



ENTREPRENDRE
L'ONDERNEMENT

2025

Rapport d'activités



ENTREPRENDRE
LOUNDERNEMEN

LE RAPPORT D'ACTIVITÉS 2025

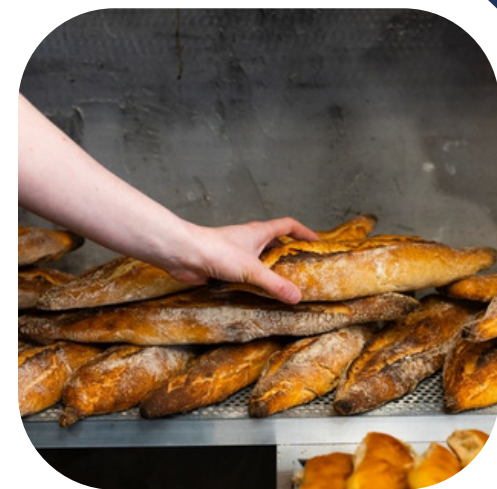




TABLE DES MATIÈRES

- MOT DU PRÉSIDENT
- VISION
- MISSIONS
- LES CHIFFRES CLÉS 2025
- LES MARQUES D'ENTREPRENDRE
- GESTION DE L'ASBL
- ACTIONS
 - Événements & Amplification
 - Promotion du commerce de destination
 - Communication générale
 - Prospection et développement commercial
 - Revitalisation commerciale
 - Formation & Accompagnements
 - Accompagnement des chantiers
 - Promotion des commerces ambulants
 - Plan d'actions de la Feuille de Route Commerce
- CONCLUSION

MOT DU PRÉSIDENT

2025 a été une année pleine, intense et porteuse de sens pour Entreprendre Bruxelles. Une année où chaque action menée a confirmé une conviction que nous portons au quotidien, qui est que le commerce local n'est pas qu'une activité économique. Il est avant tout le cœur battant de nos quartiers, le reflet de notre diversité et le moteur d'une ville vivante, qui crée un lien social que nous avons le devoir de chérir.

Cette année encore, nos équipes se sont pleinement et fièrement engagées aux côtés des commerçants, artisans et porteurs de projets de la Ville de Bruxelles. Plus de 300 d'entre eux ont bénéficié d'un accompagnement personnalisé pour concrétiser leurs ambitions, surmonter les obstacles et s'inscrire durablement dans le tissu commercial bruxellois. Chaque projet accompagné, c'est une histoire qui commence et un quartier qui se renforce.

Je tiens à remercier chaleureusement et sincèrement l'ensemble de l'équipe d'Entreprendre Bruxelles pour son engagement sans faille, sa créativité et son sens du terrain. Je remercie également nos partenaires, la Régie foncière, le CPAS, hub.brussels, Perspective et tant d'autres, dont la collaboration enthousiaste est indispensable à l'impact de nos actions. Et bien sûr, un immense merci aux commerçants eux-mêmes : vous êtes la raison d'être de notre ASBL, et vous nous inspirez chaque jour.

En 2026, nous repartons avec la même énergie, la même ambition et encore plus de détermination. Face aux défis urbains et économiques, notre engagement reste total et notre enthousiasme intact. Nous continuerons d'accompagner, d'innover, de connecter et de valoriser, parce que chaque commerce qui ouvre, qui grandit, qui résiste, c'est un quartier qui vit, une communauté qui se soude et une ville qui rayonne.

Didier Wauters

Échevin des Affaires Économiques, de l'Emploi, du Commerce et de l'équipement communal.



VISION

À Bruxelles, chaque commerce raconte une histoire et contribue à faire rayonner la ville.

Entreprendre Bruxelles s'engage au quotidien aux côtés des commerçants pour faire émerger, développer et valoriser ces projets qui donnent vie aux quartiers.

En accompagnant les porteurs de projets, en soutenant les commerces existants et en mettant en lumière les bonnes adresses, l'ASBL agit comme un véritable catalyseur de dynamisme local.

Son ambition : renforcer l'attractivité commerciale de la Ville, tout en préservant ce qui fait son identité — la diversité, la créativité et l'ancrage humain.

Entreprendre Bruxelles travaille ainsi main dans la main avec les commerçants, artisans, porteurs de projets, associations de commerçants, propriétaires et partenaires publics locaux, pour faire de chaque quartier un lieu vivant, attractif et durable.



MISSIONS

L'ASBL Entreprendre Bruxelles accompagne et soutient le développement du commerce local à chaque étape de son évolution.

- L'ASBL informe, conseille et oriente les porteurs de projets dans la création de leur activité, tout en accompagnant les commerçants existants dans leur développement et leur pérennisation.
- Elle agit également pour renforcer l'attractivité des quartiers commerçants, en valorisant les commerces, en soutenant leur visibilité et en participant à l'animation locale.
- Enfin, Entreprendre Bruxelles joue un rôle de mise en réseau, en facilitant les échanges entre commerçants, propriétaires, associations et partenaires publics, afin de créer un écosystème commercial dynamique, cohérent et durable.



LES CHIFFRES CLÉS DE 2025

**10.000 UTILISATEURS
ACTIFS PAR MOIS SUR
LOCALGUIDE**

**PLUS DE 85
PARTICIPATIONS À NOS
FORMATIONS**

**200 INSCRIPTIONS AUX
ATELIERS DE
L'UPCYCLING TOUR**

**PLUS DE 300
COMMERÇANTS
ACCOMPAGNÉS**

**4.689 PORTIONS SERVIES
DURANT LES PARCOURS
EMILE.BRUSSELS**

**22 COMMERCE
LABELLISÉS PAR LA
VILLE DE BRUXELLES**

LES MARQUES D'ENTREPRENDRE BRUXELLES



entreprendre.bruxelles

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

     & newsletter



localguide.brussels

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

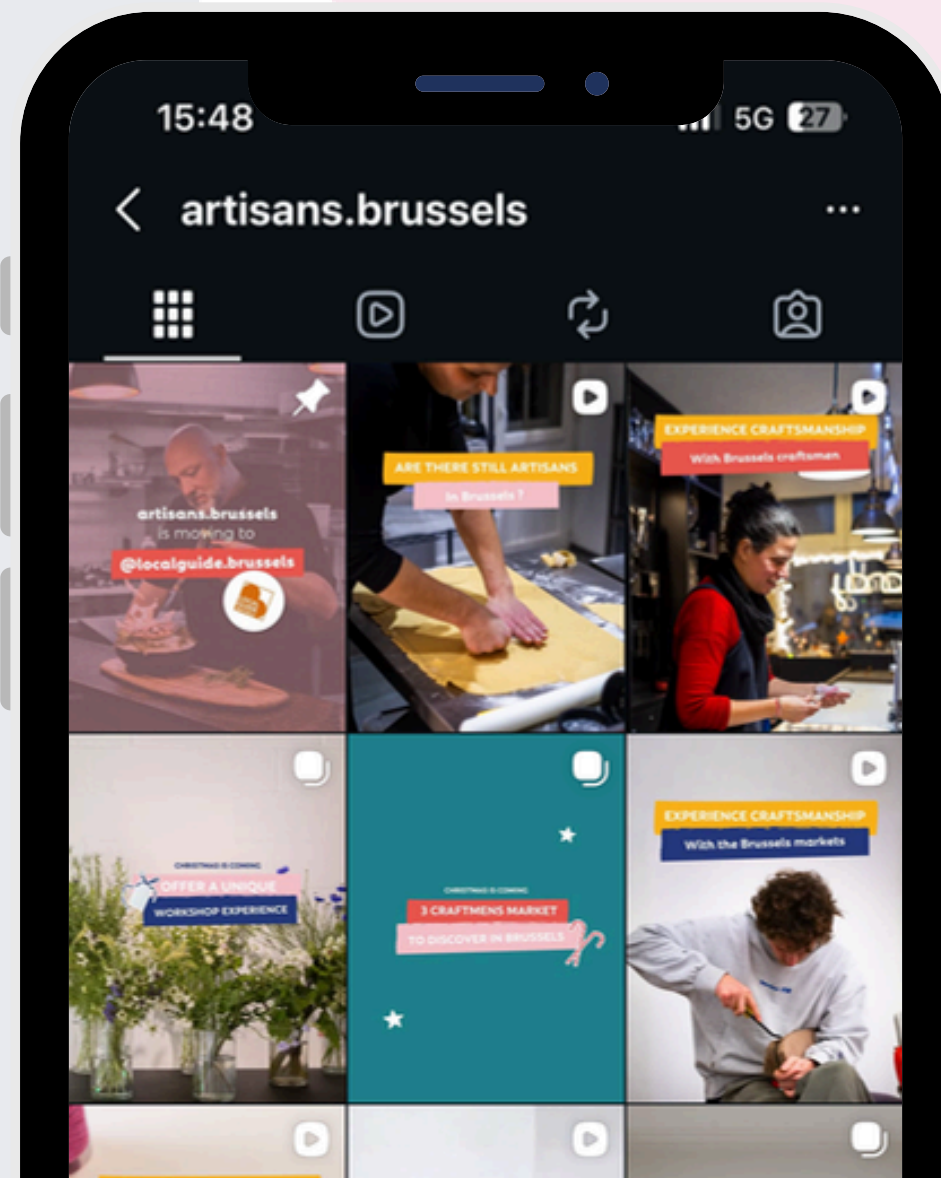
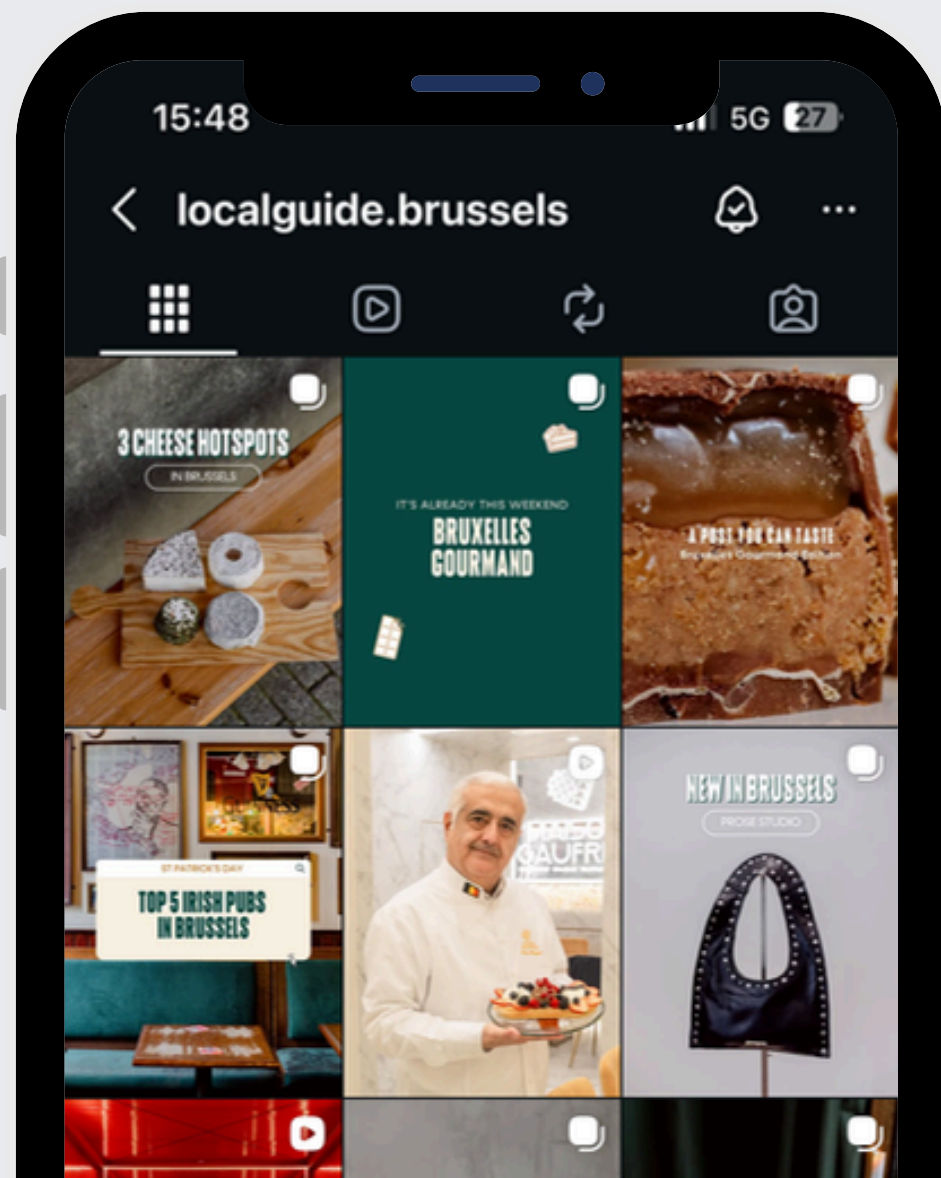
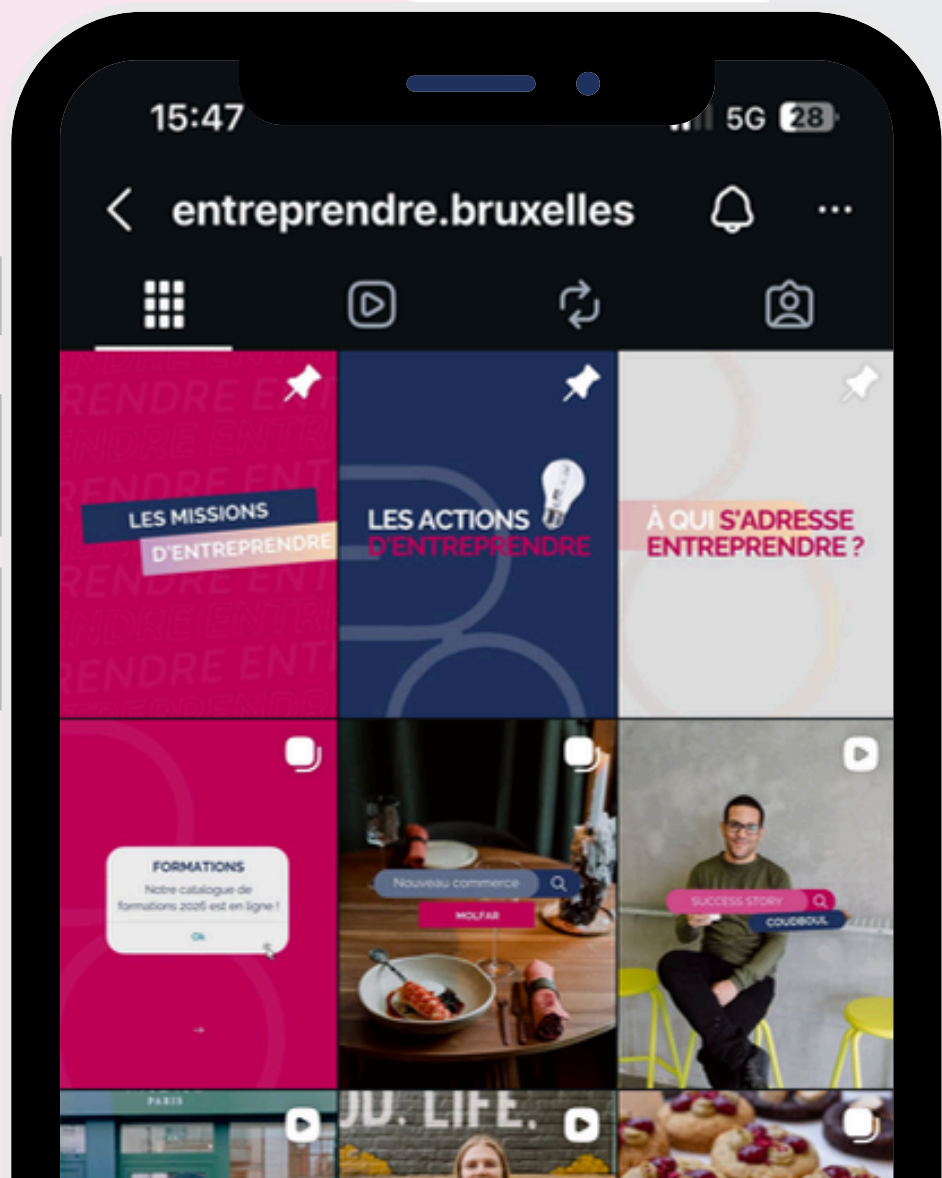
      & newsletter



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.



