers ont été analysés – **Vekemans, Marolles, Îlot Sacré** et **Marie-Christine**.



QUELQUES ACCOMPAGNEMENTS

Nectar - Rue Blaes 51

Vintage et Slow Fashion
Accompagnement lauréat OpensoonBXXL 2024 et coaching dans ce cadre.



Made in Catherine - Quai au Bois à Brûler 23

Hôtel 19 chambres
Accompagnement pour sa terrasse et le déplacement de la zone de livraison.

Miska - Rue des Bouchers 32

Glacier artisanal libanais
Information, suivi urbanistique et accompagnement sur la communication.



Yamato - Rue des Éperonniers 57

Cuisine de ramen raffinée
Soutien administratif et coordination avec la Ville et Urban pour un bâtiment classé.

KIWI Café - Avenue Antoon Van Oss 1

Facilitation avec CityDev pour développer un commerce en zone industrielle afin de combler un manque — comité d'avis et suivi administratif.



NBS Boxing - City 2

Soutien administratif et suivi auprès du comité pour ce projet ambitieux mêlant sport de haut niveau, éducation et coaching sportif.

Prospection et développement commercial

LOCAL RECHERCHE RELATION SÉRIEUSE

Suite à une réflexion autour de la vacance commerciale, Entreprenre s'est inspiré d'initiatives mises en place dans d'autres villes, notamment à Rennes (Bretagne), où une campagne de stickering créative a été lancée pour attirer l'attention sur les cellules commerciales inoccupées.

En collaboration avec une agence, l'asbl a développé **son propre visuel** : le sticker "*Local cherche relation sérieuse*", à la fois accrocheur et plein d'humour. Les premiers ont été installés dans des emplacements stratégiques : au Grand Sablon, au 45 rue Lebeau et au 16 rue du Jardin des Olives.

Depuis, **une petite dizaine** de stickers supplémentaires ont été posés avec l'accord des propriétaires. Résultat encourageant : le local de la rue Lebeau **a été reloué**, et plusieurs autres génèrent un flux important d'appels et de demandes d'information auprès des services de l'asbl.

Cette action simple mais percutante contribue à valoriser les cellules vides et à stimuler l'intérêt des porteurs de projets pour ces espaces.

Pt Rue des Bouchers 5,
1000 Bruxelles





Prospection et développement commercial

SE CONSTRUIRE UN VASTE RÉSEAU

Malika et Quentin sont convaincus de l'importance d'avoir un vaste réseau pour faciliter le développement commercial. Ils multiplient les rencontres et les rendez-vous avec les acteurs privés et publics du secteur du retail afin d'assurer un transfert efficace des informations et une compréhension des enjeux mutuelle.

Partenaires publics

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

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

Prospection et développement commercial

RETAIL TOUR BRUGES

En octobre, Entreprenre a eu le plaisir d'accueillir ses homologues brugeois pour **un retail tour** au cœur de sa belle capitale. L'équipe les a reçus pour une présentation de ses services et de ses missions.

Ce moment a donné lieu à de riches échanges et à **de grandes discussions** autour des pratiques respectives, des visions du développement économique local et des dynamiques commerciales propres aux territoires.

L'après-midi, l'asbl les a accompagnés pour une visite guidée du centre-ville de Bruxelles, avec un focus particulier sur le quartier **des Marolles**, emblématique de la vitalité commerçante bruxelloise.

Entreprenre a d'ores et déjà prévu de leur rendre visite à Bruges en mai 2025, afin de poursuivre ces rencontres inspirantes et **consolider cette collaboration** interrégionale.



Prospection et développement commercial

VISITE DE LILLE

Dans le cadre d'un partenariat avec hub.brussels, Entreprenre a eu l'opportunité de se rendre en septembre à **Lille** pour une journée d'échange et de découvertes inspirantes.

L'équipe a été chaleureusement accueillie par l'équivalent de l'échevin des Affaires économiques de la Ville, qui leur a présenté les différents services et **dispositifs de soutien** aux entrepreneurs et au développement économique local.

La journée s'est poursuivie par une invitation de l'ADULM (Agence de développement et d'urbanisme de Lille Métropole). Autour d'un lunch convivial, Entreprenre a pu assister à une présentation détaillée de leurs missions et services, notamment en matière **d'approche urbanistique**.

Pour clôturer cette journée dense et inspirante, nous avons pris part à un retail tour de la ville de Lille.





Prospection et développement commercial

UN MOT SUR LE MAPIC

Le MAPIC, salon international de l'immobilier commercial, se tient chaque année à Cannes. Quentin et Malika s'y sont rendus dans une volonté affirmée de **renforcer leur réseau** de partenaires. Une belle expérience de networking, tant avec des enseignes qu'avec des acteurs de l'immobilier... belge !

Cette édition a, une fois encore, été riche en **contacts prometteurs**, notamment avec les enseignes Prego, Broeklin, Dans le Noir ou encore Chapman Taylor. Une forte présence des marques turques a également marqué le salon, avec notamment Vakko, qui envisage une installation sur le boulevard de Waterloo en 2025.

Le programme, particulièrement dense, a été rythmé par de nombreuses conférences passionnantes autour des grandes tendances et enjeux de l'immobilier commercial.



Prospection et développement commercial

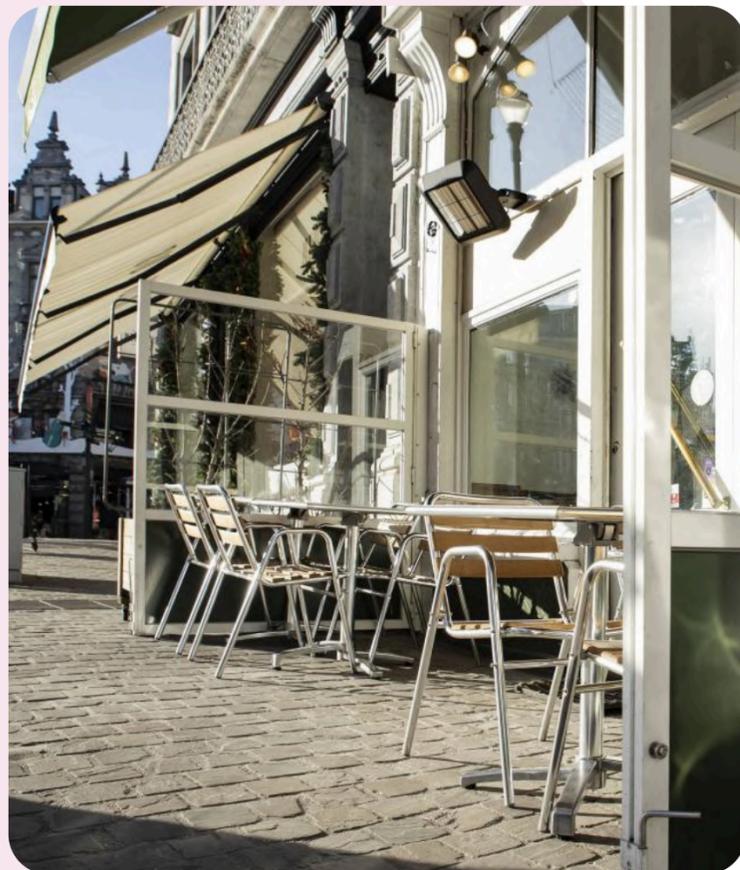
UN MOT SUR LE SIEC

En mai, l'équipe s'est rendue à Paris à l'occasion du SIEC (Salon de l'Immobilier Commercial et du Retail), rendez-vous incontournable des acteurs de l'enseigne commerciale et de l'aménagement urbain.

Ce salon a été l'occasion de **renforcer le réseau de l'asbl**, à travers des moments de networking de qualité avec des partenaires de longue date, mais aussi de nouvelles rencontres prometteuses. Parmi **les échanges marquants**, le duo a pu consolider ses liens avec AG Real Estate, un acteur clé de l'immobilier commercial, et nouer le dialogue avec des opérateurs spécialisés tels que Codata, reconnu pour son expertise en data et géomarketing.

Un événement riche en opportunités, en perspectives de collaboration et en réflexions sur les évolutions du secteur retail et immobilier.





Prospection et développement commercial

OBJECTIF : UN
COMMERCE DURABLE
MINIMUM PAR
QUARTIER

- Zone UNESCO : Caleche électrique
- Marolles : **Nectar Vintage & Café Modelé**
- Rue de Flandre : **Vegan Corner** (Snack durable)
- Dansaert : **LUCID** pop-up 121 & **Arsouille**
- Bourse : **La Pizza è Bella** (Good Food)
- Neder-Over-Hembeek: **Optic Neder**

Prospection et développement commercial UN RÉSEAU LARGE AU SERVICE DE L'ENTREPREUNIAT

En décembre, Entreprendre a eu le plaisir d'héberger le projet Entrepreneurs du Monde, porté par hub.brussels et Microstart. L'objectif partagé est **d'ouvrir un maximum de portes** et de rendre l'entrepreneuriat accessible à toutes et tous, quel que soit leur parcours. Plus de 1.000 personnes ont déjà été accompagnées en anglais, ukrainien, arabe, espagnol et bien d'autres langues.



DECEMBER | DÉCEMBRE
19
donnerdag | jeudi

EXPO **ENTREPRENEURS·ES DU MONDE**
TÉMOIGNAGES & NETWORKING

EXPO **ONDERNEMERS VAN DE WERELD**
GETUIGENISSEN & NETWORKING

Funded by the European Union

CEB

hub.brussels
our business is to help yours

ENTREPRENDE ONDERNEMEN

mic

Dit project wordt gefinancierd als onderdeel van een breder akkoord tussen de Ontwikkelingsbank van de Raad van Europa (CEB) en de Europese Commissie (Directoraat-generaal Migratie en Binnenlandse Zaken) met als doel de inclusie van migranten in de lidstaten van de EU te verbeteren door nieuwe partnerschappen en financieringsvormen te ontwikkelen. Ce projet est financé dans le cadre d'un accord plus large entre la Banque de développement du Conseil de l'Europe (CEB) et la Commission européenne (Direction générale des affaires Intérieures) dont l'objectif est d'améliorer l'inclusion des migrants dans les États membres de l'UE par le développement de nouveaux partenariats et de nouvelles formes de financement.

Prospection et développement commercial

SOIRÉE DES NOUVEAUX COMMERÇANTS

Pour la première fois, Entreprendre Bruxelles a organisé une rencontre avec les nouveaux commerçants installés sur le territoire de la Ville de Bruxelles en 2023-2024.

Une vingtaine de commerçants sont venus à l'Hôtel de ville pour y rencontrer l'Echevin des Affaires Economiques, le service Commerce et Entreprendre Bruxelles. Une belle occasion pour discuter entre les commerçants et les services, pour apprendre à se connaître et faire se rencontrer les commerçants eux-mêmes.





ACTIONS

**FORMATIONS &
ACCOMPAGNEMENTS**



Formations et accompagnement

FORMATIONS

Organiser des journées de formation sur diverses thématiques à destination des commerçants faisait partie des nouveaux projets lancés en 2024 — une initiative envisagée depuis plusieurs années, qui a enfin vu le jour et rencontré un très beau succès.

Deux types de formations distinctes ont été proposées cette année :

1. Des formations **en communication digitale**, réparties en trois catégories :

- Gestion d'un site web
- Utilisation de Canva
- Gestion des réseaux sociaux

2. Des formations **en décoration de vitrines commerciales**, axées sur la mise en valeur visuelle des commerces.

Au total, **53 commerçants** ont participé à ces sessions, répartis comme suit : 13 néerlandophones et 40 francophones.

Les retours ont été très positifs, tant sur le fond que sur la forme, et Entreprendre tiendra compte des feedbacks reçus pour adapter et enrichir le programme des formations prévues en 2025.

“un ENOOOORME MERCI pour la tooooooo formation avec
Ikigai, canva!
Ca change ma vie d'entrepreneuse! Donc 1000 mercis!
Lola et Morgane sont au top!”

Formations et accompagnement

DROIT DE TIRAGE

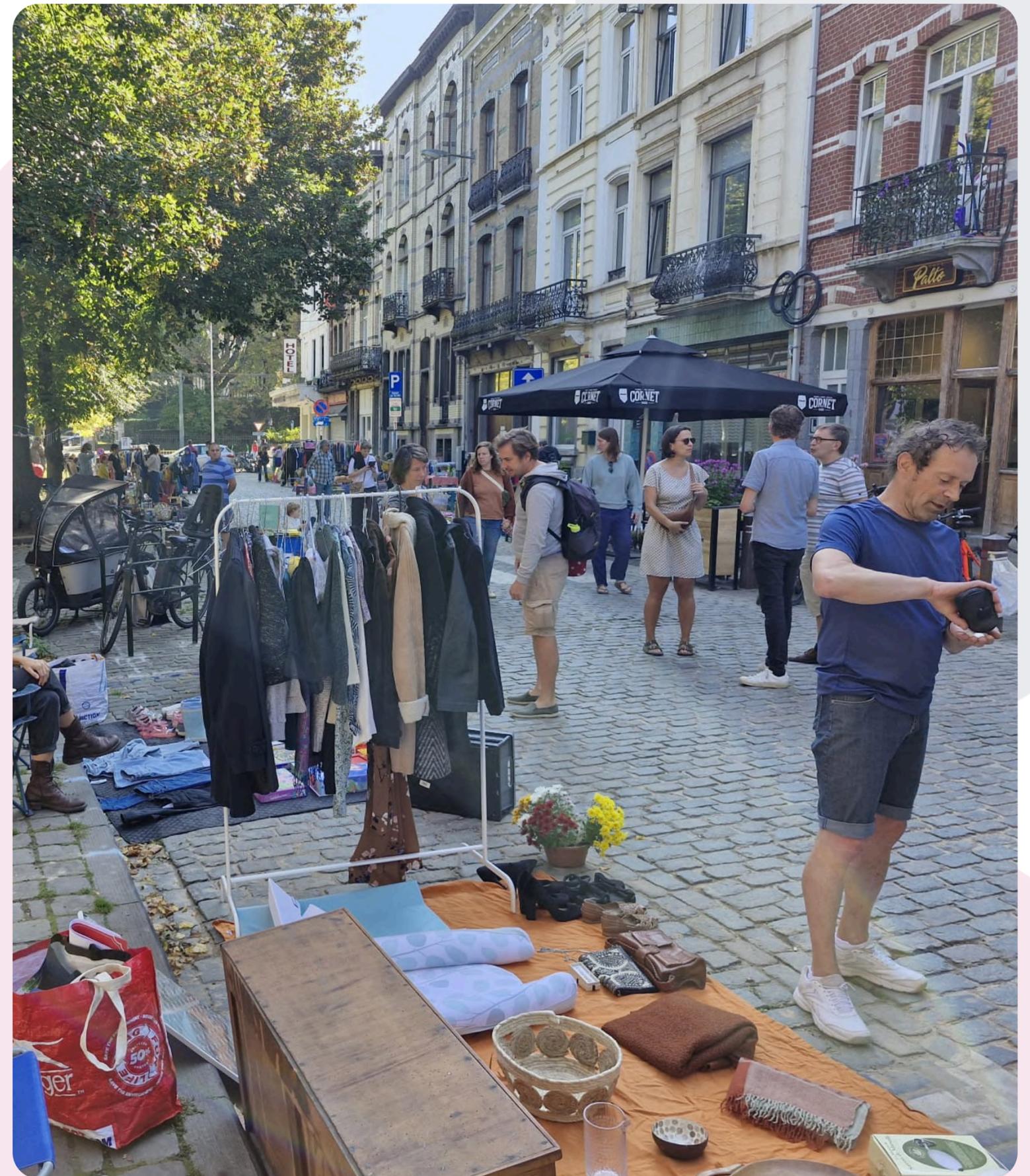
Les droits de tirage sont des services de support proposés par Entreprendre pour **accompagner les associations de commerçants** (ASCOM) dans leurs différentes activités.

En 2024, l'asbl a lancé quatre types de soutien distincts :

- Support comptable
- Support administratif
- Support en communication
- Support à l'organisation de braderies

Ces services ont été très bien accueillis par les différentes ASCOM. Au total, **5 associations** ont été accompagnées à travers 8 projets différents, répartis comme suit :

- 4 braderies / marchés
- 1 projet comptable
- 3 projets en communication





ACTIONS

**ÉVÉNEMENTS &
AMPLIFICATION**



Événements et amplification

FOIRE DU LIVRE

En 2024, la Foire du Livre a accueilli plus de 75.000 visiteurs à Tour & Taxis. L'objectif d'Entreprendre était de toucher cette audience et l'amener dans les quartiers commerçants du centre-ville. Pour ce faire, plusieurs moyens ont été développés :

- Mise en place d'un système de **navettes gratuites** pour les usagers faisant la liaison entre la Foire du Livre et le Piétonnier.
- **Mise en avant des librairies du centre-ville et des restaurants - cafés** où aller bouquiner sur Localguide et sur les réseaux sociaux de la Foire du Livre, touchant près de 30.000 personnes.
- Organisation d'un **concours via 5 influenceurs** pour gagner des bons d'achat de 100€ à dépenser dans les librairies de la Ville de Bruxelles. **Plus de 128.000 personnes** ont été touchées par cette campagne.
- Mise en avant de commerces de la Ville de Bruxelles dans **le dossier de presse** de la Foire du Livre.
- Le samedi du week-end de la Foire, une troupe de lecteurs-improvisateurs a fait un parcours dans **8 commerces du centre-ville** pour faire des lectures-spectacles aux clients. Une chouette manière de concilier le monde de la littérature et le commerce, et d'agrémenter l'expérience client.
- Sept restaurants ont créé un **menu spécial pour la Foire du Livre** et ont été recommandés par les organisateurs de la Foire à tous les éditeurs et leurs équipes venus à Bruxelles pour l'événement.



commorgane @librairietropismes ❤️ Mais les 3 librairies mentionnées sont belles ! Vive les livres et la lecture ❤️🌞



lifebyclau et 2 autres
Collaboration commerciale
Teddy Swims • Lose Control (Sped Up)

lifebyclau (Terminé) 100€ à gagner dans une librairie

Adresses des librairies mentionnées:

1. Tropismes: 11 Galerie des Princes, 1000 Bruxelles
2. Tulitu: 55 Rue de Flandre, 1000 Bruxelles
3. Passa porta: 46 Rue Antoine Dansaert, 1000 Bruxelles

J'ai également la chance de te faire gagner un bon 100€ dans la librairie de ton choix (doit être située à 1000 Bruxelles) ❤️

Les conditions de participation sont simples:

- Liker la publication
- Etre abonné à @localguide.brussels et @lifebyclau
- Le commentaire avec le plus de likes remportera d'achat. Le commentaire doit être la mention de ta préférée 🍷

Et on se donne rendez-vous à la @foirelivrexl !! Et

❤️ 💬 📌

Aimé par localguide.brussels et 533 autres pers
26 mars 2024

😊 Ajouter un commentaire...



"Au nom du Studio 84 et de nos clients présents hier, j'aimerais remercier toutes les équipes qui ont permis de monter ces lectures publiques. Ce fut une belle réussite ! Les quatre comédiens étaient enthousiastes, professionnels et très sympathiques. Les lectures nous ont séduits... J'ai été enchanté... MERCI"

Événements et amplification

FÊTE DE LA BD

Plus de 60.000 personnes se sont rendues au Comic Strip Festival de Tour & Taxis pour plonger dans l'univers passionnant de la BD, confirmant la réputation de Bruxelles comme capitale du gème art. Les librairies du centre-ville en sont les dignes représentants, il s'agissait pour Entreprendre de capitaliser sur cet événement pour les mettre à l'honneur.

- Un dispositif de **navettes en boucle** a été organisé les samedi 7 et dimanche 8 septembre, assurant la liaison entre Tour & Taxis (lieu principal du Festival) et le centre-ville. Ce service a facilité l'accès aux commerces tout en encourageant le déplacement des visiteurs vers les librairies.
- Un ballon emblématique de la **Balloon Parade** a été installé près de la Bourse – du vendredi au dimanche. Cette initiative, menée en collaboration avec Visit.Brussels, a permis d'attirer l'attention des passants et de créer un lien visuel fort entre le Festival et le centre-ville.
- Des **phylactères** personnalisés ont été apposés sur les **vitrines** des commerces participants, créant une signalétique BD identifiable par les visiteurs.
- **Trois campagnes d'influence** ont été développées autour des univers Manga, Comics et BD franco-belge, incluant des jeux concours dont les prix consistaient en bons d'achat utilisables dans les librairies partenaires.
- Une **campagne d'affichage** a été déployée via ClearChannel (format 2 m²) dans les grandes villes autour de Bruxelles, **accompagnée** d'un **relais sur des plateformes de presse en ligne telles que Le Soir et De Morgen**. Cette visibilité a permis de promouvoir l'offre BD, Comic et Manga du centre-ville auprès d'un large public.
- Un article **publirédactionnel** a également été publié **post-événement** dans l'hebdomadaire **Le Vif**, avec une liste complète des commerces BD, Comics et Manga.



ART BRUSSELS

Dans le cadre de la campagne Art Brussels, Entreprenre a souhaité mettre en avant les commerces de luxe susceptibles de séduire les visiteurs de la foire durant leur passage en ville.

Pour ce faire, **plusieurs actions** ont été menées :

- Une sélection de commerces recommandés a été établie et intégrée aux city maps distribuées lors de la foire, afin de guider les visiteurs vers des adresses de qualité.
- L'organisation a également invité l'influenceuse française May Berthelot (245.000 abonnés) à visiter quatre de ces commerces sélectionnés.

Retours : Le reel publié par May a suscité de très nombreuses réactions positives, avec des résultats notables :

- 3.933 likes
- 112 commentaires

Je ne connaissais pas Delvaux. C'est fabuleux 🍷

Magnifique vidéo qui m'a donné envie de retourner à Bruxelles 🍷

Superbe vidéo, très belle ville de nos voisins belges 🇧🇪

J'avais pas vu tout ça quand j'y suis allée! Ça donne envie d'y retourner 🍷

Bruxelles, ma belle ❤️ Merci May de mettre à l'honneur notre belle capitale et le savoir-faire de ses artisans 🍷

*J'adore 🍷🍷 coup de cœur pour le joli porte clé sac ❤️
je ne suis jamais allée à Bruxelles ça donne envie d'y aller 🍷*

Toujours aussi amoureuse de la capitale 🍷 Bruxelles c'est quelque chose



Événements et amplification

FÊTE DU PAIN

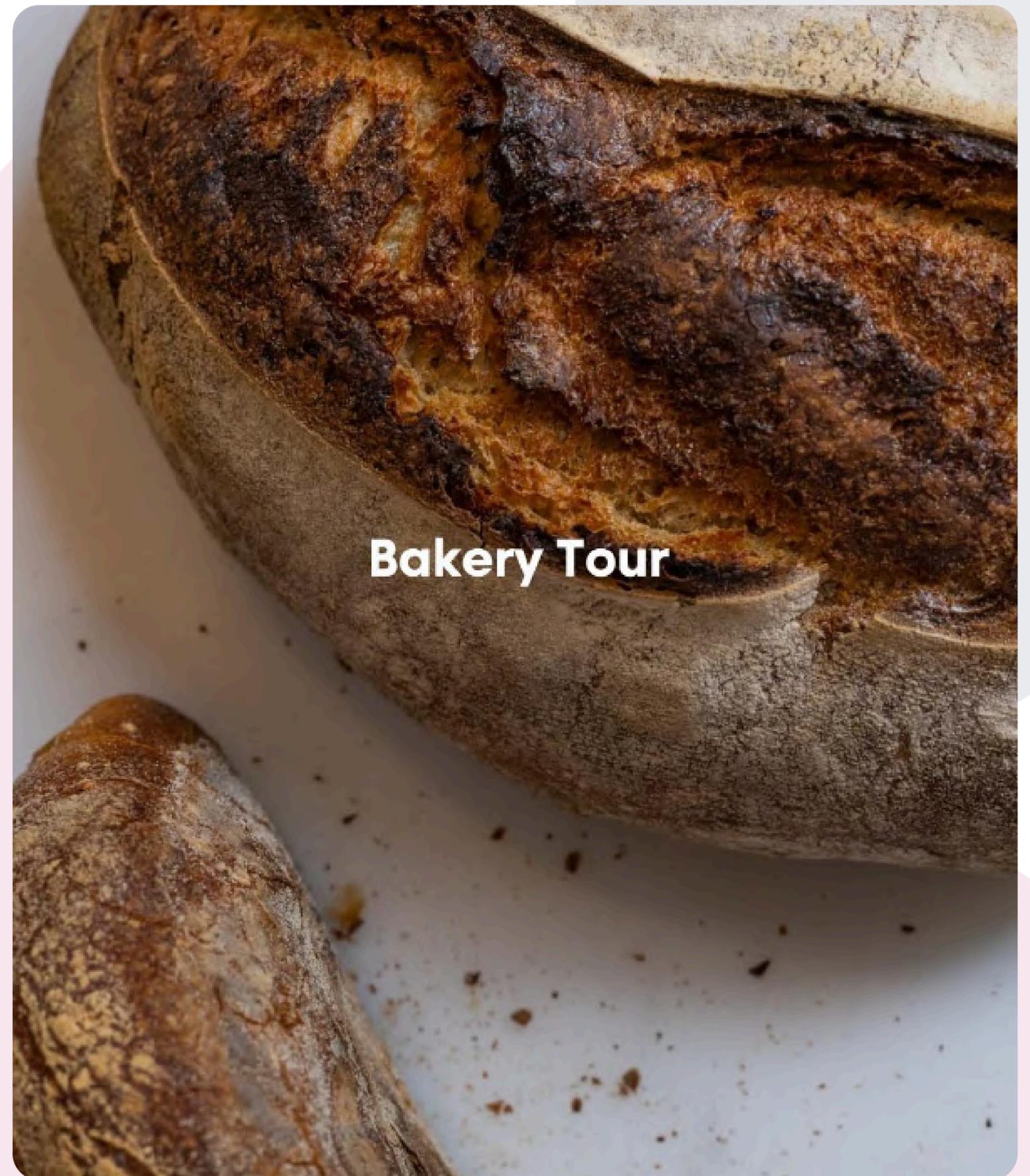
En raison des travaux sur le rond-point Schuman, la Fête du Pain n'a pas pu être organisée cette année. Cela n'a toutefois pas empêché d'entreprendre de mettre la thématique du pain à l'honneur, à travers plusieurs actions complémentaires :

Collaboration avec l'ASBL Tartine & Botterham, qui a organisé plusieurs **"Bakery Tours"** : des visites guidées gourmandes à la découverte des boulangeries et pâtisseries de différents quartiers de la Ville.

Promotion des boulangeries de qualité via les réseaux sociaux, de deux façons :

1. De manière organique
2. Par le biais de collaborations avec des influenceurs, chacun mettant en avant 2 à 3 de leurs boulangeries préférées, parmi lesquels :

- Justin Petit
- Kateryna Khadarina
- Sarah Cisinski
- Bruxelles Food



Événements et amplification

PRIDE



À l'occasion de la Brussels Pride, Entreprendre a invité les commerçants du centre-ville à afficher leur soutien aux valeurs de diversité et d'inclusion, tout en profitant de la dynamique créée par l'événement.

Pour cette édition, une cinquantaine de commerces ont répondu présents à l'appel à participation. Ensemble, plusieurs actions ont été mises en place :

- Stickers **"Supported by local love"** sur vitrines
- Distribution de **tote bags** et **petits drapeaux** arc-en-ciel aux clients

Ces commerces ont également été intégrés au **Rainbow Pass**, en collaboration avec Ket Mag et Visit.Brussels. Leur présence a été valorisée sur les sites **ket.brussels**, **visit.brussels** et **localguide.brussels**.

Enfin, l'**influenceur Franek** est allé à la rencontre des commerçants participants pour capter des moments de convivialité et les partager sur les réseaux sociaux.

Le **slogan** qui a été créé pour l'occasion a séduit l'ensemble des partenaires : il incarne parfaitement l'unité de sens et de valeurs entre la cause de la Pride et l'engagement des commerçants locaux. Un parfait exemple d'intégration d'un grand événement dans le tissu commercial bruxellois.

Brussels shopkeepers are standing strong with the LGBTQIA+ movement, ready to proudly support and defend your rights. Step into our stores for a warm welcome, a free tote bag, and a vibrant rainbow flag. Together, we create safer spaces and spread love. KET MAGAZINE

Événements et amplification

BRUSSELS JAZZ WE

À l'occasion du Brussels Jazz Weekend, l'action **SHOP ON JAZZ** a renforcé le lien entre la scène musicale et les commerces locaux du centre-ville.

Objectif : inviter le public à explorer la ville autrement, en **alliant plaisir du shopping et ambiance jazzy**.

- Le festival a consacré à localguide.brussels une section "**Where to shop**" sur son site officiel. Un article dédié a été publié, accompagné d'un encart dans la newsletter du Jazz Weekend, redirigeant les lecteurs vers le site localguide.brussels. Cette mise en lumière a permis de toucher un large public déjà curieux de **découvrir la ville autrement**.
- Sur le terrain, vingt commerces ont pris part à l'opération. Des présentoirs avec flyers ont été installés dans les boutiques, et les clients ont reçu, lors de leurs achats, un bon de réduction pour une affiche panoramique du festival, à retirer dans un point de collecte. Chaque commerce disposait également de pins Jazz Weekend à offrir.
- Un **lien Spotify** pour diffuser la playlist officielle en magasin, a été communiquée à tous les commerçants de la ville, contribuant à une ambiance immersive.
- La visibilité a été renforcée par un **affichage géant** sur les quatre **totems des scènes acoustiques** du festival.
- Une **mission d'influence** a également été menée dans plusieurs commerces spécialisés en musique, afin de les mettre en avant sur les réseaux sociaux.

L'initiative a rencontré un très bon accueil, tant du côté des commerçants que du public. Elle confirme l'intérêt de créer des passerelles créatives entre événementiel culturel et vie commerciale locale.





Événements et amplification

COMMERCES EN FLEUR

En parallèle de l'installation du tapis de fleurs cette année, et des différentes actions "Commerces en fleurs" organisées par Brussels Major Events (ASBL chargée de l'organisation des grands événements en espace public pour la Ville de Bruxelles), Entreprenne a souhaité mettre les commerces à l'honneur pour l'occasion.

Objectif n°1 : Habiller les commerces autour de la Grand-Place

- À la suite d'un appel à intérêt lancé via une newsletter, Entreprenne a décoré plus de 80 commerces du quartier, en collaboration avec un fleuriste de la Ville. Celui-ci a réalisé des créations florales — à poser ou à suspendre — destinées aux vitrines des commerçants.
- Les commerçants se sont montrés ravis de cette initiative et de la qualité des compositions florales !

Objectif n°2 : Créer une action de happening pour valoriser les commerces labellisés

- Pour mettre en lumière les commerces labellisés, l'organisation a mis en place, avec l'aide d'un prestataire, un "bar à fleurs" proposant pendant trois jours aux passants de pêcher un numéro correspondant à l'une des fleurs en papier exposées. Certaines de ces fleurs cachaient des bons d'achat de 50 € à dépenser chez les commerçants labellisés, ou des entrées 1+1 gratuites pour le musée de la Bière.
- Ce bar à fleurs a également bénéficié d'une promotion sur les réseaux sociaux, à travers des publications organiques et du marketing d'influence.

Événements et amplification

BRUSSELS ART SQUARE

Pour l'édition 2024 du Brussels Art Square et dans le cadre du changement de présidence, Entreprendre a souhaité marquer cette transition par **la réalisation d'une capsule vidéo**. Celle-ci avait pour objectif principal de présenter le nouveau président, de partager sa vision renouvelée pour l'événement et d'expliquer **les nouvelles dynamiques** qu'il souhaite insuffler pour le BAS dans les années à venir.

Au-delà de cette présentation institutionnelle, la vidéo a également été un excellent outil pour promouvoir l'événement auprès d'un large public. Elle a permis de mettre en avant les principales attractions de l'édition 2024, tout en offrant une première visite guidée exclusive de l'événement. Cette approche innovante a non seulement capté l'attention des passionnés d'art, mais a aussi suscité un réel intérêt pour la programmation et les œuvres exposées, **renforçant ainsi l'attractivité du Brussels Art Square**.





Événements et amplification

SABLON DESIGN MARKET

Chaque année, Entreprendre apporte son soutien au Sablon Design Market, en offrant **une assistance tant administrative que logistique** pour faciliter l'organisation de cet événement majeur.

Cette année, la contribution de l'asbl a inclus **l'aide à la réservation** des emplacements de promotion à travers la Ville, ainsi que le soutien pour **l'impression des affiches promotionnelles** de l'événement, leur assurant ainsi une visibilité optimale.

Dans le but de renforcer la promotion du Sablon Design Market, l'organisation a également lancé **une campagne d'influence ciblée**. Elle a fait appel à l'influenceuse Aurélie van Daleen, qui a pris l'initiative de se mettre en scène pour présenter en avant-première certains des objets qui ont été mis en vente durant le marché. Cette approche a permis de **générer un réel engouement autour de l'événement** et de stimuler l'intérêt du public bien avant son lancement.