G E S T I O N D E L ' A S B L

ORGANE DE GESTION



Didier WAUTERS

Président

Échevin des Affaires
Économiques de la Ville
de Bruxelles



Xavier DEHAN

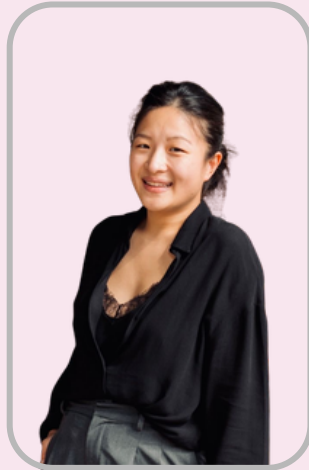
Administrateur délégué

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



Audrey MAGUIN VREUX

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



Ping Ping WANG

Membre du conseil
d'administration,
représentante des
commerçants



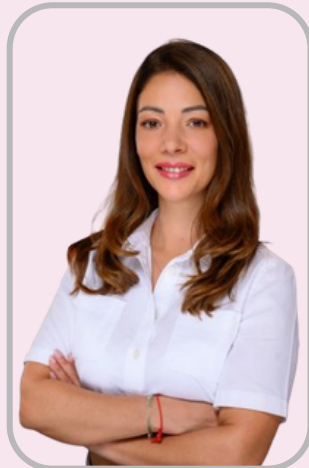
Claire-Marine BERRET

Membre du conseil
d'administration,
représentante des
commerçants



Yasin MALKOC

Membre du conseil
d'administration,
représentant des
commerçants



Yasmine GUELFF

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



Hasan ERDÖNMEZ

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



Maxime PARAN

Membre de l'assemblée
générale, représentant
des commerçants

GESTION DE L'ASBL

L'ÉQUIPE



Katia JACQUES-SERRES

Chargée de projets
Soutien et Promotion des
quartiers commerçants



Quentin CRESPEL

Responsable du Pôle
accompagnement et
développement
commercial



Laura SQUARTINI

Responsable
administration et affaires
juridiques



Aline ROEGIERS

Chargée de projets
Soutien et Promotion des
quartiers commerçants



Kenny FETTER

Chargé de projet en
accompagnement et
développement
commercial



Arthur MONTEIRO

Assistant de direction &
Office Manager



Noémi PARIS ANTELO

Chargée de projets
Soutien et Promotion des
quartiers commerçants



Malika KAHAN

Chargée de projet en
accompagnement et
développement
commercial

*départ en cours d'année



ENTREPRENDRE
L'ONDERNEMEN



ACTIONS

ÉVÉNEMENTS &
AMPLIFICATION



Événements & Amplification

SAINT-VALENTIN

À l'occasion de la Saint-Valentin, Entreprendre Bruxelles a **mis en avant plusieurs commerces** afin d'inspirer les clients bruxellois et de stimuler la fréquentation durant cette période.

En plus **d'affiches distribuées aux commerçants** pour attirer l'oeil des chalands sur leurs vitrines, l'action a combiné **une campagne** menée avec deux influenceurs et l'organisation **d'un concours** dans les commerces participants. Les gagnants ont pu remporter des bons d'achat à utiliser dans les enseignes associées à l'opération.

Ces actions ont permis d'attirer l'attention sur **l'offre locale** à un moment clé du calendrier commercial, tout en soutenant **la visibilité des commerces participants**.

Événements & Amplification

ART BRUSSELS

Dans le cadre d'**Art Brussels**, Entreprendre Bruxelles a poursuivi sa collaboration avec la foire afin de mettre en avant une sélection de commerces sur la carte de l'événement.

L'ASBL a également travaillé avec deux influenceuses parisiennes, **Ninon et Nathalie**, pour promouvoir à la fois la foire mais également les commerces haut de gamme bruxellois auprès d'un public situé au-delà de la Ville et parfois même de la Belgique.

Déployée sur deux semaines, la campagne a généré **145.600 impressions** et touché **125.700 personnes** grâce aux stories et au reel publiés par les deux créatrices. L'engagement observé confirme l'intérêt du public : **492 clics** ont été enregistrés sur 26 stories diffusées en deux jours.

Cette campagne a permis de mettre en lumière une facette plus haut de gamme de Bruxelles, en ciblant une audience réellement intéressée par la mode, le design et le luxe.





Événements & Amplification

BELGIUM 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. Plusieurs actions ont été mises en place :

- Pose de **stickers "Supported by local love" sur les vitrines**
- Installation de 4 totems avec QR code renvoyant vers l'article de blog de Localguide.brussels où tous les commerces participants avaient été listés
- **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**.

Sur les réseaux sociaux, la campagne a été relayée par **@jeromedepriestre** et **@ednasorgelsen**, qui ont partagé leurs adresses coups de cœur avec leur communauté. Cette activation a généré un retour sur investissement média de **217%** ainsi que **302 "saves"**, signe d'un intérêt réel pour les commerces mis en avant. En parallèle, le reel organique publié sur **Localguide.brussels**, consacré aux adresses où se restaurer sur le chemin de la Pride, a enregistré **9.968 impressions**, dont **46,7 %** auprès de non-abonnés.

Le slogan créé pour l'occasion a par ailleurs séduit l'ensemble des partenaires, incarnant 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.

LOCAL 121

Lancé en 2024 dans le quartier Dansaert, **le Local 121** avait pour ambition de contribuer à la dynamisation du quartier tout en permettant à de jeunes entrepreneurs de tester le pignon sur rue.

En 2025, Entreprendre Bruxelles a clôturé ce chapitre avec une dernière occupation portée par **Helen Vantroyen et Joanne Giraud**, qui s'est entourée d'autres marques pour quelques semaines. À l'issue de cette expérience, la commerçante **a trouvé un local à long terme** dans le quartier de Dansaert, notamment grâce à l'accompagnement assuré par Entreprendre Bruxelles.

Une campagne de promotion a été menée sur les réseaux sociaux de **Localguide.brussels** afin de soutenir cette dernière occupation. Cette opération confirme l'intérêt de l'occupation temporaire comme outil concret d'expérimentation, de visibilité et d'ancrage commercial durable.





Événements & Amplification

JACQUERIES

Les 13 et 14 septembre, le quartier Saint-Jacques a célébré **la quatrième édition des Jacqueries** dans une ambiance festive mêlant concerts, crieurs et interventions artistiques.

Afin d'amplifier la participation des commerçants, Entreprendre Bruxelles a dégagé un budget complémentaire pour organiser un grand déballage sur les trottoirs des commerces volontaires, au nombre de 45. Pour cette édition, l'événement s'est déployé sur deux journées consécutives.

L'ASBL a également soutenu une large stratégie de communication, combinant flyers, affichage, réseaux sociaux, presse et spots radios diffusés sur **Nostalgie, Contact et Bel RTL**. Avec l'appui d'Entreprendre Bruxelles, l'association a en outre obtenu **un subside complémentaire** de 2.000 euros auprès de la Loterie nationale.

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, sa Brusselitude et ses commerçants.

LOCAL FRIDAY

Pour la quatrième année consécutive, Entreprendre Bruxelles **a mis à l'honneur** les commerçants de la Ville durant la période du Black Friday à travers l'opération **Local Friday**. Celle-ci vise à valoriser les offres proposées par les commerçants tout en rappelant l'importance de consommer local à un moment marqué par une forte pression promotionnelle.

Les actions promotionnelles des commerçants **ont été relayées via plusieurs canaux** : communiqué de presse, visibilité sur Localguide.brussels, réseaux sociaux, campagnes d'influence, publicité dans Le Vif Week-end et Knack, ainsi qu'une présence digitale dans les Basic Fit du centre-ville.

L'opération a bénéficié d'une couverture médiatique importante, avec **près de 20 articles de presse, trois interviews radio et deux passages à la télévision**. Sur les réseaux sociaux, les contenus ont touché **près de 50.000 personnes**. Ces résultats confirment l'intérêt du public et des médias pour une initiative qui met en avant les commerces locaux dans une période commerciale particulièrement concurrentielle.

En complément, des cadeaux locaux (bonbons et savons artisanaux) ont été distribués aux commerçants pour remercier leurs clients. Cette campagne a renforcé **la visibilité du commerce local** à un moment stratégique de consommation et a contribué à rappeler la valeur d'un achat ancré dans les quartiers.





Événements & Amplification

AFFAIRE FOR LIFE

Le 29 novembre, **15 acheteurs de l'émission "Affaire conclue"** ont été accueillis à l'Hôtel de Ville pour une vente aux enchères exceptionnelle, renommée pour l'occasion "Affaire for Life", ainsi que pour une séance de dédicaces.

Les objets proposés à la vente avaient été offerts par le public et l'intégralité des bénéfices a été reversée au profit de l'oeuvre caritative de la RTBF 'Viva For Life' pour les enfants vivant dans la pauvreté en Fédération Wallonie-Bruxelles.

Entreprendre Bruxelles a pris en charge l'**organisation de l'événement et l'accueil des acheteurs**, tandis que la RTBF s'est concentrée sur l'appel aux dons et les relais médias le jour J (interviews en amont, duplex VivaCité et tournage la Une).

Par sa portée médiatique, cette opération a contribué à valoriser le centre-ville bien au-delà du seul événement. **La notoriété des acheteurs** présents a constitué un véritable relais d'image pour Bruxelles, tandis que leurs publications sur les réseaux sociaux ont permis d'amplifier la visibilité de l'initiative **auprès de centaines de milliers d'abonnés**.



ACTIONS

**PROMOTION DU COMMERCE
DE DESTINATION**



Promotion du commerce de destination

ARTISANS

Lancée en 2023 avec la création d'une identité visuelle dédiée, un compte Instagram spécifique (@ateliers.brussels) et un site valorisant les ateliers d'artisans bruxellois, l'initiative a franchi une nouvelle étape en 2024 avec son intégration sur Localguide.brussels. La plateforme valorise désormais le savoir-faire bruxellois à travers deux volets complémentaires : une **vitrine dédiée** aux commerces reconnus pour leur **expertise** et une section regroupant les **ateliers** proposés par les artisans.

Grâce au partenariat développé avec **Wecandoo**, cette offre bénéficie d'une large diffusion, tandis que les réservations effectuées via Localguide.brussels donnent accès à une commission réduite pour les artisans, ce qui constitue un avantage direct pour eux.

Au vu du succès de cette initiative, le dispositif a été poursuivi et **consolidé en 2025 par l'intégration de flux directs depuis le site de réservation de Wecandoo.**

ARTISANS

En fin d'année Entreprendre Bruxelles a lancé une campagne Print (Libelle et Femmes d'Aujourd'hui) et réseaux sociaux autour du message « **Vis l'artisanat de mille façons pendant les fêtes** », afin de mettre à l'honneur l'excellence de l'artisanat bruxellois.

Cette initiative s'est articulée autour de trois portes d'entrée complémentaires : **Créer**, en participant à des ateliers ; **Visiter**, en découvrant des marchés artisanaux ; et **Acheter** en valorisant le savoir-faire local.

La stratégie s'est articulée autour de plusieurs axes :

- **La mise en avant du savoir-faire local** à travers la promotion d'artisans bruxellois , tels que Laurent Gerbaud, la Brasserie de la Senne ou encore Papabubble, afin d'encourager l'achat local et la découverte de métiers d'excellence.
- **Focus sur les marchés artisanaux** de fin d'année
 - Creators Factory à la Bourse pendant les Plaisirs d'Hiver. Cet événement organisé avec le BME a permis un fort coup de projecteur pour une quinzaine d'artisans le temps d'un weekend en plein coeur des Plaisirs d'Hiver
 - Creators Market à l'Espace Vanderborght – qui met à l'honneur l'artisanat authentique et accueille notamment des événements comme les Brussels Fashion Days – ainsi que le Winter Market au Continental, davantage orienté vers l'upcycling et la consommation responsable.
- Enfin, **la promotion des ateliers Wecandoo** a permis d'encourager le public à vivre une expérience immersive dans l'artisanat, en participant directement à des ateliers et en découvrant les savoir-faire aux côtés des artisans.



ARTISANS

BRUSSELS ARTISAN

TUTO CRÊPES GAVOTTES

By Toga



La promotion du savoir-faire bruxellois s'est également appuyée, tout au long de l'année en privilégiant **la qualité des contenus** plutôt que leur volume.

Sur Instagram, le compte a atteint **4.845 abonnés**, soit une progression de 359 abonnés, et a généré **374.450 vues** sur l'année grâce à 117 contenus publiés, et à une moyenne d'environ 550 personnes touchées par jour.

Sur Facebook, malgré une communauté plus restreinte de 313 abonnés, 72 publications ont totalisé **201.560 vues**.

Les contenus ont majoritairement touché des non-abonnés, à hauteur de 85 à 89 %, ce qui témoigne d'**une réelle capacité à atteindre de nouveaux publics**.

Les formats les plus performants ont été les carrousels **valorisant les artisans et leur savoir-faire, ainsi que les reels immersifs et pédagogiques (tutoriels, coulisses, formats ASMR)**.

Cette stratégie, fondée sur des contenus moins nombreux mais plus ciblés, a permis de renforcer la visibilité des artisans bruxellois tout en mettant en avant l'humain, les gestes et les métiers.

EMILE.BRUSSELS

Pour la troisième année consécutive, Entreprendre Bruxelles a invité les Bruxellois à redécouvrir la Ville et ses restaurants à travers **les parcours Emile.brussels**.

En 2025, **1.641 personnes** ont participé à ces parcours, qui se sont étalés sur 4 mois (de juin à septembre) ; principalement des Bruxellois (Ixelles, Woluwé, Schaerbeek et Uccle en tête), et près de **400 Brabrants wallons**.

Au total, **19 partenaires / restaurants** ont été intégrés à l'initiative. Celle-ci a généré **4.869 portions servies**, représentant autant de **retombées économiques directes** pour les établissements participants. Le taux de satisfaction a atteint **95 %**, ce qui confirme l'intérêt du public pour ce format. Les restaurateurs soulignent également les effets concrets de l'opération, tant en matière de visibilité que de fréquentation, avec une clientèle qui revient ensuite découvrir leur établissement en dehors du parcours.

En parallèle, le compte Instagram d'Emile a gagné **2.000 abonnés supplémentaires**, renforçant progressivement la stabilité et la notoriété de la marque.





Promotion du commerce de destination

EVENTS FOOD

En 2025, Entreprendre Bruxelles a soutenu deux événements mettant en valeur **la gastronomie bruxelloise** :

- **Gastronomades** : des parcours en présence de guides pour découvrir des adresses gastronomiques portées sur la transition. Des ingrédients soigneusement sélectionnés, des circuits courts, du bio, etc. Les participants pouvaient également rencontrer les chefs et discuter avec eux. Ce projet a été soutenu par Entreprendre via une communication sur les réseaux sociaux : influence et organique, donnant une visibilité sur le projet mais aussi sur la qualité et l'innovation des restaurateurs.
- **StrEat Fest** : L'ASBL a également soutenu ce festival consacré à une street-food de qualité à la Gare Maritime. Là aussi, l'accent a été mis sur la valorisation des chefs présents sur le territoire de la Ville de Bruxelles, notamment à travers les réseaux sociaux (influence et contenu organique) et les supports distribués sur place.



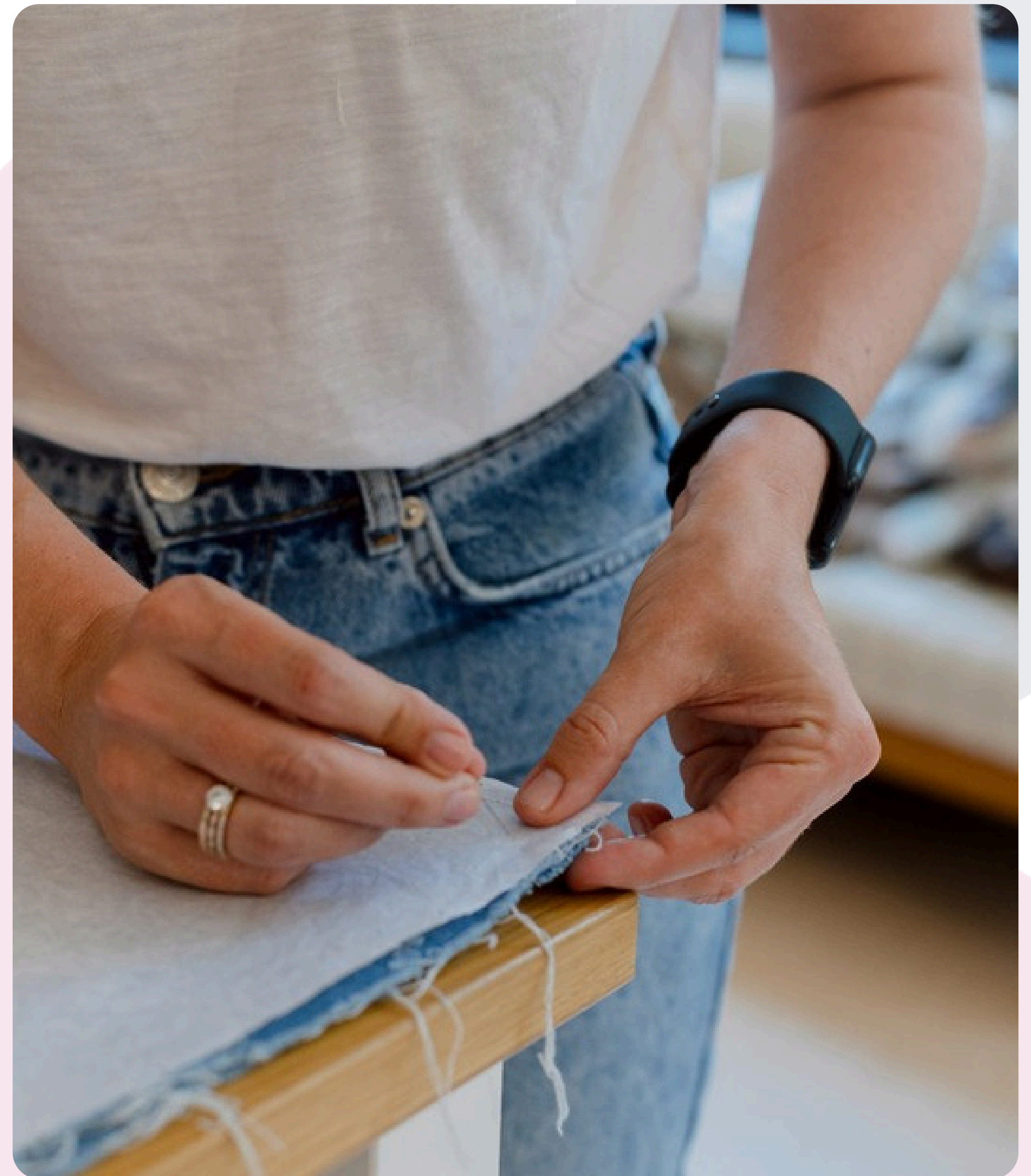
SECONDE MAIN

Dans le but de faire découvrir les commerces de seconde main tout en répondant à l'intérêt croissant du public pour des expériences participatives, Entreprendre Bruxelles a organisé **la première édition de l'Upcycling Tour**.

Cette journée d'ateliers s'est déployée dans **10 magasins de seconde main** et proposait au public de transformer, réparer ou réinventer vêtements, tissus et contenants à travers différentes pratiques d'upcycling.

Au total, **11 ateliers** ont été organisés et l'initiative a enregistré **200 inscriptions** ! L'événement a rencontré un accueil très positif, tant du côté des commerçants que des participants.

Au-delà de l'expérience proposée, l'opération a permis de faire découvrir ces enseignes, de créer du passage en magasin et de **susciter des achats**. Ce premier succès confirme la pertinence de formats mêlant sensibilisation, créativité et soutien concret aux commerces engagés dans l'économie circulaire.



BRUSSELS JAZZ WEEKEND

À l'occasion du **Brussels Jazz Weekend**, l'opération Shop on Jazz a invité le public à découvrir la ville autrement, en associant expérience shopping et ambiance jazzy.

Dans ce cadre, le festival a mis en avant **localguide.brussels** à travers une section dédiée "**Where to shop**" sur son site officiel. Un article spécifique, relayé également dans la newsletter du Brussels Jazz Weekend, a permis de rediriger les lecteurs vers la plateforme et de toucher un public déjà en quête de découvertes urbaines.

En parallèle, **10 commerçants se sont mobilisés** en relayant le festival à travers des capsules vidéo au format reels, diffusées en cross-posting sur les comptes Instagram du Brussels Jazz Weekend et de localguide.brussels, renforçant ainsi la visibilité de l'opération.

Afin de prolonger l'expérience, **une playlist Spotify officielle** a été mise à disposition de l'ensemble des commerçants, contribuant à créer une ambiance musicale cohérente et immersive en point de vente.

Enfin, la visibilité de l'action a également été amplifiée par **un affichage grand format** sur les totems des scènes acoustiques du festival.

L'initiative a rencontré un accueil très positif, tant auprès des commerçants que du public, et confirme la pertinence de créer des synergies entre événements culturels et dynamisation commerciale locale.



SHOP ON JAZZ

23 - 24 AND 25 MAY 🔍

FIFTY LAB

Entreprendre Bruxelles collabore avec l'équipe du Fifty Lab depuis près de 5 ans. Au vu de l'engouement général et du succès que la campagne a chaque année, l'ASBL a à nouveau proposé **une série de 4 vidéos sur localguide.brussels** dans lesquelles elle invite les artistes du Fifty Lab à partager leurs lieux préférés à Bruxelles.

Entièrement organique, sans recours au paid media, cette campagne a généré **47.900 impressions** et touché **27.300 personnes**. Un résultat particulièrement solide.

Les performances cumulées confirment l'attractivité du format, avec **968 likes, 50 commentaires, 87 enregistrements, 184 partages et 31 republications** sur l'ensemble des vidéos. Un contenu perçu comme pertinent, inspirant et utile pour la communauté.

La croissance organique a également été positive puisque les publications ont permis de générer 22 nouveaux abonnés, confirmant l'intérêt des utilisateurs pour des recommandations culturelles et lifestyle autour du Fifty Lab et de Bruxelles.

Fifty Lab Music Festival





Promotion du commerce de destination

MODE & DESIGN

En 2025, Entreprendre Bruxelles a renforcé **son soutien aux initiatives mode et design** afin d'accroître la visibilité de la création bruxelloise et son ancrage dans le commerce local, via des campagnes média ciblées et des actions digitales performantes.

La deuxième édition du **MAD Parcours** (12-15 novembre) a confirmé son succès. Entreprendre Bruxelles a activement collaboré à son organisation et à son déploiement dans le tissu commercial. Une exposition design dans des vitrines vides, réalisée avec JF Declerck, est venue amplifier sa visibilité et animer l'espace urbain.

Slowroom Brussels (2e édition) et les **Brussels Fashion Sales** 2025 ont été soutenus via des campagnes d'influence et du contenu organique, renforçant leur attractivité et leur portée.

Entreprendre Bruxelles a également accompagné le **Sablon Design Market** et collaboré avec le **Brussels Vintage Market** via des actions d'influence, notamment par la mise en relation avec des créateurs de contenu.

En parallèle, un partenariat a été développé avec **COSH** afin de référencer et promouvoir auprès du public flamand les stylistes bruxellois engagés dans une mode éthique.

Ces actions ont permis de tisser des relations et des partenariats de qualité avec l'ensemble des acteurs de la mode et du design, positionnant Entreprendre Bruxelles **comme un partenaire de référence dans cet écosystème.**