Événements et amplification

FIFTY LAB & FIFTY SESSIONS

La collaboration avec l'équipe du Fifty Lab dure maintenant depuis plusieurs années et, en 2024, Entreprendre l'a élargie en travaillant également avec l'équipe des Fifty Sessions dans le but de prolonger la couverture médiatique et d'étendre l'impact de leurs actions. Ensemble, ils ont réalisé **une série de 5 vidéos** avec des artistes des Fifty. Ils ont eu l'opportunité de mettre en avant leurs adresses bruxelloises préférées, créant ainsi **une connexion authentique** avec les lieux qui les inspirent.

Ce qui rend cette campagne particulièrement intéressante, c'est le fait que les vidéos ont atteint majoritairement un public non-abonné à LocalGuide. En effet, entre 63,8% et 79,2% des personnes touchées par cette campagne étaient des non-followers, ce qui témoigne de la forte capacité de découverte du compte LocalGuide. Ce phénomène a permis **de faire connaître la marque** auprès d'un public complètement nouveau, tout en renforçant son rayonnement et sa visibilité auprès d'un groupe cible différent.



Événements et amplification

LES JACQUERIES

Les 14 et 15 septembre, le Quartier Saint-Jacques a célébré ses quatrièmes Jacqueries. Les rues se sont animées avec des concerts, des crieurs et des artistes. Aftermovie : [ici](#).

Afin d'**amplifier la participation des commerçants**, Entreprendre Bruxelles a dégagé un budget complémentaire pour l'organisation d'un grand **déballage** sur les trottoirs des **commerces** qui le désiraient (45 en tout), et l'événement s'est étalé pour cette édition sur **2 journées consécutives**.

En complément de supports flyers, d'affichages, de publications sur les réseaux sociaux et dans la presse, Entreprendre Bruxelles a efficacement promu l'événement d'une journée **à travers des spots télévisés**. Ceux-ci ont été diffusés sur les décrochages belges de TF1, TMC et sur RTL TVI.

Cette stratégie de communication a porté ses fruits : les rues étaient bondées, et l'ambiance festive palpable partout. On a ressenti une vraie **cohésion entre les visiteurs, les artistes et les commerçants**. L'atmosphère évoquait celle d'un **village en fête**, en plein cœur du centre-ville. Une belle carte de visite pour Bruxelles et sa **Brusselitude**.



Événements et amplification

LOCAL 121 - POP UP STORE

De septembre à décembre 2024, Entreprendre Bruxelles a mis à disposition le Local 121, rue Dansaert, à des entrepreneurs et entrepreneuses bruxellois.es ou belges pour tester, souvent pour la première fois, un pignon sur rue à Bruxelles. L'objectif était double :

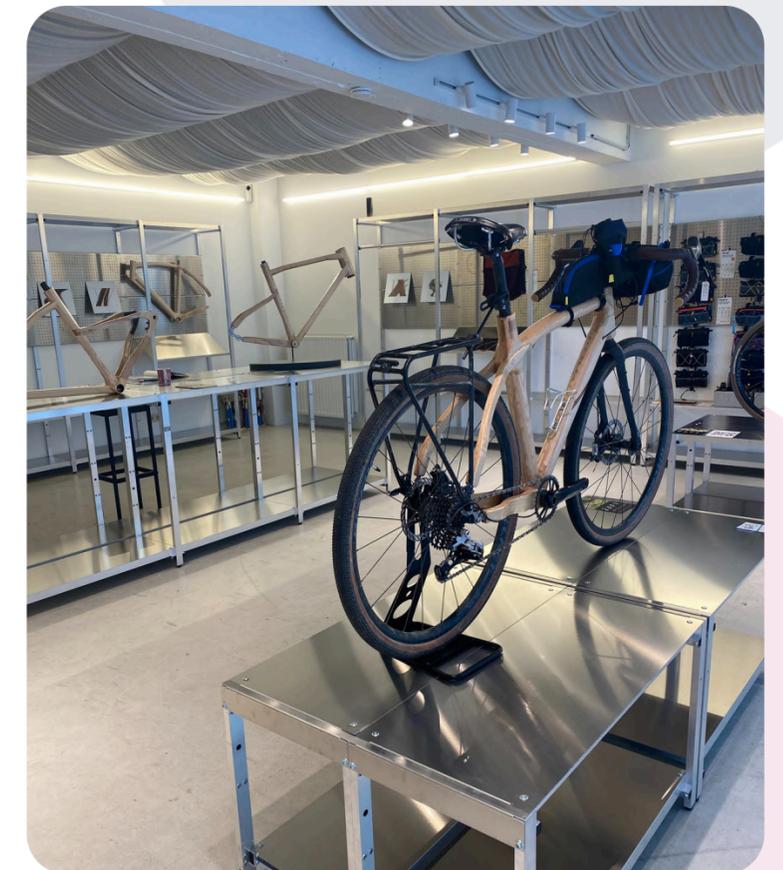
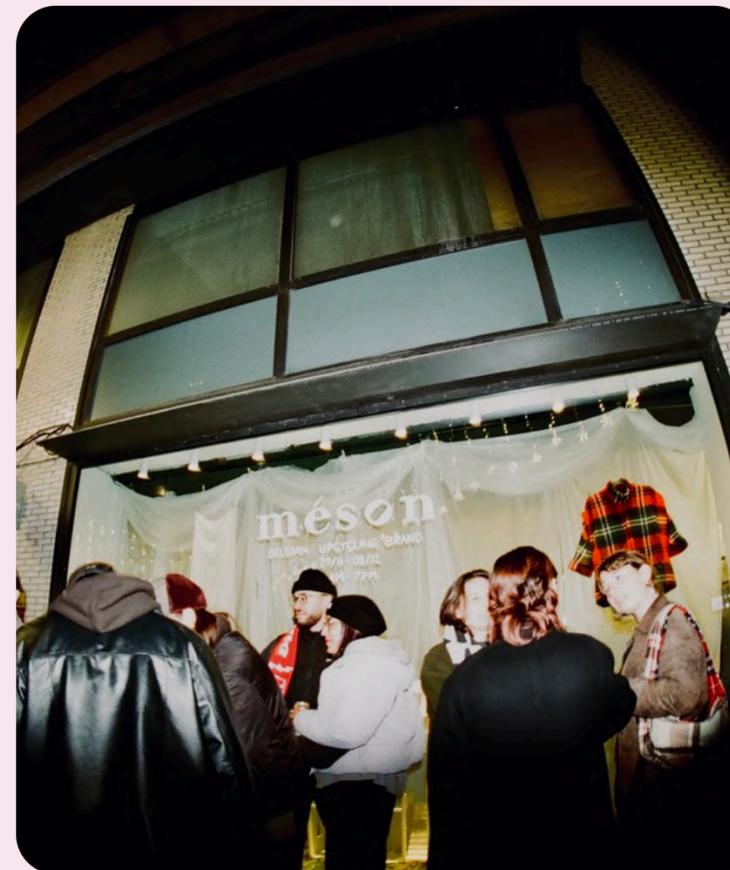
- Attirer de nouvelles marques dans le quartier Dansaert, soutenu par l'asbl, et les accompagner dans la recherche d'un local après l'expérience
- Dynamiser le quartier en attirant l'audience de ces enseignes, souvent très actives sur les réseaux sociaux.

Durant cette période, l'asbl a accueilli 9 occupations. Certaines marques sont venues avec d'autres jeunes enseignes, ce qui porte le total à **30 marques et deux vide-dressings d'influenceurs** : Lucid (avec des marques invitées chaque jour), Zafi Cycles, Woodlo, Kim Verbeek, 8 designers du MAD (Marie Doutrepoint, Serafina, Hélène Vantroyen...), Wolvis, Aesaert, Méson, World of Pop.

Suite à leur occupation, **deux marques recherchent un local** dans la Ville de Bruxelles et sont accompagnées par Entreprendre Bruxelles.

Plusieurs campagnes de communication ont été mises en place pour soutenir les marques et le quartier :

- Réseaux sociaux pour chaque occupation, avec présence d'influenceurs et concours avec les marques. Au total : **2.866.647 comptes touchés** (certains plusieurs fois).
- Achats média : 7Dimanche, Femmes d'Aujourd'hui, Gaël.
- Création d'une brochure listant les commerces autour du Local 121.



Événements et amplification

LOCAL 121 - MARQUES



MÉSON

Exclusief bij

local121

ANTOINE DANSAERTSTRAAT 121
1000 BRUSSEL



WORLD OF POP

26|11>8|12
100% Belgische productie,
circulair en trendy
MÉSON

10>22|12
Geëngageerde mode
voor coole gezinnen
WORLD OF POP

Meer info op:
localguide.brussels

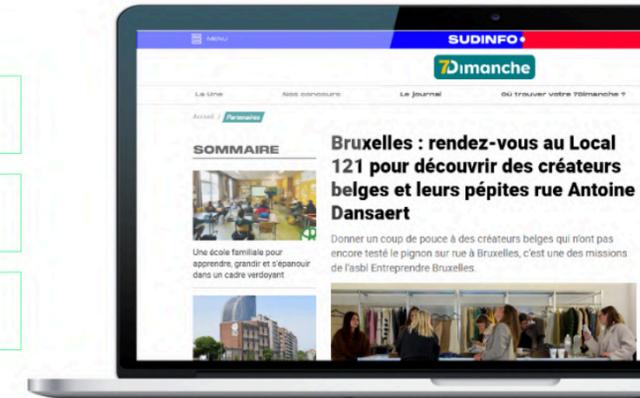


Results

Pageviews
567

Visitors
419

Time on Page
00:02:32



0:02:51 (General Benchmark)

...et juste à côté
local121
...en Vlakbij



local&tasty

FR
LE BARBETON Le spot chill entre potes
Cocktails, tapas, et vibes décontractées.
Le bar local qu'on aimerait tous avoir au
coin de la rue.
Rue Antoine Dansaert 112,
ouvert tous les jours dès 17h

WALVIS L'institution bruxelloise
Lieu emblématique de Dansaert, parfait pour
un verre ou un plat belge, à toute heure.
Rue Antoine Dansaert 209, du mardi au vendredi
dès 9h; le samedi et dimanche dès 10h

BRASSERIE SURREALISTE
Bière et art décalé
Dans un cadre Art Déco, cette micro-
brasserie allie bières créatives, art et
musique pour une expérience immersive.
Place du Nouveau Marché aux Grains 22,
du mercredi au samedi

MER DU NORD ET ABC MATEOS
Street Food & Tapas de la Mer en plein air
Mer du Nord attire les foules avec ses
spécialités de la mer sur le pouce. En face,
ABC Mateos propose des tapas bruxello-
espagnoles à base de poissons frais, plus
calme mais tout aussi délicieux - le bon
plan de Local 121!
Place Ste-Catherine, du mardi au dimanche

NL
BARBETON Chillen met maten
Cocktails, tapas en casual vibes. Het
stamcafé dat iedereen op de hoek van
zijn straat wil.
Antoine Dansaertstraat 112, elke dag vanaf 17 uur

WALVIS Een grote naam in Brussel
Een legendarisch adres in Dansaert, perfect
voor een lekker glas of Belgisch gerecht, op
elk uur van de dag.
Antoine Dansaertstraat 209, van dinsdag tot
vrijdag vanaf 9 uur; op zaterdag en zondag
vanaf 10 uur

BRASSERIE SURREALISTE
Creatief bier en kunst
Deze micro-brouwerij in een art-deco-
setting brengt creatieve bieren, kunst en
muziek samen in een meeslepende sfeer.
Nieuwe Graanmarkt 22, van woensdag tot
zaterdag

MER DU NORD EN ABC MATEOS
Streetfood & tapas uit de zee in de openlucht
Mer du Nord trekt massa's volk aan met
zijn zeespecialiteiten om uit het vuistje te
eten. Aan de overkant ligt ABC Mateos,
met Brussels-Spaanse tapas op basis van
verse vis. Het is er iets rustiger maar net zo
lekker. Een warme aanrader van Local 121!
Sint-Katelijneplein, van dinsdag tot zondag

Des marques
engagées
en exclusivité au

local121

121 RUE ANTOINE DANSAERT
1000 BRUXELLES

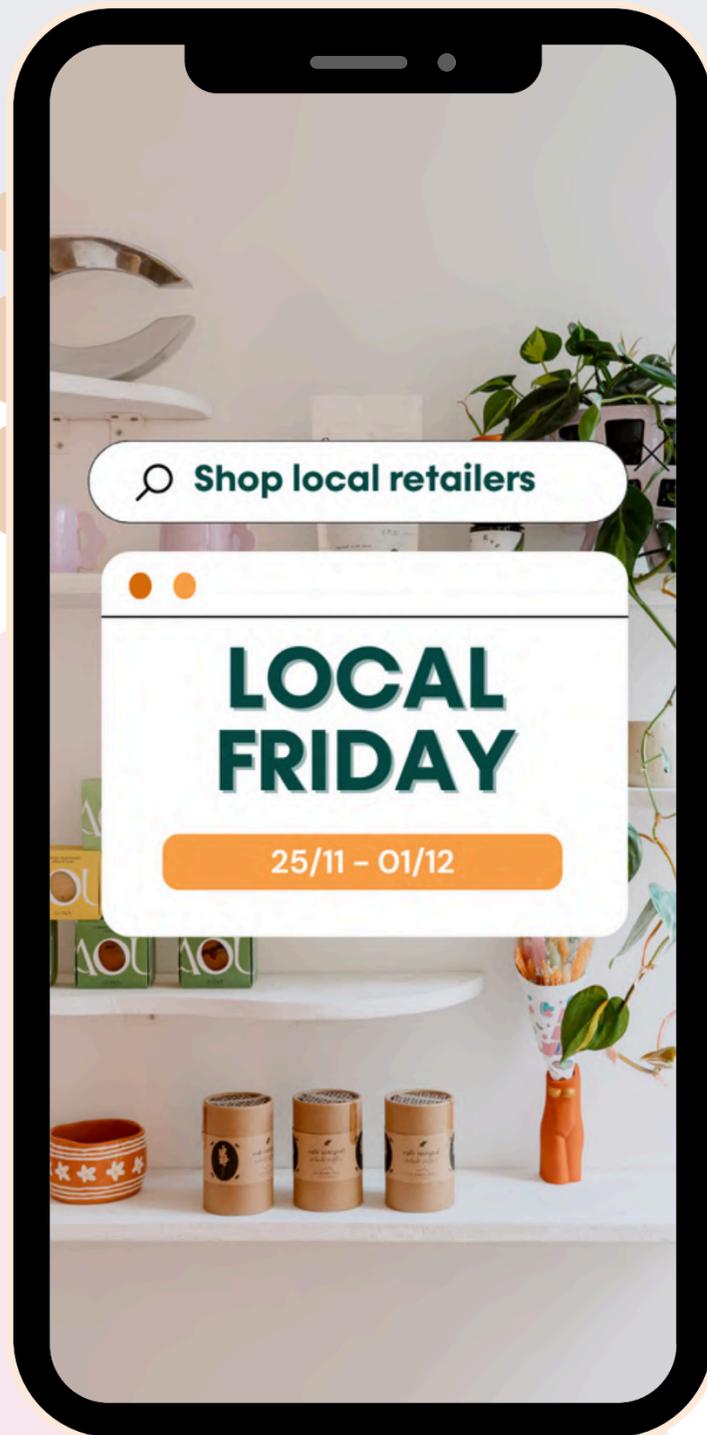


WOODIO
KIM VERBEEK
YURS
JOANNE GUIRAUD
SERAFINA
WOLVIS
AESAERT
MÉSON
WORLD OF POP
...

Plus d'infos sur :
localguide.brussels



LOCAL FRIDAY



Pour la troisième année consécutive, Entreprendre Bruxelles a mené une campagne de visibilité pour les commerçants de la Ville de Bruxelles à l'occasion du "Black Friday", avec la campagne "Local Friday" afin de valoriser le commerce indépendant, local, de proximité et de destination.

Vingt-deux commerces ont participé à l'action. Chacun a reçu des bougies artisanales (produites à Bruxelles ou alentours) et des savons des Savonneries Bruxelloises à offrir à leurs clients durant la semaine du Local Friday.

Pour leur assurer une visibilité maximale, l'asbl a déployé une campagne 360° :

- **Article web** : mise en avant des commerces sur le blog Localguide.brussels, consulté par plus de 1.500 visiteurs entre le 18 novembre et le 8 décembre.
- **Réseaux sociaux** : campagne organique, sponsorisée et via influenceurs. L'influence a généré 84.600 impressions à Bruxelles. Les posts sponsorisés ont touché 78.110 personnes, pour 351.911 impressions. Rien que le boost a dirigé 722 personnes vers l'article listant les 22 commerces participants.
- **Affichage urbain** : campagne ClearChannel (31 panneaux) et 24 panneaux de la Ville, diffusée pendant 14 jours dans tout Bruxelles.
- **Achat média** : achats dans la presse 7Dimanche (première page + ½ de page + 20.000 billboards ainsi qu'une présence dans la newsletter).
- **Communiqué de presse bilingue** : 25 articles de presse (Le Soir, Made-In, La Libre, La DH...) ont relayé l'action Local Friday, avec notamment deux passages télé (Canal Z, LN24) et des interviews (Brussels Time).

Événements et amplification

WINTER @NOH

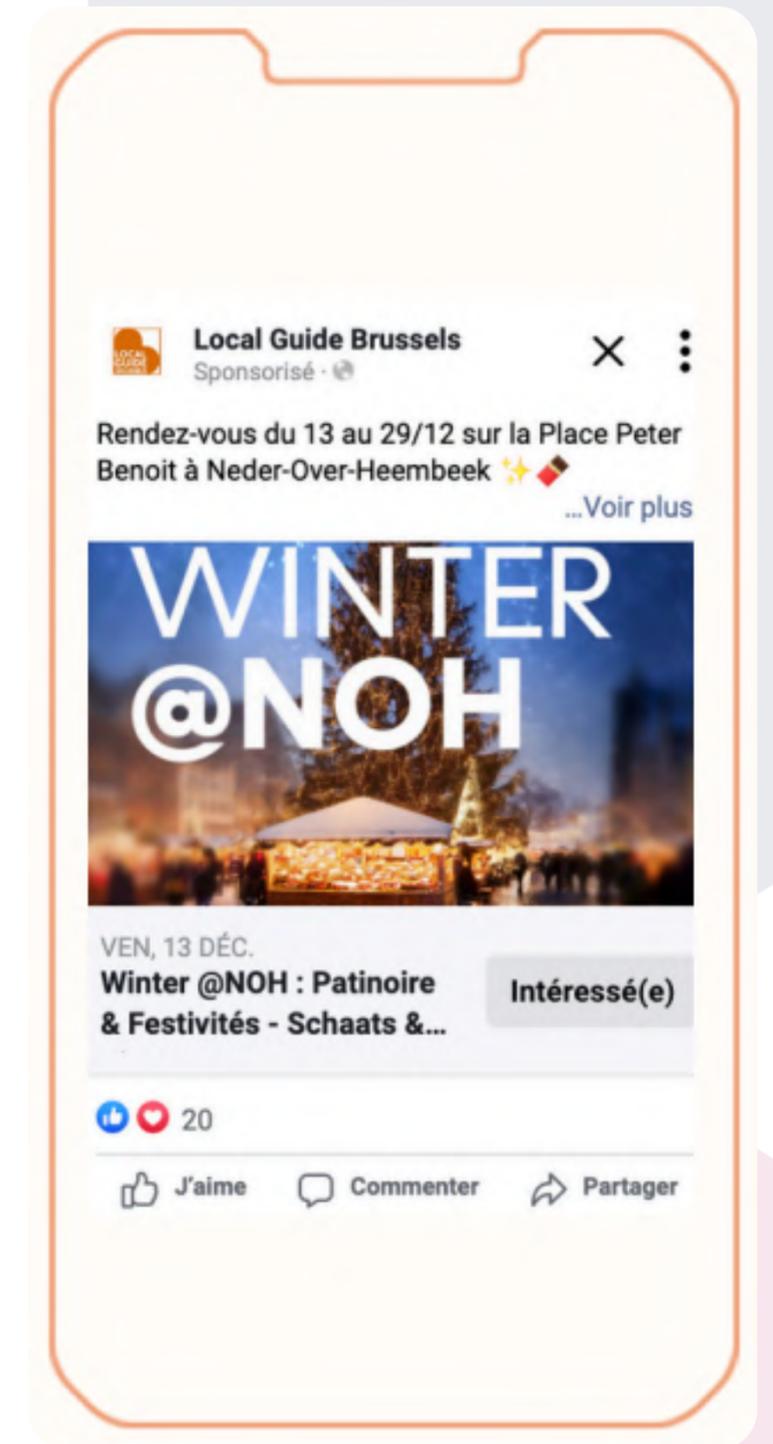
À la demande des commerçants du quartier de Neder-Over-Heembeek, Entreprenne a organisé avec le Brussels Major Event, un marché de Noël du 13 au 29 décembre. Une patinoire et 7 chalets ont été installés, au bonheur des habitants.

Entreprenne Bruxelles est passé par les services d'un placeur (via un système de droit de tirage) pour trouver les commerçants, en privilégiant ceux issus du quartier.

L'asbl a également pris en charge l'organisation de **l'inauguration** de l'événement, avec des artistes de rue, des animations lumineuses, et l'installation de sapins par l'entreprise locale la **Ferme de nos Pilifs**.

Enfin, une campagne de communication a été mise en place pour informer les habitants :

- Distribution de **flyers** dans les boîtes aux lettres des rues avoisinantes.
- Création d'un **événement Facebook** et de **posts** sur les réseaux sociaux pour tenir informé le public de l'événement, boostés pour atteindre un maximum l'audience du quartier et ses alentours. Au total, 392.456 personnes ont été touchées par cette campagne.
- **55 Visuels dans les trams 10**, du 10 au 23 décembre, circulant à proximité de la place Peter Benoit, pour promouvoir l'événement.
- Affiche dans le panneau **JCDecaux** du quartier du 15 novembre au 31 décembre 2024, assurant une impression de 277.817 personnes.
- Campagne **télévision (196 diffusions) et radio (196 diffusions)**, ainsi qu'un **préröll sur BX1 (25.000 vues)** ont été mis en place pour promouvoir l'événement.



Événements et amplification

BRUSSELS BY LIGHTS

Pas moins de 180 rues commerçantes ont été ornées de lumière à l'occasion des fêtes de fin d'année. Entreprendre Bruxelles s'est donné pour mission de le faire savoir pour donner envie de venir faire son shopping de Noël dans les commerces de la Ville.

Les moyens qui ont été mis en place :

1. Campagne programmatique :

- 232.289 impressions ont été générées grâce à une campagne programmatique, incitant à venir faire son shopping de Noël à Bruxelles, au gré des rues illuminées

2. Kit lumière pour les commerçants :

- Depuis 2020, le BME a distribué des kits lumineux, incluant des guirlandes LED et divers éléments décoratifs, aux commerçants intéressés. Ceux qui n'en avaient pas reçus ou qui auraient voulu remplacer des pièces défectueuses ont été invités à se manifester. Les stocks restants ont été proposés aux commerçants qui n'avaient pas encore été servis. Au total, 60 kits ont été livrés.

3. Influence :

- Barbara Schoumacher, Justin Petit et Elles Bruxelles ont soutenu l'opération, contribuant à renforcer la visibilité de l'événement et à engager le public sur les réseaux sociaux.

4. Campagne d'affichage :

- 44 totems digitaux Decaux ont diffusé la campagne dans le métro de Bruxelles, du 10 au 23 décembre, permettant de toucher un large public et de promouvoir les commerces bruxellois pendant la période des fêtes.

Cette opération a permis de mettre en avant l'attractivité des rues commerçantes bruxelloises pendant les fêtes de fin d'année, tout en renforçant le sentiment de convivialité et de dynamisme dans la ville.





Événements et amplification

AFFAIRE FOR LIFE

Le samedi 7 décembre, **15 acheteurs de l'émission 'Affaire conclue'** étaient exceptionnellement présents à l'**Hôtel de Ville** pour une vente aux enchères renommée pour l'occasion "Affaire for Life" ainsi qu'une séance de dédicaces.

Les objets proposés à la vente étaient offerts par le public et les **bénéfices** de la vente ont intégralement été reversés au profit de l'oeuvre caritative de la RTBF '**Viva For Life**' pour les enfants vivant dans la pauvreté en Fédération Wallonie-Bruxelles.

Entreprendre a organisé l'événement et l'accueil des acheteurs, la RTBF s'étant quant à elle principalement concentrée sur l'appel aux dons et les relais média le jour J (interviews en amont, duplex VivaCité et tournage la Une).

Au regard de la notoriété hyper médiatique des acheteurs, cet événement a largement pu contribuer à l'image du centre-ville. Les acheteurs s'étaient engagés à poster des publications pré et post événement à l'attention des **centaines de milliers d'abonnés de leurs réseaux respectifs**.



ACTIONS

**PROMOTION DU COMMERCE
DE DESTINATION**



Promotion du commerce de destination

ARTISANS

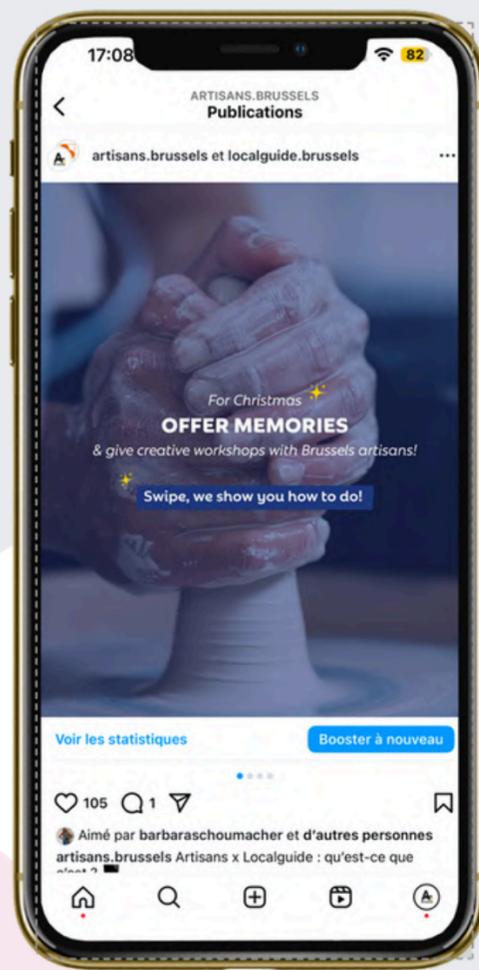
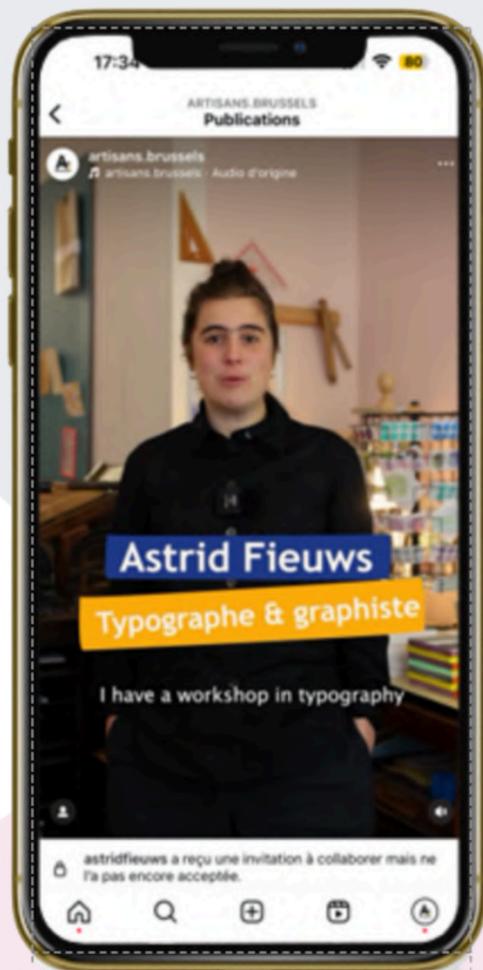
En 2023, Entreprendre avait posé les bases de la communication autour des artisans bruxellois en créant une charte graphique dédiée, un compte Instagram (@ateliers.brussels) et un site web spécifique aux artisans proposant des ateliers.

En 2024, l'asbl a franchi une nouvelle étape en élargissant la thématique au savoir-faire. Le site ateliers.brussels a été intégré sur Localguide.brussels, via un onglet spécifique divisé en deux sous-sections :

- **Savoir-faire** : une vitrine pour l'ensemble des commerces bruxellois reconnus pour leur expertise ou leur spécialisation, qu'il s'agisse d'artisanat, de métiers rares ou de compétences uniques.
- **Workshops** : cet espace regroupe tous les ateliers proposés par les artisans bruxellois, qu'ils soient partenaires de la plateforme **Wecandoo** ou non.

Entreprendre importe l'ensemble de l'offre artisanale bruxelloise de son partenaire Wecandoo, tout en y ajoutant d'autres commerces proposant des ateliers non référencés. Les réservations et suivis clients se font directement sur le site **Localguide.brussels**, via un système de redirection soit vers un widget Wecandoo, soit vers le site propre de l'artisan.

Avantage clé pour les artisans affiliés à Wecandoo : lorsqu'une réservation provient de Local Guide, la commission appliquée par Wecandoo passe de **25% à seulement 10%**, ce qui représente un gain direct pour l'artisan tout en maintenant une expérience fluide pour le client.



Promotion du commerce de destination

ARTISANS

Parallèlement au site, Entreprendre a mis en place une systématique de présentation des artisans sur les réseaux sociaux, avec chaque mois :

- 1 production ASMR (réels lents et esthétisés jouant sur l'émotion)
- 1 Konbini
- 1 coulisses
- 1 tuto du commerçant
- 4 reel de présentations

L'asbl a attendu la fin de l'année (période des cadeaux) pour lancer une grosse campagne de promotion tant sur le savoir-faire que sur la réservation des ateliers.

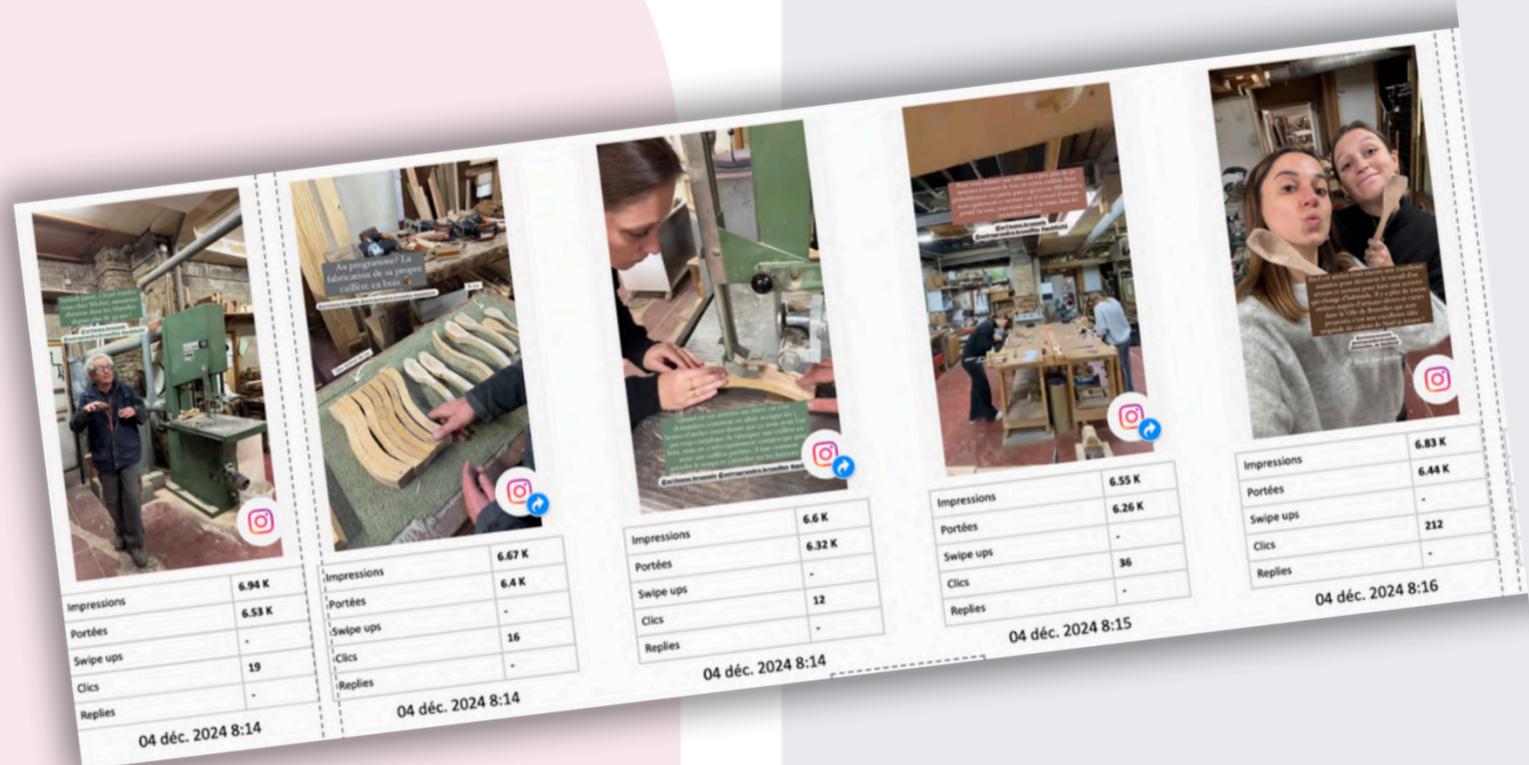
07/11 → 23/12 : campagne RS en deux phases :

1. Du 07/11 → 23/12 «Le détail est quelque chose qui prend du temps à l'artisan. Prenez le temps pour l'artisan. ». En jouant sur le double sens du temps et du détail, cette campagne mettait en avant l'idée que l'artisanat ne se résume pas à un simple produit, mais représente une véritable expérience et une histoire.
2. Du 28/11 au 23/12. campagne de fin d'année visant à encourager les Bruxellois à offrir des ateliers artisanaux en cadeau, à glisser sous le sapin. En mettant en avant les coulisses et le savoir-faire des artisans locaux, la campagne valorisait les ateliers participatifs comme cadeaux originaux, authentiques et locaux.