Promotion du commerce de destination

LABELS DU COMMERCE

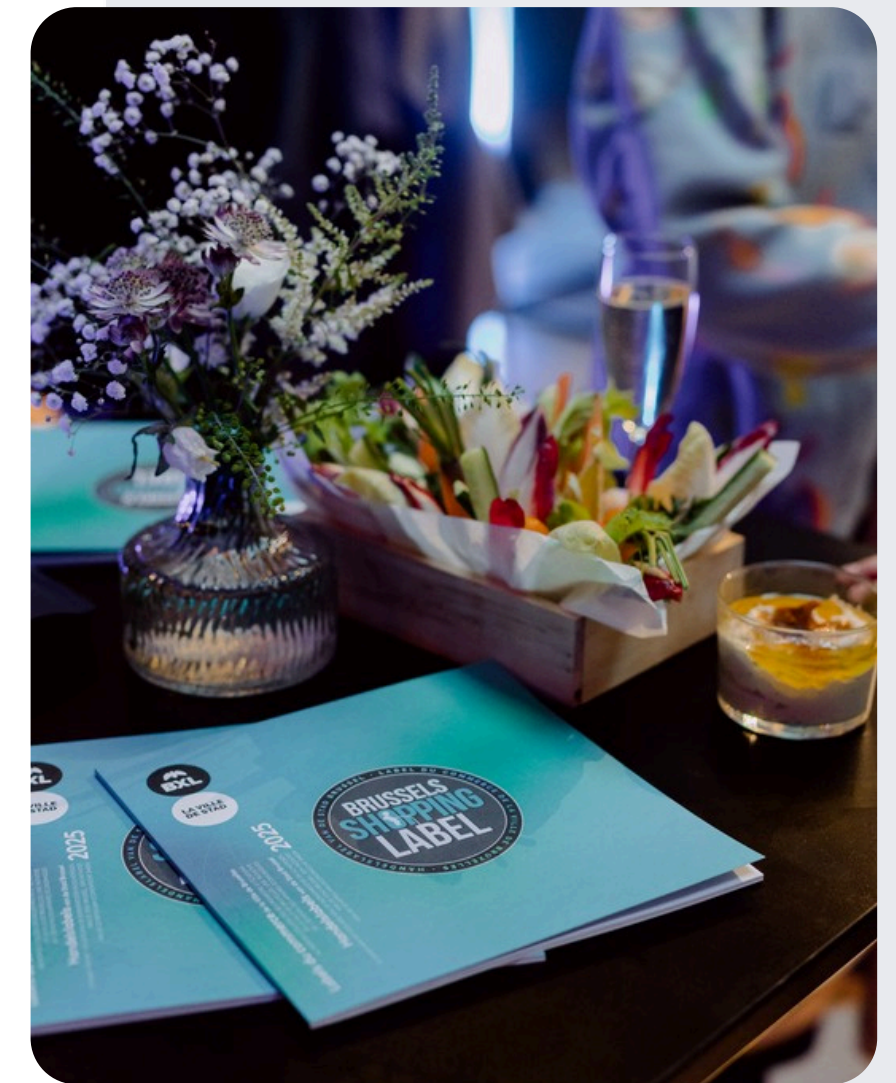
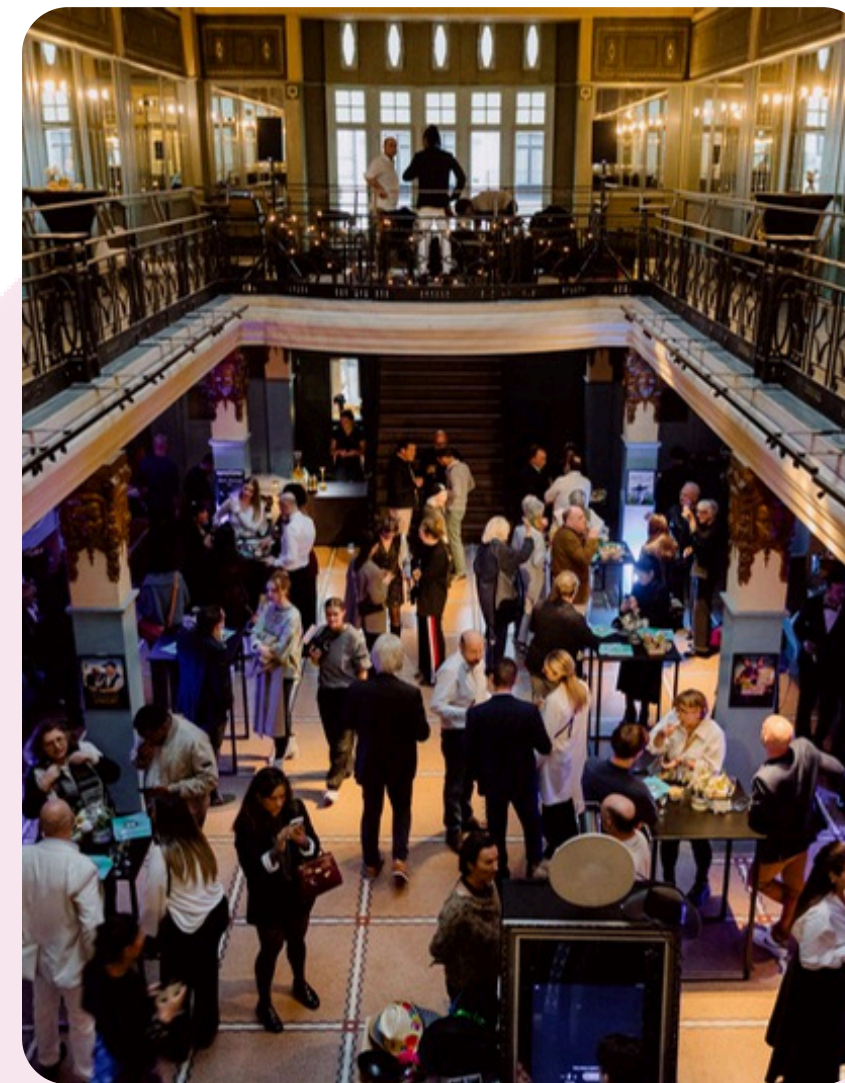
En 2025, **la Ville a labellisé 22 de ses commerces** afin de mettre en avant leur dynamisme, la qualité de leurs produits ou de leurs services. **Des commerces qui font rayonner la Ville**, participent activement à son dynamisme et attirent des visiteurs.

Quatre catégories ont structuré cette mise en valeur :

- Commerces historiques
- Commerces de proximité
- Commerces tendance
- Commerces écoresponsables

Les lauréats ont été célébrés en octobre lors d'un événement organisé au cinéma Palace. À cette occasion, **un film de présentation** a été diffusé pour mettre en lumière ces adresses qui font vivre les quartiers. Le film a ensuite été relayé sur notre chaîne Youtube, avec **plus de 2 millions de vue**, et **dans plusieurs salles de cinéma bruxelloises et de la périphérie**, notamment UGC et Kinepolis, pendant plus d'un mois en fin d'année.

Des influenceurs et plusieurs médias, parmi lesquels Vivacité, Vlan, Sudinfo, Brusseleir et So Soir, ont également relayé l'initiative. Cette action s'inscrit dans une stratégie plus large de valorisation durable des commerces de qualité présents sur le territoire.



MARQUE LOCALGUIDE

En 2025, Entreprendre Bruxelles a poursuivi le développement de **la marque Localguide.brussels** sur l'ensemble de ses réseaux afin d'en faire **une référence** en matière de promotion du commerce local à Bruxelles.

Sur Instagram, la communauté a franchi **le cap des 32.000 abonnés** (principalement bruxellois). Les contenus de la marque ont été vus par **plus de 2.600 personnes** par jour en moyenne, pour **près de 2.000.000 de vues** sur l'année, hors campagnes payantes. Les publications ont également généré **près de 3.000 enregistrements**, signe d'un usage concret de la plateforme pour repérer commerces et bons plans.

Sur TikTok, le développement s'est poursuivi avec **plus de 1.000 nouveaux abonnés et 594.000 vues**. Le format de ce média permet des contenus plus spontanés, notamment des mises en avant de commerces pendant leurs inaugurations.

Enfin, deux nouvelles vidéos publiées sur YouTube ont totalisé **225.000 vues**. Cette présence multicanale permet à Localguide.brussels de toucher des publics variés et d'élargir la visibilité du commerce local bien au-delà de ses seuls abonnés.



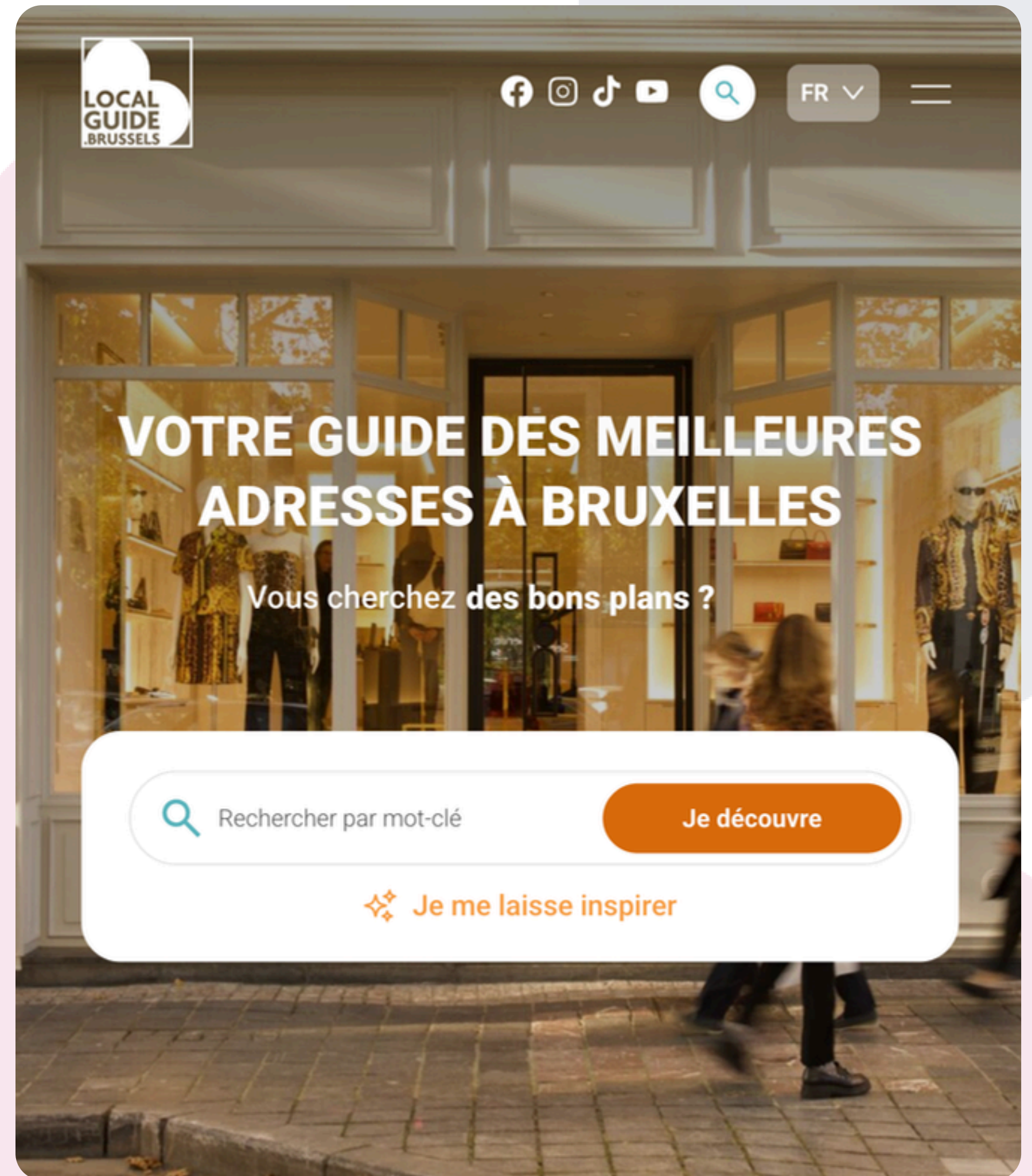
SITE LOCALGUIDE

En 2025, le travail mené sur le site Localguide.brussels a porté en priorité sur **l'actualisation et l'enrichissement de ses contenus**. Cela a consisté à mettre à jour la liste des commerces, en intégrant les nouvelles adresses, en adaptant les fiches existantes et en retirant les commerces fermés, mais aussi à alimenter régulièrement le blog et les sélections thématiques comme les tops 10.

En parallèle, Entreprendre Bruxelles a poursuivi sa collaboration avec son partenaire développeur afin de **faire évoluer** certaines fonctionnalités et de **mieux répondre** aux besoins des utilisateurs.

Le référencement naturel est naturellement resté une priorité à travers une veille sur les tendances de recherche et les mots-clés les plus pertinents.

Globalement, le site enregistre environ **10.000 utilisateurs actifs** par mois, ce qui confirme sa place comme outil de découverte et d'orientation dans l'offre commerciale bruxelloise.



ACTIONS

**COMMUNICATION
GÉNÉRALE**

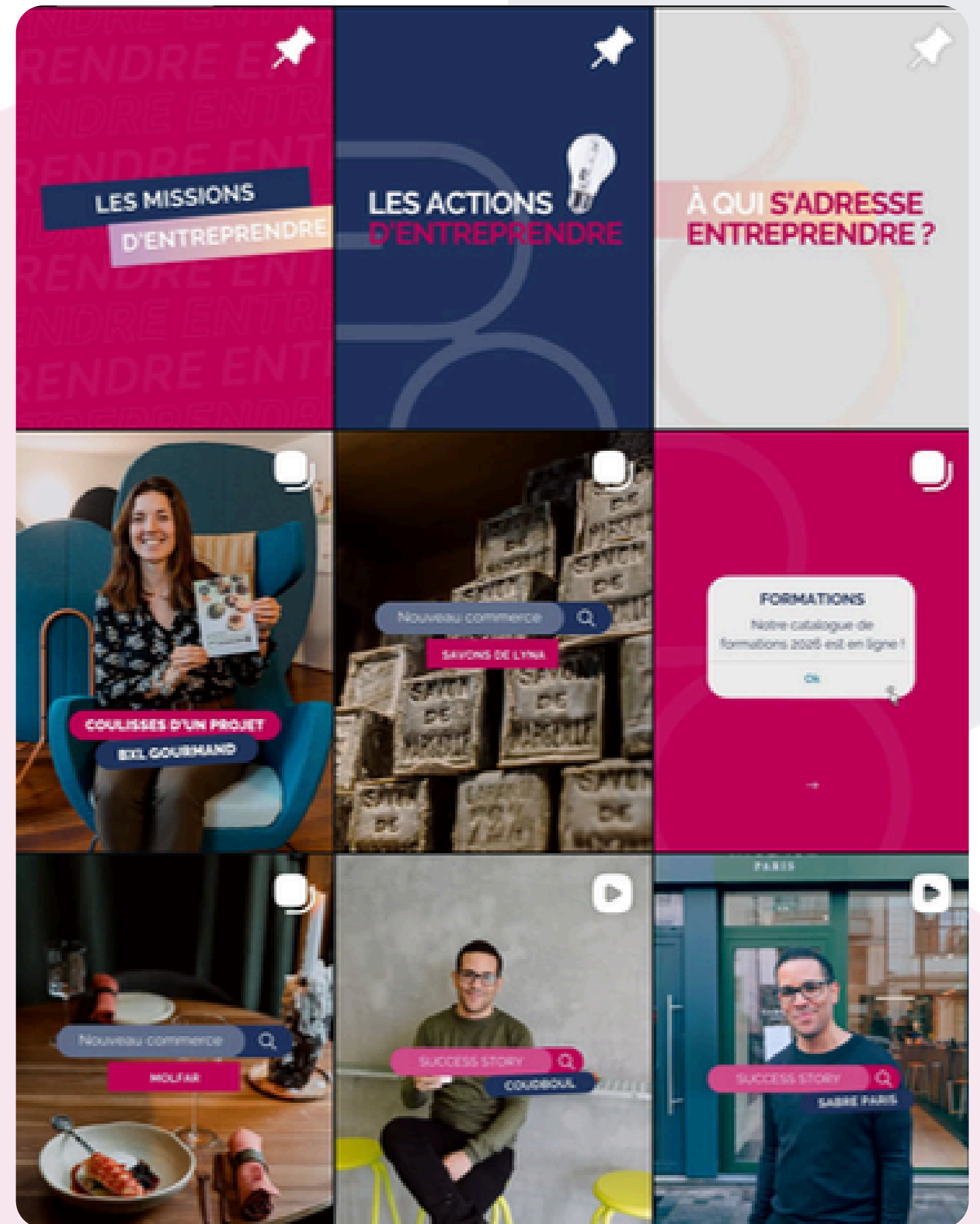
MARQUE ENTREPRENDRE BXL

En 2025, Entreprendre Bruxelles a poursuivi le développement de sa marque afin de mieux faire connaître ses actions et ses services auprès des commerçants, porteurs de projet et acteurs économiques de la Ville. Le compte Instagram a gagné **près de 1.000 abonnés** sur l'année et rassemble désormais **3.500 abonnés**. Chaque jour, **près de 400 personnes** voient un contenu publié par l'ASBL.

Cette présence sur les réseaux permet de **valoriser les services proposés**, mais aussi de mettre en lumière les commerçants accompagnés à travers des formats variés : success stories, coulisses de projets, portraits de nouveaux commerces ou mises en avant d'initiatives locales. Autant de posts qui participent à montrer le dynamisme commercial de Bruxelles.

Les contenus sont également relayés sur Facebook et LinkedIn, tandis que deux vidéos au format long ont été produites et diffusées sur YouTube ainsi que sur le site internet.

Ce travail contribue à **renforcer la visibilité** d'Entreprendre Bruxelles auprès de ses publics cibles et à élargir l'accès à ses dispositifs d'accompagnement.



Quoi de neuf pour les commerces bruxellois ?

AU PROGRAMME :

- 1 Appels à intérêt: participez à nos prochaines actions de promotion !
- 2 Urbanisme et environnement: attention tout n'est pas permis
- 3 Vous connaissez le comité d'avis ?
- 4 Tout savoir sur le label éco-dynamique
- 5 Vous avez peut-être manqué nos derniers posts ?

👉 APPELS À INTÉRÊT & ACTIONS DU MOIS

LOCAL FRIDAY

Le Local Friday revient pour sa 4^e édition ! Cette année encore, Entreprendre lance une campagne 360° pour donner de la visibilité aux commerçants locaux de Bruxelles.

💡 L'objectif ? Mettre en avant les commerces indépendants pendant cette période chargée où les clients sont sursollicités (Black Friday, veille des fêtes, etc.). Intéressé de participer à l'action ? Contactez-nous ci-dessous

CONTACTEZ-NOUS



**FORMATIONS RÉSEAUX SOCIAUX &
VIDÉO**

PARTICIPEZ AUX MARCHÉS DES CRÉATEURS

Nous invitons les artisans à mettre en avant leur savoir-faire auprès du grand public lors de 2 événements labellisés **Creators Factory**.

- 📍 **La Bourse** – 2e week-end de décembre (participation gratuite)
- 📍 **Espace Vanderborght** – dernier week-end de novembre & deux premiers week-ends de décembre (participation payante)

ÇA M'INTÉRESSE



ACTION SECONDE MAIN
Participez à notre **action dédiée**

NEWSLETTER

En 2025, Entreprendre Bruxelles a envoyé **40 newsletters** réparties entre plusieurs publics et objectifs :

- 11 newsletters BtoB mensuelles à destination des commerçants bruxellois
- 11 appels à intérêts, invitations et envois spécifiques à ce même public
- 10 newsletters BtoC à destination de la communauté Localguide
- 8 newsletters "*Projet recherche emplacement*" destinées aux propriétaires de locaux commerciaux

Les audiences ont continué à se structurer avec :

- 1.953 abonnés à la newsletter BtoB Entreprendre
- 470 abonnés à la newsletter BtoC Localguide
- 136 abonnés à la newsletter "*Projet recherche emplacement*"

Les taux d'ouverture confirment l'intérêt de ce canal avec une moyenne de **40 à 42 %** pour les newsletters et appels à intérêts BtoB et BtoC, et de **50 à 60 %** pour les envois liés aux recherches d'emplacement.

Ces résultats montrent que la newsletter reste un outil particulièrement efficace pour diffuser des informations utiles, mobiliser les publics ciblés et soutenir la mise en relation autour des dynamiques commerciales du territoire.

SITE INTERNET BTOB

Le site internet d'Entreprendre Bruxelles constitue **une porte d'entrée essentielle** pour les entrepreneurs et commerçants qui souhaitent développer un projet commercial sur le territoire de la Ville.

En 2025, les statistiques de fréquentation ont confirmé son rôle de vitrine digitale et d'outil d'orientation vers les services de l'ASBL.

L'analyse des usages montre que les visiteurs consultent le site de manière transversale et naviguent d'une page à l'autre, ce qui témoigne d'un intérêt réparti sur l'ensemble des contenus proposés.

Le site enregistre en moyenne **entre 700 et 1.000 utilisateurs actifs par mois**. Cette fréquentation régulière confirme l'utilité d'un support clair, accessible et structuré pour mieux faire connaître l'offre d'accompagnement d'Entreprendre Bruxelles et faciliter l'accès à l'information pour les porteurs de projet comme pour les commerçants en activité.

PROMOTION

NOS ACTIONS EN COURS

NE RATEZ RIEN DES INITIATIVES D'ENTREPRENDRE BRUXELLES ET DÉCOUVREZ NOS ACTIONS EN COURS :



4 NOUVELLES ASSOCIATIONS DE COMMERÇANTS

Depuis quelques mois, quatre nouvelles associations de commerçants ont vu le jour dans 4 quartiers bruxellois : Piétonnier, Louise, Dansaert et le Kanal District. Les commerçants ont envie de se rassembler, de faire avancer les choses ensemble et de s'investir pour...

[LIRE PLUS](#)



LE CLUB DES COMMERÇANTS

DES AVANTAGES EXCLUSIFS ENTRE COMMERÇANTS: REJOIGNEZ LE MOUVEMENT Suite aux échanges avec plusieurs commerçants, une idée collaborative a émergé : créer un "panier commun" dédié entre professionnels. Le principe est simple : chaque commerçant qui le souhaite peut...

[LIRE PLUS](#)



SHOOTING DES RUES COMMERÇANTES

En 2025, Entreprendre Bruxelles a poursuivi sa collaboration avec une photographe pour réaliser des shootings dans les différents quartiers commerçants de la Ville. L'objectif est de capter, au fil des saisons, **l'atmosphère, la diversité et l'identité** propre à chaque quartier.

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

PROSPECTION ET
DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL



Prospection et développement commercial

COMITÉ D'AVIS : UN OUTIL ESSENTIEL

Le comité d'avis constitue un outil essentiel au service de la dynamique économique et de la mixité commerciale à Bruxelles. Entreprendre Bruxelles y est **partie prenante** et contribue activement à cet organe consultatif rassemblant les échevins et administration concernée par les affaires économiques, chargé de rendre des avis sur l'implantation de projets commerciaux au sein de quartiers déterminés.

En 2025, le comité d'avis a examiné **plus de 100 dossiers**. Ce travail a permis l'émergence et l'installation **de nombreux projets commerciaux de qualité**, renforçant l'attractivité et la vitalité du tissu économique bruxellois.

Parmi les réalisations notables, on peut citer l'ouverture du **Pigeon Bar**, rue des Pigeons, ou encore **IYAGI**, implanté rue du Midi 57, qui participent pleinement au dynamisme commercial de leur quartier.

Prospection et développement commercial

FACILITER, GUIDER, CONCRÉTISER : LE RÔLE D'ENTREPRENDRE BRUXELLES

Au quotidien, sur le terrain, au téléphone ou par courriel, l'équipe d'Entreprendre Bruxelles est **à l'écoute des commerçants et porteurs de projet** de la Ville. Leur objectif : comprendre la réalité de chaque projet, cerner les ambitions de chacun et proposer des conseils concrets et adaptés.

Les demandes qu'ils reçoivent sont très variées : recherche de locaux, avis sur un aménagement, soutien administratif, orientation vers des partenaires, mise en réseau ou conseils stratégiques pour lancer une activité. **Chaque demande est étudiée avec soin** afin d'identifier les réponses les plus pertinentes et les services les mieux placés pour intervenir.

Une fois cette première étape accomplie, l'équipe **assure un accompagnement sur mesure** : orientation, mise en relation avec les bons interlocuteurs et suivi régulier, souvent sur plusieurs mois. Leur rôle est d'agir comme facilitateurs, médiateurs et accélérateurs de projet.

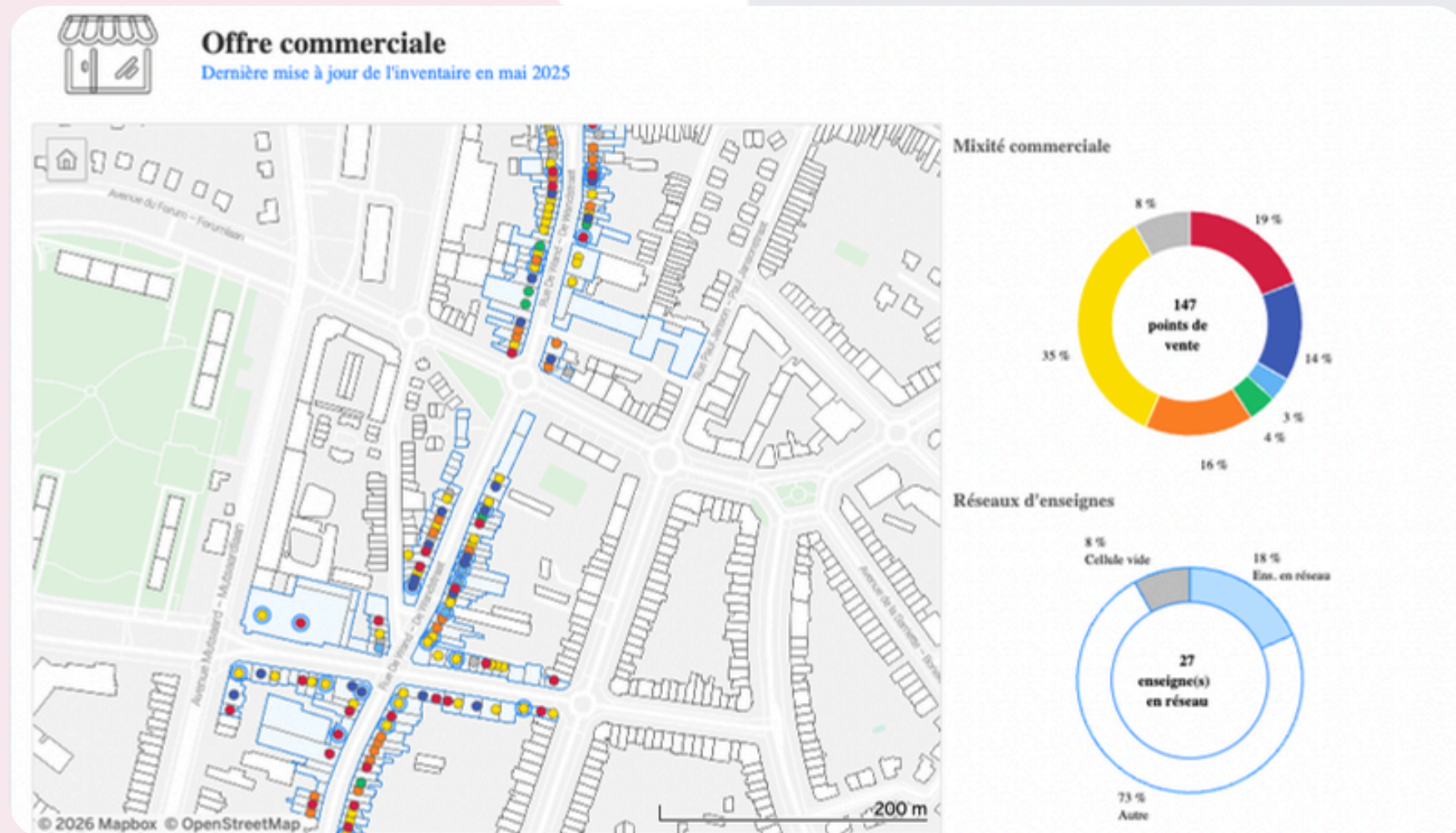
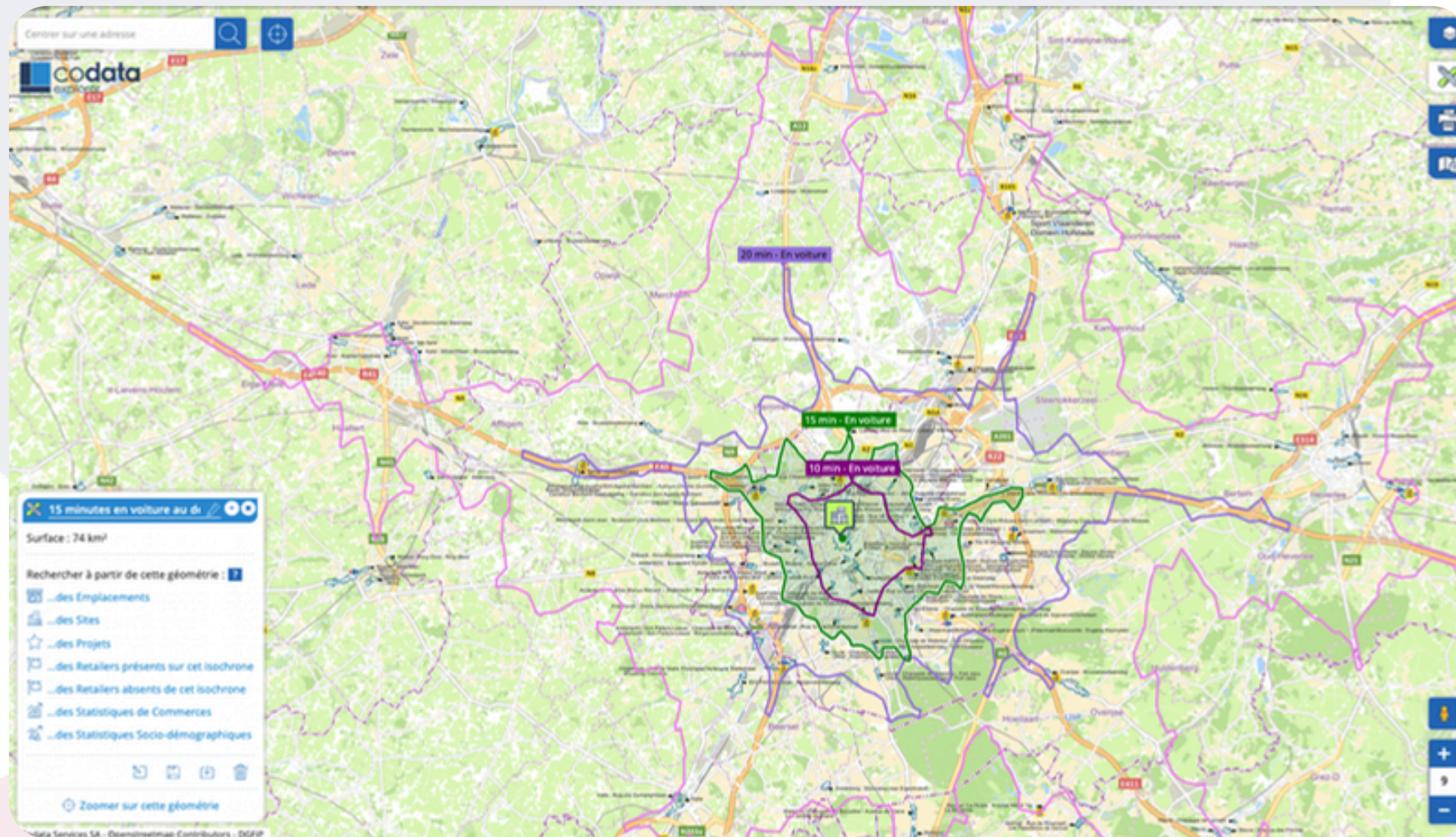
Cette approche de proximité est un pilier central d'Entreprendre Bruxelles. Chaque année, **plus de 300 commerçants ou porteurs de projet** bénéficient ainsi de cet accompagnement personnalisé, incarnant une démarche humaine, engagée et pragmatique au service du commerce local.