🔥 Résultats clés

- 168K vues, 76K personnes touchées, +150 abonnés
- 2.066 visites vers les ateliers
- 2.790 clics via influence (36 contenus produits)
- +6.200 vues organiques, 79 % de non-abonnés touchés

Formats : reels, carrousels, interviews d'artisans



ARTISANS

JUL 17 06/12 → 23/12 : Campagne programmatique display et interstitielle, sur thématique des cadeaux de fin d'année, divisé en 3 sous-thèmes : art de la bouche, artisanat, art et multi-thème.

🔥 Résultats : 818.18 impressions pour 276.699 utilisateurs uniques. Supports (12 formats) Grands éditeurs de presse et ciblage sémantique autour de la recherche d'activités à faire.

JUL 17 28 → 29 novembre : campagne print, 1/1 de publi-rédactionnel dans :

- Femmes d'Aujourd'hui
- Libelle
- Le Vif
- Knack
- WebCo So Soir.

Entreprendre a également donné aux artisans des canvas préformatés pour qu'ils puissent annoncer leurs ateliers sur leurs réseaux respectifs.

PUBLI-REPORTAGE

ATELIERS CRÉATIFS

PLONGEZ DANS L'ARTISANAT BRUXELLOIS: UNE EXPÉRIENCE UNIQUE AU CŒUR DU SAVOIR-FAIRE

Envie de découvrir le véritable visage de Bruxelles, celui que l'on ne voit pas dans les guides classiques ? Les artisans bruxellois vous ouvrent leurs portes ! À travers la ville, des créateurs passionnés proposent des ateliers immersifs où chacun peut se glisser dans leur univers et explorer leur savoir-faire.

Que ce soit pour une sortie en famille, une activité entre amis ou une idée de cadeau authentique, ces ateliers sont une invitation à vivre une expérience bruxelloise inoubliable.

DÉCOUVREZ DES MÉTIERS D'EXCEPTION DANS DES ATELIERS INTIMISTES

Les ateliers bruxellois offrent bien plus qu'un simple moment de découverte : ils dévoilent les meilleurs de métiers traditionnels et authentiques. À Bruxelles, chaque coin de rue réserve une surprise. Pourquoi ne pas apprendre à fabriquer un parfum d'intérieur, vous initier à l'art ancestral de la reliure, ou même créer vos propres soins naturels à base de plantes ? Chaque artisan met un point d'honneur à transmettre son savoir dans une ambiance chaleureuse et conviviale, créant ainsi un lien privilégié entre lui et ses invités.

85 ATELIERS, 85 FAÇONS DE CRÉER

Avec 85 ateliers répartis dans toute la ville, il y a de quoi satisfaire toutes les envies créatives ! Prêts à vous immerger dans la créativité bruxelloise ? N'attendez plus pour pousser la porte d'un atelier.

QUELQUES ATELIERS À NE PAS MANQUER :

- MENUISERIE : INITIEZ-VOUS AUX ASSEMBLAGES TRADITIONNELS**
Initiez-vous à la menuiserie et aux assemblages traditionnels en bois avec Michel, artisan menuisier ébéniste. De la matière brute au produit fini, tout est fait à la main !
- BRODERIE EXPÉRIMENTALE À LA MACHINE À COUDRE**
Brodez vos rêves en couleurs avec Julie, qui vous initiera à une technique créative et peu répandue : la broderie expérimentale. En deux heures, confectionnez une pièce unique à votre image.
- CRÉATION D'UN CARNET PERSONNALISÉ**
Apprenez l'art ancestral de la reliure avec Astrid, et repartez avec un carnet sur-mesure que vous aurez fabriqué vous-même, en choisissant la couverture et pliant le papier à la perfection !
- L'ART DE LA CUISINE MEXICAINE**
Révélez vos papilles lors d'un atelier culinaire avec Palmer. Au programme : guacamole, agua fresca, et tout en profitant d'une ambiance conviviale et multi-langues.
- COMPOSITION D'UN BOUQUET DE FLEURS LOCALES**
Rejoignez Daphné dans son atelier onique datant de 1920 et apprenez à créer un magnifique bouquet de fleurs fraîches locales, tout en découvrant son univers et ses pratiques écoresponsables.

Envie de découvrir le véritable visage de Bruxelles, celui que l'on ne voit pas dans les guides classiques ? Les artisans bruxellois vous ouvrent leurs portes ! À travers la ville, des créateurs passionnés proposent des ateliers immersifs où chacun peut se glisser dans leur univers et explorer leur savoir-faire.

Que ce soit pour une sortie en famille, une activité entre amis ou une idée de cadeau authentique, ces ateliers sont une invitation à vivre une expérience bruxelloise inoubliable.

POUR RÉSERVER VOTRE ATELIER, C'EST PAR ICI :
[LOCALGUIDE.ATELIERS.BRUSSELS](https://localguide.ateliers.brussels)

PUBLI-REPORTAGE

Plongez dans l'artisanat bruxellois: une expérience unique au cœur de la créativité

Envie de découvrir le véritable visage de Bruxelles, celui que l'on ne voit pas dans les guides classiques ? Les artisans bruxellois vous ouvrent leurs portes ! À travers la ville, des créateurs passionnés proposent des ateliers immersifs où chacun peut se glisser dans leur univers et explorer leur savoir-faire.

Que ce soit pour une sortie en famille, une activité entre amis ou une idée de cadeau authentique, ces ateliers sont une invitation à vivre une expérience bruxelloise inoubliable.

DÉCOUVREZ DES MÉTIERS D'EXCEPTION DANS DES ATELIERS INTIMISTES

Les ateliers bruxellois offrent bien plus qu'un simple moment de découverte : ils dévoilent les meilleurs de métiers traditionnels et authentiques. À Bruxelles, chaque coin de rue réserve une surprise. Pourquoi ne pas apprendre à fabriquer un parfum d'intérieur, vous initier à l'art ancestral de la reliure, ou même créer vos propres soins naturels à base de plantes ? Chaque artisan met un point d'honneur à transmettre son savoir dans une ambiance chaleureuse et conviviale, créant ainsi un lien privilégié entre lui et ses participants.

85 ATELIERS, 85 FAÇONS DE CRÉER

Avec 85 ateliers répartis dans toute la ville, il y a de quoi satisfaire toutes les envies créatives ! Prêts à vous immerger dans la créativité bruxelloise ? N'attendez plus pour pousser la porte d'un atelier.

QUELQUES ATELIERS À NE PAS MANQUER :

- MENUISERIE : INITIEZ-VOUS AUX ASSEMBLAGES TRADITIONNELS**
Initiez-vous à la menuiserie et aux assemblages traditionnels en bois avec Michel, artisan menuisier ébéniste. De la matière brute au produit fini, tout est fait à la main !
- BRODERIE EXPÉRIMENTALE À LA MACHINE À COUDRE**
Brodez vos rêves en couleurs avec Julie, qui vous initiera à une technique créative et peu répandue : la broderie expérimentale. En deux heures, confectionnez une pièce unique à votre image.
- CRÉATION D'UN CARNET PERSONNALISÉ**
Apprenez l'art ancestral de la reliure avec Astrid, et repartez avec un carnet sur-mesure que vous aurez fabriqué vous-même, en choisissant la couverture et pliant le papier à la perfection !
- L'ART DE LA CUISINE MEXICAINE**
Révélez vos papilles lors d'un atelier culinaire avec Palmer. Au programme : guacamole, agua fresca, et l'art de rouler les burritos, tout en profitant d'une ambiance conviviale et multi-langues.
- COMPOSITION D'UN BOUQUET DE FLEURS LOCALES**
Rejoignez Daphné dans son atelier onique datant de 1920 et apprenez à créer un magnifique bouquet de fleurs fraîches locales, tout en découvrant son univers et ses pratiques écoresponsables.

Envie de découvrir le véritable visage de Bruxelles, celui que l'on ne voit pas dans les guides classiques ? Les artisans bruxellois vous ouvrent leurs portes ! À travers la ville, des créateurs passionnés proposent des ateliers immersifs où chacun peut se glisser dans leur univers et explorer leur savoir-faire.

Que ce soit pour une sortie en famille, une activité entre amis ou une idée de cadeau authentique, ces ateliers sont une invitation à vivre une expérience bruxelloise inoubliable.

POUR PLUS D'INFORMATIONS, CONSULTEZ LE PROGRAMME COMPLET DES ATELIERS SUR localguide.ateliers.brussels

Envie de vous initier à [insérer votre savoir-faire + emoji] ?

De créer [insérer le nom ou type d'activité] ?

Bonne nouvelle !

Des dates sont maintenant disponibles pour mon atelier [insérer le nom de votre atelier] sur

<https://localguide.ateliers.brussels/>

Réservez votre place avant qu'il n'y en ait plus !

Promotion du commerce de destination

CAMPAGNES THÉMATIQUES

Dans le contexte post-Covid, Entreprendre Bruxelles a lancé la campagne Option B, une initiative visant à soutenir le commerce local en mettant en lumière des thématiques commerciales particulièrement en phase avec les nouvelles attentes des consommateurs, tant bruxellois que venant de la périphérie.

Face au succès rencontré par cette campagne et à l'accueil très positif réservé aux différentes actions menées au cours des deux dernières années, l'asbl a décidé, en 2024, de poursuivre cette dynamique. L'accent a ainsi été mis sur cinq thématiques jugées pertinentes et à fort potentiel :

- Les terrasses, restaurants, cafés et bars, pour répondre à l'envie de convivialité et de moments partagés.
- Les magasins de seconde main, en lien avec les préoccupations croissantes autour de la durabilité et de la consommation responsable.
- La mode et le design, pour soutenir la créativité locale et mettre en valeur les talents du secteur.
- Les cafés de spécialité, avec un focus particulier sur l'univers du café, devenu un véritable marqueur culturel et qualitatif.
- Le bien-être et le soin de soi, qui répondent à une recherche de qualité de vie et d'équilibre personnel de plus en plus présente.

Ces thématiques ont été déclinées à travers une série d'actions concrètes, : des campagnes de communication ciblées, des actions de terrain en lien avec les commerçants, un accompagnement personnalisé et une amplification de projets portés par des associations de commerçants, permettant de renforcer leur visibilité et leur impact.



MODE & DESIGN



Entreprendre Bruxelles a mis en lumière trois événements consacrés à la mode et au design.

Slowroom Brussels

Nouveau venu sur la scène bruxelloise, Slowroom Brussels s'inscrit dans la dynamique de la slow fashion et de l'upcycling. Cet événement met à l'honneur la création belge émergente, la réutilisation des matériaux, la production locale et les initiatives à impact social.

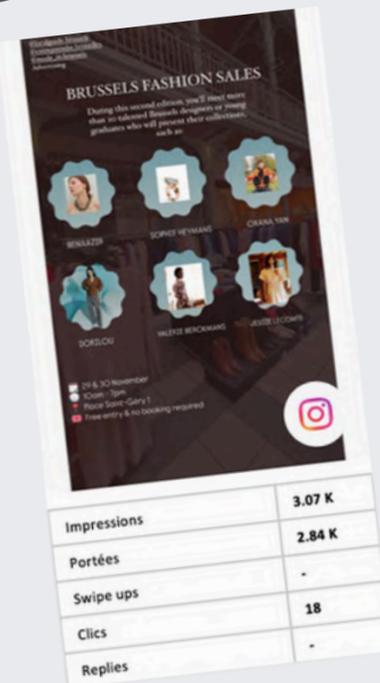
Pour accompagner ce lancement, Entreprendre a mené une **campagne d'influence** de 7 jours, en collaboration avec Juliet Bonhomme. Plus de **32.000 personnes touchées** par ses stories, générant plus de 267 clics sur seulement trois écrans. Ce fort taux d'interaction témoigne d'un véritable intérêt du public, qui s'est montré curieux, engagé.

Brussels Fashion Sales

Les Brussels Fashion Sales sont une belle opportunité de s'offrir des pièces exclusives à des prix attractifs, qu'il s'agisse des collections des saisons précédentes de créateurs chevronnés ou les nouvelles créations de stylistes fraîchement diplômés. Les deux éditions de 2024 (avril et novembre) aux Halles Saint Géry, ont été soutenues par Entreprendre.

Campagnes d'influence et de contenu organique.

- Le reel boosté a touché près de 29.000 personnes, généré plus de 1.000 clics et 367 nouveaux abonnés.
- La campagne d'avril a généré plus de 94.000 vues et environ 790 clics.



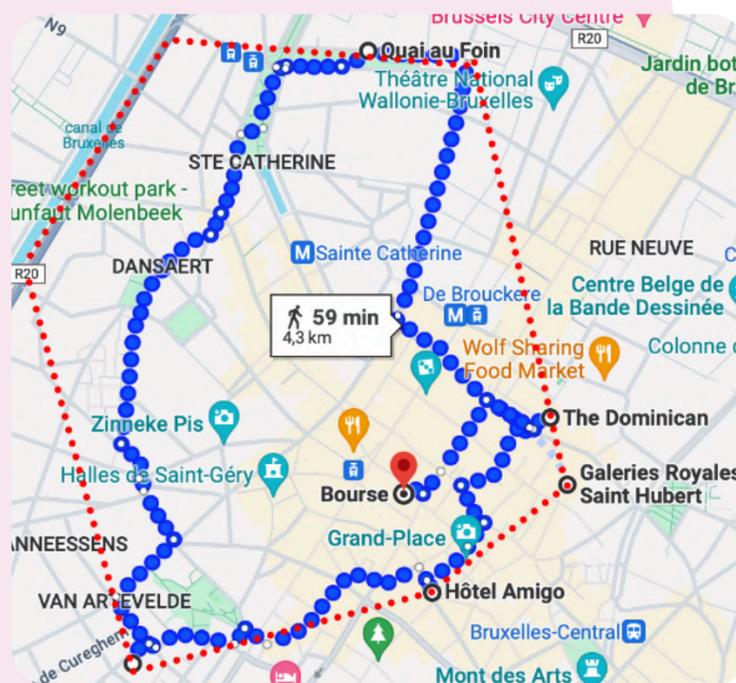
MAD PARCOURS

BRUSSELS FASHION & DESIGN WALK DOWNTOWN EDITION

BRUSSELS FASTLANE 14.11 — 16.11.2024

RENDEZ-VOUS AU COEUR DU MAD PARCOURS EN UN SEUL CLIC.

Y ALLER



De Brussels Fashion Sales wil je niet missen

Op 29 en 30 november 2024 maakt de Brussels Fashion Sales een grote comeback in de Sint-Gorikshallen. Deze tweede editie van dit jaar brengt ook nu weer hùde aan het beste van Brusselse ontwerpers. Dit grootste gebeuren van de vzw Mode-in.Brussels verenigt zo'n twintig Brusselse ontwerpers die hun unieke creaties onthullen in een bruisende setting waar iedereen welkom is.

Wil je exclusieve stukken (kleding, accessoires, juwelen, lingerie...) die de diversiteit en rijkdom van de Brusselse savoir-faire weerspiegelen op de kop tikken? Dan is dit je kans!

Onder meer de showroom van **Natasha Cadonici, Erratum Fashion, Cyclop, Aesthete-Kidswear, Max&Lola, Pop-up / Escalé Jean-Paul Lespagnand** liggen op deze route. Speciaal voor de gelegenheid kun je er dan genieten van exclusieve deals.

Met deze tweejaarlijkse sales zorgt Mode_in.Brussels de vereniging voor momenten van ontmoeting die de dynamiek in de Brusselse modewereld versterken.

De Brussels Fashion Sales is voor liefhebbers van mode en design niet alleen een mooie kans om designersstukken te vinden, maar ook een ideaal moment om leuke ontdekkingen te doen, boeiende mensen te ontmoeten en inspiratie op te doen.

Mis deze reis door de Brusselse modewereld niet!

PRAKTISCHE INFO:
 Datas: 29 en 30 november 2024
 Plaats: Sint-Gorikshallen, 1000 Brussel
 Vrije toegang

BRUSSELS FASHION SALES

29-30.11

YOUR FAVORITE BRUSSELS DESIGNERS AT SMALL PRICES

Promotion du commerce de destination

MODE & DESIGN

- Une campagne **publirédactionnelle** dans le Vif, Knack, So Soir et De Morgen. Ces médias ont été choisis sur base de leur cible de lectorat, identique à celle des visiteurs attendus à l'événement. Les médias flamands étaient particulièrement intéressants pour la thématique.
- Une **campagne en programmation** avec des formats display et interstitiels, ciblant les fans de mode et de bons plans autour de Bruxelles (jusqu'à 30 km). Était surtout visé un public avec un pouvoir d'achat moyen à élevé.
 - 🔥 Résultat: La campagne a généré plus de 94.000 vues et environ 790 clics. Le taux de clics (CTR) atteint 0,84 %, soit bien au-dessus des standards du marché, ce qui témoigné d'un fort intérêt du public.

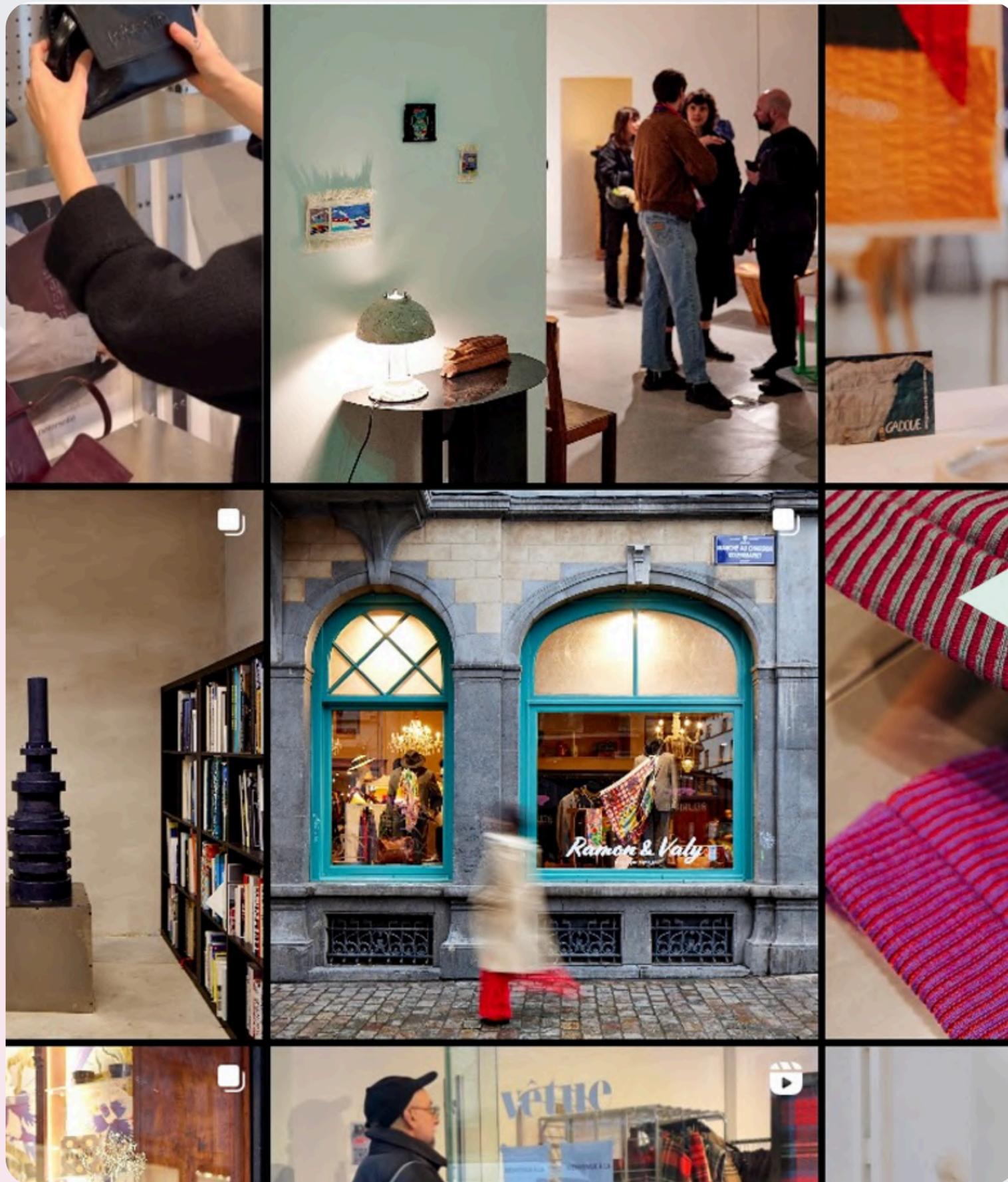
Mad Parcours - Downtown Edition

Du 14 au 16 novembre 2024, MAD Brussels a lancé la première édition du MAD Parcours, une promenade mode et design au cœur de Bruxelles.

Ce parcours inédit a mis à l'honneur des stylistes et designers bruxellois, présentés dans des commerces existants : boutiques, hôtels, restaurants, ateliers, etc.

L'initiative a vu le jour à la suite des demandes répétées d'Entreprendre pour une meilleure intégration des actions de MAD Brussels au sein du tissu commercial local.

- Au total, **60 lieux** ont ouvert leurs portes pour faire découvrir la créativité locale au grand public.
- Une carte interactive via l'app **Mapstr** a permis de naviguer facilement entre les adresses à visiter, et perdure post-événement.
- Entreprendre Bruxelles a étroitement collaboré à la naissance de ce nouvel événement: ouverture du Local 121 à 6 jeunes stylistes, communication et participation à la sélection de la signalétique en ville. La **collaboration avec le Mad Brussels** fut excellente et a ouvert les portes à de nombreuses synergies avec ce lieu emblématique de la capitale pour la mode et le design bruxellois.



Promotion du commerce de destination

MODE & DESIGN

Voici comment Entrprendre a amplifié la communication de l'événement:

- **Publication** 1/1 page dans le Knack et Le Vif Weekend-Black Luxe du 06 et 07/11
- Affichage urbain 2M2: dans le cadre de ses campagnes Fastlane "Plus vite on y est, plus longtemps on en profite": format statique et live, dans les villes suivantes: Auderghem, Woluwe, Uccle, Wavre, Waterloo, Nivelles, Braine L'Alleud, Leuven, Mechelen, Aalst (destination gare centrale pour la cible transports en commun).
- Une campagne programmatique formats display et interstitiel, cible Belgique, amateurs d'art et fashion upper class, avec un lien google map vers les parking Brucity pour la cible se déplaçant en voiture. 117.000 personnes ont été touchés avec plus de 250.000 impressions, et un CTR de 0,79% 🔥
- Cinq missions d'influence avec @dominique.stz, @sofievalkiers, @a_m_a_d_e_u_s, @raimaa_brussels et @brusselskitchen.
- Promotion RS organique et influence des marques installées dans le Local 121 sur un budget Local 121 sur localguide.brussels.

Une enquête post événement été faite auprès des lieux qui ont accueilli des stylistes et/ou designers: **44%** des commerçants ont confirmé avoir ressenti une **augmentation de leurs ventes** pendant l'événement.

"I was part of the local 121 pop-up, everything was great, thank you very much!"

"Thank you again for your efforts, and we look forward to continuing to work together".

"I was in the grand suite of the Dominican together with Sara Esther. And it was amazing!"

Promotion du commerce de destination

EMILE.BRUSSELS

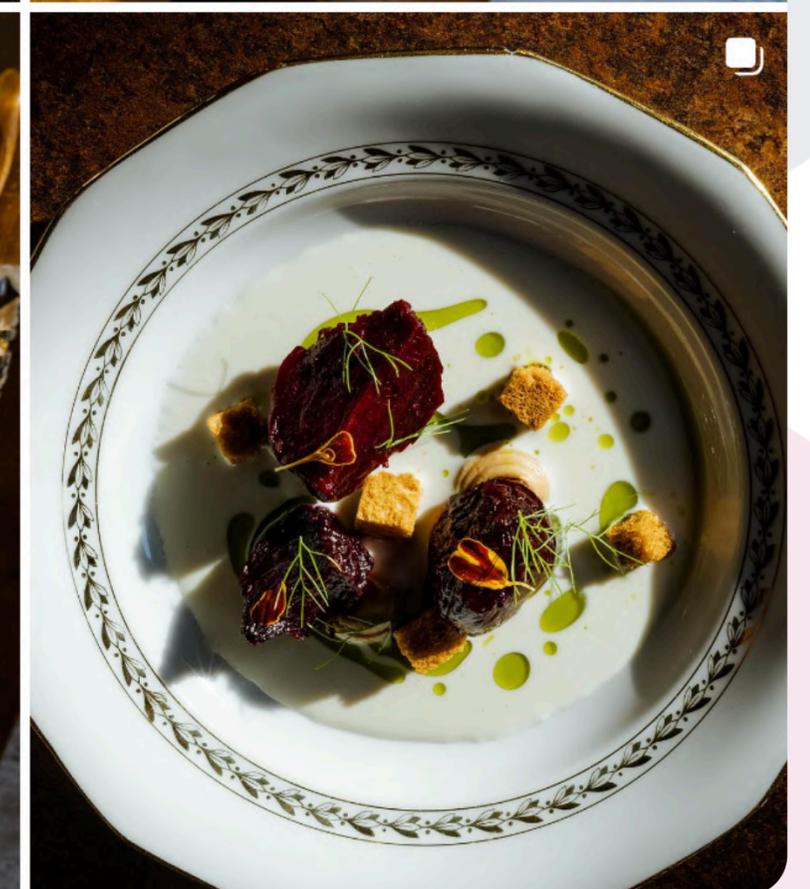
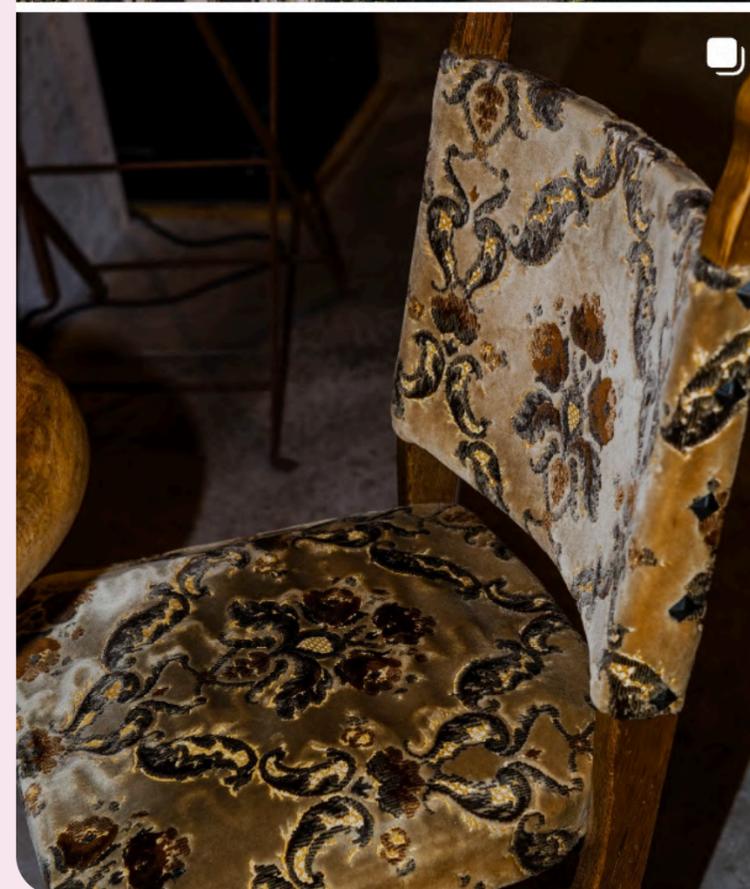
Suite au succès des parcours "J'ai la Dalle", relancés en 2023 par Entreprendre, l'organisation a reconduit des parcours de découverte de magasins et de restaurants.

L'agence partenaire à l'asbl a remporté le marché public en créant le concept "Emile.brussels". Emile, c'est ce gars qui connaît toutes les adresses en vogue de la capitale, qui aime les faire découvrir à son entourage et qui est toujours partant pour une virée commerce. Pour suivre Emile, il suffit de réserver un créneau, et tout est organisé pour le client. Il peut ainsi découvrir 3 à 4 adresses en une soirée, en suivant une application. Une excellente manière de (re)découvrir Bruxelles et ses commerces.

Ce concept est déclinable en fonction des thématiques désignées par Entreprendre Bruxelles. L'asbl a lancé les premiers parcours Emile.brussels sur la thématique "restaurants", sous le nom de "Emile a la Dalle" qui était la plus attendue par le public bruxellois. Le principe ?

- Apéro dans un premier lieu (bar, caviste, etc.)
- Entrée dans un premier restaurant
- Plat dans un second restaurant
- Dessert dans un troisième lieu

Le tout en découvrant 2 ou 3 quartiers, à pieds, en totale autonomie.



Promotion du commerce de destination

EMILE A LA DALLE

Pour la **première édition d'Emile a la Dalle**, qui a eu lieu du 16 juillet au 28 septembre, quatre parcours ont été créés :

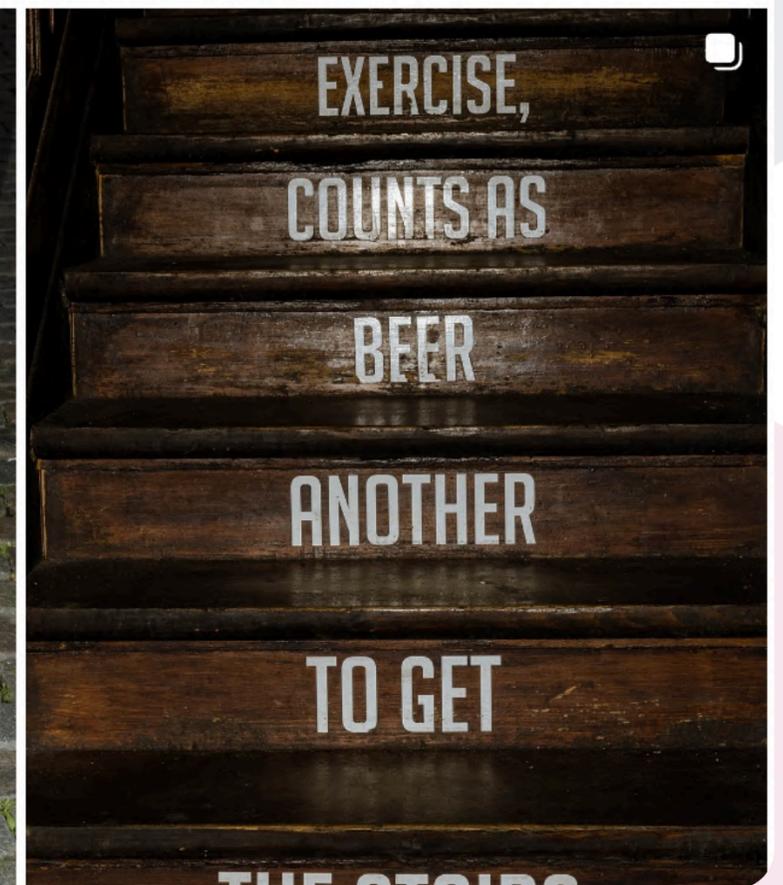
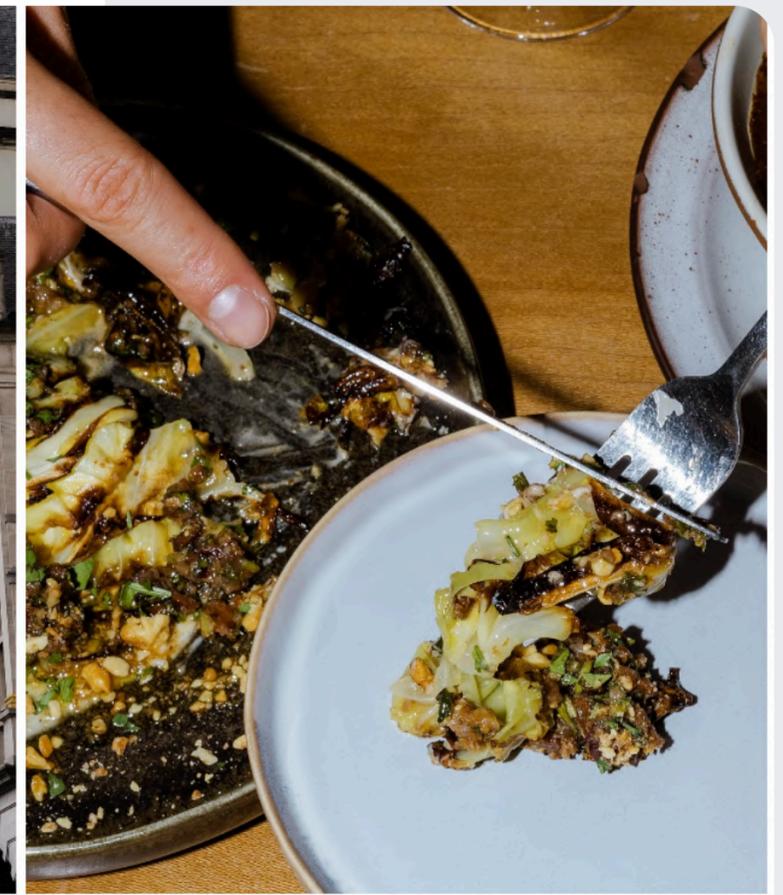
- La Dalle Original (lancement juillet) : reprenant les coups de coeur des participants aux parcours La Dalle en 2023 : **488 participants**
- Voyage Voyage (lancement juillet) : sélection de restaurants qui font voyager dans le monde : **345 participants**
- Sip Sip Hourra ! (lancement en août) : parcours hybride mêlant plats classiques et streetfood avec une touche festive : **186 participants**
- Into the woods (lancement septembre) : axé sur le brunch : **23 participants**

16 établissements ont fait partie de ces parcours, ce qui représente 4.145 portions commandées aux restaurateurs.

Au total, il y a eu 403 commandes de parcours, ce qui représente **1.042 participants**. 37% des commandes venaient de clients n'ayant pas participé à La Dalle en 2023. 72% des participants sont de Bruxelles, 13% viennent du Brabant wallon.

Au niveau de la communication, Emile.brussels a créé ses propres canaux :

- Instagram : +4.000 followers en 3 mois
- Création d'un site web + newsletters



Promotion du commerce de destination

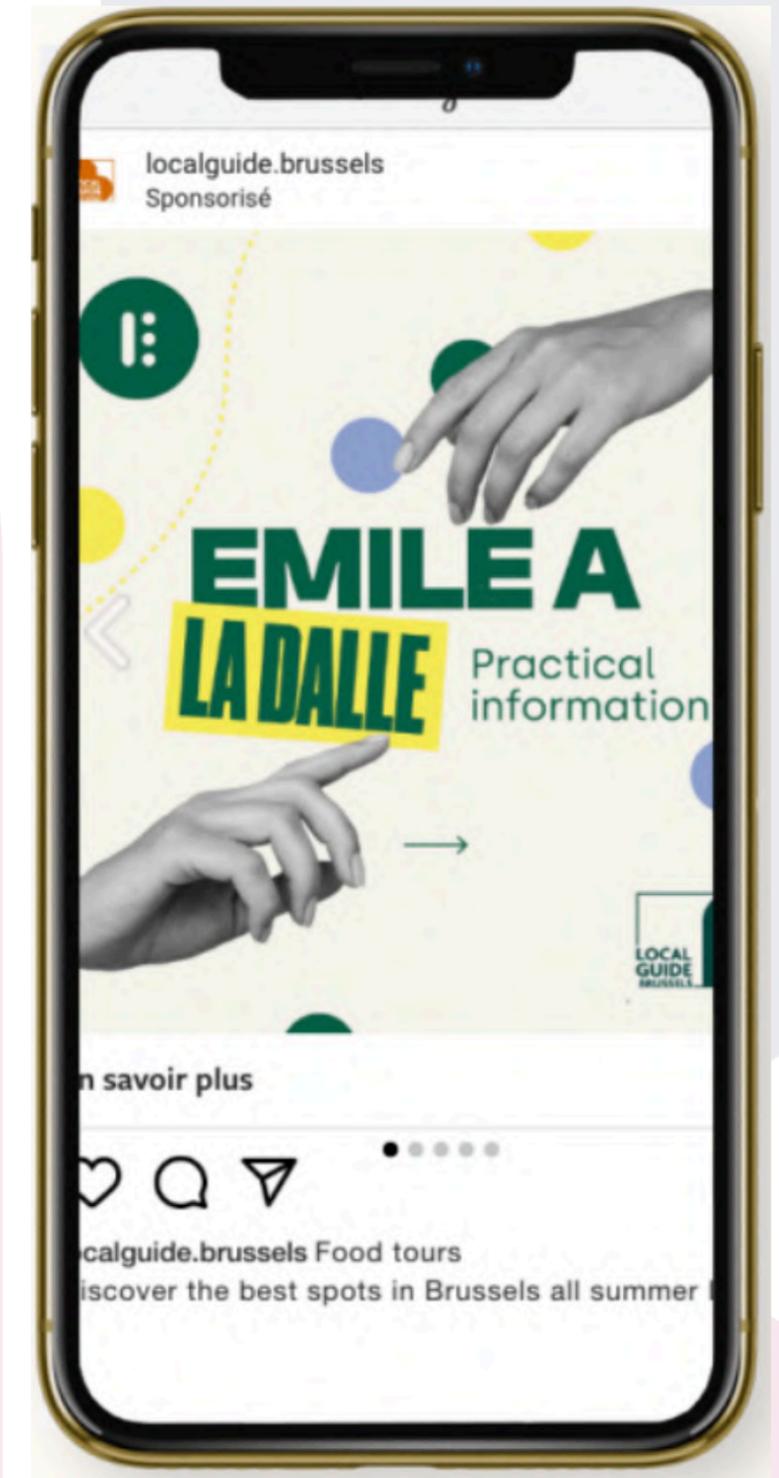
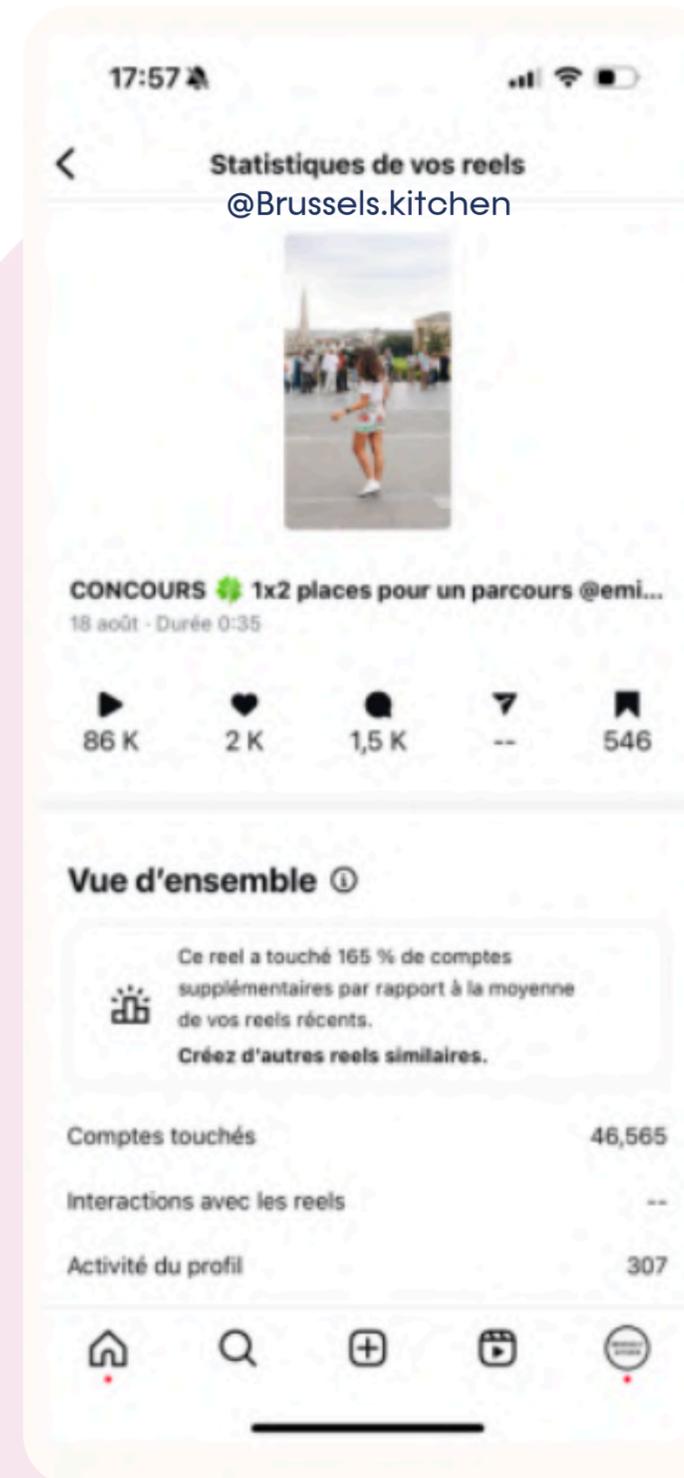
EMILE A LA DALLE

En plus de financer la création du parcours et le développement de l'application et des différents réseaux, Entreprendre a participé à la mise en avant de ces nouveaux parcours sur différents canaux :

- Communiqué de presse : 23 mentions d'Emile a la Dalle (d'articles complets aux émissions télévisés) au total.
- Campagne sur les réseaux sociaux : 8 influenceurs touchant 136.000 personnes, pour une impression de 169.000 + 1 campagne organique touchant 3.674 comptes + 1 campagne paid touchant 369.780 lors de la première diffusion et 265.190 lors de la deuxième phase, obtenant un total de 813 clics vers le site d'emile.brussels.
- Spot radio : 134 passages sur Bel RTL et Radio Twee
- Achats média : sur 7Dimanche (papier + webco) et Le Vif Express + Knack.
- Affichage urbain : pendant 15 jours, 30 panneaux Clearchannel dans la Ville.

Nous sommes tous les deux bruxellois et nous avons découvert des établissements top, avec un service 5 étoiles, souriant, pro, sympathique, ne se prenant pas le chou, bref Bruxelles comme on l'aime.

Tout a été parfait de A à Z, une super expérience et un moment inoubliable.



myhyggehouse 🌟 Ça a l'air dingue comme concept 😍!! À mettre sur la to do pour cet été 🥰

37 sem 2 J'aime Répondre

Promotion du commerce de destination

CHILL EMILE

Une autre thématique qu'Entreprendre a mis en avant est la thématique du bien-être et des activités cocooning, pendant l'hiver, période assez creuse à Bruxelles en termes d'événements et de sorties commerciales (outre les cadeaux de fête de fin d'année).

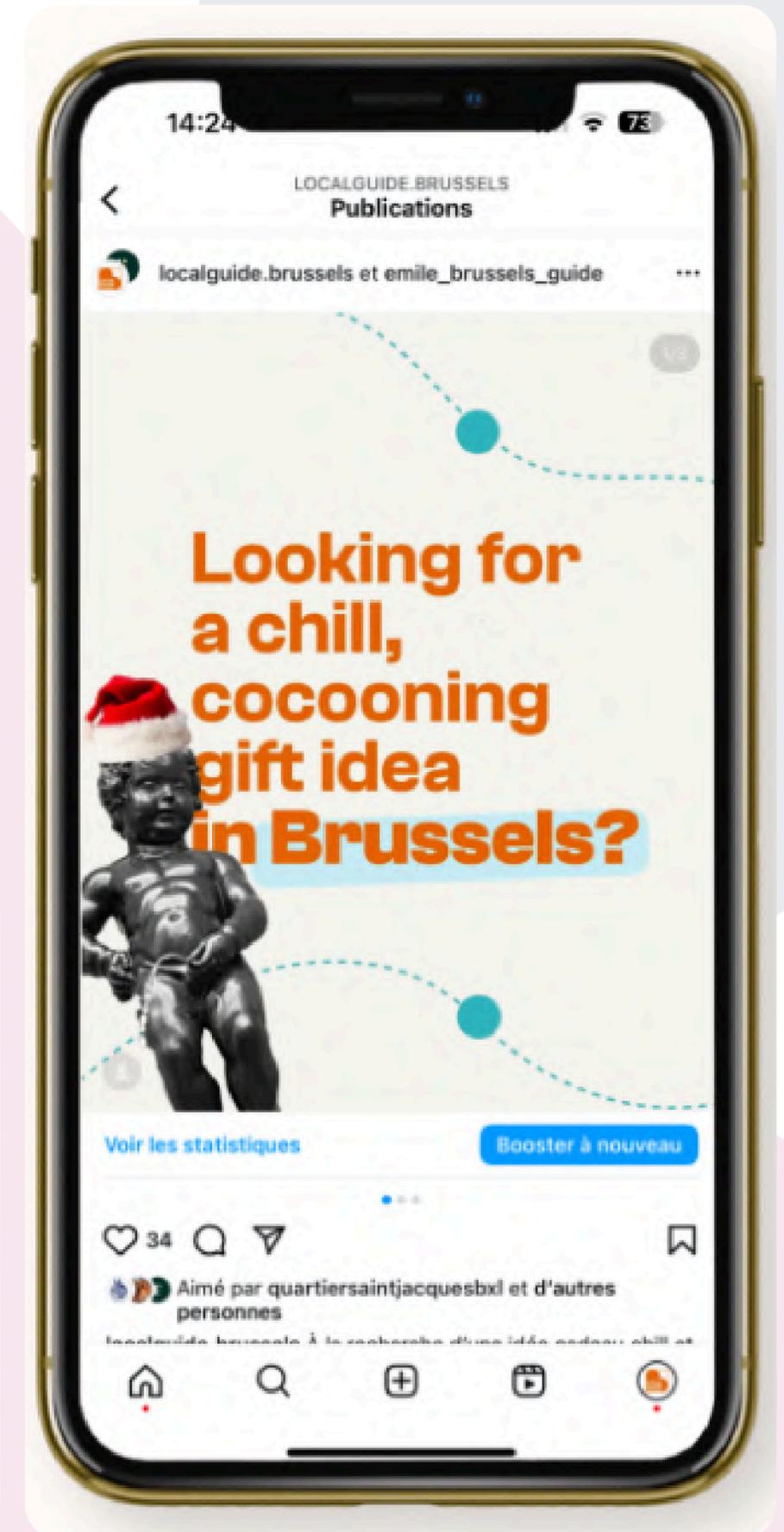
Quatre parcours ont été prévus pour cette campagne, avec un parcours lancé le 28/11/24. Trois autres parcours s'ajouteront à celui-ci et la campagne terminera fin mars 2025.

- Too Cool for Basics – Céramique & Sérigraphie
- Shake & Taste - Création de cocktails
- Sweet Journey - Cuisine cookie
- Walk of Shine - Création de cosmétiques (annulé en cours de programmation par manque de disponibilité)

Emile.Brussels continue sa **communication organique** : site web, newsletter et réseaux sociaux.

L'asbl a **amplifié la communication** via différents canaux :

- Communiqué de presse (17 articles parus en 2024)
- Réseaux sociaux (4 influenceurs, 122.500 personnes touchées estimées ; posts organiques touchant plus de 5.000 comptes, paid touchant 161.416 comptes)
- Affichage urbain (37 panneaux dans les métros en décembre et 500 panneaux dans Bruxelles via le réseau Arterpub prévus en 2025).
- Programmatique (Native + Display HTML5 : 339.045 impressions pendant le mois de décembre 2024)





trousses de toilette



sacs banane



housses d'ordinateur



fontes de vélo

ICI,
UN PRODUIT
ACHETÉ
=
UN ACCESSOIRE
RECYCLÉ
OFFERT

Offre soumise aux conditions des commerçants

Promotion du commerce de destination

SECONDE MAIN

Pour promouvoir les magasins de seconde main situés sur le territoire de la Ville, Entreprendre a mené une campagne composée de plusieurs actions :

Des actions de **communication** :

- Collaboration avec les influenceuses @julietbonhomme et @maconscience, qui ont réalisé ensemble un reel dans les boutiques de seconde main de Bruxelles pour y dénicher un look unique et valoriser les offres locales. Le reel a rencontré un franc succès, avec des commentaires très engageants !
- Publication d'un post organique pour promouvoir l'action décrite ci-dessous.
- Partenariat avec les magazines Flair et Femmes d'Aujourd'hui (FR & NL) pour un publi-rédactionnel mettant en avant les friperies et commerces de seconde main de qualité.

Une action **d'activation** :

- Cette année, Entreprendre a collaboré avec les organisateurs de grands événements de la Ville pour récupérer d'anciennes bâches événementielles, transformées en accessoires de seconde main. Grâce à la réponse positive de nombreuses organisations, environ 60 bâches ont permis la création d'environ 500 pièces : trousses de toilette, housses d'ordinateur, fontes de vélo et sacs banane. Ces accessoires ont été distribués dans une vingtaine de commerces de seconde main et offerts aux clients après achat. L'action a reçu d'excellents retours de la part des commerçants.

Nous avons constaté un intérêt et une affluence légèrement supérieure à la normale dans notre magasin suite à la communication.

"Les clients sont ravis et la qualité des accessoires est superbe !"

"Je te confirme que cela suscite beaucoup de plaisir aux clients qui reçoivent les pièces. Ils adorent l'initiative de recevoir un petit cadeau de la ville et encore plus quand ils apprennent comment cela a été conçu !"

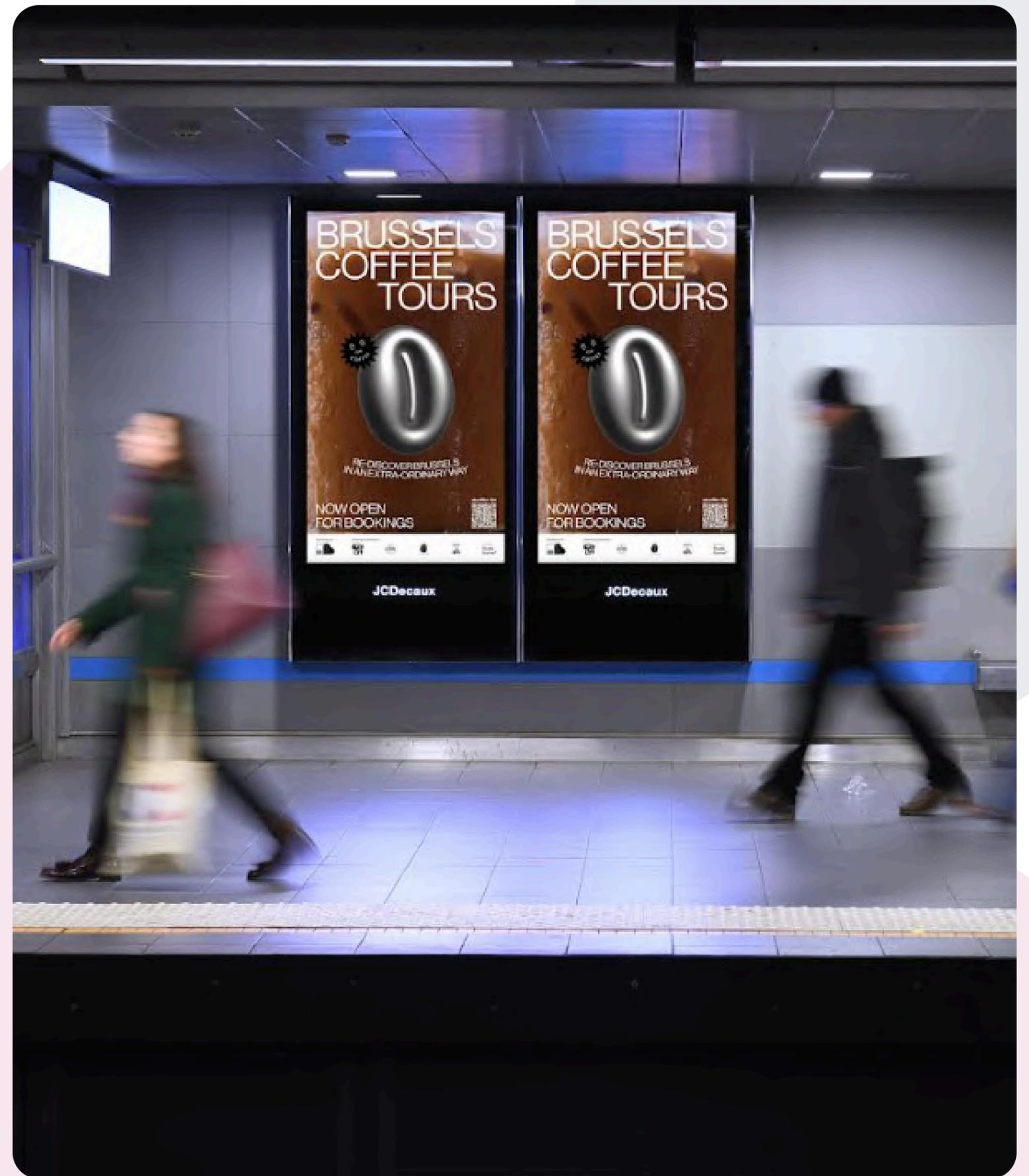
Promotion du commerce de destination

BOISSONS DE SPÉCIALITÉ

Entreprendre a mis le focus sur les enseignes spécialisées en café ou boissons de spécialité avec les parcours d'un prestataire partenaire à l'asbl, qui emmène les amateurs et amatrices de café au travers Bruxelles pour découvrir toutes **ces enseignes qualitatives**.

Pour promouvoir ces parcours qui se passaient intégralement sur le territoire de la Ville de Bruxelles, l'asbl a :

- Programmé une campagne d'affichage dans les métros bruxellois
- Réalisé une campagne d'influence (2 influenceuses)
 - Plus de **149.000 personnes touchées**
 - 1.250 clics vers Localguide ou directement vers les commerces du parcours
 - Un concours qui permettait de gagner deux places pour le parcours
- Réalisé une campagne organique sur les cafés (pas forcément intégrés aux parcours)
 - Un post sur les Summer Coffee Tour (25.000 comptes touchés)
 - Un post sur Drache (3.000 comptes touchés et 20 enregistrements)
 - Un post sur Cliff (3.000 comptes touchés et 11 enregistrements)
 - Un post sur Seasons (2.400 comptes touchés et 9 enregistrements)



Promotion du commerce de destination

CAMPAGNE ACCESSIBILITÉ

Il était crucial pour la Ville de Bruxelles d'attirer l'attention du public sur le fait que le centre de Bruxelles demeure l'une des destinations les plus attrayantes du pays avec des moyens d'accès et de déplacement plus simples que jamais. En 2021, Entreprendre Bruxelles a lancé une campagne publicitaire et web géolocalisée remarquablement efficace. Brussels Fastlane : **plus vite on y est, plus longtemps on en profite !**

Cette campagne s'est poursuivie cette année avec des affichages de 2m² dans des villes situées à moins de 30 km de Bruxelles et à proximité des gares. Le code QR renvoyait systématiquement vers un itinéraire google map, formaté pour donner le chemin le plus rapide à partir de sa position, en format multimodal. Y ont également été ajoutés des **campagnes programmatiques**, avec un Call to Action "Y aller" pour le meilleur itinéraire en précisant de ne pas poster pendant les heures de pointe.

- En août : J'ai la Dalle --> Place Sainte Catherine
- En septembre: BD --> Quartier Saint Jacques
- En décembre :
 - Brussels By Lights --> Grand Place
 - Seconde Main --> Saint Géry
- En novembre: Mad Parcours --> Parking Brucity + Quartier Dansaert. Pour cette campagne, au regard du public attendu, nous avons programmé l'itinéraire vers le parking de Brucity



PARCOURS

BRUSSELS FASHION & DESIGN WALK DOWNTOWN EDITION

14.11 - 16.11.2024

BRUSSELS FASTLANE

RENDEZ-VOUS AU COEUR DU **MAD PARCOURS** EN UN SEUL CLIC.

Y ALLER



À PARTIR DE WATERLOO, CE QR-CODE
CALCULE VOTRE ITINÉRAIRE
ET VOUS MÈNE TOUT DROIT
AU PARADIS DE LA SECONDE MAIN !



PLUS VITE ON Y EST, PLUS LONGTEMPS ON EN PROFITE.

BRUSSELS
FASTLANE

Promotion du commerce de destination

ACCESSIBILITÉ

Cette année, Entreprenre a choisi de mettre le focus sur l'une des principales entrées du quartier des Marolles : celle située à proximité du Palais de Justice, juste à côté de l'arrêt Louise. L'objectif était clair : attirer l'attention des usagers empruntant ce point de passage stratégique et les inciter à (re)découvrir la richesse commerciale et culturelle des Marolles.

Pour ce faire, l'asbl a mis en place une campagne d'habillage de **7 trams circulant sur la ligne 8**, qui relie Watermael-Boitsfort à Louise, en les habillant aux couleurs et visuels représentatifs des Marolles. L'habillage a été pensé pour évoquer à la fois l'authenticité, la créativité et la diversité de ce quartier emblématique.

La campagne s'est déroulée tout au long du mois de décembre 2024, période idéale pour capter l'attention des voyageurs à l'approche des fêtes. À titre indicatif, chaque tram touche en moyenne près de **400.000 utilisateurs** quotidiens, offrant ainsi une visibilité maximale au quartier et à son offre commerciale.





Promotion du commerce de destination

LABELS DU COMMERCE

Tous les ans, Entreprendre labellise des commerces de la Ville de Bruxelles pour mettre à l'honneur leur qualité, leur investissement, leur dynamisme, car ce sont eux qui font vivre la Ville et ses quartiers. Cette mise à l'honneur se fait en trois temps :

- Ouverture des candidatures, sélection des labellisés par un jury
- Organisation de la Soirée des Labels pour la remise de leur label et passer une soirée conviviale avec les commerçants de la Ville
- Une mise en avant spécifique des labellisés sur différents média (papier, digitaux, etc.).

Les **associations de commerçants** ont pu suggérer des commerces à labelliser, et les commerces eux-mêmes pouvaient soumettre leur candidature sur base d'un questionnaire envoyé à la base de données d'Entreprendre Bruxelles. L'appel à intérêt a également été diffusé sur les canaux de l'asbl. Enfin, l'organisation a elle-même proposé des commerces qu'elle avait accompagnés dans leur installation ou sur d'autres projets.

En 2024, **43 commerçants** ont été labellisés par un jury composé d'influenceurs spécialisés en lifestyle bruxellois et d'une ancienne journaliste de chez Gaël : Juliet Bonhomme, Justin Petit, Elles Brussels, Nancy, Anne Boulord (ancienne journaliste Gael).

Les commerces ont été rassemblés en **plusieurs catégories** : l'artisanat, les commerces durables, les commerces historiques, les concepts innovants.



Promotion du commerce de destination

LABELS DU COMMERCE

Tous les commerces labellisés depuis 2015 ont été invités à la soirée des Labels 2024, ce qui revenait à plus de 500 invités. La soirée a eu lieu le 16 septembre, à la Bourse de Bruxelles. Celle-ci était organisée sous le thème du "Show" : tout était mis en place pour que les commerçants passent une soirée inoubliable, à leur image.

Une **vidéo** de 5 minutes a été réalisée, mettant en scène tous les commerçants labellisés. Celle-ci a été projetée durant la soirée des Labels et diffusée sur Youtube pour faire la promotion des commerçants, générant 76.000 vues. **Quatre déclinaisons de cette vidéo** ont été réalisées également, mettant chacune en avant une thématique, et ont été diffusées sur les différents canaux Localguide.brussels, générant cette fois-ci près de 14.000 impressions au total.

Sur Localguide.brussels, un **concours pour chacune des catégories** de Labels a été organisée pour que le public y élise son coup de coeur. En engageant la communauté de Localguide, celle des influenceurs jurés qui relayaient le concours, et celles des commerçants, Entreprendre a obtenu plus de 80.500 impressions, pour 52.503 profils touchés sur l'ensemble de ses posts. En remportant le concours, les gagnants ont été mis en avant pendant la soirée des Labels et ont reçu une visite de leur juré ambassadeur dans leur commerce, partagée sur leurs réseaux respectifs.

En parallèle, d'**autres posts de présentation des Labellisés** ont été publiés sur Localguide.brussels (Instagram), atteignant 21.851 profils et générant 31.798 impressions. Les labellisés ont également été présentés dans un **article de blog** publié sur le site d'Entreprendre, comptabilisant plus de 12.000 lectures.

Les **jurés influenceurs**, en plus de partager les concours, ont mis en avant les labellisés de manière générale, à plusieurs moments de l'année, générant plus de 326.000 impressions et touchant 231.700 profils bruxellois et de la périphérie.



 **theguide_brussels** Meet the winner of the Brussels Shopping Label for the Traditional Retailers category; an initiative by @entreprendre.bruxelles and @localguide.brussels that honors the merchants who are keeping our City alive and vibrant!

@aupetitprimeur 📍 Av. de Busleyden 65, 1020 Laeken, Belgium

At this 42-years-old neighborhood grocery store, you can shop the largest and rarest variety of fresh and seasonal fruits and vegetables 🥕!!

🕒 Open Tue-Sun: 7am-8pm

🍅 Tag your veggie friend and support small businesses!

Collaboration commerciale avec Entreprendre Bruxelles et Local Guide Brussels

#theguidebrussels #brusselsshoppinglabels #localguidebrussels #entreprendrebruxelles #aupetitprimeur #brusselsshops

❤️ 💬 📌

 Aimé par atelier.milky et 1647 autres personnes

8 octobre 2024

FÊTES DE FIN D'ANNÉE

BRUXELLES: OÙ ACHETER SES CADEAUX?

Les fêtes de fin d'année approchent, et vous voulez vous y prendre à temps pour éviter les achats last-minute. Ça tombe bien! On vous a préparé une liste de 10 commerces où faire son shopping pour des cadeaux originaux.

Tous ces commerces ont été labellisés cette année par la Ville de Bruxelles pour la qualité de leurs produits. Vous en cherchez d'autres? Rendez-vous sur localguide.brussels!



Sample Slow Jewelry

RARE

Pour les fans de pièces vintage et seconde main de qualité, et plus particulièrement des années 80 et 90, on vous recommande Rare, sur le Piétonnier. Sans aucune hésitation.
BOULEVARD ANSPACH 121, 1000 BRUXELLES

2BE BRUSSELS

À la recherche d'un cadeau original et efficace pour homme? Rendez-vous chez 2Be Brussels. Ils proposent des sous-vêtements, des maillots, des vêtements de sport ou d'intérieur... de tout genre et de toutes les marques.
RUE DU LOMBARD 29, 1000 BRUXELLES

SAMPLE SLOW JEWELRY

On ne présente plus cette marque aux amateurs et amatrices de bijoux du quotidien et intemporels. Vous y trouverez des colliers, bracelets, boucles d'oreille et bagues de grande qualité et accessibles.
RUE DU NOYER 303, 1000 BRUXELLES

SUWADA

Suwada est spécialisé en outils de coupe depuis 1930; ces outils artisanaux japonais font le plaisir des cuisiniers, des jardiniers ou encore de celles et ceux à la recherche d'instruments de manœuvre!
RUE STEVIN 117A, 1000 BRUXELLES

VOLTE FACE

Superbe magasin de jouets pour enfants au cœur de Bruxelles. Volte-Face vous promet de belles trouvailles. Que ce soit des jouets en bois, des petites décorations ou des jeux de société, ce sera un beau cadeau à glisser sous le sapin.
RUE DES TEINTURIERS 17, 1000 BRUXELLES

NEUF GIFT STORE

Vous devez faire plaisir à un fan de décoration? Allez sans boutique Neuf Gift Store. Vous y trouverez des petits objets (coussins, bougeoirs, etc.), mais aussi des beaux pots, des...
RUE ANTOINE DANSAERT 190, 1000 BRUXELLES

MACHAO DESIGN

Si vous cherchez de la décoration artisanale, colorée et originale, on vous conseille Machao Design. Myriam recycle du papier et réalise des créations textiles. Des pièces 100% originales.
RUE HAUTE 157, 1000 BRUXELLES

MADemoiselle L'ANCIEN

L'atelier au fond du magasin vous confirme qu'ici tout est fait sur place. Vous y trouverez exclusivement des vêtements d'hommes, femmes et enfants restaurés et nettoyés d'avance.
RUE HAUTE 127, 1000 BRUXELLES

AESTHETE-KIDSWEAR

Pour offrir des vêtements à une amie ou à des enfants, allez chez Aesthete-Kidswear. Une marque écoresponsable qui crée son atelier des vêtements, mais propose également de récupérer des vêtements devenus trop petits pour leur donner une seconde vie.
RUE PLETINCKX 3, 1000 BRUXELLES

THE BELGIAN CHOCOLATE MAKERS

La chocolaterie aussi présente à la rue de Namur propose une variété de pralines, mendiants, figurines. Et si vous souhaitez une activité à faire en duo, ils font de super ateliers de chocolaterie.
RUE LEBEAU 3/11, 1000 BRUXELLES



Suwada



Machao Design

Stad Brussel: De expertise en vakmanschap van handelaars in de kijker

Brussel bukt van de speciaalzaken, getalenteerde vaklui, kwaliteitsvolle lokale winkels en uitzonderlijke cafés en restaurants. Elk jaar kent de stad een label toe aan een reeks handelszaken voor hun expertise, vakmanschap en de kwaliteit van hun producten. Dit jaar werden 43 handelszaken geselecteerd door een jury van prominente Brusselaars. De moeite waard om er eens binnen te stappen.