Prospection et développement commercial

LA DATA AU SERVICE DES COMMERCANTS

Entreprendre Bruxelles **collecte et analyse des données** pour mieux comprendre le commerce sur le territoire. Ces analyses servent à plusieurs usages : définir et évaluer des politiques publiques, mais aussi conseiller les commerçants sur leurs projets et leurs implantations. Pour ce faire, l'équipe utilise à la fois des outils open source et des plateformes spécialisées comme **Codata**, et collabore étroitement avec des partenaires régionaux tels que **hub.brussels** et **Perspective**. Cette approche permet de combiner expertise locale et ressources techniques avancées pour offrir des recommandations fiables et adaptées à chaque situation.



Prospection et développement commercial

UNE PRÉSENCE QUOTIDIENNE SUR LE TERRAIN

Chaque jour, l'équipe arpente les rues de la Ville de Bruxelles pour **échanger directement avec les commerçants** et rester au plus près de la réalité du terrain. Ils observent les nouvelles ouvertures, **repèrent les locaux vacants** ou récemment disponibles, et analysent les opportunités pour les mettre en relation avec les porteurs de projet les plus adaptés. Cette présence quotidienne permet de **capter les dynamiques du commerce local** et d'agir rapidement pour soutenir le développement des activités sur le territoire.





Prospection et développement commercial

CONSULTANCE STRATÉGIQUE EN DÉVELOPPEMENT COMMERCIALE & TERRITORIALE

Pour compléter les connaissances et les compétences de l'équipe d'accompagnement, Entreprendre Bruxelles a fait appel au bureau d'études UPcity, afin d'analyser en profondeur certains quartiers commerçants. L'objectif était double : **tester la pertinence** de la boîte à outils existante et **identifier les leviers les plus efficaces** pour dynamiser les quartiers ciblés.

Après un premier accompagnement réussi en 2024-2025 sur les Marolles, Marie-Christine et Vekemans, UPcity a poursuivi ses missions en 2025 en se concentrant sur le Sablon, le quartier Dansaert et le Piétonnier. **Chaque quartier a fait l'objet d'une analyse détaillée**, combinant observations sur le terrain, données chiffrées et cartographies, pour proposer des recommandations concrètes et directement exploitables.

Ces analyses ont ensuite été traduites en **plans d'action pluriannuels** pour le développement des quartiers commerçants. Ces plans intègrent **des actions dans différents domaines** : animations, attractivité commerciale, développement urbain, mobilité, et aménagements spécifiques. L'ensemble de ces éléments vise un objectif clair : **créer des quartiers attractifs, dynamiques et accueillants**, où commerçants, habitants et visiteurs bénéficient d'un environnement vivant et harmonieux.

UN RÉSEAU QUI GRANDIT

Le développement commercial passe par **un réseau solide et diversifié**. L'équipe multiplie les rencontres et les échanges avec les acteurs publics et privés du secteur du retail, afin de faciliter le partage d'informations et de garantir une compréhension mutuelle des enjeux.

Partenaires publics

- Administrations de la Ville (urbanisme et commerce)
- Hub.brussels
- GEL Dansaert
- Les Tanneurs
- Village partenaire
- Job Yourself

Partenaires privés

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

Grâce à ce maillage étendu, l'équipe peut non seulement **identifier rapidement les opportunités** pour les commerçants et porteurs de projet, mais aussi mettre en relation les bonnes personnes et anticiper les besoins du marché. Leur rôle est celui de **facilitateurs**, connectant le terrain aux ressources et expertises disponibles pour renforcer la dynamique commerciale de la Ville.

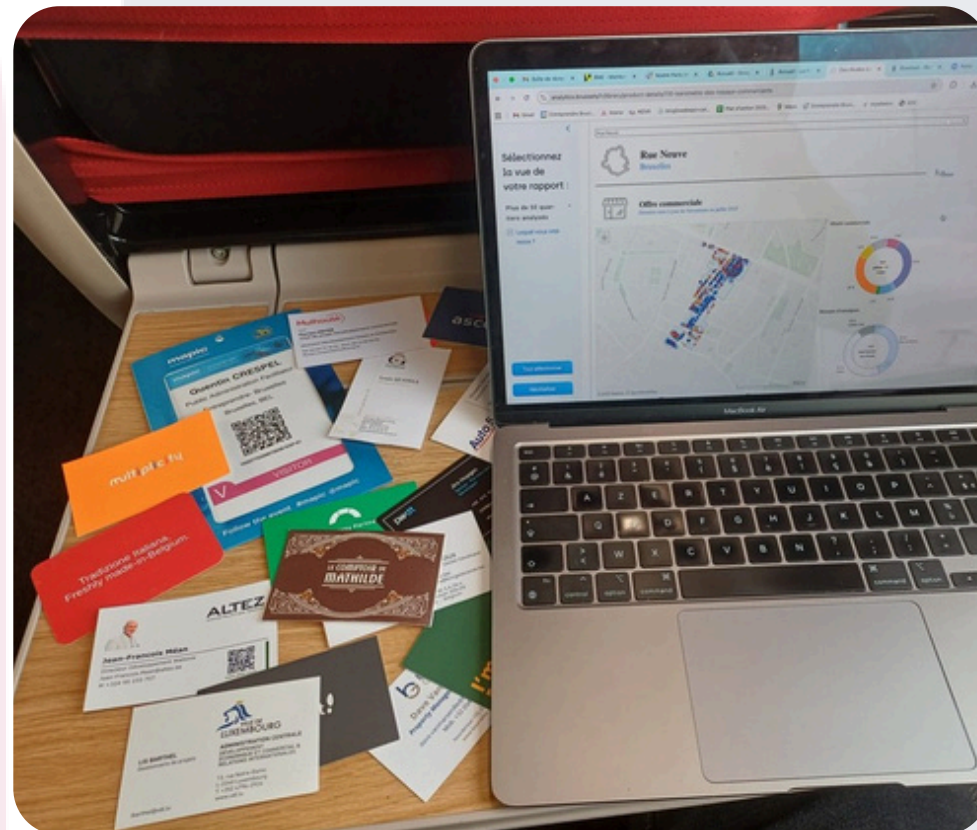


MAPIC

Entreprendre Bruxelles était au **MAPIC**, le salon incontournable qui réunit chaque année les acteurs clés du retail et de l'immobilier commercial pour observer les tendances, découvrir de nouveaux modèles et rencontrer des enseignes.

En tant que pouvoir public, ces échanges **renforcent le dialogue entre acteurs privés et publics et permettent de mieux comprendre les enjeux de nos quartiers commerciaux**. Cette année, UP-city / GeoConsulting a accompagné notre équipe, facilitant les rencontres et rendant le networking encore plus efficace.

Décideurs, promoteurs, enseignes, les rendez-vous ont été nombreux, pertinents et prometteurs, offrant de belles opportunités pour dynamiser nos quartiers.

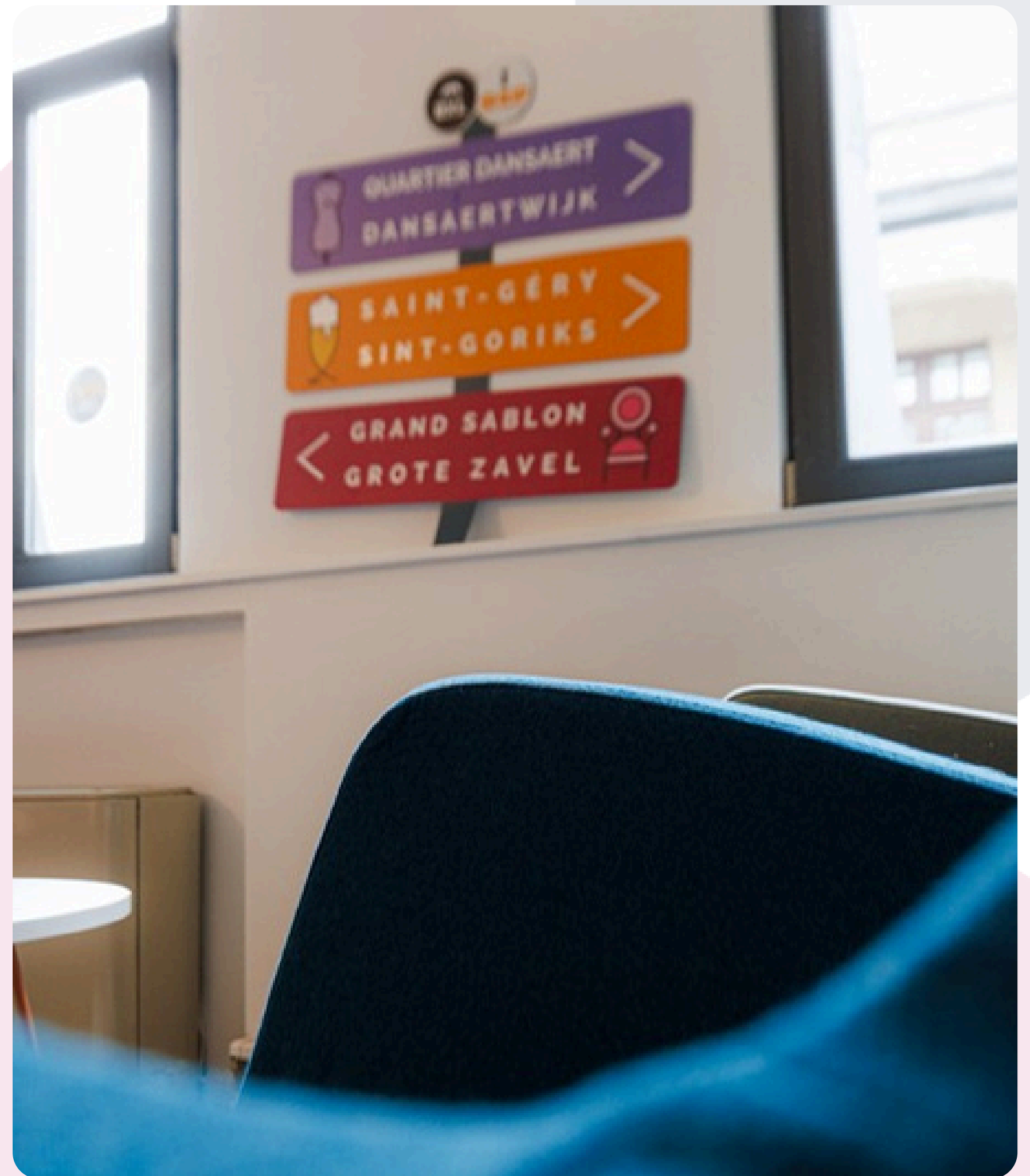


Prospection et développement commercial

COLLABORATION RENFORCEE AVEC HUB.BRUSSELS & GEL DANSAERT

En 2025, Entreprendre Bruxelles a développé une collaboration renforcée avec le **GEL Dansaert** et **hub.brussels**. Des rencontres mensuelles ont été mises en place afin d'assurer un meilleur suivi des commerçants et des porteurs de projets actifs dans le quartier.

Ces échanges permettent **de partager** les situations rencontrées sur le terrain et **d'orienter** plus efficacement les entrepreneurs vers les ressources les plus adaptées. Cette dynamique met en évidence **la complémentarité de nos accompagnements** : plan financier, business plan, accès aux primes régionales ou encore réflexion stratégique autour du projet.



COLLABORATION RÉGIE FONCIÈRE & CPAS

Une collaboration étroite sur **une quinzaine de dossiers** entre Entreprendre Bruxelles, la Régie foncière et le CPAS s'est poursuivie et renforcée au cours de la période concernée. Cette collaboration s'inscrit pleinement dans les objectifs de **l'accord de majorité** et du **schéma de développement**, visant à mobiliser les leviers fonciers de la Ville de Bruxelles afin de mieux maîtriser **la mixité commerciale** et de contribuer activement au **développement économique local**.

Grâce à ce travail concerté, **plusieurs projets commerciaux de qualité** ont pu s'implanter dans les cellules commerciales appartenant à la Régie foncière et au CPAS. Ces installations témoignent de l'impact positif d'une sélection attentive des projets, tant en termes de dynamisme économique que d'attractivité urbaine.

Parmi les exemples récents d'implantations accompagnées dans les cellules de la Régie foncière et du CPAS, on peut citer :

- Bouche Coffee, place Saint-Géry ;
- Coupdeboul, place du Jeu de Balle ;
- Une pizzeria rue Gètry, relocalisée suite au chantier Toots Thielemans ;
- un bar à jus rue Antoine Dansaert.



SUCCESS STORY



COUDBOUL



ACTIONS

**REVITALISATION
COMMERCIALE**

Revitalisation commerciale

STICKERS : UN MOYEN D'ATTRACTIVITÉ

Entreprendre Bruxelles met à disposition des propriétaires publics et privés **des stickers de vitrine** signalant soit la recherche d'un locataire potentiel, soit l'arrivée imminente d'un nouveau commerce.

Ce dispositif permet d'habiller temporairement les cellules commerciales vacantes, afin **d'améliorer leur visibilité** et de rendre ces espaces **plus attractifs** pour les porteurs de projet et les passants.