OLIVERDA

Bij Oliverda moet je uiteraard zijn voor olijfolie en afgeleide producten. Maar je ontdekt er ook natuurlijke cosmetica, fijne kruidenierswaren, organolie en duizend-en-een andere schatten om jezelf in de watten te leggen. En dan hadden we het nog niet eens over de vele voedingssupplementen en andere heilzame producten. Lang leve de helende kracht van olijven en de natuur!
■ ANSPACHLAAN 130, 1000 BRUSSEL



LA TANA

Wil je eten zoals in Rome? La Tana brengt Roma naar Brussel. Geniet hier van eenvoudige, authentieke gerechten en streekproducten. En laten we zeker het ambachtelijke bier en de natuurwijn niet vergeten om mee te nemen.
■ ONDERBICHTSTRAAT 27, 1000 BRUSSEL

VOLTE FACE

Dit is een schattig, ouderwets winkeltje met traditioneel speelgoed. Hier kijken klein en groot hun ogen uit. Je vindt er voor elke leeftijd wel iets, van gezelschapsspellen en figuurtjes tot hersenbrekers, bouwspellen en andere wonderlijke vondsten.
■ VERVESSTRAAT 17, 1000 BRUSSEL



CHRIS & CHRIS

Chris & Chris is een elegante, verfijnde en gezellige boetiek van 300 m² in het centrum van Brussel die bruidsparen, hun suite en gasten kleedt. Het aanbod trouwjurken, jurken voor bruidmeisjes en kostuurs uit de mooiste collecties en in alle stijlen is hier zo groot dat je altijd de perfecte look vindt, compleet met schoenen en tassen, hoeden, sluiers en juwelen. Twijfelers kunnen altijd rekenen op het professionele advies van het team. Om volop van het moment en de service te kunnen genieten, maak je het best een afspraak via mail of telefoon.
■ ADOLPHE MARXLAAN 76, 1000 BRUSSEL

met schoenen en tassen, hoeden, sluiers en juwelen. Twijfelers kunnen altijd rekenen op het professionele advies van het team. Om volop van het moment en de service te kunnen genieten, maak je het best een afspraak via mail of telefoon.
■ ADOLPHE MARXLAAN 76, 1000 BRUSSEL



Vind alle beste deals voor uw uitstapjes naar Brussel op onze website localguide.brussels



Promotion du commerce de destination

LABELS DU COMMERCE

Entreprendre a également acheté de l'espace dans les médias pour mettre en avant les commerçants, et ce indépendamment de la soirée des Labels.

L'article publié dans Le Vif l'Express et le Knack mettait en avant l'expertise reconnue des commerçants. L'article publié dans le magazine SoSoir mettait en avant les commerces labellisés où acheter ses cadeaux de fin d'année.

Les labellisés sont également mis en avant dans d'autres campagnes menées par Entreprendre Bruxelles : le bar à fleurs, les différents concours sur les réseaux sociaux, des articles de blog sur Localguide, etc.

Cette année, l'asbl a également proposé aux labellisés des formations exclusives en aménagement de vitrine.

Promotion du commerce de destination

OPENSOON BXXL

Le programme OpenSoon BXXL est une initiative de la Ville de Bruxelles mise en oeuvre par Entreprendre Bruxelles visant à soutenir l'ouverture de nouveaux commerces dans certains quartiers emblématiques de la capitale. Il s'agit plus particulièrement d'un soutien financier ayant pour but d'encourager l'entrepreneuriat local et de favoriser l'émergence de commerces innovants et durables.

Cette année, sept commerces aux concepts innovants ont reçu un coup de pouce pour faire décoller leur business :

- Arsouille
- Forcado
- Kage
- Café Modelé
- Nectar
- Fish Tank
- Neder Optic

Afin de promouvoir les commerces primés OpenSoon BXXL cette année, Entreprendre a collaboré avec une agence afin de rédiger 2 communiqués de presse :

- CP BTB pour l'annonce d'une prime pour les nouveaux commerces installés en 2024 dans les quartiers ciblés
 - **3 articles de presse ont été publiés à ce sujet**
- CP BTC pour annoncer les nouvelles pépites à découvrir et qui ont ouvertes à la Ville de Bruxelles en 2024
 - **2 articles de presse ont été publiés à ce sujet**

Entreprendre a également travaillé en partenariat avec les rédactions du VIF & du KNACK pour publier un publiereportage annonçant l'arrivée de ces nouveaux commerces à découvrir.



Des nouvelles pépites à découvrir d'urgence



VOTRE GUIDE DES MEILLEURES ADRESSES À BRUXELLES

Vous cherchez un commerce ?

Rechercher par mot-clé

Je découvre

Je me laisse inspirer

LES BONNES ADRESSES

Promotion du commerce de destination

SITE LOCALGUIDE.BRUSSELS

Après la refonte complète des réseaux sociaux BTC d'Entreprendre, l'asbl a souhaité aligner ses différents sites web sur cette nouvelle stratégie. Elle a ainsi fusionné les sites "OptionB" et "commercelocal" pour créer une seule plateforme : **localguide.brussels, le répertoire des adresses bruxelloises de qualité.**

Pour ce projet, l'organisation a collaboré avec deux agences web afin de développer un site aussi user friendly que possible. L'objectif : créer une véritable "toile d'araignée" où tous les commerces sont reliés via un système de "tags" et de catégories (types de commerce, quartiers commerçants, spécificités, etc.).

Un important travail de fond a été mené pour rassembler un maximum de commerces à promouvoir, en consolidant plusieurs bases de données existantes (OptionB, commerces labellisés, commerces mis en avant sur les réseaux sociaux, etc.). Aujourd'hui, environ 1.200 commerces sont référencés sur le site, et ce chiffre augmente chaque mois, notamment grâce à :

- La mise à jour continue de la base de données, avec l'ajout de nouveaux commerces ouverts ou promus via les réseaux sociaux.
- Les demandes spontanées de commerçants souhaitant apparaître sur localguide.

Au-delà de cette base de données, le site est alimenté et actualisé plusieurs fois par mois pour optimiser son référencement SEO :

- Par la publication régulière d'articles de blog rédigés en interne, reprenant les thématiques des campagnes pour mettre en lumière certains commerces.
- Par la création de nouvelles "vibes" et de tops 10, en phase avec les tendances actuelles, les saisons et les besoins de la communauté Localguide.

Promotion du commerce de destination

PROMOTION LOCALGUIDE.BRUSSELS

La marque "Localguide.brussels" permet à Entreprendre de **promouvoir les commerçants et les quartiers commerçants** de la Ville de Bruxelles auprès d'un public bruxellois et de la périphérie, en quête de nouvelles adresses à découvrir.

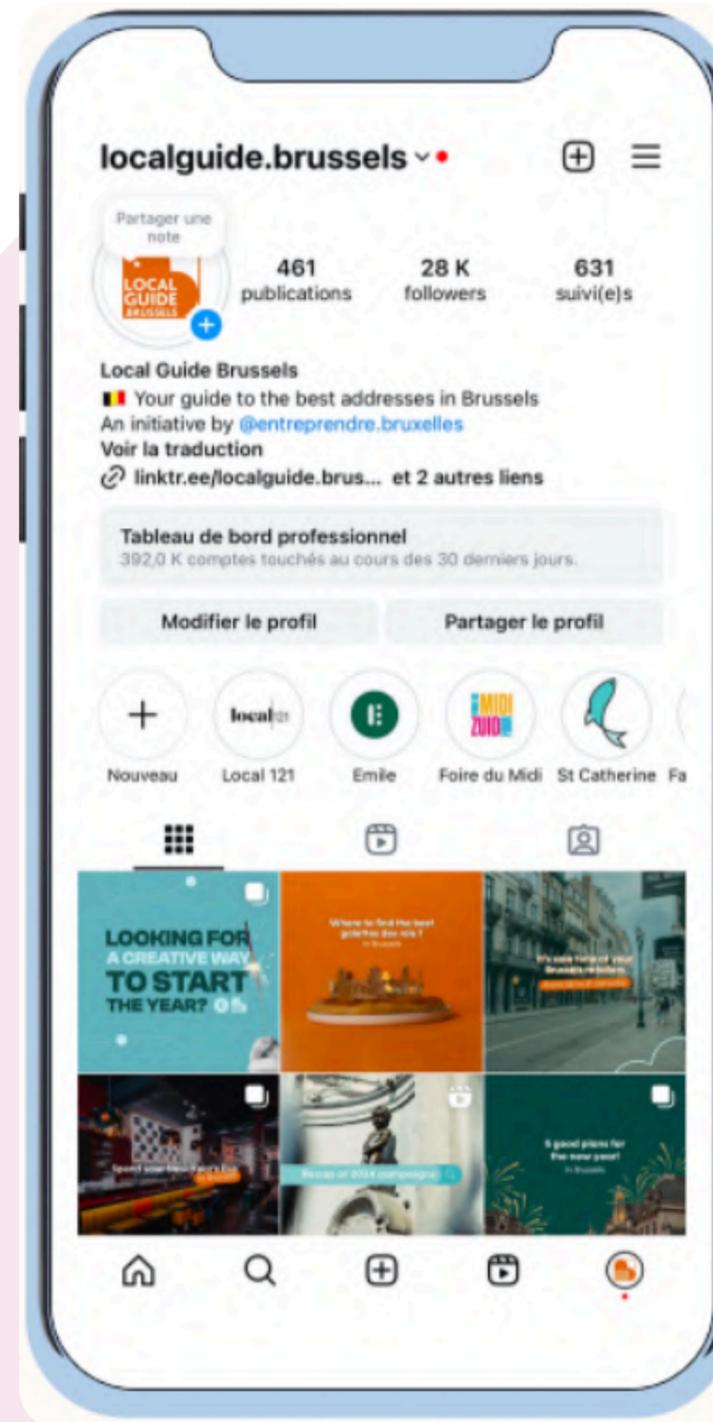
En 2024, les objectifs de la marque étaient **d'accroître sa notoriété** sur l'ensemble de ses canaux — site internet, Instagram, Facebook, TikTok, Pinterest — avec un focus particulier sur Instagram et TikTok, tout en **fidélisant** l'audience et en l'amenant à **interagir** davantage.

Au-delà de l'intégration des campagnes de communication liées aux différents projets (Pride, Foire du Livre, Commerces en fleurs, Labels, etc.), Entreprendre publie également du **contenu organique** sur tous ses canaux. Ces publications s'articulent autour de thématiques variées :

- des thèmes généraux (ex : les 10 bars où faire la fête jusqu'au bout de la nuit),
- des focales par quartier (ex : les dix endroits où s'arrêter dans la rue de Flandre),
- des moments-clés de l'année (ex : où acheter ses cadeaux de Noël).

Sur **Instagram**, le canal le plus performant en 2024, l'asbl a gagné **plus de 11.480 abonnés**, dépassant les 28.000 abonnés au total. Au cours de l'année, **1.493 contenus** (stories, posts, collaborations influenceurs) ont été publiés via ce compte.

Sur **TikTok**, ce sont **1.200 utilisateurs** qui ont été conquis et **455.000 vues** sur un total de 70 publications qui ont été générées. La stratégie a évolué en cours d'année pour intégrer davantage de contenus spontanés, captés sur le vif par leur prestataire réseaux sociaux lors des tournages.



Promotion du commerce de destination

PROMOTION LOCALGUIDE.BRUSSELS

Pour promouvoir le compte Localguide.brussels, Entreprenre a également choisi d'investir les médias papiers et l'affichage urbain. L'objectif était clair : convertir les passants et les lecteurs en visiteurs du site internet, principalement, mais aussi en abonnés sur ses réseaux sociaux.

Dans cette optique, une campagne en **cover du Paris Match** a été publiée, lors du lancement du site, afin de faire connaître la marque et l'ancrer comme une référence incontournable pour les Bruxellois et les habitants de la périphérie.

Entreprenre a également réservé **15 panneaux JCDecaux** pendant 8 jours en décembre, dans les stations de métro, pour profiter de la période des achats de fin d'année et mettre en avant Localguide auprès d'un large public en mobilité.

Enfin, **une campagne de boost** sur les réseaux sociaux a été programmée pendant 11 jours, permettant de toucher 481.689 personnes. Cette action a généré près de 1.600 clics vers notre site internet.



Laissez-vous séduire par les traditions bruxelloises!

Le répertoire des
adresses authentiques
à Bruxelles, c'est sur
localguide.brussels.



Promotion Paris Match

ACTION PARKING

En vue de répondre aux besoins des commerçants dont la clientèle se déplace en voiture à Bruxelles, Entreprendre a initié en 2023 l'action "1 heure de parking gratuit". Son objectif était de changer les habitudes en montrant les parkings proches pour ceux qui étaient habitués à se garer en voirie.

L'action a été poursuivie cette année :

- **Réassort** aux commerçants qui avaient épuisé leur quota
- Distribution aux commerçants participant aux actions Mad Parcours (lieux accueillant une expo) et Jazz Weekend (concerts indoor)
- Mise à disposition dans le Local 121 pour les acheteurs des marques invitées
- Campagne radio du 21/03 au 02/04, spots de 30" "Une heure de parking gratuit pour faire du shopping, ce serait dommage de s'en priver"
 - Bel RTL, Contact et Nostalgie (100 spots en tout et 25.000 impressions en webradio)
 - Radio 2, 2 semaines de spots de 30"

Au total **10.398 tickets** ont été convertis, principalement dans les parking Grand-Place, Ecuyer, Brucity, Albertine, Alhambra, ...

- Alors, ça tient toujours notre virée au centre-ville de Bruxelles demain ?
- Evidemment ! On commence par le restau', puis les boutiques et on termine par un ciné' ?
- Ça me va ! On y va comment cette fois-ci, en métro, en vélo ou en voiture ?
- Voiture ?!
- Quoi, t'as jamais entendu parler des parkings ? En plus, les commerçants nous offrent une heure de stationnement !
- Allez, viens, on y va !

Une heure de parking gratuit pour faire du shopping, ce serait dommage de s'en priver.

Attention, action valable uniquement chez les commerçants participants. Plus d'informations sur entreprendrebruxelles.be

Promotion du commerce de destination

PROMOTION ACTUALITÉS

Pour diffuser dans la presse des nouvelles positives à propos du commerce à Bruxelles, Entreprendre a envoyé trois communiqués de presse mettant en avant des commerces autour de différentes thématiques, indépendantes de ses projets.

- **Ouverture de Forcado dans le quartier Dansaert, en pleine redynamisation** : faire le point sur une nouvelle ouverture de cette pâtisserie portugaise déjà appréciée par les Bruxellois a permis à l'asbl de mettre en avant le quartier Dansaert, dont la rue est de plus en plus remplie de chouettes adresses : restaurants, bars, commerces de bouche ou magasins de détails. La presse lifestyle s'est directement emparé du communiqué de presse. On dénombre plus de 20 articles parus dans de la presse spécialisée bruxelloise, nationale, mais aussi internationale.
- Focus sur **la rue des Bouchers qui attire de plus en plus de Bruxellois, en plus que les touristes** : 13 médias ont repartagé le communiqué d'Entreprendre (5 prints, 1 radio, 7 digitaux). L'asbl a partagé dans ce communiqué les dernières ouvertures culinaires de qualité dans le quartier des Bouchers (Kitsune, Mani, Miska...), qui rejoignent des adresses établies. Une manière de rappeler aux Bruxellois gourmands qu'ils y trouveront également leur compte.
- **Découverte de la rue des Chartreux, qui regorge de concept store pépites, audacieux et originaux**. Cette rue encore trop méconnue du grand public bruxellois mérite pourtant qu'on s'y attarde : Encré, Flash Capsules... à côté d'autres enseignes comme Bellerose. Dix articles de presse ont paru suite au communiqué.

La presse lifestyle (Sosoir, Flair, Gael, etc.), grandement suivie par les Bruxellois à la recherche de nouvelles adresses, est très réceptive à ce style de communiqué, car leurs articles génèrent beaucoup de lectures. Envoyer des communiqués indépendamment des campagnes ou actions en cours permet à Entreprendre de mettre en avant des commerces de qualité.

ELLE à Table > News Food

8 adresses pour bien manger dans le quartier Antoine Dansaert

PAR ELLE BELGIQUE

PUBLIÉ LE : 26/04/2024



Longtemps discrète, la rue des Chartreux est devenue un véritable carrefour de **créativité**, mêlant boutiques de caractère et lieux innovants. Avec des adresses comme Encré et Flash Capsules, elle offre une expérience shopping bien différente, où se mêlent créations artisanales, détente et événements culturels. Cette rue s'impose aujourd'hui comme *the place to be* pour les amateurs de shopping alternatif et d'expériences uniques, attirant aussi bien les Bruxellois que les visiteurs en quête de nouveauté.

Pour découvrir les adresses les plus tendances que Bruxelles ait à offrir, et surtout sortir des sentiers battus, rendez-vous côté canal. Ce coin du quartier Antoine Dansaert est en effet rapidement devenu l'un des spots les plus trendy pour bien manger.

FORCADO

Emblématique du renouveau de la rue Antoine Dansaert côté canal, Forcado, une enseigne que les habitants de Saint-Gilles connaissent bien, vient de s'installer dans le bas de la ville. La jeune équipe qui officie dans cette pâtisserie artisanale portugaise affiche une attitude cool et sympa, typique des boutiques-ateliers, où l'on peut zieuter les pasteis de nata qui cuisent derrière le comptoir. Si la tentation de tout goûter tout de suite est trop grande, vous pouvez vous installer dans la partie tea room.

118 rue Dansaert, 1000 Bruxelles, forcado.be



Promotion du commerce de destination

CÉLÉBRER LES ANNIVERSAIRES

Bruxelles regorge d'adresses installées depuis longtemps sur son territoire. Certaines se transmettent de génération en génération. Entreprendre a fait un focus particulier sur certaines d'entre elles sur plusieurs supports :

- Réseaux sociaux : en créant un nouveau format récurrent
- Presse Rossel (7Dimanche) : sous forme d'articles
- Presse Le Vif + Knack : sous forme de publi-rédactionnels

Tijdloos Brussel

Brussel is als een feniks die telkens weer herrijst en blijft verrassen. Maar het is ook een tijdloze stad met rijke tradities. Klopt, er wordt onvermoeibaar geïnnoveerd. Maar je vindt er ook iconische, eeuwenoude handelszaken die al niet meer uit het straatbeeld zijn weg te denken. Ontdek de meest legendarische adresjes van de hoofdstad, van toeristische trekpleisters tot favoriete plekjes van buurtbewoners.

AU SIFFLEUR
Zo'n honderd jaar geleden was de winkel van René-le-siffleur in de Intussen verdwenen rue des Radis gespecialiseerd in koperen voorwerpen. Vandaag bewerkt de zaak messing. Ze heeft nog altijd een eigen gietijzer en polijstatelier. Alles gebeurt hier met de hand, van de creatie van nieuwe stukken tot restauraties.
■ BLAESSRAAT 11A, 1000 BRUSSEL



L'ARCHIDUC
L'Archiduc is een mythische bar voor liefhebbers van jazz. Sinds de opening in 1937 kwamen hier al heel wat generaties over de vloer. Het is de plek waar Barbara en Jacques Brel elkaar leerden kennen in de jaren vijftig, waar Arno zo vaak zijn schorre liedjes zong en Angèle haar debuut maakte. Op de kaart staat een mooie selectie bieren, wijn, sterke drank en cocktails. De art-deco setting lijkt zo uit een oude film te komen.
■ ANTOINE DANAERTSTRAAT 6, 1000 BRUSSEL



THEATER VAN TOONE
Sinds 1830 zet deze traditionele 'poechenellekelder' de eeuwenoude volkstraditie van het poppentheater voort. Vijf je naar op de banken met veelkleurige kussens en geniet. Verken daarna het atelier, de bibliotheek en het poppenmuseum. Na afloop kan je voor een drankje terecht in de 'stamineel'. Een Brussels monument dat grote kinderen in vervoering blijft brengen.
■ DRAMMARKT 46, 1000 BRUSSEL



LE VERTIGO
Avec sa terrasse ouverte et son souterrain soigné qu'empruntaient les contrebandiers, le Vertigo, ancienne cabergerie du Sablon, a un petit air de speakeasy d'anton. Et pour cause : vous y dégusterez des breuvages réalisés par des mixologues expérimentés avec des alcools maison distillés sur place.
■ RUE DE L'HÔPITAL 7, 1000 BRUSSEL

LE PETIT LION
À mi-chemin entre la porte de Hal et la Chapelle, Le Petit Lion est l'un des derniers cafés populaires du quartier. On s'y délecte des vieilles histoires des Marolles, on y joue aux dés et au billard et on y (re)découvre la Bruxelles authentique.
■ RUE HAUTE 232, 1000 BRUSSEL



COUTELLERIE JAMART, AU GRAND RASOIR
Fournisseur officiel de la Cour de Belgique, la maison Jamart cultive depuis près de deux siècles l'art de la coutellerie. Entre les couteaux aux lames affûtées, les rasoirs de grande qualité, les ciseaux de tailleurs, coupe-ongles et autres objets dotés de lames, plus de 1500 références sont disponibles dans cette boutique.
■ RUE DE L'HÔPITAL 7, 1000 BRUSSEL

HERBORISTERIE DESMECHT
L'Herboristerie DESMECHT rapproche l'homme de la nature depuis 1840. Dans notre société actuelle on oublie trop souvent quels sont les pouvoirs de la nature. La boutique vous offre ces remèdes sous des formes facilement utilisables et avec toutes les informations nécessaires.
■ PLACE SAINT-GATHÉRIE 10, 1000 BRUSSEL



LE GRAND CAFE
Sur la Place de la Bourse, le Grand Café est un incontournable historique du centre-ville. Pour boire un verre ou pour manger à deux ou à plusieurs, l'établissement, belge à souhait, collabore avec des artisans locaux pour proposer ce que Bruxelles fait de plus savoureux.
■ 80 ANSPACHTE, 1000 BRUSSEL



LA GRANDE DROGUERIE DU LION
Depuis 1875, les clients plébiscitent la Grande Droguerie du Lion pour les conseils avisés, la qualité de l'offre et le large choix de produits. Avec plus de 4500 articles, l'établissement satisfait les besoins divers des clients locaux et des visiteurs. Un incontournable du quartier.
■ RUE DE LAËKEN 64, 1000 BRUSSEL



lizzylizzblog 🌟 Notre star Max 🍷 un endroit inoubliable! ❤️
39 sem 2 J'aime Répondre

artemisiabel66 Le meilleur endroit pour déguster des tapas de poisson dans un environnement privilégié. Le patron est une excellente personne. ❤️
39 sem 1 J'aime Répondre

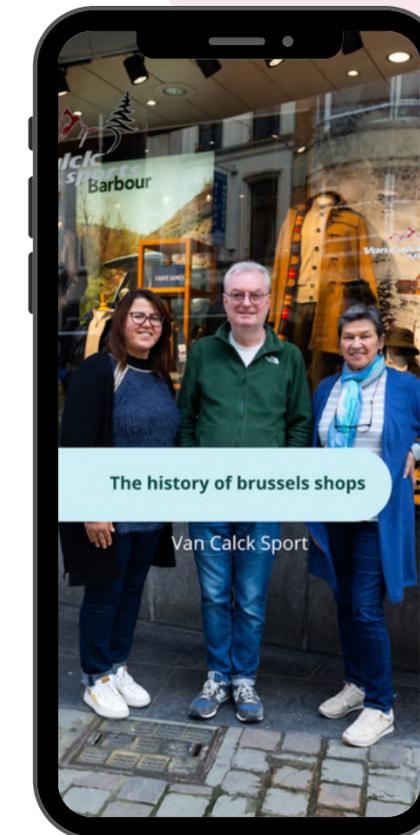
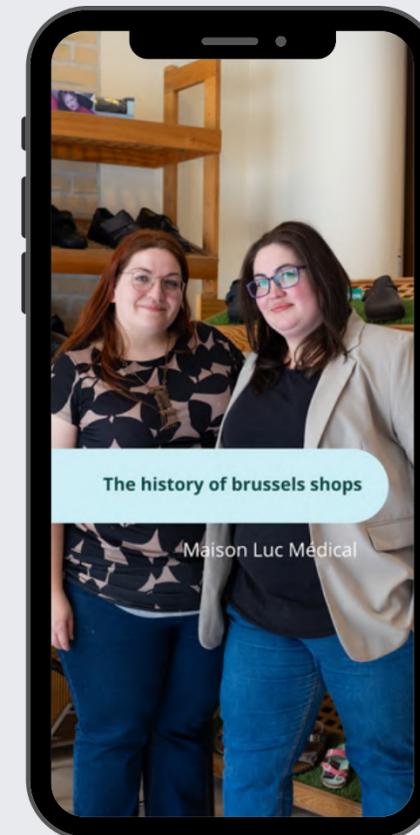
— Afficher les réponses (1)

noemi.paris 😍😍 ❤️
39 sem Répondre

jadiscope Les meilleurs tapas de la ville 🍷🍷 ❤️
39 sem 1 J'aime Répondre

👍 🗨️ 📍

Aimé par atelier.milky et 72 autres personnes
16 juillet 2024



Promotion du commerce de destination

JEUX OLYMPIQUES

A l'occasion des Jeux Olympiques et au vu du flux de visiteurs à Paris mais aussi à Bruxelles, Entreprendre a collaboré avec les agences JC Decaux et Clear Channel pour promouvoir les commerces bruxellois via de l'affichage urbain au travers de **3 thématiques** :

- **Les terrasses**
- **Les artisans**
- **L'accueil chaleureux des commerçants bruxellois**

Ces affiches, indiquant un copy lié au champ lexical des JO, ont été placées aux abords de la gare du midi ainsi que dans les aéroports de Zaventem et Charleroi.

Des QR codes sur chacune des affiches amenaient les visiteurs sur le site localguide où ils pouvaient retrouver les bonnes adresses via les tags & catégories "boire un verre", "commerçants labellisés" et "made in Brussels".

Au-delà de l'affichage, une **campagne de programmation digitale massive** a également été réalisée pour promouvoir ces mêmes commerçants ainsi que des **posts sponsorisés sur les réseaux sociaux**.



And the
gold medal
goes to the
Brussels shops,
for their...
famous
expertise

YOUTUBE

Auparavant, Entreprendre Bruxelles disposait d'un compte unique sur lequel l'asbl publiait du BtoC et du BtoB, sans contenu spécifiquement produit pour ce canal.

En 2024, l'organisation a **revu la stratégie de sa présence** sur Youtube.

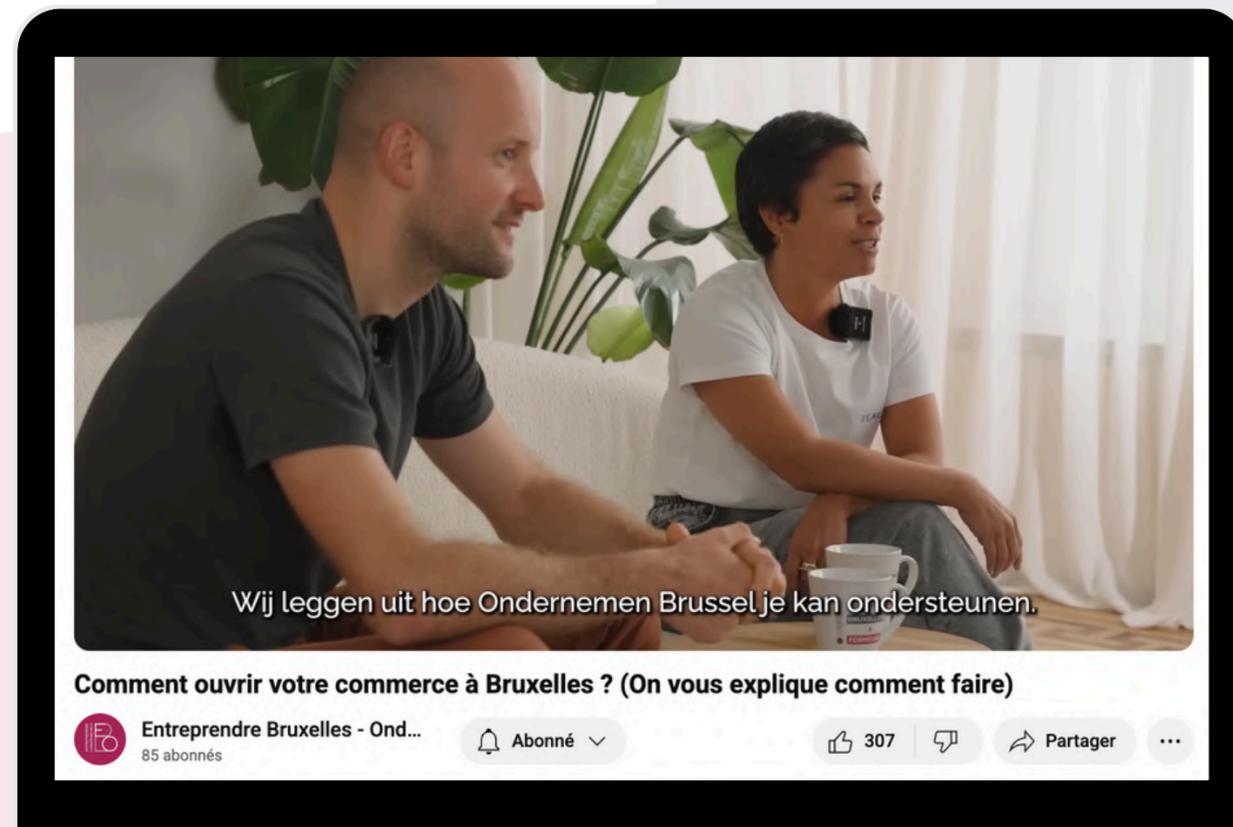
Elle distingue désormais :

- Entreprendre Bruxelles : **pour les publications BtoB**, adressées aux commerçants et futurs commerçants. Plusieurs formats sont prévus : des formats tutoriels, explications de success stories des commerçants, etc.
- Localguide.brussels : **pour les publications BtoC**, avec la mise en avant de commerces en fonction de thématiques précises : "*Où emmener son date à Bruxelles ?*"

Les premières vidéos BtoB ont été publiées en novembre et décembre 2024 :

- [Comment ouvrir un commerce à Bruxelles](#) : 23.600 personnes atteintes par cette vidéo, atteignant 31.169 vues, en 26 jours.
- [On vous raconte les success stories d'entrepreneurs](#) : 116 vues
- [Tout savoir sur les Brussels Shopping Labels](#) : 75 vues

La première vidéo BtoC a été tournée en décembre 2024 mais sera publiée en 2025.





ACTIONS

**REVITALISATION
COMMERCIALE**

Revitalisation commerciale

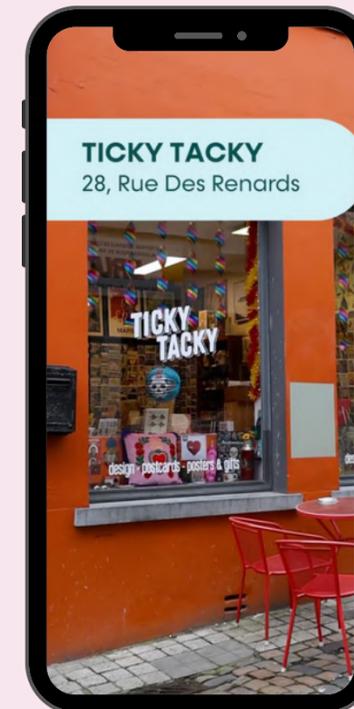
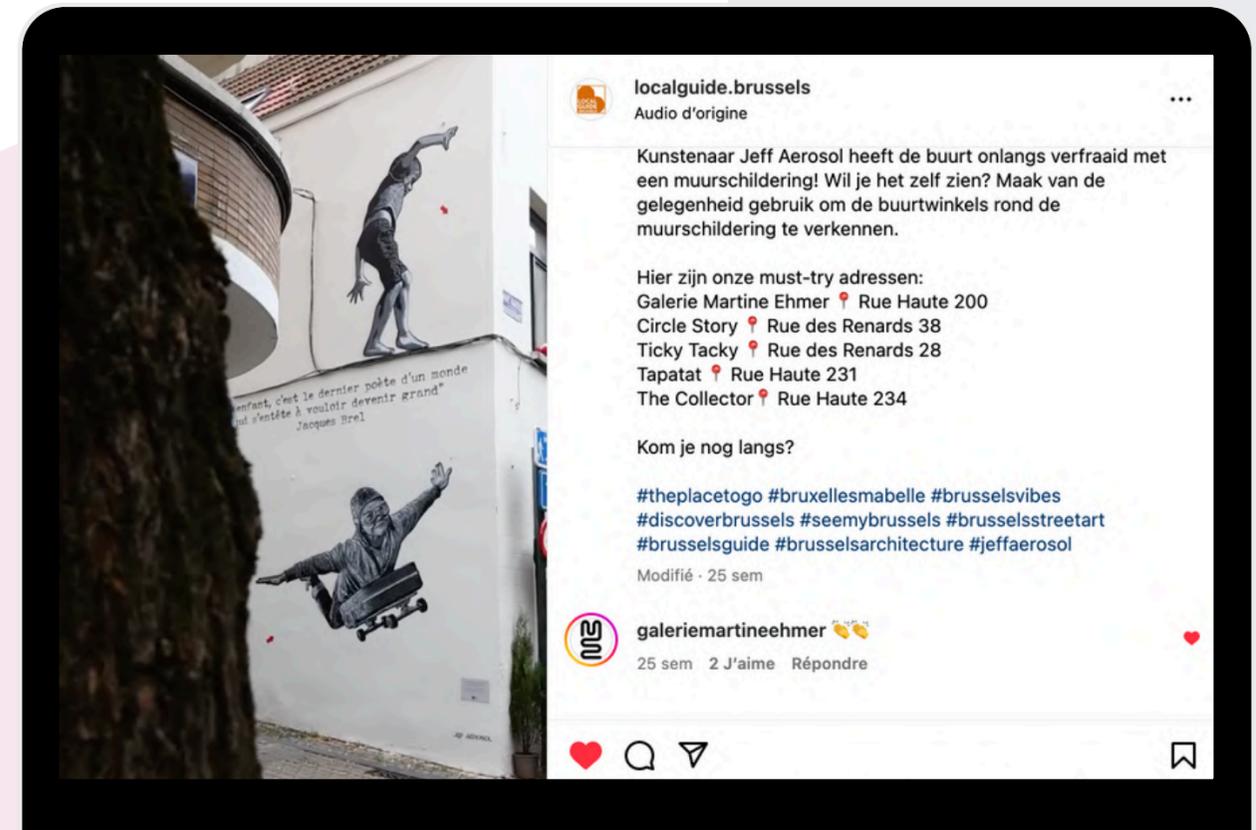
FRESQUE MURALE

L'aspect visuel et l'atmosphère des rues commerçantes jouent un rôle essentiel dans l'expérience d'une virée shopping. C'est dans cette optique qu'Entreprendre Bruxelles a soutenu le projet d'une commerçante-galeriste de la Rue Haute, dans les Marolles, en finançant le projet d'une fresque murale au croisement de la Rue Haute et de la Rue du Faucon, créée par l'artiste Jeff Aerosol.

Une belle opportunité d'ancrer le lien entre le commerçant et son quartier, ainsi que d'attirer le public féru d'oeuvres artistiques, et de faire vivre les rues commerçantes.

Entreprendre Bruxelles a invité les commerçants à l'inauguration, qui intégrait également le parcours Marollescence organisé par le Brussels Major Event et qui passait par la rue du Faucon.

Nous avons aussi communiqué sur nos réseaux sociaux pour mettre en avant la fresque et les commerces aux alentours.

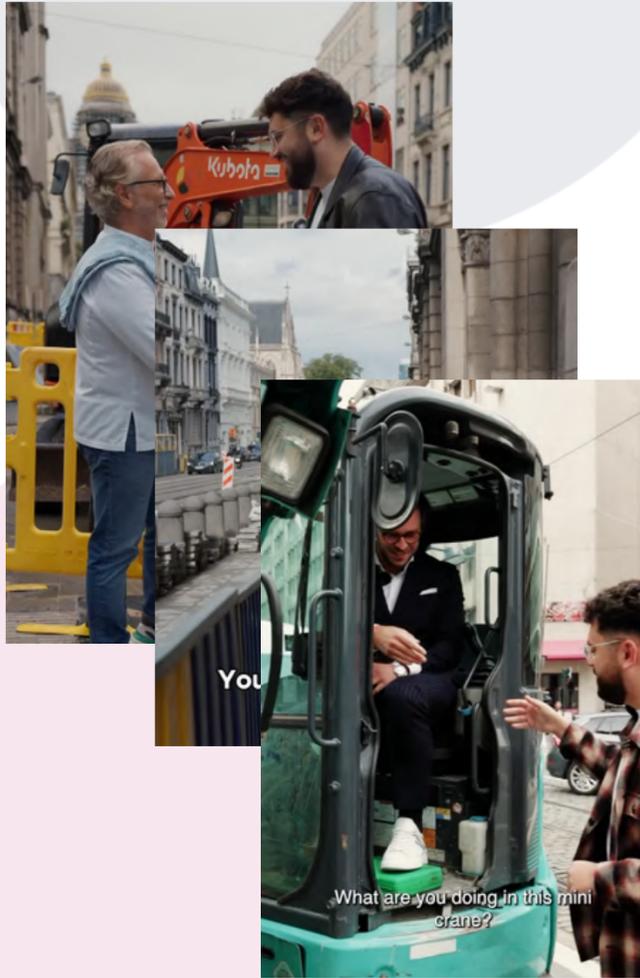




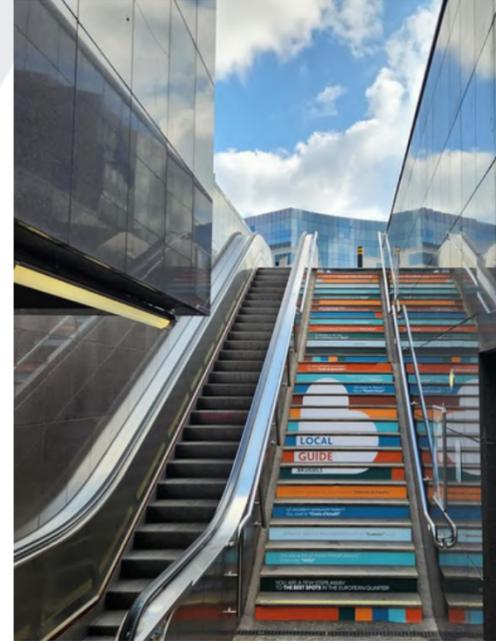
ACTIONS

**ACCOMPAGNEMENT
DES CHANTIERS**

Accompagnement des chantiers



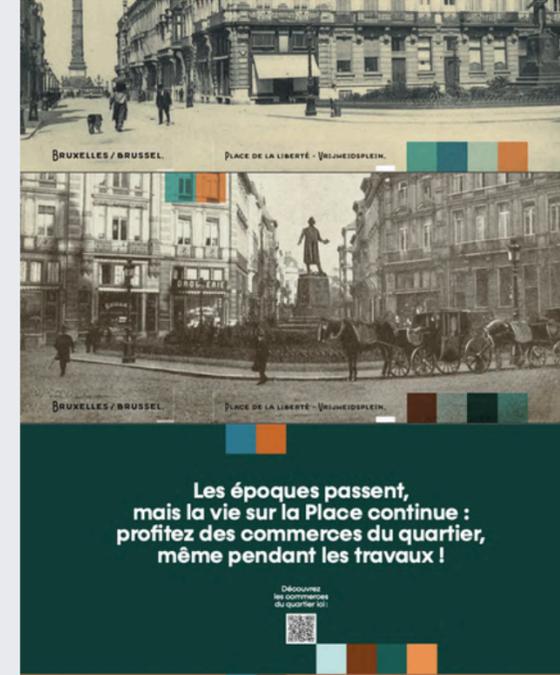
Promotion des commerçants impactés par le **chantier Royal / Régence** via des capsules sur les **réseaux sociaux**



Promotion des commerçants du quartier Européen lors des travaux du rond-point Schuman via du **stickering**



Développement d'une **signalétique** vers la Place **Vieille Halle aux Blés** après le chantier Rue du Chêne



Exposition de photos d'époque sur des **bâches** pour habiller les barrières travaux qui entourent la **Place de la liberté**



Promotion des commerces de la **Rue de Laeken** sur des **bâches HERAS** durant le chantier Place de Brouckère

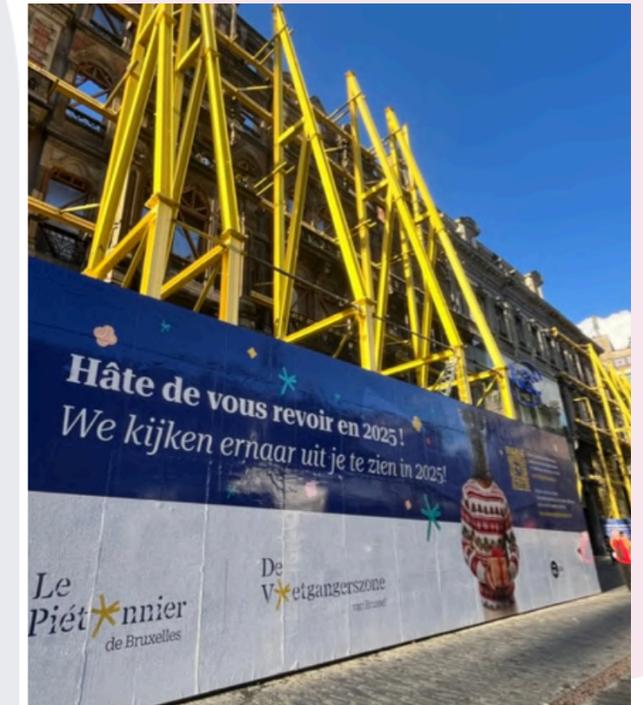
Accompagnement des chantiers



Promotion des commerces de la Bourse pendant la Pride via des bâches tout le long du chantier **"Pourtour Bourse"**



Campagne "phrases choc" autour du dôme sur le Piétonnier pour promouvoir le **"shopping local"**



Collaboration avec Immobil & Affichage sur les palissades de la **Place de Brouckère** pour promouvoir les commerces du Piétonnier à l'occasion des plaisirs d'hiver

RUE SAINTE-CATHERINE : A la fin du chantier, Entreprendre a offert un service de nettoyage des vitrines, façades et marquises des commerçants de la rue Sainte-Catherine

ACTIONS

**PROMOTION DES
COMMERCES AMBULANTS**

FOIRE DU MIDI

Le fil conducteur de toute la communication de la Foire du Midi fut **Vivez vos Rêves d'Enfant**

La mission d'Entreprendre Bruxelles consistait en :

- L'organisation de la journée inaugurale
- L'organisation de la conférence de presse
- La proposition de l'angle de communication
- La création et la négociation d'une campagne publicitaire 360°
- Création d'un site internet et gestion de 2 comptes de réseaux sociaux Instagram et TikTok
- Les contacts avec le parrain et la marraine
- L'organisation d'une journée pour les enfants malades
- La conception de la signalétique sur site
- Le tournage d'un spot TV

Le plan de communication 360° a été négocié à 63% de sa valeur de marché.

969.090 visiteurs se sont rendus à la Foire en 2024 (chiffres Orange).



La foire du Midi s'ouvre aujourd'hui à Bruxelles

Publié le 13/07 à 19h26



Promotion des commerces ambulants

FOIRE DU MIDI

Le mix média fut le suivant :

- 11% en achat médias (print et display)
- 20% en affichage (dont tous les métros bruxellois)
- 23% en Radio et TV
- 42% en influence, organique et paid.
- 2% en actions de terrain

En matière d'influence Entreprenre a amplifié l'utilisation des communautés de TikToker, qui sont des influenceurs spontanés pour ce type d'événement.

Un tout grand merci à la marraine de cette édition, Make-A-Wish et Anthony Moris.

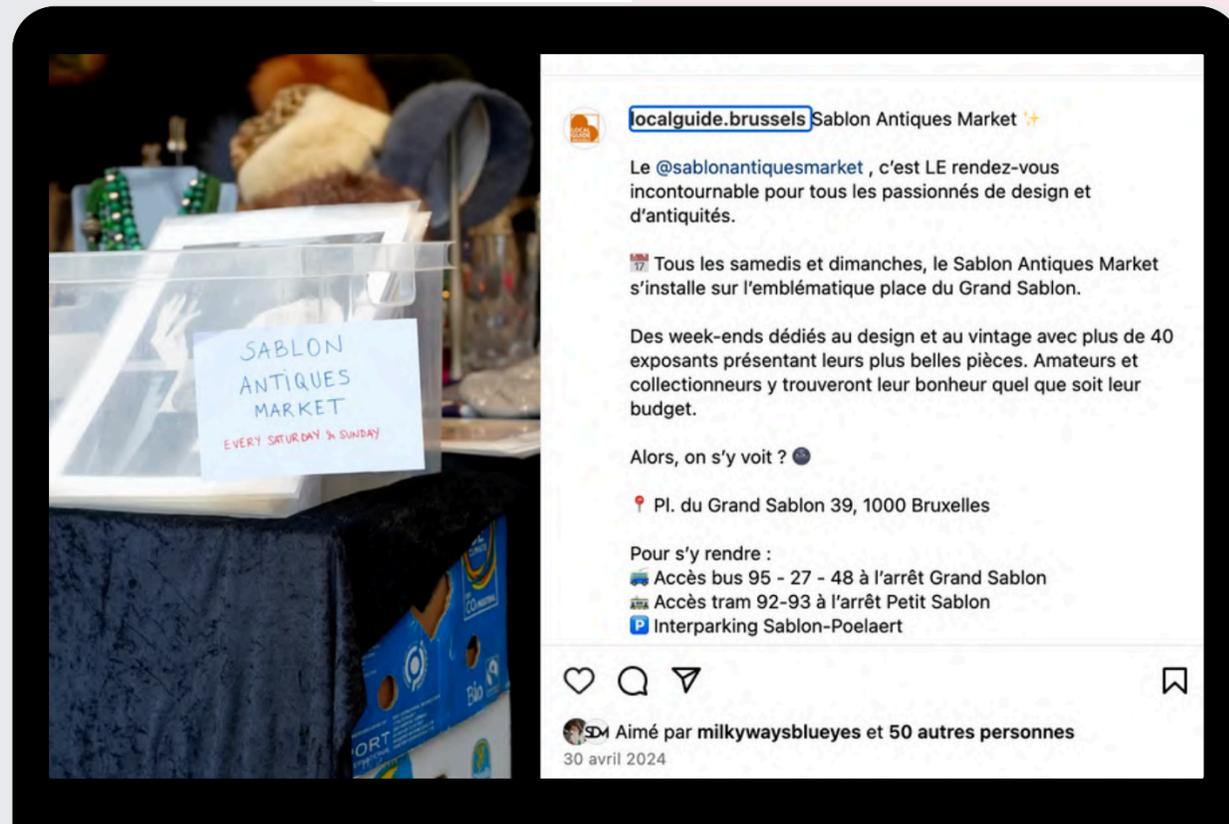


Promotion des commerces ambulants

PROMOTION DES MARCHÉS

Entreprendre Bruxelles a promu le marché du Sablon sur Localguide.brussels, sur une campagne continue d'avril à octobre 2024.

Les post ont généré plus de **500.000 couvertures** pour **1.870.015 impressions**, ainsi que des retours par commentaire ou messages privés.





ACTIONS

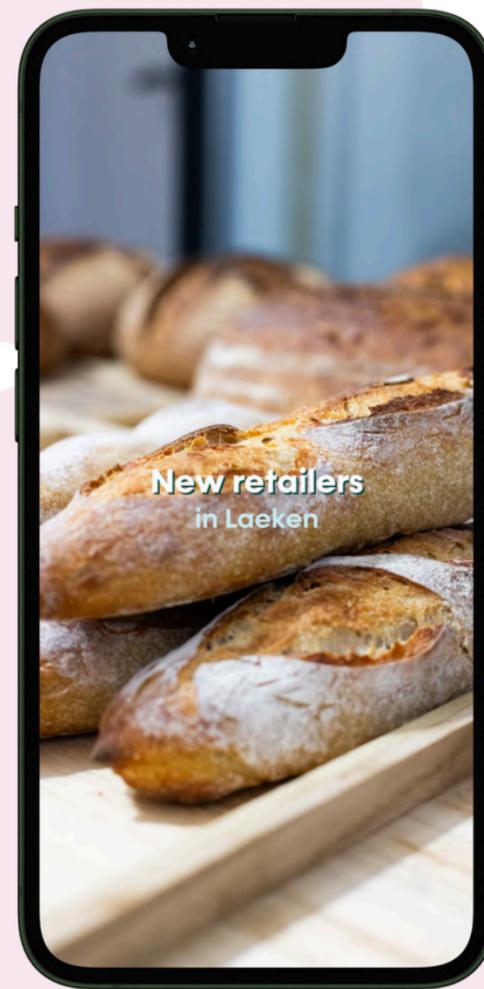
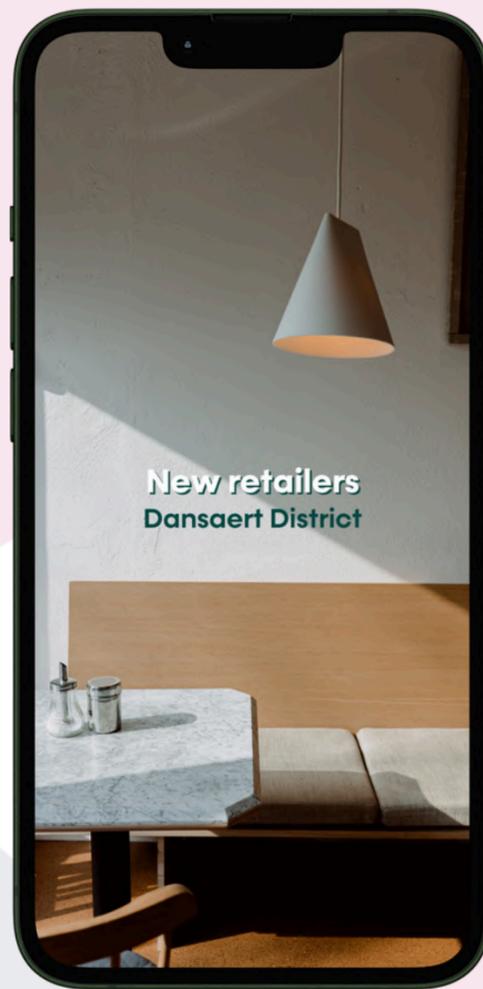
**COMMUNICATION
GÉNÉRALE**

NOUVEAUX COMMERCANTS

Entreprenre a développé une stratégie de "Welcome Pack" pour accueillir les nouveaux commerçants sur le territoire de la Ville de Bruxelles. Qu'il s'agisse des commerces qui ont été accompagnés dès le début de leur projet ou des commerces dont l'asbl a appris leur ouverture tardivement, l'organisation souhaite prendre contact avec eux.

Entreprenre a produit un sac de goodies utiles "Welcome Pack" et pratiques à offrir comme cadeau de bienvenue.

Les nouveaux commerces sont également intégrés dans la stratégie organique de l'asbl, tant BtoC sur les comptes [Localguide.brussels](https://www.localguide.brussels) que BtoB.



NEWSLETTERS

En 2024, Entreprendre a envoyé 53 newsletters dont :

- **14** newsletters BTB mensuelles à destination des commerçants bruxellois
- **32** appels à intérêts spécifiques, invitations & newsletters spécifiques à destination des commerçants bruxellois
- **4** newsletters BTC à destination de la communauté localguide
- **3** newsletters "Projet recherche emplacement" à destination des propriétaires de locaux commerciaux

Au niveau de nos audiences :

- **1.993 abonnés** à la newsletter BTB Entreprendre
- **321 abonnés** à la newsletter BTC Localguide
- **125 abonnés** à la newsletter "Projet recherche emplacement"

Taux d'ouverture moyen :

- **Entre 37% & 50%** d'ouverture des newsletters & appels à intérêts
- **Autour des 35%** d'ouverture des newsletters localguide
- **Entre 50% et 60%** d'ouverture des newsletters "Projet recherche emplacement"

Quoi de neuf pour les commerces bruxellois ?

AU PROGRAMME :

- 1 Évaluez la **maturité digitale** de votre commerce
- 2 Urbanisme et environnement: **toutes les infos sur les permis** de vos projets
- 3 Participez au **Local Friday**: nous mettons en avant vos promotions !
- 4 Invitation exclusive à la soirée **TEDxBrussels** - places limitées
- 5 Vous avez peut-être manqué nos derniers posts ?

ÉVALUEZ LA MATURITÉ DIGITALE DE VOTRE COMMERCE
Avoir un site web, un compte Instagram ou être présent sur Google My Business ne suffit plus aujourd'hui pour se démarquer de la concurrence. La digitalisation va bien au-delà de ces outils et s'impose comme un levier primordial pour assurer la croissance de votre commerce. **Faites le point sur votre niveau de digitalisation** avec le nouvel outil gratuit d'auto-évaluation en ligne de hub.brussels

URBANISME ET ENVIRONNEMENT: TOUT N'EST PAS PERMIS
Saviez-vous que le permis d'urbanisme ou d'environnement peut impacter le développement de votre commerce ? BECI et hub.brussels vous aident à y voir clair dans les permis d'urbanisme. Lors d'un lunch, vous serez informé sur toutes vos obligations mais aussi vos droits. Ils vous expliqueront également

PARTICIPATION AU LOCAL FRIDAY
11 mois, c'est déjà le Black Friday tant cet événement commercial à grande échelle, nous mettons en avant les promotions des commerces locaux à travers : des affichages urbains, les réseaux sociaux, un communiqué de presse, la radio, des stickers sur les vitrines. Plus de ça, les commerçants auront des cadeaux à distribuer à leurs clients. **Vous voulez participer à l'action** ? Manifestez votre intérêt par mail en partageant vos promotions !

TEDxBRUSSELS 2024: INVITATION SPÉCIALE POUR LES COMMERÇANTS - PLACE LIMITÉES
Qualité de commerçant de la Ville de Bruxelles, vous êtes invités à une soirée inspirante lors de l'événement TEDxBrussels. Nous avons 25 places réservées pour vous offrir un accès privilégié à cet événement exceptionnel. Faites-nous part de votre intérêt rapidement pour sécuriser votre place. **Venez vivre une soirée unique, pleine d'idées novantes et de rencontres enrichissantes !**
14 novembre de 18h30 à 22h30 - Théâtre National

Projet recherche Emplacement

chers propriétaires,

ici la cuvée 34 des **projets en quête de nouveaux emplacements**, avec une belle sélection de boulangeries, restaurants, espaces de co-working et bijouterie. N'hésitez pas à nous contacter si l'un de vos biens peut convenir.

our rappel: nous vous offrons l'installation de stickers pour promouvoir vos locaux disponibles. Pour en commander ou en savoir plus, **contactez Malika dès maintenant.**

- Concept de Take Away Indien**
 - 25m2 max
 - De Brouckère de préférence
 - 1500€ max
- The Barn (magasin bio)**
 - 700 à 1000m2
 - Dansaert / Madou
- Chabichou (restaurant)**
 - Bd Anvers
 - 1700€
- Restaurant Fusion Indien (Street Food - Bar Cocktail)**
 - 100m2
 - Centre Ville / Bailli / Sablon
 - 4000€
- Ginette Bar**
 - 70-100m2
 - 2000€
- Womade (co-working & event)**
 - Pignon sur rue / rez-de-chaussée / penthouse
 - 100 -150m2
 - 2000 - 3000€
- Mattuvu (bijoux)**
 - 60m2
 - 1500 - 3500€

Vous avez des emplacements qui correspondent à l'une ou plusieurs des demandes ? Contactez Quentin & Malika pour mettre le projet en place !

Pour un cadeau qui ne rentre pas dans une boîte ? C'est possible !

Avec Artisans.Brussels
Le meilleur cadeau était de créer ? Découvrez les ateliers artisanaux grâce à **guide.ateliers.brussels**. Offrez des expériences inoubliables où vos invités pourront cuisiner le koji, explorer la mixologie, ou créer des bijoux éthiques naturels. Plus de 100 artisans passionnés vous ouvrent leurs portes pour partager leurs secrets et savoir-faire. Des cadeaux originaux qui ne rentrent pas dans une boîte, mais qui sont gravés dans les mémoires.

Avec Chill Emile
Découvrez des expériences uniques et cocooning ! Emile, notre partenaire, a déniché pour vous les meilleures adresses bruxelloises. Choisissez parmi **4 parcours thématiques : artistique, soins, peau, cookies ou cocktails**. Chaque parcours comprend 3 arrêts soigneusement sélectionnés :
1 Explorez une adresse emblématique de Bruxelles.
2 Participez à un atelier créatif.
3 Terminez en beauté avec un drink dans un bar branché !
Plus d'infos sur : www.emile.brussels

LOCAL GUIDE BRUSSELS

QUE FAIRE À BRUXELLES CE MOIS-CI ?

C'est parti pour le marathon de décembre !
Entre la Saint-Nicolas, les farces du lutin et les préparatifs des fêtes de fin d'année, on peut vite se sentir submergé par toutes les courses à faire. Mais pas de stress : pour vous simplifier la vie, on vous a concocté une sélection d'idées cadeaux et d'activités incontournables à offrir. De quoi ravir vos proches et vous-même, tout en soutenant les commerces locaux.
Tous les bons plans sont juste en dessous

Les bons spots : cadeaux de fêtes

- Neuf Gift Store**
Concept store d'objets et cadeaux élégants et éco-responsables
- Jinzu**
Décoration artisanale chic, des tapis aux céramiques
- Volte Face**
Un univers de jouets créatifs et originaux, pour éveiller l'imagination des petits
- La Vaisselle au Kilo**
Choisissez vos pièces de vaisselle en céramique au poids, pour un style authentique et durable.
- Suwada**
Couteaux et accessoires en acier japonais, alliant performance et esthétique.
- Machao Design**
Créations artisanales aux lignes sobres, parfaites pour des cadeaux personnalisés et raffinés.

Plus d'actions du mois ici →

VOUS AVEZ PEUT-ÊTRE MANQUÉ NOS DERNIERS POSTS ?

- Nous avons rencontré le nouveau commerçant Kyrkos, chef et fondateur de [@gastrabe](https://www.gastrabe.be)
- Katia vous présente les coulisses d'un projet réalisé par **le Local 121**

VOUS ÊTES COMMERÇANT BRUXELLOIS ?

N'hésitez pas à nous contacter pour tout projet ou installation sur la Ville de Bruxelles, par [mail](mailto:info@entreprendre.brussels) ou par téléphone au +32 2 768 10 13.

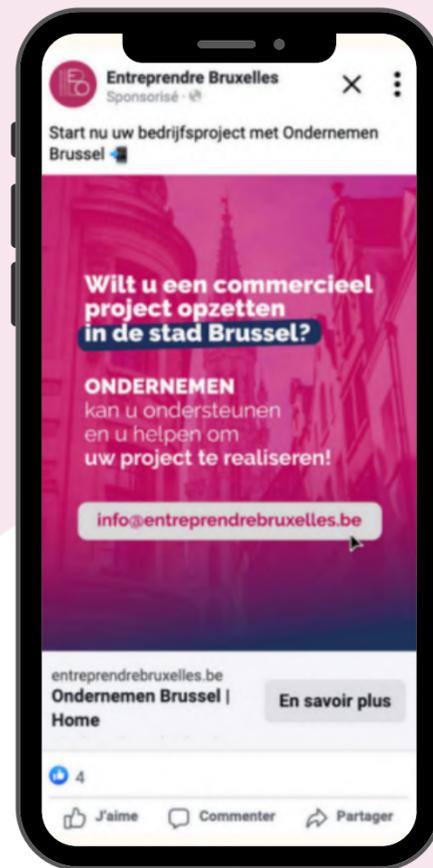
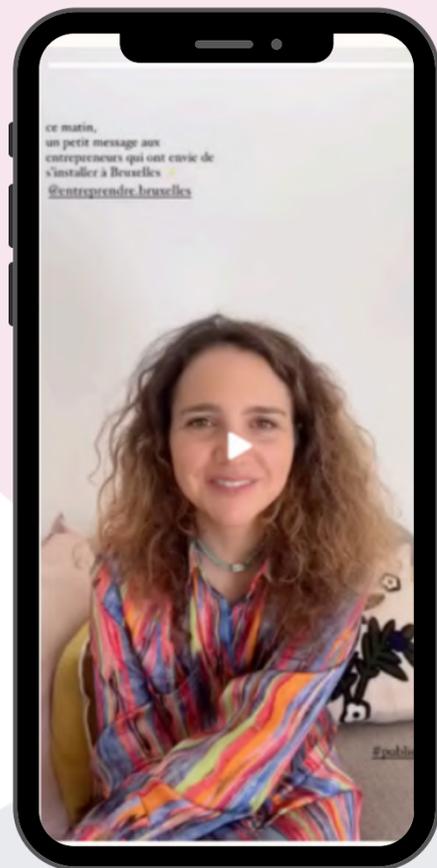
N'oubliez pas de nous suivre sur nos réseaux sociaux pour ne manquer aucune info!

L'équipe d'Entreprendre Bruxelles
Service de la Ville de Bruxelles de promotion et soutien aux quartiers commerciaux
Présidée par l'Echevin des Affaires économiques

COMMUNICATION BTOB

L'objectif d'Entreprendre est de faire connaître les services de l'asbl afin qu'un maximum de (futurs) commerçants puissent en bénéficier. Il s'agit, par définition, d'un public-cible très précis. En 2024, les supports de communication ont été diversifiés pour tenter de davantage les toucher :

- **Réseaux sociaux organiques** : développement du compte Instagram / Facebook (74.810 impressions tous posts combinés, +300 nouveaux followers en 4 mois), LinkedIn (5.900 impressions tous posts confondus), lancement de la chaîne Youtube (+100.000 vues sur les 4 vidéos).
- **Campagne paid** : une campagne paid a été diffusée sur Meta pendant 14 jours. Celle-ci a touché plus de 285.000 personnes, pour 608.000 impressions (FR + NL). Cela a provoqué près de 500 clics vers le site web, témoignant un réel intérêt de cette cible très niche.
- **Campagne d'influence** : 6 influenceurs entrepreneurs ou liés au monde du commerce ont partagé les informations d'Entreprendre Bruxelles (missions, objectifs, canaux, projets en cours, type d'accompagnement, etc.). Grâce à cette campagne, 43.000 personnes ont été touchées et cela a généré plus de 600 clics vers le site internet.
- **Presse** : des emplacements dans la presse ont été réservés chez BECI (à visée des indépendants) et chez 7Dimanche (pour élargir la cible) pour promouvoir les services de l'asbl.
- **Podcast** : l'asbl a soutenu le jeune podcast Raconte-moi une légende qui a fait la promotion des services d'Entreprendre Bruxelles au début de 3 épisodes.



ENVIE D'INSTALLER VOTRE PROJET COMMERCIAL SUR LE TERRITOIRE DE LA VILLE DE BRUXELLES ?
CONTACTEZ-NOUS !

Entreprendre Bruxelles **accompagne votre projet** commercial, **le soutient** et veille à **l'attractivité des quartiers commerçants** sur le territoire de la Ville de Bruxelles.

Ce que nous faisons :

PROMOTION ET SOUTIEN

- Nous concevons et réalisons des **campagnes d'animation**, de **promotion** et de **soutien** adaptées à l'**identité** des quartiers commerçants.
- Nous assistons les **associations de commerçants** dans l'élaboration et la gestion de **projets**.

TAPIS ROUGE

- Nous vous aiguillons dans vos **démarches administratives** tant auprès de la Ville qu'auprès de la Région.
- Nous facilitons l'**accès à l'information** auprès des administrations compétentes.
- Nous vous conseillons dans votre **stratégie** et dans vos **projets de développement**, en tant que nouveau commerçant ou commerçant déjà installé.

DÉMARCHAGE

- Nous accompagnons les **propriétaires** de baux commerciaux pour la **recherche d'occupants**.
- Nous vous **mettons en contact avec les propriétaires publics** ou privés de cellules commerciales.

Nous sommes à votre disposition !

02 768 10 13 | info@entreprendrebruxelles.be | 44 rue d'Arenberg, 1000 Bruxelles

Suivez-vous sur :

[@entreprendre.bruxelles](#) | [@localguide.brussels](#) | [entreprendrebruxelles.be](#) | [localguide.brussels](#)

Communication générale

SITE ENTREPRENDRE

En 2024, Entreprendre a entrepris une refonte complète de son site internet dans le but d'offrir une plateforme plus intuitive, lisible et fonctionnelle. L'objectif principal était d'améliorer significativement l'expérience utilisateur, en facilitant l'accès à l'information pour l'ensemble des publics cibles.

Cette refonte a impliqué un important travail de réorganisation : repenser l'arborescence du site, clarifier les différentes sections, adapter le contenu aux besoins spécifiques des utilisateurs et retravailler le design général pour le rendre plus attractif et cohérent avec l'identité visuelle.

Le nouveau site vise à répondre efficacement aux attentes de plusieurs profils : **les commerçants** déjà installés sur le territoire bruxellois qui souhaitent dynamiser leur activité, **les entrepreneurs** en quête d'un emplacement pour lancer leur projet, ainsi que **les propriétaires** désireux de mettre leur bien en location. Grâce à cette évolution, le site devient un véritable outil de travail et de mise en réseau au service de l'écosystème commercial de la Ville.

En 2024, ce sont près de 6.700 visites du site Internet qui sont répertoriées, dont 6.600 sont des nouveaux visiteurs. 5.500 visiteurs sont tombés sur le site en cherchant directement depuis des moteurs de recherche comme Google. La fréquentation du site est en **forte augmentation** à partir de septembre, avec un premier pic en avril (campagne d'influence depuis les réseaux sociaux).



NOS ACTIONS EN COURS
DÉCOUVREZ TOUTES NOS ACTIONS DE PROMOTION EN COURS :



CAMPAGNE ATELIERS.BRUSSELS
Les artisans sont sous les projecteurs pour la fin d'année ! L'ASBL les soutient en lançant une grande campagne de communication multicanale et en négociant des partenariats avec Wecandoo, la plateforme de réservation d'ateliers artisanaux par excellence. Un nouveau...