En 2025, **10 cellules commerciales**, appartenant à des propriétaires publics et privés, ont bénéficié de ce dispositif d'habillage par stickers.

Plusieurs collaborations dans le cadre de cette initiative ont contribué **à la remise en activité de certaines cellules commerciales** et, dans certains cas, ont abouti à l'ouverture de nouveaux commerces.

Parmi ces exemples, on peut notamment citer :

- La reprise du commerce "Jour de Fête", situé boulevard Anspach 177.
- La reprise de l'ancienne cellule DI, rue Marie-Christine (cellule appartenant au CPAS).



FRESQUE CANAL DISTRICT

Entreprendre Bruxelles a accompagné la réalisation d'une **œuvre signalétique murale** au Quai des Péniches afin **d'améliorer la visibilité et l'accessibilité** du Kanal District, un quartier commerçant en développement encore peu lisible depuis les grands axes voisins. Implantée à un endroit stratégique, cette fresque permet de **mieux orienter** les visiteurs et de rendre l'accès au quartier plus clair et plus intuitif.

L'intervention associe le nom « Kanal District », une flèche directionnelle et plusieurs éléments graphiques liés à l'identité du lieu, comme le canal, les péniches, la grue, le musée et la tour Upsight. En donnant immédiatement **des repères visuels** et en évoquant **les fonctions du quartier** à travers le message « **Art. Food. Life.** », cette réalisation remplit à la fois un rôle pratique d'orientation et un rôle de valorisation de l'image du site.

Réalisée fin 2025 par des artistes bruxellois, avec l'accord de la Ville de Bruxelles, cette intervention illustre **le rôle d'Entreprendre Bruxelles comme facilitateur** entre commerçants, acteurs locaux et pouvoirs publics, au service de l'attractivité et de l'identité des quartiers commerçants.





ACTIONS

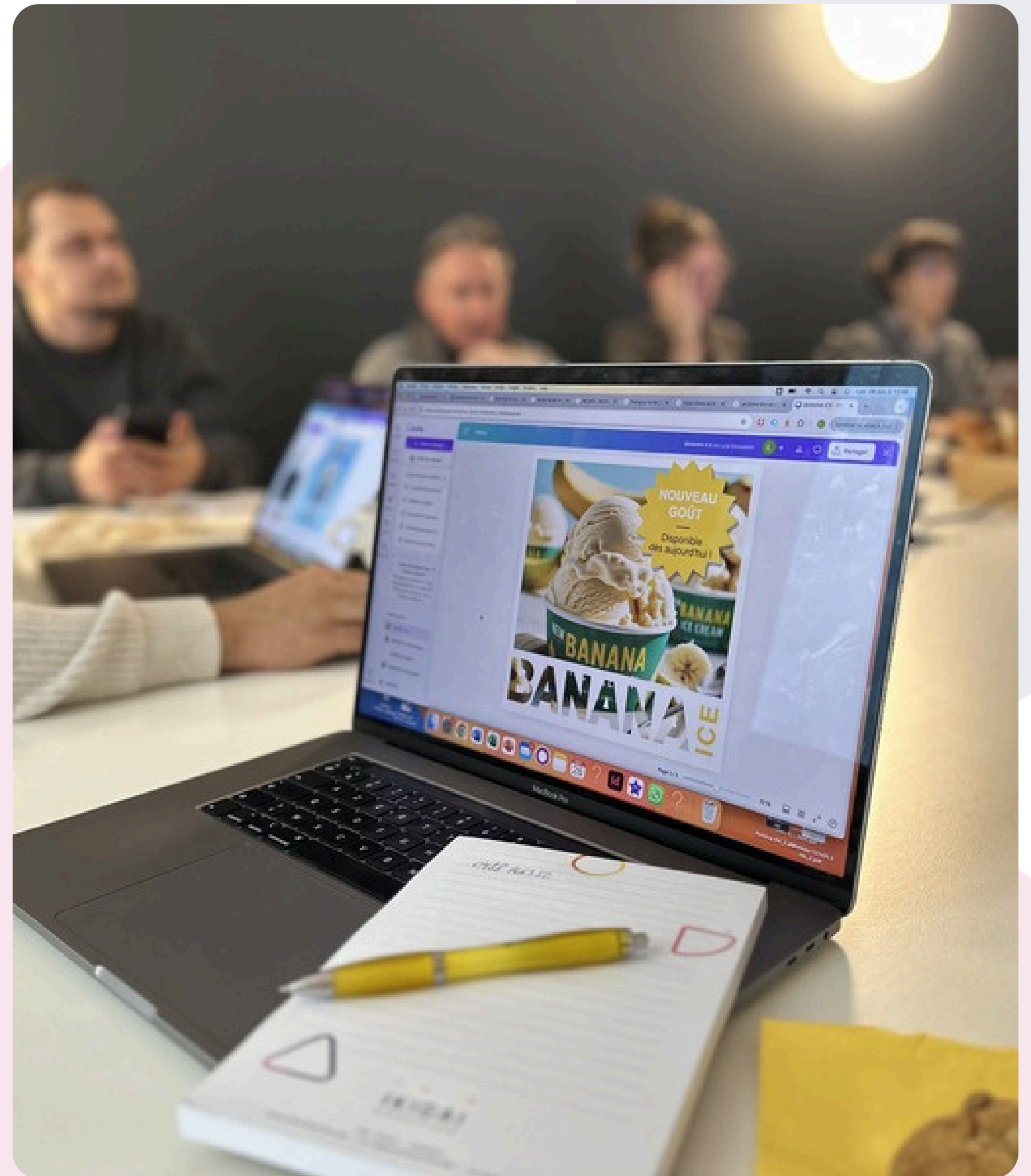
**FORMATION &
ACCOMPAGNEMENTS**

FORMATIONS

En 2025, Entreprendre Bruxelles proposé **11 journées de formation** à destination des commerçants autour de thématiques directement liées à leurs besoins quotidiens :

- Gestion des réseaux sociaux
- Aménagement intérieur d'un commerce
- Décoration de vitrines en fonction des moments de l'année
- Création de vidéos

Au total, **85 participations** ont été enregistrées. Ce programme a permis d'apporter des outils concrets à des commerçants désireux de renforcer leur visibilité, d'améliorer leur point de vente ou de développer leurs compétences en communication. L'intérêt suscité par ces formations confirme **la pertinence d'un accompagnement** qui combine conseils stratégiques et montée en compétences opérationnelles. Face aux nombreuses demandes exprimées, Entreprendre Bruxelles souhaite **poursuivre le développement de cette offre** afin de proposer un soutien toujours plus complet et adapté aux réalités du terrain.



DROIT DE TIRAGE

En 2025, Entreprendre Bruxelles a poursuivi le dispositif de droit de tirage destiné à **accompagner les associations de commerçants (ASCOM)** dans leurs différentes activités. Ce soutien s'est décliné autour de quatre volets complémentaires :

- Support comptable
- Support administratif
- Support en communication
- Support à l'organisation d'événements

Au total, **7 associations ont été accompagnées à travers 12 projets distincts**, répartis comme suit :

- 5 événements
- 4 projets comptable
- 3 projets en communication





ACTIONS

**ACCOMPAGNEMENT
DES CHANTIERS**

ACCOMPAGNEMENT DES CHANTIERS

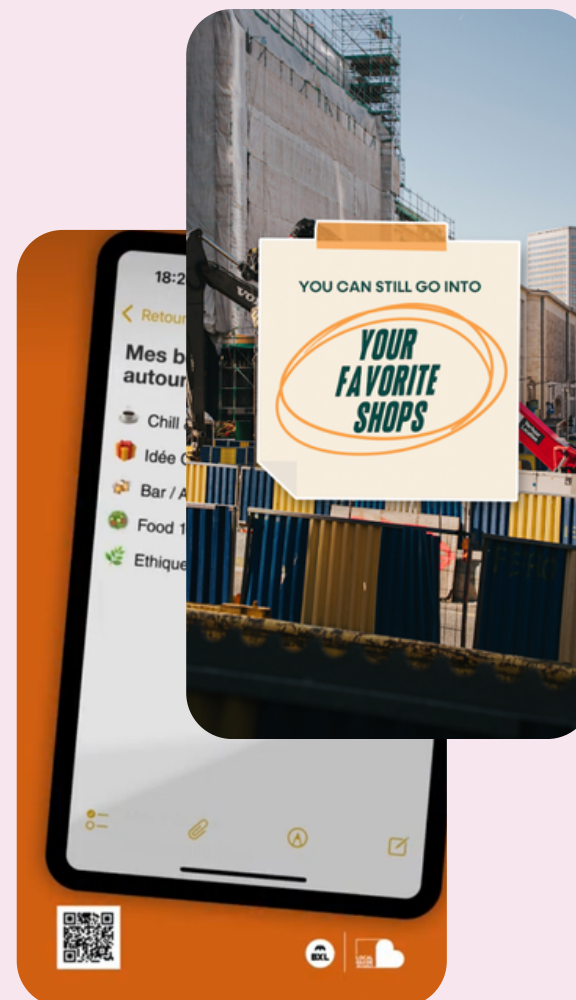


Place de Brouckère / Piétonnier

Collaboration avec ImmoBel pour promouvoir les commerces du Piétonnier sur les palissades de la place de Brouckère, avec un travail complémentaire d'effacement des graffitis.

Gare Centrale

Promotion des commerces situés autour de la Gare Centrale à travers une campagne diffusée dans les Basic Fit voisins et sur les réseaux sociaux.



Rue Lebeau

Promotion des commerces de la rue Lebeau sur les palissades installées pendant le chantier ImmoBel.

ACCOMPAGNEMENT DES CHANTIERS

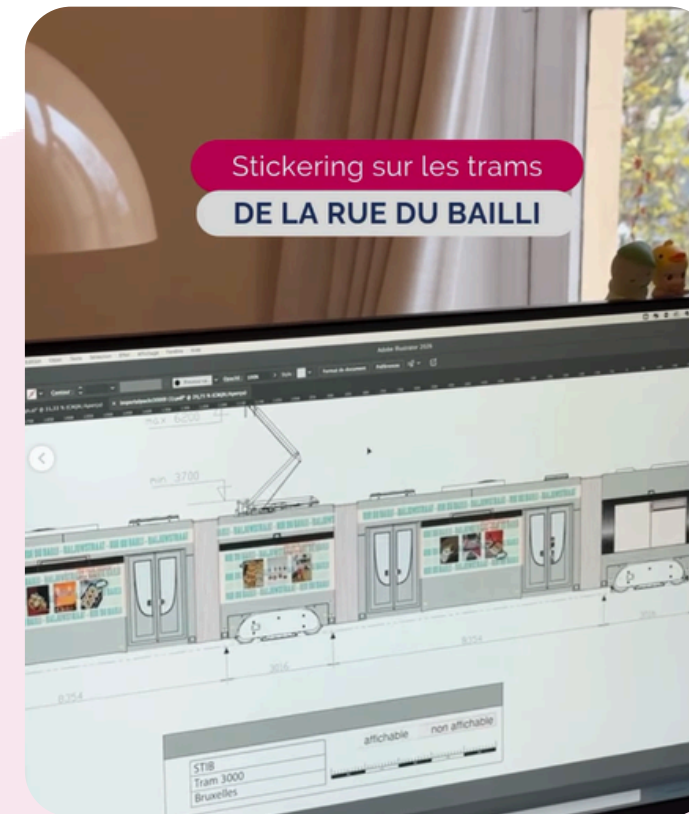
Rue des Renards

En 2025, le premier chantier de Vivaqua dans la rue des Renards a conduit les commerçants à proposer un projet de dynamisation et de communication intitulé *Radio.marolles*. Cette initiative vise à mettre en avant les commerces de la rue des Renards, avec l'ambition de l'étendre progressivement à l'ensemble du quartier. La thématique de l'eau, déjà présente dans l'identité des Marolles à travers les puits encore visibles dans certaines maisons, a servi de fil conducteur au dispositif. Elle a été déclinée dans différents supports, parmi lesquels des visuels, des bâches et un podcast, créant un lien original entre l'histoire du quartier et ses commerces. En parallèle, Entreprendre Bruxelles a travaillé avec le BME à la mise en place d'un calendrier de décorations suspendues sur câbles jusqu'à la fin de l'année 2026. L'ensemble de ces actions vise à maintenir la visibilité du quartier et à soutenir son attractivité pendant la durée du chantier.

Chantier Rue des Renards



Entreprendre soutient et accompagne les commerces impactés en coordonnant la communication, la signalétique et l'exposition artistique en cours près de la rue des Renards durant toute la période de travaux.

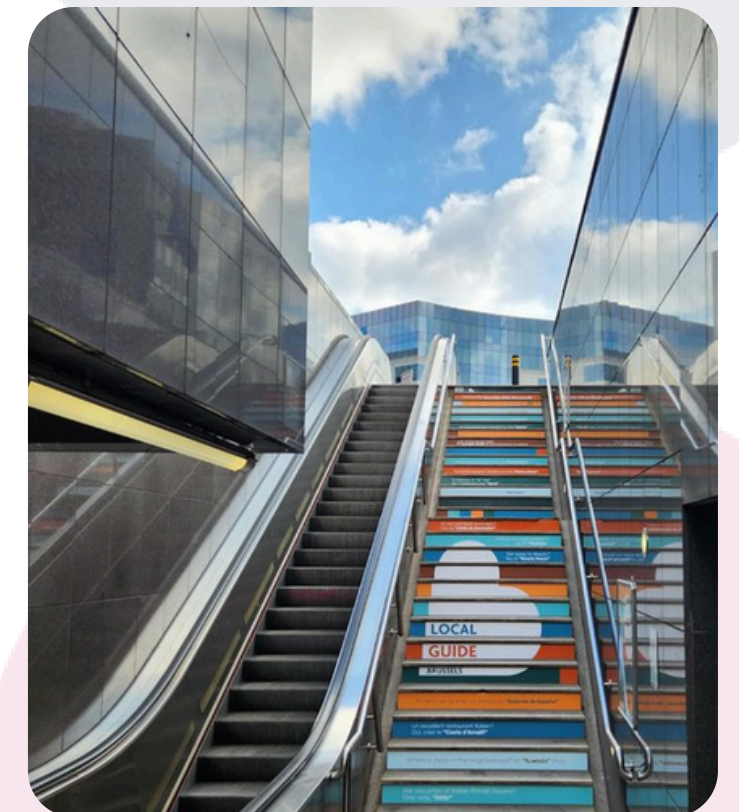


Rue du Bailli

Mise en place d'un stickering sur les trams circulant rue du Bailli et dans les quartiers alentours, afin d'offrir une forte visibilité à cette artère particulièrement impactée par les travaux.