[LIRE PLUS](#)

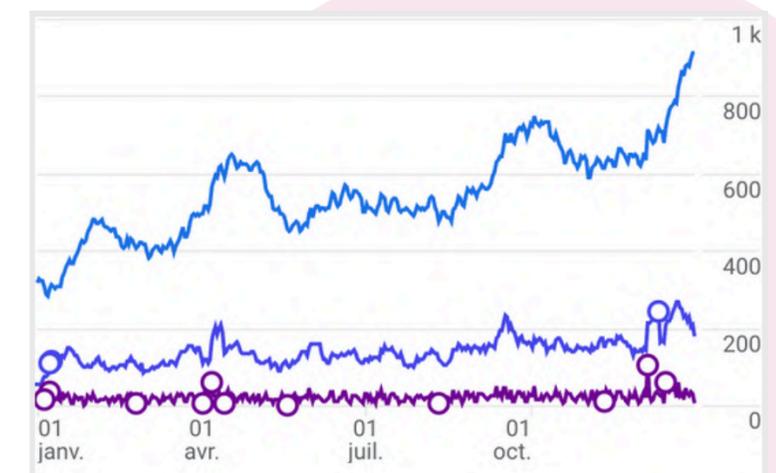
COMPTEZ SUR NOUS À CHAQUE ÉTAPE DE VOTRE PROJET.

VOUS SOUHAITEZ :

- OUVRIR UN COMMERCE À BRUXELLES**
- FAIRE ÉVOLUER VOTRE COMMERCE**



NOUS ACCOMPAGNONS VOTRE PROJET



MÉMOIRE MÉDIATIQUE IHECS

En 2024, Entreprendre a participé à un **projet pédagogique** en collaboration avec l'IHECS, dans le cadre de leur mémoire médiatique.

Tout au long de l'année, un groupe de dix étudiantes a travaillé sur une problématique que l'asbl leur a soumise, avec pour mission de développer une campagne complète de communication et de relations publiques afin d'y répondre. Voici la problématique :

"Comment promouvoir les commerces de la Ville de Bruxelles, contrer le bashing bruxellois et attirer à nouveau les 30 ans et plus pour faire leur shopping à Bruxelles, tout en impliquant les commerçants comme ambassadeurs de nos campagnes ?"

La restitution finale du projet est prévue pour le mois de février 2025.

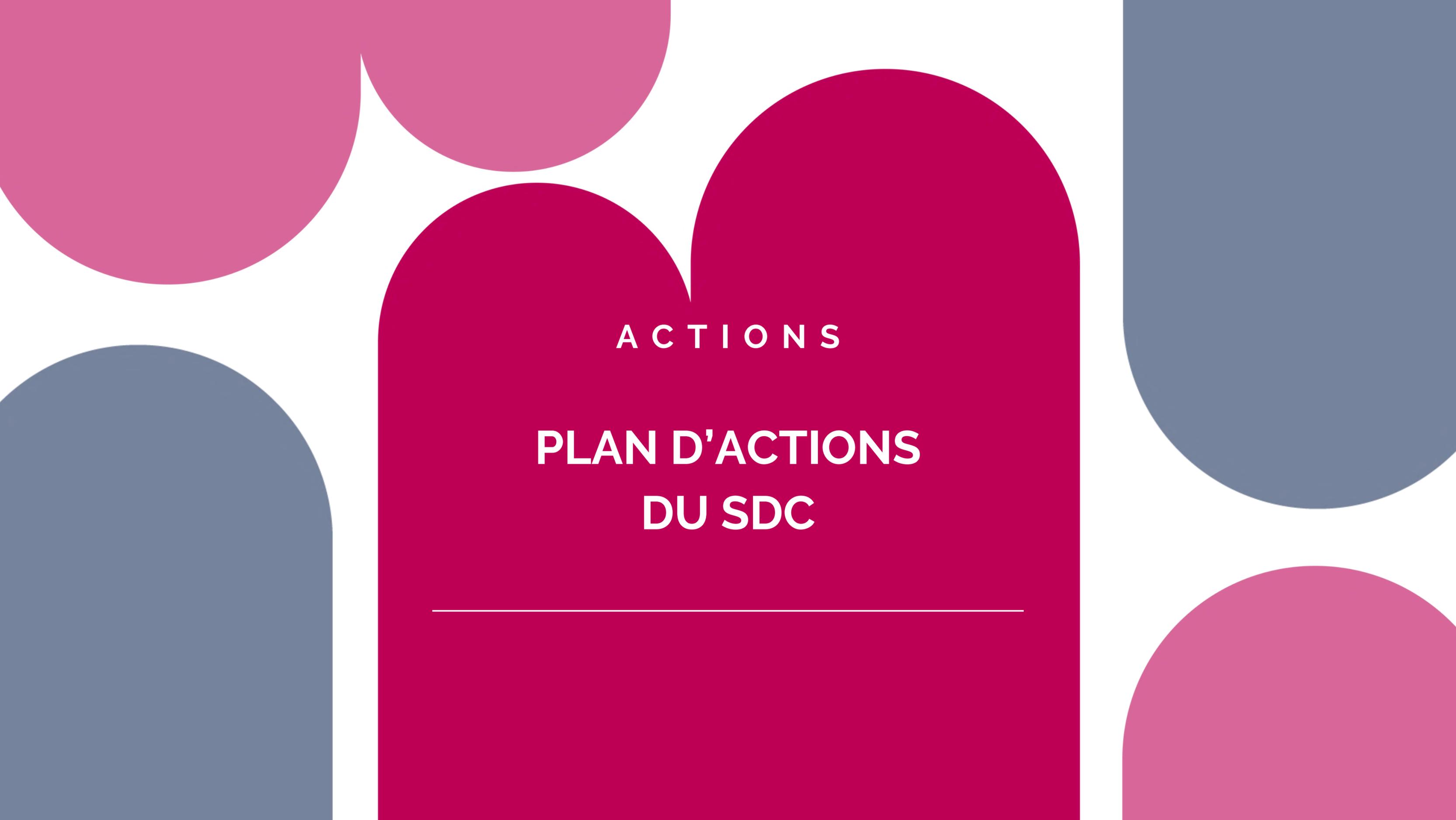


SHOOTING DES RUES COMMERÇANTES

En 2024, Entreprendre a collaboré avec deux photographes pour organiser des shootings dans les différents quartiers commerçants de la Ville, à chaque saison. L'objectif était de capturer l'atmosphère, la diversité et l'identité propre à chacun de ces quartiers tout au long de l'année.

Ce travail permet de constituer une bibliothèque d'images de qualité, reflétant la richesse commerciale et l'esthétique de ces lieux. Ces photos seront utilisées dans le cadre des différentes actions de promotion et de communication, sur une variété de supports : presse, réseaux sociaux, affichage urbain, brochures, flyers, etc.





ACTIONS

**PLAN D' ACTIONS
DU SDC**

PIÉTONNIER



En 2023, Entreprendre avait entamé une nouvelle campagne de communication à propos du Piétonnier et de la valorisation de ses commerces et activités. L'asbl avait créé le site web et les canaux propres à cette communication.

En 2024, l'organisation a lancé plusieurs activations et campagnes de communication ponctuelles, en plus de l'alimentation organique de ses différents canaux.

- Design, impression et distribution (3.500 exemplaires) d'une **brochure** présentant + de 137 commerces, distribuée à tous les commerces du Piétonnier. Notamment pendant une journée **d'activation** à la Gare Centrale (avec distribution de goodies supplémentaires)
- Diffusion d'un **spot radio** auprès de 566.115 auditeurs (Vivacité, NRJ, Radio 2)
- Diffusion d'un spot de **cinéma** auprès de 208.415 spectateurs (Bruxelles et Brabant Wallon)
- Concours **Strava** relayé sur les réseaux sociaux des joueurs de l'équipe nationale de hockey, touchant 400.000 personnes
- Design des **stickers** posés sur les marches du métro de Schuman
- Design des **banners** posés sur les palissades de la place De Brouckère
- Design et pose des **affiches de 2m2** dans les gares de Leuven et d'Ottignies pendant 28 jours (estimation : 2.000.000 impressions)
- Organisation d'un **flash-mob** sur la place de la Bourse avec une école de danse de jeunes (studio Adagio). Le reel de la performance a généré plus de 700k vues sur TikTok, et plus de 325k vues sur Instagram
- Rédaction et diffusion via influenceurs d'idées **d'escapades** thématiques sur le Piétonnier
- Mise en avant permanente sur **Google** du site web du Piétonnier (+3.66M impressions et 2.95K clicks générés vers le site)

À la découverte du Piétonnier !

Que faire ?

En manque d'inspiration pour vos sorties en famille ou entre amis ? Amusez de chercher, on a trouvé de quoi vous occuper !

Le Piétonnier, c'est l'endroit parfait pour une expérience shopping complète à ciel ouvert !

Le concept ?

Vous faire (re)découvrir les commerces du Piétonnier autour de différents thématiques. Dapper du temps et profitez de nos quelques idées d'escapades originales lors de vos visites au centre-ville !

Choisissez votre escapade ! Choisissez votre escapade ! Choisissez votre escapade !

- L'été à portée de main
- Sortie en famille
- Madras Belgium
- Balade brassicole
- Coming soon...

Le Piétonnier de Bruxelles

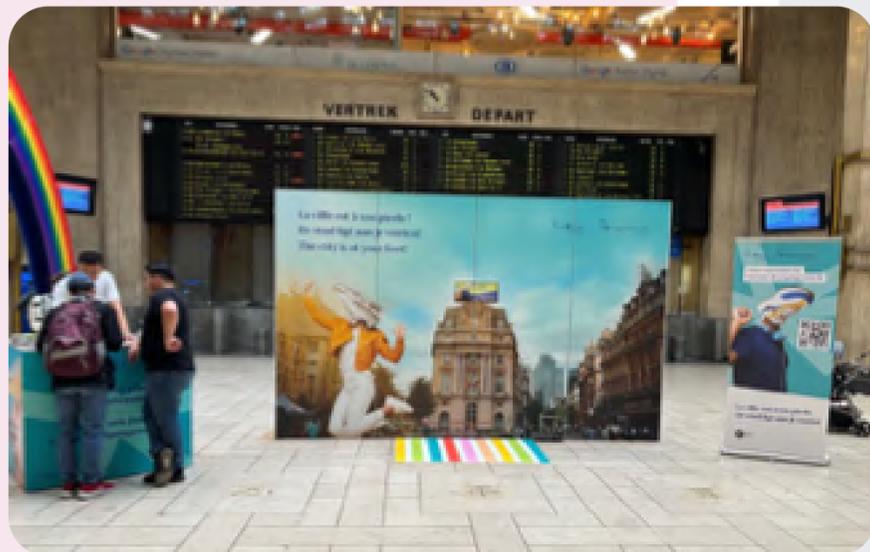
De Voetgangerszone van Brussel

La ville est à vos pieds
www.lepietonnier.be

De stad ligt aan je voeten
www.devoetgangerszone.be

Meer dan 130 winkels in de openlucht én goed bereikbaar.

PIÉTONNIER



Le Piétonnier de Bruxelles

Un endroit où la ville est à vos pieds!

C'est parti

Destination shopping animée

Le Piétonnier c'est plus de 150 commerces et services en plein centre de Bruxelles.

Destination shopping animée

Le Piétonnier c'est plus de 150 commerces et services en plein centre de Bruxelles.

Le Piétonnier

Open >

Le Piétonnier de Bruxelles

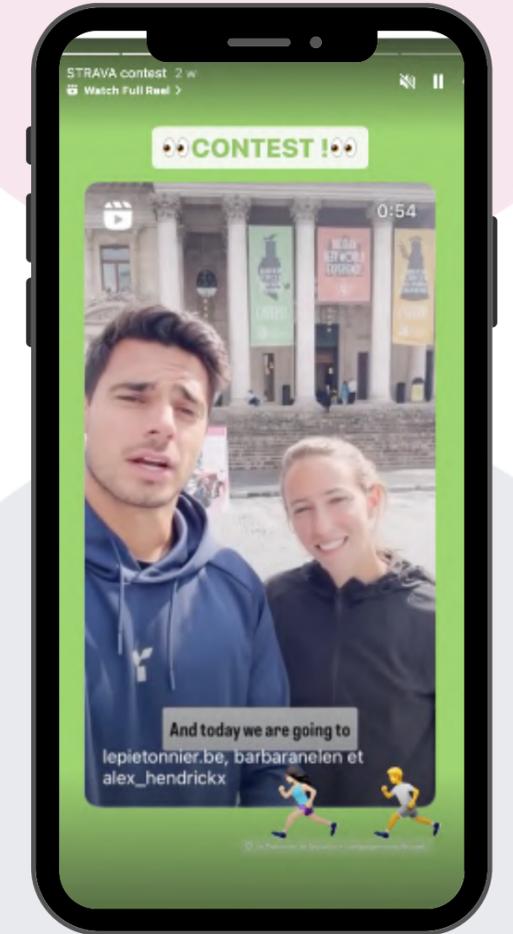
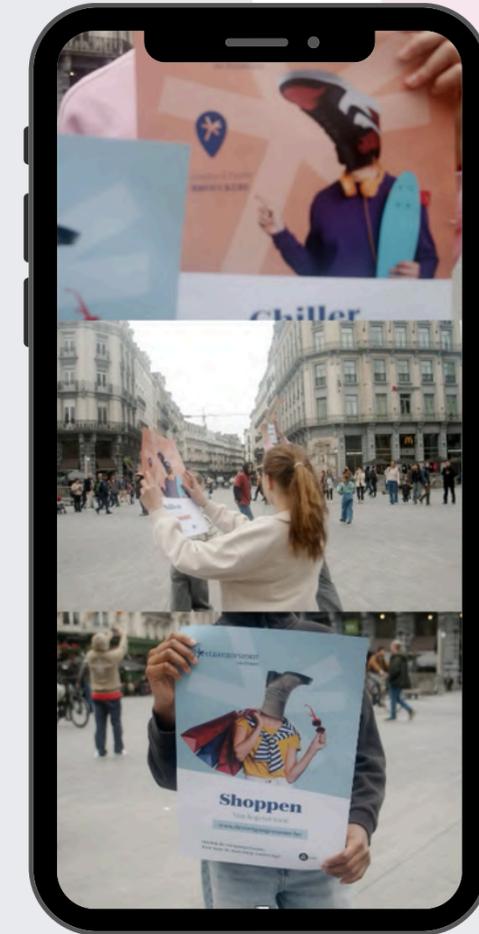
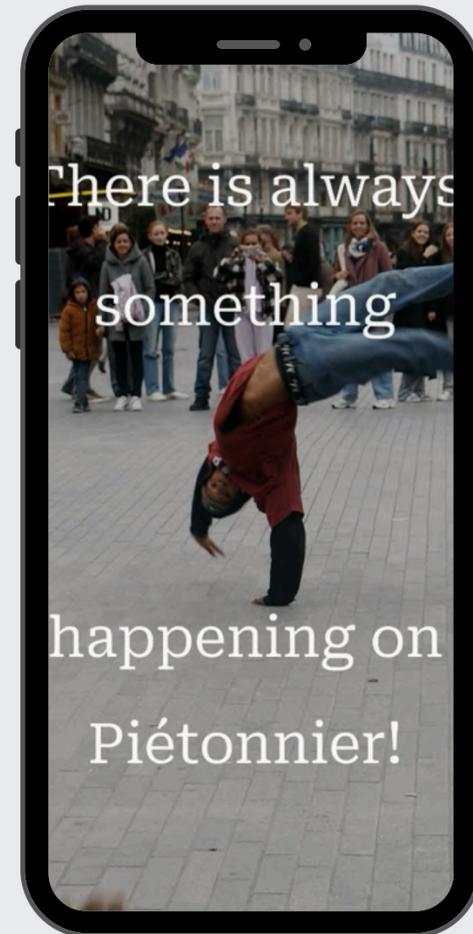
Un endroit où la ville est à vos pieds!

C'est parti

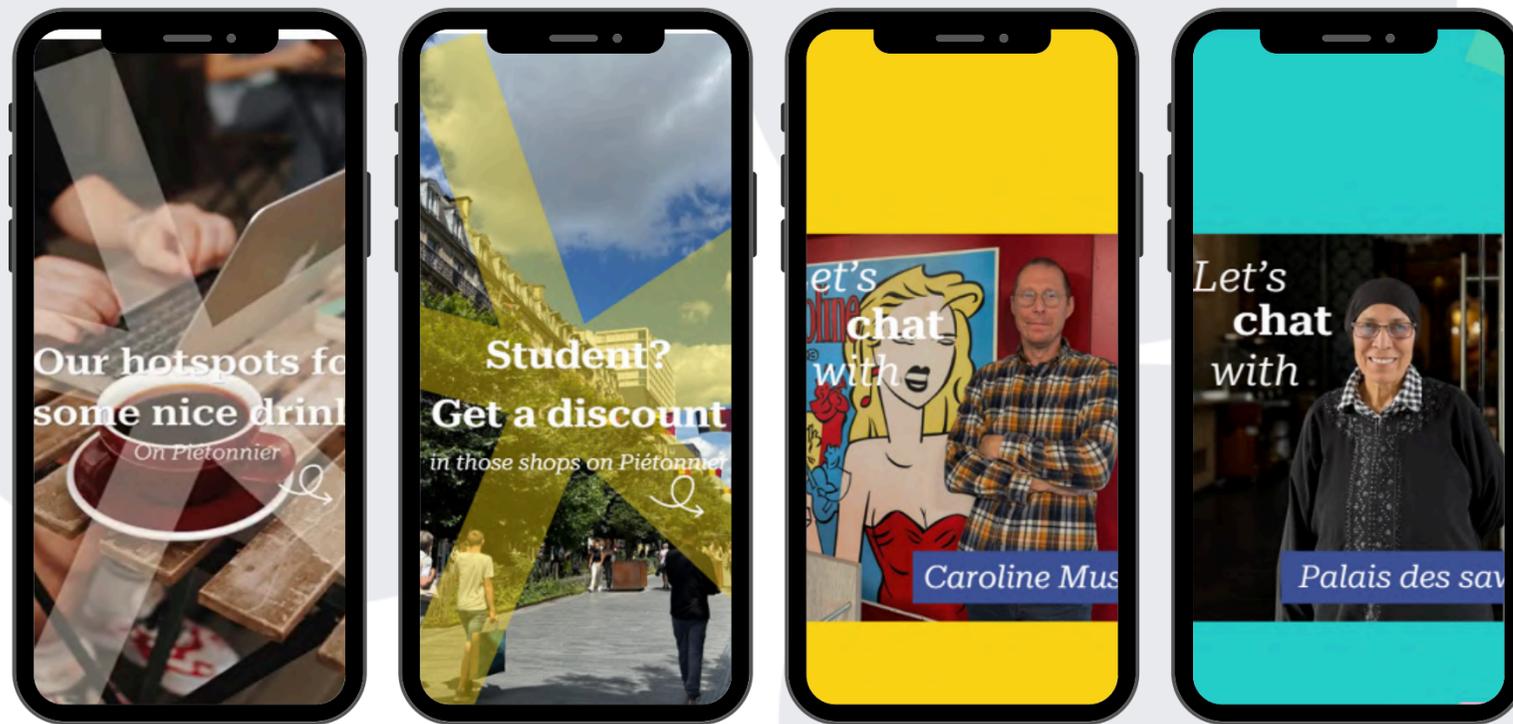
Découvrez de nombreux commerces tout en profitant du...

Le Piétonnier

Ouvrir >



PIÉTONNIER

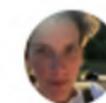
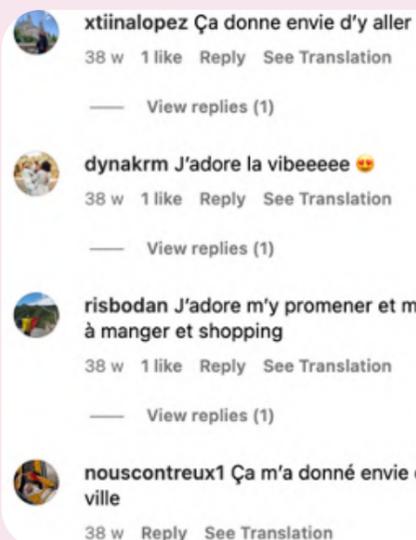


Grâce aux différentes campagnes d'influence et aux posts continus, le compte du Piétonnier a grandi en 2024 :

- Tiktok : + 8.617 en 15 mois
- Instagram : + 5.407 en 12 mois, certains posts ayant été enregistrés plus de 300 fois.

Deux grandes campagnes d'influence ont été réalisées en un an :

- Février - Mai 2024 : **9 influenceurs** aux briefings différents (Leatomic.be, Raaima.brussels, Samen met de Kindje, Un peu de Lou, Aris Setya, Alzliz, La Bazeee, My Backyard_escapes)
 - Total des enregistrements : 1.693 sauvegardes de publications sur le Piétonnier
 - Taux d'engagement total de 3,39% d'engagement moyen
- Juin - Décembre 2024 : **19 influenceurs** aux briefings différents (Faty.focusly, mouniakorchi, elles.brussels, Suchagirl.be, Silent Jill, VidalAlexe, Raimaa_brussels, Kobe Peeters, Leatomic.be, Evi_en_de_spruitjes, Audrey Costy, Unpeudelou, Beauty by Yous, my_backyard_escapes, La Baseee, Alzliz, aris.setya, Red Lions, Sacha Ferra)
 - Total des enregistrements : 5.738 sauvegardes
 - Taux d'engagement total de 2,44%



carolinedelire Super endroit super conseils!! Mon adresse bruxelloise

55w 1 like Reply See translation





Découvrez une bière qui célèbre le centre-ville de Bruxelles



Manon de Meersman

30 August 2024 Mise à jour: 30 August 2024

Une bière on ne peut plus locale s'apprête à débarquer sur le marché. Son petit nom? La Piétonnier, soit une référence à ce lieu emblématique bruxellois, foulé chaque jour par des milliers de personnes.

Plan d'actions du SDC

PIÉTONNIER

En parallèle à cette campagne, Entreprenre a mené le projet de création d'une bière de quartier : La Piétonnier, avec l'asbl Bière de quartier. Les commerçants ont été intégrés dans le projet de A à Z :

- Débriefing sur l'image qu'ils ont du Piétonnier
- Les saveurs qu'ils préfèrent
- Le design de la canette (choix des couleurs) + textes

Suite à ce travail, la bière La Piétonnier, une blanche IPA a été créée, avec comme ingrédient phare : le sureau.

La bière a été mise en vente pour l'été 2024, dans plusieurs établissements : Le Continental, Bier Central, Babbelzot, Les Brasseurs.

Entreprenre a accompagné les commerçants pour la promotion :

- Rédaction et diffusion d'un **communiqué de presse** (près de 10 articles / passages en radio)
- Posts sur les **réseaux sociaux** (plusieurs posts organiques) + **Influence** (plus de 15.000 impressions)
- Création de **sous-verres** et **d'affiches** pour prévenir les clients de la disponibilité de la bière

MARIE-CHRISTINE

En 2024, plusieurs actions ont été menées pour valoriser et dynamiser le quartier Marie-Christine, avec un accent particulier sur la promotion de son offre commerciale.

- Dans l'objectif de faire revenir le public du Brabant flamand, historiquement très présent dans la rue, une campagne radio a été lancée sur Radio Vlaams Brabant, mettant en avant **les atouts et la diversité** des commerces locaux.
- Plusieurs collaborations ont été mises en place avec différents supports presse à l'occasion des fêtes de fin d'année, afin de **renforcer la visibilité du quartier** : des publicités ciblées ont ainsi été diffusées dans le VLAN et le 7DIMANCHE.
- Conscient que les commerces du quartier sont fortement fréquentés par les habitants locaux, Entreprenne a mis en place **une campagne d'affichage digitale** en partenariat avec Clear Channel, via leurs écrans installés dans les environs.
- Enfin, les événements phares du quartier, comme la braderie ou la foire, ont été autant d'occasions de valoriser Marie-Christine sur les réseaux sociaux, de façon organique et en collaboration avec des influenceurs locaux, notamment theguide.brussels et Audrey Costy.

Ces actions combinées ont permis de renforcer l'attractivité du quartier et de soutenir son tissu commerçant de manière cohérente et ciblée.



Le quartier
Marie-Christine :
**tous vos achats
à quelques pas!**

boulangeries
boucheries
opticiens
bars, restaurants
supermarchés
magasins de mode
décoration
pharmacies
bijouteries
librairies
électronique
coiffure
bien être

Plan d'actions du SDC SAINT-JACQUES

Entreprendre a conçu un contenu original sous la forme d'une carte postale audio. Que ce soit pour ses publications organiques ou ses actions d'influence, l'asbl a mis en lumière le quartier Saint-Jacques à travers ce format créatif. Chaque capsule vidéo était accompagnée d'une voix off "lisant" la carte postale à l'audience, avec pour objectif de retransmettre l'ambiance générale du quartier tout en soulignant certains détails, à la manière d'une véritable carte postale.

Trois influenceurs néerlandophones ont participé à l'opération : [@sigridofsun](#), [@baroudeursliegeois](#) et [@lespipelettes.be](#), totalisant une portée estimée à 41.000 personnes. Les différents contenus diffusés ont généré 105 clics à travers 11 écrans de stories.

À l'occasion des fêtes de fin d'année, Entreprendre a confié à un partenaire la mission importante de faire circuler **le Père Noël** dans les rues du quartier. L'effet escompté fut au rendez-vous, pour le plus grand plaisir de toutes et tous. 🧑🏻‍🎄



Impressions	902
Portées	88
Swipe ups	-
Clics	15
Replies	-

23 sept. 2024 10:17



Impressions	830
Portées	810
Swipe ups	-
Clics	0
Replies	-

23 sept. 2024 10:20



Impressions	802
Portées	778
Swipe ups	-
Clics	0
Replies	-

23 sept. 2024 10:21



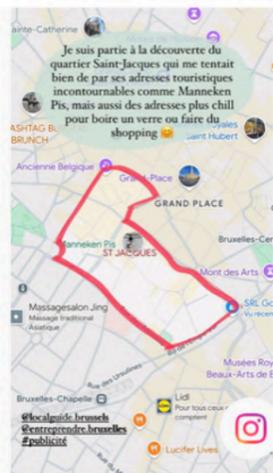
Impressions	780
Portées	754
Swipe ups	-
Clics	2
Replies	-

23 sept. 2024 10:27



Impressions	2.18 K
Portées	2.13 K
Swipe ups	-
Clics	13
Replies	-

25 sept. 2024 20:25



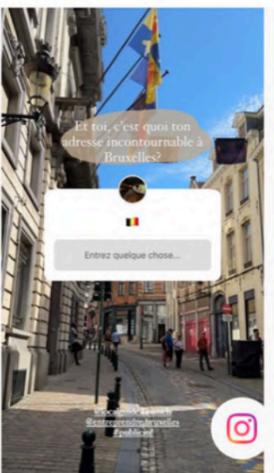
Impressions	2.03 K
Portées	2.01 K
Swipe ups	-
Clics	8
Replies	-

25 sept. 2024 20:25



Impressions	3.03 K
Portées	2.98 K
Swipe ups	-
Clics	15
Replies	-

25 sept. 2024 20:25



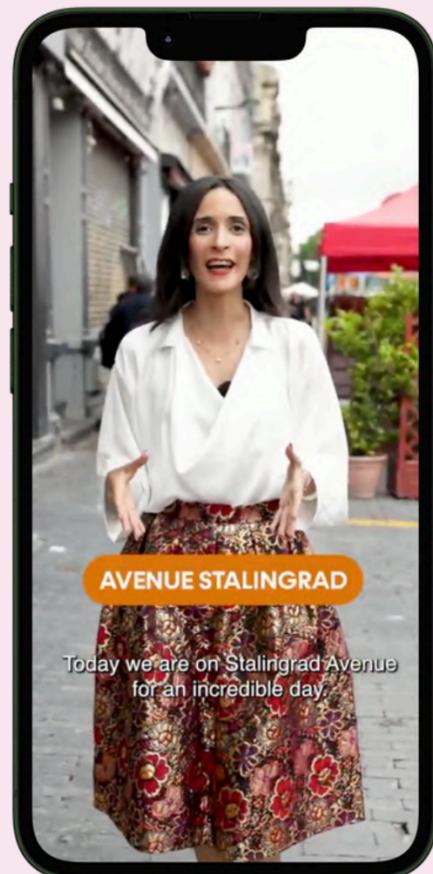
Impressions	1.92 K
Portées	1.91 K
Swipe ups	-
Clics	9
Replies	-

25 sept. 2024 20:25

STALINGRAD / LEMONNIER

Entreprenne a soutenu l'association de quartier Stalem dans son projet "Les Cheffes du Midi", en produisant du contenu pour leurs réseaux sociaux et en le diffusant en story sur le compte de Localguide.brussels.

L'asbl a également diffusé pendant 9 jours en paid l'invitation de la Stib et des commerçants relative à la visite du chantier du métro 3 : les visiteurs recevaient des bons d'achat dans les commerces du quartier participant. Près de 150 personnes ont vu cette publicité au moins une fois.



RUE DE LAEKEN

La rue de Laeken a été mise en lumière cette année comme nouveau quartier prioritaire. Pour accompagner cette dynamique, plusieurs actions ont été menées :

- **Rencontres régulières** avec les commerçants, afin de mieux cerner l'identité du quartier, leurs enjeux spécifiques et leurs besoins.
- Création d'un groupe WhatsApp dédié, pour **faciliter la communication** quotidienne et renforcer le lien avec les commerçants.
- En réponse à une demande d'embellissement de la rue, nous avons collaboré avec le Brussels Major Events pour installer **des abat-jours colorés** suspendus aux câbles, une initiative chaleureusement accueillie par les commerçants.
- Le chantier situé en début de rue a été habillé à l'aide de **bâches personnalisées** le long des barrières HERRAS, mettant en avant l'offre commerciale locale.
- Côté communication, une collaboration avec l'influenceuse **theguide.brussels** a donné lieu à un reel diffusé en fin d'année, visant à promouvoir les commerces du quartier. La campagne, lancée sur une seule journée, a rencontré un succès notable avec un ROI de plus de 370 %, 660 enregistrements du reel et 203 clics via la story.

QUARTIER EUROPEEN

Le Quartier européen a bénéficié d'un soutien important de la part d'Entreprendre, dans un contexte marqué par l'essor du télétravail chez les eurocrates et par les nombreux travaux en cours dans le quartier.

- Promotion du **Festival des cadeaux** (opération organisée par l'association des commerçants Jean Monnet avec à la clé de beaux cadeaux à gagner chez les commerçants du quartier fin d'année)
 - Programmatique (display statique), avec un résultat de 286.739 impressions et 999 clics
 - Web co dans le 7 Dimanche
- Négociation et achat d'une double page mettant en lumière les restaurants et commerces de bouche du quartier dans le **Elle à table**
- Mission d'influence avec une balade dans les commerces du quartier avec @m.evasion et @_lanaomi, le briefing était de créer un contenu **format carte postale** avec une voix off "lisant la carte postale"
- **Habillage des escaliers** de sortie avec le nom des commerces à découvrir dans chaque coin du quartier. (Action réalisée en cofinancement avec le budget "soutien aux chantiers").

En décembre, Entreprendre a produit une double page de publi-rédactionnel dans le weekend Vif et le Knack, en format lifestyle, à la découverte du quartier et de ses commerçants de spécialité.



FESTIVAL of GIFTS

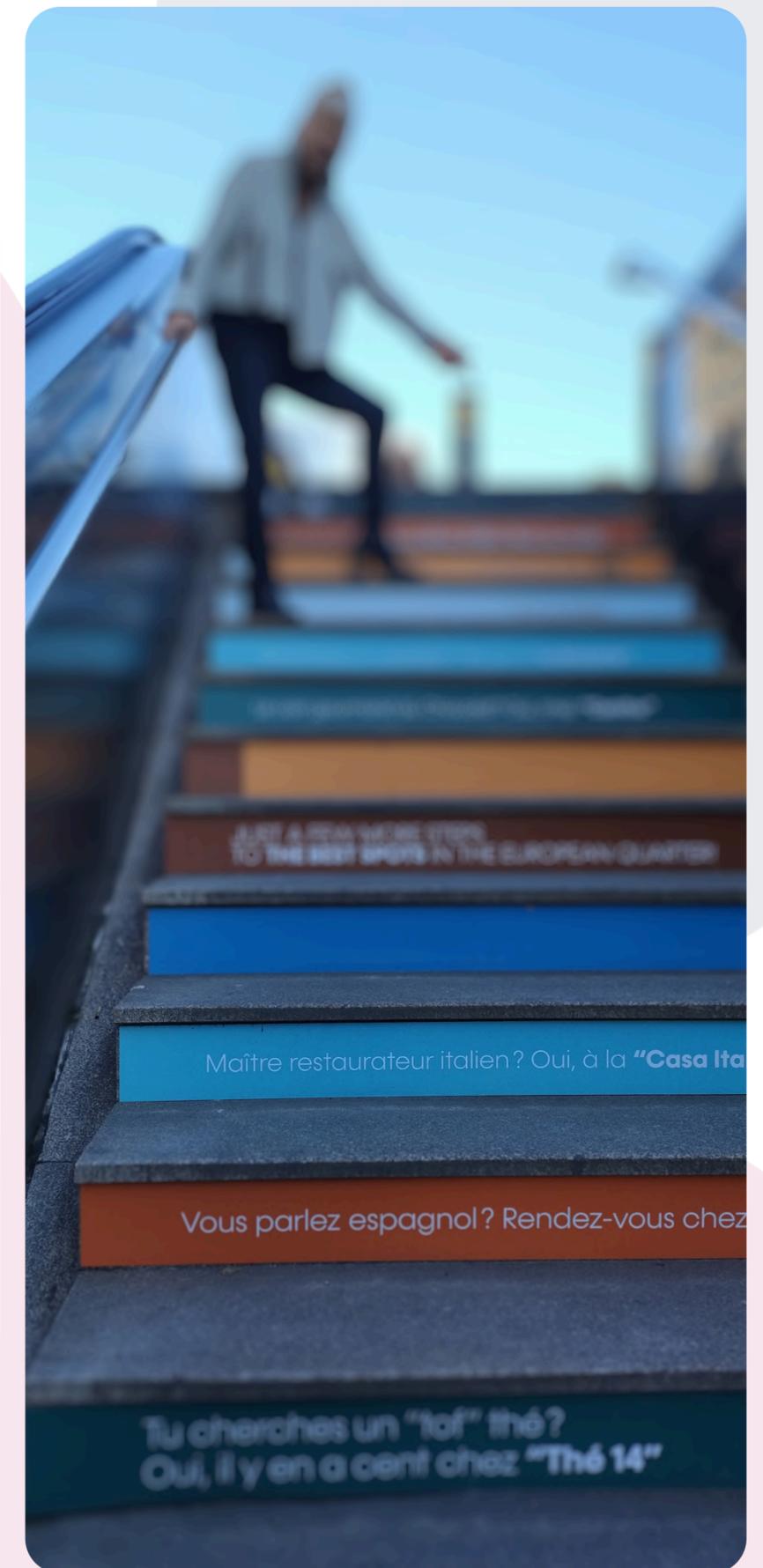
Win over €10,000 worth of gifts with the shopkeepers of the European Quarter

25.11 >>>> 06.12.2024



MORE INFO

The card features a purple-to-orange gradient background. At the top left is the ACCJM logo. The main text is in white and purple. The dates are in white. The illustration shows a profile of a head with colorful, swirling lines coming out of it, and several wrapped gift boxes at the bottom. A purple button with white text is at the bottom.





Plan d'actions du SDC

MAROLLES

En 2024, Entreprendre a entamé un double travail sur les Marolles :

- **Récolter les commentaires, avis, remarques, plaintes des commerçants liés au quartier et les rapporter aux autorités compétentes.** Cela a donné lieu à :
 - **Deux réunions entre commerçants** pour échanger sur les aspects de sécurité, propreté, mobilité en plus de projets événementiels ;
 - **Une réunion** en présence du **bourgmestre** et de **l'échevin du commerce** ;
 - **Une réunion** en présence de la **Police** et de **Braavo** (service de prévention de la Ville de Bruxelles) afin d'aborder la possible implantation d'un PLP (Partenariat Local de Prévention).

- **Mettre en place rapidement des premières actions et événements pour communiquer sur le quartier commercial des Marolles.** Ont abouti :
 - Le projet de la **fresque** Jeff Aerosol Rue Haute / Rue du Faucon ;
 - Les **afterworks / guinguettes de la Place du Jeu de Balle**, organisés tous les jeudis soirs de l'été pour dynamiser la place et impacter directement le chiffre d'affaires des commerçants. Pour la communication, des campagnes d'influence ont été prévues, une publication sur les RS boostée sur tout l'été, un spot radio diffusée pendant tout l'été.
 - Une **carte "Commerces Culture @ Marolles"** qui répertorie tous les commerces liés à la culture (musique, antiquaire, art, etc.).

Pour soutenir de manière générale le quartier, Entreprendre a également réalisé des **posts réguliers sur ses réseaux sociaux** sur le quartier ou intégrant des commerces des Marolles, ainsi que des publi-reportages dans des presses générales à des moments clefs (avant les fêtes de Noël).

Plan d'actions du SDC

RUE DE NAMUR

Entreprendre a créé un contenu sous forme de **carte postale audio**. Que ce soit pour l'organique ou pour l'influence, l'asbl a mis en avant le Quartier Dansaert sous ce format original. Les capsules vidéos étaient associées à une voix off "lisant la carte postale" à l'audience.

L'objectif était de partager l'ambiance générale mais aussi de mettre en avant certains détails du quartier, comme on le fait au travers des cartes postales.

Les influenceurs **@emiliegharbi**, **@anaisphmxy** et **@liandrsasdzo** ont suscité un fort intérêt, avec 285 clics sur les écrans des créateurs et 166 commentaires sous les reels. Le taux d'engagement atteint 3,76 %, bien au-dessus de la moyenne habituelle. Avec 96.000 impressions, la visibilité et l'impact sont au rendez-vous.

Pour compléter la communication, Entreprendre a rédigé et publié 1/1 page de publidactionnel sur les commerces du quartier dans **Le Vif** et **Knack Weekend**

L'équipe a également initié un format de capsule en **partenariat avec BX1**, en format vidéo reportage intitulé "Les pépites de Bruxelles". Le journaliste a visité 3 commerces de son choix, **Atelier de la Rose, Tich et Signe**, présentés en 3 capsules de 4 minutes chacune + un mix quartier de 12 minutes.



Entre la Porte de Namur et la Place Royale, il existe un recoin un peu secret de notre belle capitale dont il serait dommage de jalousement taire l'existence. À un jet de pierre des enseignes de luxe du Boulevard de Waterloo se niche un village miniature, oasis de quiétude dans le centre-ville bruxellois. L'autoproclamé Cosy Village accueille gourmands, fashion victims, branchés et branchées de la déco et locaux dans une ambiance sophistiquée à la Belge.

Partez à la découverte des pépites de la rue de Namur, où authenticité et style se rencontrent pour une expérience shopping qui sort de l'ordinaire.

compose des bouquets uniques et pétillants qui illuminent instantanément un intérieur ou une occasion.

THE ULTIMATE SNEAKER STORE
Des baskets, mais stylées (n°43)
Avis aux fans de sneakers : cette boutique est une vraie pépite. Modèles exclusifs et designs tendances pour upgrader votre style en deux temps trois mouvements.

SMETS
Le sportswear qui sort du lot (n°68)
Quand confort et style se rencontrent, ça donne SMETS. Une sélection de pièces sportswear hyper stylées pour les actifs qui veulent rester lookés.

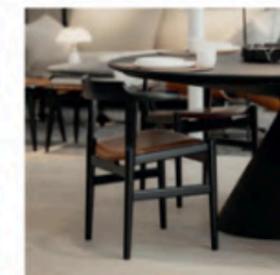
MEPHISTO
Style et confort au rendez-vous (n°24)
Avec MEPHISTO, plus besoin de choisir : leurs chaussures ergonomiques et durables sont idéales pour maroher toute la journée avec style.

Pour découvrir davantage de pépites bruxelloises, rendez-vous sur localguide.brussels.



TICH
Green, fresh & funky (n°25)
Face au JAT Café, TICH, c'est la cantine vegan cool de Bruxelles. Que ce soit pour bosser, grignoter sain ou shopper des objets stylés (posters, t-shirts, vaisselle), c'est l'endroit parfait. À tester : leurs toasts, jus bio, raw cakes et leur fameux lait d'amande maison.

SIGNE
Où l'art déco inspire le design (n°48)
Passionnés de design intérieur, cette adresse est pour vous. SIGNE, dans un bâtiment art déco magnifique, propose une sélection unique de meubles,



luminaires et accessoires déco, soigneusement choisis par des pros du design.

NATAN
L'élégance belge par excellence (n°78)
Intemporel, chic et raffiné : NATAN est une institution du style belge. Réputée pour habiller les reines et les femmes de goût, cette maison de couture incarne un luxe discret et sophistiqué.

PSYCHÉ STORE
Beau, responsable, 100% belge (n°35)
Quand la mode durable rencontre la beauté naturelle,



Psyché est né de la fusion de LOKAL (mode éthique) et BIOCAM (cosmétiques bio), et met à l'honneur des marques locales, engagées et stylées.

BARBARA LOUYS JEWELRY
Le bijou chic, tout simplement (n°93)
Des créations fines et élégantes signées Barbara Louys, parfaites pour une touche sophistiquée au quotidien ou un cadeau qui marque.

L'ATELIER DE LA ROSE
Des bouquets qui séduisent (n°33)
Envie d'un shot de fraîcheur et de poésie ? L'ATELIER DE LA ROSE



dansaert&creative

FR:

En vous dirigeant vers la Bourse, vous entrez dans l'effervescence du quartier Dansaert, véritable épicerie de la mode et de la créativité bruxelloise. Des adresses mythiques comme **Stijl** ont révélé des créateurs belges tels que Dries Van Noten et Ann Demeulemeester.

Pour les adeptes de mode responsable, **Valérie Berckmans** propose des créations épurées et éco-responsables, tandis que **Vêtue** se spécialise dans le dépôt-vente de vêtements et accessoires haut de gamme.

loon vous offre un mélange parfait de pièces iconiques belges et de coups de cœur internationaux.

Côté accessoires de luxe, **Prosper** vous séduira avec ses montres haut de gamme. En quête de chaussures exclusives? **Hatshoe** reste incontournable pour les griffes de luxe. Pour prendre soin de vous, **Cosmeticary** est un véritable laboratoire de cosmétiques de niche.

NL:

Als je richting de Beurs loopt, kom je door de bruisende Dansaertwijk, het epicentrum van Brusselse creativiteit en Belgische mode. Legendarische adressen zoals **Stijl** onthulden beroemde Belgische designers zoals Dries Van Noten en Ann Demeulemeester.

Voor liefhebbers van verantwoorde mode is er **Valérie Berckmans** met haar minimalistische, ecologische creaties. **Vêtue** is dan weer gespecialiseerd in de depotverkoop van exclusieve kleding en accessoires.

loon pakt uit met een perfecte mix van iconische Belgische stukken en internationale hebbedingen.

Liefhebber van luxe accessoires? **Prosper** zal je zeker verleiden met zijn verfijnde horloges. Op zoek naar exclusieve schoenen? **Hatshoe** blijft een onmisbare hotspot voor luxemerken. En als je jezelf in de watten wil leggen, moet je bij **Cosmeticary** zijn, een heus labo van speciale cosmetica.



local&tasty

FR:

LE BARBETON Le spot chill entre potes
Cocktails, tapas, et vibes décontractées. Le bar local qu'on aimerait tous avoir au coin de la rue.
Rue Antoine Dansaert 112, ouvert tous les jours dès 17h

WALVIS L'institution bruxelloise
Lieu emblématique de Dansaert, parfait pour un verre ou un plat belge, à toute heure.
Rue Antoine Dansaert 209, du mardi au vendredi dès 9h; le samedi et dimanche dès 10h

BRASSERIE SURREALISTE
Bière et art décalé
Dans un cadre Art Déco, cette micro-brasserie allie bières créatives, art et musique pour une expérience immersive.
Place du Nouveau Marché aux Grains 22, du mercredi au samedi

MER DU NORD ET ABC MATEOS
Street Food & Tapas de la Mer en plein air
Mer du Nord attire les foules avec ses spécialités de la mer sur le pouce. En face, ABC Mateos propose des tapas bruxello-espagnoles à base de poissons frais, plus calme mais tout aussi délicieux – le bon plan de Local 121!
Place Ste-Catherine, du mardi au dimanche

NL:

BARBETON Chillen met maten
Cocktails, tapas en casual vibes. Het stamcafé dat iedereen op de hoek van zijn straat wil.
Antoine Dansaertstraat 112, elke dag vanaf 17 uur

WALVIS Een grote naam in Brussel
Een legendarisch adres in Dansaert, perfect voor een lekker glas of Belgisch gerecht, op elk uur van de dag.
Antoine Dansaertstraat 209, van dinsdag tot vrijdag vanaf 9 uur; op zaterdag en zondag vanaf 10 uur

BRASSERIE SURREALISTE
Creatief bier en kunst
Deze micro-brouwerij in een art-deco-setting brengt creatieve bieren, kunst en muziek samen in een meeslepende sfeer.
Nieuwe Graanmarkt 22, van woensdag tot zaterdag

MER DU NORD EN ABC MATEOS
Streetfood & tapas uit de zee in de openlucht
Mer du Nord trekt massa's volk aan met zijn zeespecialiteiten om uit het vuistje te eten. Aan de overkant ligt ABC Mateos, met Brussels-Spaanse tapas op basis van verse vis. Het is er iets rustiger maar net zo lekker. Een warme aanrader van Local 121!
Sint-Katelijneplein, van dinsdag tot zondag

Plan d'actions du SDC

DANSAERT

Entreprendre a conçu un contenu original sous forme de carte postale audio pour valoriser le quartier Dansaert, en organique comme en influence. Les capsules vidéo, accompagnées d'une voix off lisant la carte, retranscrivaient l'ambiance du quartier et ses détails marquants. Les influenceurs néerlandophones **@eleonorevanbavel** et **@rubenvandesande** ont touché 75k personnes, générant 865 clics en seulement 7 écrans de stories, preuve d'un fort intérêt pour les adresses des commerces et comptes partagés..

L'installation du **Local 121** répondait également à un objectif de promotion du quartier. Entreprendre a en ce sens réalisé un petit **booklet** compilant **toutes les bonnes adresses du quartier**, à disposition dans le Local.

De la même façon, le soutien d'Entreprendre au **Mad Parcours** et au **Brussels Fashion Sales** a grandement participé à la promotion et au soutien du quartier.

L'équipe a également initié un format de capsules en **partenariat avec BX1**, en format vidéo reportage intitulé "Les pépites de Bruxelles". Le journaliste a visité 3 commerces de son choix, **NOJ, La Fabrika et AOI Concept Store et**, présentés en 3 capsules de 4 minutes chacune + un mix quartier de 12 minutes.

LIBERTÉ

La promotion du quartier Liberté s'est déclinée en plusieurs actions en 2024 :

- En raison du chantier en cours sur la place, Entreprenre a installé **une exposition de photos d'époque** imprimées sur des bâches, accrochées le long des barrières de chantier, afin de maintenir l'attractivité visuelle de l'espace public.
- Des publi-rédactionnels mettant en avant l'offre commerciale du quartier ont été publiés dans les magazines VIF et KNACK.
- Dans le cadre de la campagne estivale "Staycation", Entreprenre a collaboré avec plusieurs influenceurs pour **valoriser le quartier** comme destination idéale pour un citytrip proche de chez soi.
- Enfin, un article a été rédigé pour le blog de LocalGuide, présentant **les meilleures adresses où manger** avant ou après un spectacle au Cirque Royal. L'article, désormais repris sur leur site officiel, est devenu l'un des contenus les plus consultés de la plateforme.



La place de la Liberté : un havre de paix au cœur de Bruxelles

Au cœur du quartier Notre-Dame-aux-Neiges, en plein Bruxelles, se niche la place de la Liberté, un îlot de verdure qui gagne à être mieux connu. Trônant en son centre, la statue de Charles Rogier rappelle son caractère emblématique : un exemplaire de la Constitution à la main, le célèbre homme d'État semble flotter au milieu des majestueux noyers du Caucase qui font tout le charme de l'endroit. Bientôt rénové pour la rendre plus accessible aux piétons et aux cyclistes, ce lieu chargé d'histoire n'a pourtant rien de solennel : complètement bruxellois, il accueille à ses abords restaurants cosmopolites et commerces de qualité.

UNE PLACE EMBLÉMATIQUE

À deux pas du Cirque Royal et à quelques mètres des grands buildings du centre de Bruxelles, on ne s'attend pas à tomber sur ce square arboré aux allures de placette provençale, apprécié des riverains comme des touristes de passage.

Aménagé dans les années 1870-1880 sous l'impulsion de Charles

Rogier, il donne une nouvelle vie à un quartier pauvre, alors composé de multiples ruelles insalubres. Quatre grandes artères sont construites au même moment et prolongent la place à chacun de ses angles : les rues de la Presse, de l'Association, des Cuites et de l'Enseignement commémorent les libertés fondamentales garanties dans la Constitution de 1830, dont Charles Rogier fut l'un des artisans.

Pour rendre hommage au héros de la Révolution, le sculpteur Guillaume de Groot réalise en 1897 la statue de bronze qui domine aujourd'hui la place sur un parterre de gazon, et incarne l'esprit de liberté chère à la capitale belge.

Autour de cet îlot de verdure qui apporte ombre et fraîcheur aux passants en goguette, on

peut admirer le pittoresque des maisons et hôtels de maître construits par l'architecte Wynard Janssens dans un style éclectique inspiré par la Renaissance, et typique de la fin du XIXe siècle. Ils abritent nombre de commerces d'exception et de restaurants branchés qui feront le plaisir des flâneurs. Nous vous invitons pour un petit tour d'horizon.

DE WAND

En 2024, Entreprendre a assisté l'association de commerçants dans sa restructuration, en organisant une rencontre avec les commerçants et en les mettant en contact avec les services de Hub.brussels.

L'ASCOM a organisé dès le début de l'année **un parcours d'art** dans les commerces de la rue De Wand. Entreprendre a diffusé un communiqué de presse qui a eu **plusieurs retombées dans les médias** (La DH, L'Avenir, RTBF Info, Viva Weekend et Radio Panik), dont interview du Président de l'association.

Entreprendre a accompagné l'association pour la braderie, notamment :

- En réalisant l'affiche de l'événement + diffusant l'information sur les réseaux
- En mettant à disposition une aide pour l'organisation de la braderie (plan, contacts, logistique, etc.)
- En contribuant financièrement aux animations (fanfare, clowns, musique, etc.)

L'asbl a mis le quartier commercial en avant sur un panneau digital JCDecaux de mi-novembre à fin décembre, pour une impression estimée à 277.817 personnes.

Plusieurs posts sur les réseaux sociaux ont également été publiés, présentant le quartier De Wand ou incluant ses commerces.

Enfin, l'équipe a inclus le quartier dans l'action "Clients en VIP" des matchs du Brussels Basket. Les commerçants avaient l'opportunité **d'offrir des places à leurs clients** pour assister à un match de basket professionnel, avec un repas VIP préalable.

Le quartier De Wand: tous vos achats à quelques pas!

De Wand wijk: alles bij de hand op loopafstand

bars - cafés
boulangeries
vêtements
coiffure - bien-être
opticien
pâtisseries
électronique
décoration
librairie
pharmacies
restaurants
supermarchés

bars - cafés
sagerijen
bakkerijen
kleding
kappers - welzijn
opticiens
bloemen
viveries
elektronica
decoratie
boekhandels
apotheken
restaurants
supermarkten

Suivez les informations du quartier sur
Volg het buurtnieuws op
shoppingdewand.be/shops

CLIENTS VIP

GAGNEZ VOS PLACES VIP AUX MATCHS À DOMICILE DE BASKET BRUSSELS CHEZ VOTRE COMMERÇANT !

MATCH DAYS :	
18 09 24	09 02 25
25 09 24	02 03 25
18 10 24	28 03 25
03 11 24	18 04 25
17 11 24	27 04 25
26 12 24	10 05 25
17 01 25	

PLUS D'INFOS:

NEDER Live De Wand Shopping

BRADERIE DE WAND

De Wand Shopping road market

28 & 29 SEPT 2024

BRADERIE & BROCCANTE
BRADERIJ & VLOEDENMARKT

FOODTRUCKS
ANIMATIONS
ANIMATIES

FÊTES FORAINE
KERMIS

www.shoppingdewand.be

On the program:
flea market, special offers
in your favorite stores,
garage sale, musical
entertainment, etc.

NEDER-OVER-HEEMBEEK

En 2024, Entreprendre a accompagné l'association pour la braderie, notamment :

- En réalisant l'affiche de l'événement
- En diffusant l'information sur les réseaux (campagne paid)

Le quartier commercial a été mis en avant sur dix panneaux digitaux JCDecaux en novembre, générant 203.000 impressions. Ce visuel a été décliné pour **des publications dans la presse papier** (Vlan et 7Dimanche).

L'asbl a également **soutenu l'événement** de la "Fête des Familles - Panna Wifix" qui a eu lieu pour la deuxième édition sur la place Peter Benoit en :

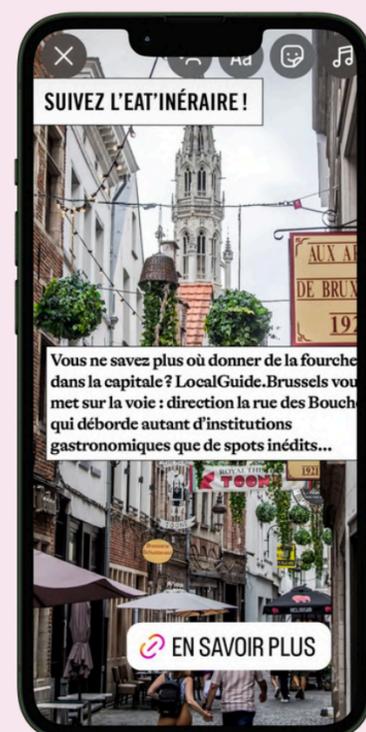
- Payant les animations et les joueurs de Panna
- Imprimant et diffusant les flyers pour avertir le quartier de l'événement
- Diffusant l'information sur les réseaux sociaux

Cet événement rassemble énormément de jeunes et de familles dans le coeur du quartier commerçant.

Entreprendre a publié **plusieurs posts sur les réseaux sociaux**, présentant le quartier de Neder-Over-Heembeek ou incluant ses commerces.

Enfin, l'équipe a inclus le quartier dans l'action "Clients en VIP" des matchs du Brussels Basket. Les commerçants avaient l'opportunité d'offrir des places à leurs clients pour assister à un match de basket professionnel, avec un repas VIP préalable.





GASTRONOMIE

BRUXELLES: EXPÉRIENCES CULINAIRES D'EXCEPTION

Bruxelles est une véritable pépite gastronomique, avec ses sept restaurants étoilés - Bozar Restaurant, Senzanome, Comme chez Soi, Barge, La Canne en Ville, La Villa in the sky, La Villa Lorraine by Yves Mattagne - qui incarnent l'excellence culinaire et l'innovation.

Mais la magie de Bruxelles ne s'arrête pas là. La ville regorge de restaurants gastronomiques qui rivalisent de créativité et de qualité, souvent considérés comme de véritables secrets bien gardés. Ces adresses discrètes, alliant raffinement et convivialité, offrent une expérience exceptionnelle, et un petit je ne sais quoi qu'on ne trouve que dans la capitale.

Qu'il s'agisse d'établissements renommés ou de petites pépites cachées, Bruxelles vous invite à un voyage culinaire hors du commun.



BARGE
RD D'YPRES 35, 1000 BRUXELLES
Restaurant gastronomique contemporain où une cuisine locale de saison est à l'honneur, Barge met les produits en valeur et les marie avec élégance à des vins sélectionnés par une sommelière passionnée. Une gastronomie dynamique et humaine qui puise dans le terroir, ses circuits courts et ses vins artisanaux.

COWFISH
RUE DU PÉPIN 39, 1000 BRUXELLES
Avec ses plats européens aux notes asiatiques, Cowfish est avant tout un lieu de découverte culinaire. Les produits sont sélectionnés avec minutie et les assiettes sont soigneusement travaillées. Un voyage gastronomique pour les gourmands aux envies d'ailleurs.

CHEZ GUS
RUE DES CULTES 36, 1000 BRUXELLES
Vous êtes ici chez l'inventeur de la Brassonomie, combinaison subtile entre l'art du brasseur et la gastronomie. Né d'une amitié et d'un accord belge, cet étonnant restaurant allie les bières bruxelloises sur place par l'atelier Grootend et des plats biéro-inspirés du duo Jonathan DeBrière/Pierre Baryens.

ASTER
RUE ANTOINE DANSART 202, 1000 BRUXELLES
En 2023, le talentueux duo formé par Tubo Logier et Vélris Gryson a ouvert Aster. Une vingtaine de couverts dans un décor de style industriel, avec un sol en béton et des murs en briques brutes. Sa particularité? Ce restaurant à la cuisine ouverte propose un menu dégustation unique à base de poissons et de légumes de saison cuits au feu de bois, avec ou sans accord mets-vins. Un concept à explorer sans modération.

RETROUVEZ PLUS D'ADRESSES SUR LOCALGUIDE.BRUSSELS

Plan d'actions du SDC

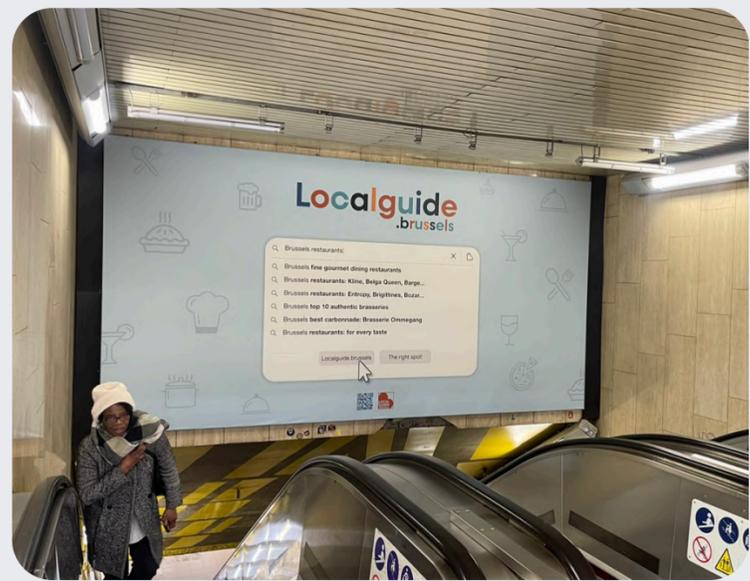
GASTRONOMIE & LUXE

Entreprendre a poursuivi **deux objectifs** à propos de la mise en avant de la gastronomie et restauration de luxe :

- Montrer aux chefs nationaux et internationaux le potentiel de Bruxelles pour y implanter un restaurant gastronomique ;
- Montrer au public friand de découvertes gastronomiques la richesse de l'offre existante.

Pour ce faire, l'asbl a travaillé sur plusieurs types de communication :

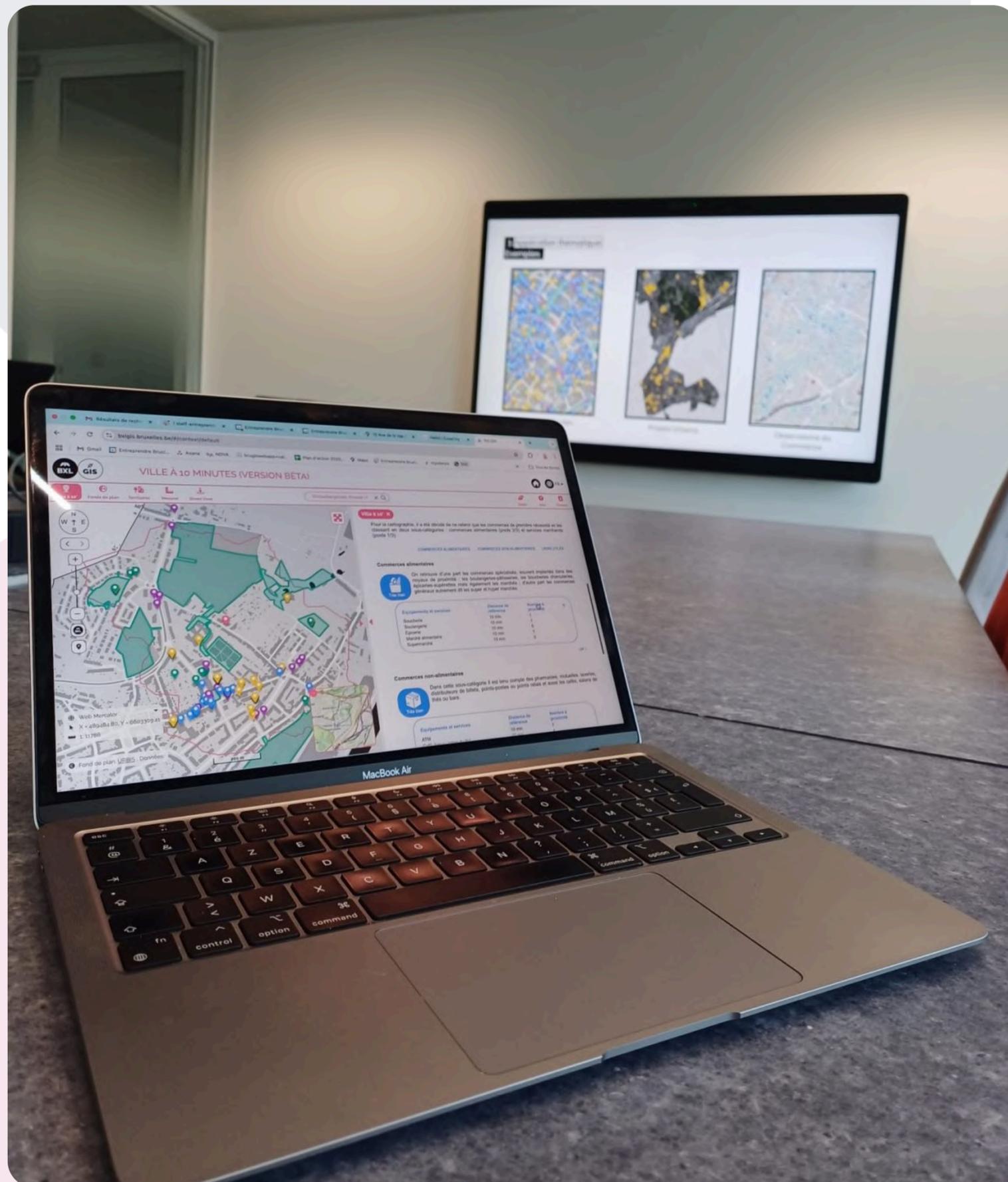
- Partenariat avec **Le Fooding**, guide indépendant des adresses qui font et défont "le goût de l'époque". Ils ont notamment :
 - Inséré dans **leur guide papier France 2025** une page consacrée à Bruxelles (hyper-centre) définie comme territoire gastronomique multiculturel, mêlant les traditions et les innovations.
 - **Mis en avant sur leur site internet de l'article d'Entreprendre consacré à l'Ilot Sacré**, quartier connu surtout par les touristes mais qui accueille de plus en plus d'adresses tendances qui séduisent les Bruxellois.
- Achats média auprès de groupes presses belges pour valoriser les enseignes :
 - **Newsletter Roularta**
 - Articles **SoSoir**
 - Présence dans le **focus Noël de La Libre**
 - Le **Vif Express** et **Knack**



Le Fooding
Public

Vous ne savez plus où donner de la tête ni de la fourchette dans une capitale toujours plus bouillonnante ? Local Guide Brussels vous met sur la voie : direction la rue des Bouchers, qui déborde autant d'institutions gastronomiques que de spots inédits à bécoter sans faim...

- Un **affichage géant sur la Gare du Midi** de début décembre à mars 2025 mettant en avant la variété des adresses gastronomiques à la Ville de Bruxelles. Cet affichage a été décliné sur **35 panneaux des stations de métro de Bruxelles** (Arts Lois, Schuman, Gare du Midi, Montgomery, Gare Centrale).



Plan d'actions du SDC

CARTOGRAPHIER LE COMMERCE POUR MIEUX COMPRENDRE ET AGIR

Avec la Ville de Bruxelles, Entreprendre développe un outil de cartographie des commerces : **une plateforme d'analyse innovante** qui permet de visualiser le mix commercial, de suivre son évolution dans le temps et de croiser de nombreuses données socio-économiques pertinentes.

Cet outil se positionne comme **un véritable levier stratégique**, offrant une lecture fine des dynamiques urbaines. Il permet non seulement de mieux comprendre les transformations du tissu commercial, mais aussi d'anticiper les évolutions à venir et de mieux accompagner les acteurs du territoire, qu'il s'agisse de pouvoirs publics, d'investisseurs ou de porteurs de projet.

CONCLUSION

L'année 2024 a démontré, une fois encore, l'engagement fort d'Entreprendre Bruxelles en faveur du dynamisme commercial de la Ville. À travers une programmation riche, créative et ancrée dans les réalités du terrain, l'asbl a multiplié les initiatives pour valoriser les commerces bruxellois, renforcer leur visibilité, soutenir leur développement et répondre à leurs besoins concrets.

Qu'il s'agisse de campagnes de communication innovantes, d'actions événementielles, de dispositifs d'accompagnement ciblés ou de projets structurants comme les comptes Localguide.brussels et artisans.brussels, chaque initiative a contribué à renforcer le lien entre les commerçants, les consommateurs et la Ville.

La diversité des formats, la collaboration avec les influenceurs, les synergies avec les associations, les actions de terrain dans les quartiers et l'accent mis sur la qualité de l'offre commerciale montrent que Bruxelles dispose d'un vivier exceptionnel d'initiatives locales. Entreprendre Bruxelles a su en être l'ambassadeur, avec réactivité, créativité et rigueur.

Cette dynamique est appelée à se poursuivre. L'année 2025 sera l'occasion d'intensifier la présence de l'asbl sur le terrain, de renforcer les liens avec les commerçants et les porteurs de projets, et de consolider ses collaborations avec les acteurs publics et privés capables d'amplifier son impact. Entreprendre Bruxelles poursuivra également ses efforts pour stimuler l'attractivité commerciale de la Ville, soutenir l'émergence de nouveaux concepts et accompagner les dynamiques de quartier. Car oui, nos commerçants sont formidables. Ils incarnent le talent, la créativité et la diversité de Bruxelles. Ils sont le cœur vivant de notre Ville.