Quartier Européen / Schuman

Promotion des commerçants du quartier Européen pendant les travaux du rond-point Schuman grâce à un dispositif de stickering installé aux sorties de métro.





ACTIONS

**PROMOTION DES
COMMERCES AMBULANTS**

PROMOTION DES MARCHÉS

En 2025, Entreprendre Bruxelles a renforcé **la visibilité des marchés de la Ville** à travers plusieurs actions de communication ciblées :

- Une publication sponsorisée sur les réseaux sociaux a d'abord permis de mettre en avant les différents marchés présents dans les quartiers bruxellois, afin de mieux faire connaître la diversité de cette offre au public.
- Un darkpost spécifique a également été consacré au nouveau Marché au Vélo, organisé place de Brouckère, pour soutenir son lancement.

Dans le même temps, l'ASBL a choisi d'accorder une attention particulière **au marché du Quai des Péniches**, encore récent, en déployant une campagne locale combinant un toute-boîte distribué par bpost dans les boîtes aux lettres du quartier et de l'affichage JCDecaux à proximité.

Enfin, une communication BtoB a été lancée afin d'identifier de nouveaux marchands susceptibles de rejoindre les plus petits marchés et d'enrichir leur offre.





Promotion des commerces ambulants

FOIRE DU MIDI

En 2025, toute la communication de la Foire du Midi s'est articulée autour du fil conducteur « **Plein d'histoires à partager** ».

Les missions 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°
- La mise à jour du site internet et la gestion de 2 comptes de réseaux sociaux Instagram et TikTok
- La coordination des contacts avec le parrain et la marraine. Un immense merci à Pablo Andres et Sabrina Jacobs, qui se sont pleinement investis.
- L'organisation d'une journée dédiée aux enfants malades, un moment de joie et de partage, avec distribution de casquettes aux 350 enfants venus de 22 associations partenaires.
- La conception de la signalétique sur site
- Le tournage d'un spot TV
- La négociation des compensations STIB en échanges promotionnels (encombrement du chantier Toots)

Le plan de communication 360° a été négocié à 63% de sa valeur de marché. Selon les chiffres d'Orange, **850.000 visiteurs** se sont rendus à la Foire du Midi en 2025, confirmant l'ampleur et l'attractivité de ce rendez-vous emblématique.



ACTIONS

**PLAN D'ACTIONS DE LA
FEUILLE DE ROUTE COMMERCE**

MARIE-CHRISTINE

En mars 2025, Entreprendre Bruxelles a reçu l'étude commandée à UPcity sur **le développement commercial de la rue Marie-Christine**. Conformément aux résultats de ce rapport, un plan d'action sur plusieurs années a été défini pour soutenir le quartier dans son développement. Les premières priorités en 2025 ont porté sur plusieurs leviers complémentaires :

- **La venue de nouvelles enseignes locomotives dans le quartier** : en cours notamment avec Colruyt Group.
- **L'amélioration de l'attrait visuel et de l'identité du quartier à travers l'installation de dispositifs esthétiques** : commande et installation, en collaboration avec le BME, d'arches florales pour fleurir les câbles de la rue durant le printemps 2026.
- **La réorganisation du stationnement dans le quartier Bockstael** : le projet d'aménagement de parking sous la place Willems est en cours.
- **L'organisation d'événements de quartier** : l'ASCOM est déjà à l'initiative de plusieurs d'entre eux. Entreprendre Bruxelles a proposé de soutenir la communication de la braderie du quartier en gérant le design et l'impression de leurs affiches.
- **La mise en place des campagnes de promotion du quartier**: Nous avons imaginé une campagne de promotion locale en mettant en place une série d'affichages digitaux en partenariat avec Clear Channel et Basic Fit via leurs écrans installés dans les environs.



MAROLLES

Au début de l'année 2025, Entreprendre Bruxelles a priorisé la mise en œuvre du plan d'action proposé par UPcity pour les Marolles, articulé autour de plusieurs axes :

- Gestion de la promotion de l'identité du quartier
- Guide d'orientation du développement commercial
- Gestion de l'attractivité du quartier
- Sécurité / Propreté / Mobilité

Parmi les premières priorités figurait **la redynamisation d'une association de commerçants**. Malgré plusieurs réunions organisées avec les commerçants, cette démarche n'a pas encore abouti, mais les bases ont été posées pour poursuivre le travail en 2026.

En parallèle, l'ASBL a soutenu **deux projets structurants pour l'attractivité du quartier** :

- **Les guinguettes de la Place du Jeu de Balle** : organisées sur neuf dates, elles ont pour objectif de faire venir du monde sur la place les jeudis de l'été afin d'encourager la fréquentation et la consommation locale dans les différents bars de la place. Terrasses, ambiances musicales étaient de la partie. Une collaboration a été faite avec le Bal National pour faire un jeudi thème "belgo-belge", qui a été une franche réussite.
- **Un Parcours spécial Marolles pour Emile.Brussels** : 461 participants ont pu découvrir quatre adresses culinaires bien gourmandes dans les Marolles.

Dans le cadre de son accompagnement, Entreprendre Bruxelles a notamment appuyé **l'installation de Coupdeboul** dans un local du CPAS.



DANSAERT

La rue Dansaert a mobilisé les équipes d'Entreprendre Bruxelles tout au long de l'année 2025, avec la volonté de **préserver et renforcer la destination mode et design** de cette rue emblématique du centre-ville.

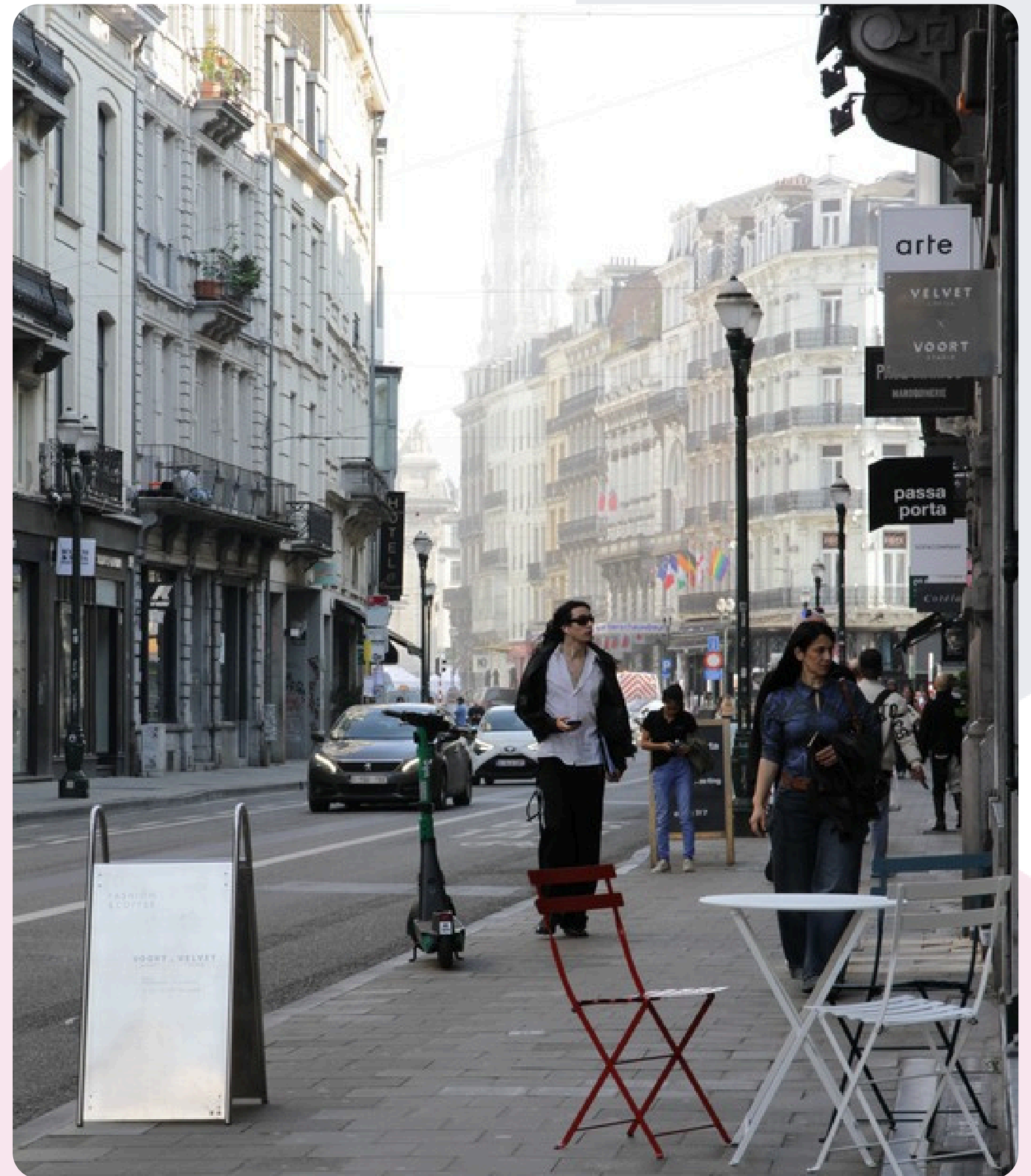
Les équipes d'Entreprendre ont travaillé de manière complémentaire pour attirer des commerces de détail dans le secteur de l'équipement de la personne et contribuer à combler plusieurs vitrines vides. Cette dynamique a permis **l'installation de belles enseignes** et une diminution significative de la vacance commerciale.

Un projet ambitieux a également été mené dans certaines vitrines encore disponibles : **une exposition d'art contemporain** est venue habiller la rue de manière élégante durant la fin de l'année.

Le **MAD Parcours** a une nouvelle fois été un événement phare, mettant en avant la qualité des stylistes, designers et des boutiques du quartier.

En parallèle de ces actions de terrain, un travail de relance de la dynamique de **l'association de commerçants** a été mené. Deux petits-déjeuners réunissant l'ensemble des commerçants ont été organisés afin d'identifier collectivement les priorités pour le quartier.

Dans la foulée de ces rencontres, un communiqué de presse a été diffusé autour des « **Fashion Walks** » de Sonja Noël, mettant à l'honneur les commerçants du quartier Dansaert à travers un parcours dédié à la mode et au design bruxellois.





PIÉTONNIER

En 2025, l'un des objectifs prioritaires d'Entreprendre Bruxelles sur le Piétonnier a été de **favoriser l'émergence d'une association de commerçants**. Après plusieurs réunions, trois volontaires se sont manifestés juste avant les fêtes de fin d'année, permettant d'envisager une structuration effective de l'association en 2026.

Parallèlement, l'ASBL a relayé à plusieurs reprises auprès des échevinats compétents les problèmes signalés par les commerçants en matière de propreté et de sécurité.

Le quartier a également bénéficié de plusieurs actions de valorisation sur les réseaux de Localguide.brussels.

Dans le cadre de ses actions d'accompagnement, Entreprendre Bruxelles a soutenu **plusieurs initiatives destinées à renforcer la mixité commerciale** au sein du Piétonnier. Parmi les projets accompagnés figurent notamment Leger Leger, situé boulevard Anspach 145 et spécialisé dans la friperie design, ainsi que Frénésie, installé boulevard Anspach 177, un café à vocation culturelle.

SABLON

Le Sablon est un quartier **en pleine mutation**. En 2025, plusieurs marques d'horlogerie de luxe s'y sont installées, venant compléter un mix commercial déjà fortement orienté vers l'art, les antiquités et l'HORECA.

Entreprendre Bruxelles a mené **un travail d'observation et d'analyse** du quartier, marqué notamment par l'avancement du chantier Lebeau en partie basse et par les travaux de l'avenue de la Régence. L'objectif était de **documenter au mieux les dynamiques commerciales et urbaines** afin de pouvoir alimenter les réflexions autour de la future refonte de la place, annoncée par la nouvelle majorité.

L'ASBL a également accueilli et accompagné **de nouveaux commerçants** dans la rue de Rollebeek, tout en soutenant les enseignes de la rue Lebeau pendant le chantier, notamment via l'installation de visuels et le relais de difficultés rencontrées.

En parallèle, divers projets du quartier ont été accompagnés, qu'il s'agisse de conseils ou de soutien aux demandes de subsides, comme pour la BAS, le Marché Gourmet ou le Sablon Design Market.

Enfin, l'accompagnement du quartier s'est également traduit par **un soutien à l'association de commerçants**, avec la finalisation de leur nouveau site web, conçu pour mieux référencer les commerces du Sablon. Le quartier a également bénéficié d'une mise en avant dans la presse grâce à une campagne menée avec L'Echo et De Tijd durant la période de fin d'année. Celle-ci a généré **près de 100.000 impressions et plus de 400 clics** vers notre article recensant les bonnes adresses du quartier, confirmant l'intérêt du public pour cette offre commerciale.



NEDER-OVER-HEEMBEEK

Parmi les recommandations formulées par UPcity figurait la nécessité de **renforcer la dynamique du quartier** de Neder-Over-Heembeek à travers des événements mettant aussi en valeur ses commerces. En 2025, Entreprendre Bruxelles a **soutenu et coorganisé** deux temps forts :

- **La braderie du quartier** a bénéficié d'un accompagnement logistique assuré par un prestataire chargé d'aider les organisateurs sur les placements, la coordination et la mobilisation d'exposants externes. Un second prestataire a pris en charge la communication digitale de l'événement et a, à cette occasion, contribué à restructurer les réseaux sociaux de l'association locale, avec la création d'une page Instagram, d'un compte TikTok et des conseils en stratégie éditoriale.
- L'ASBL a également reconduit pour la deuxième année consécutive **Winter@NOH**, organisé avec le BME sur deux week-ends, avec un marché de Noël composé de sept chalets d'artisans autour d'un toboggan géant pour les enfants.

Entreprendre Bruxelles a, par ailleurs, eu le plaisir d'accompagner **l'ouverture de Neder Optic**.



LIBERTÉ

En 2025, la collaboration avec les commerçants du quartier Liberté s'est déclinée en plusieurs actions :

- Entreprendre Bruxelles a d'abord **organisé une rencontre** entre l'échevin et les commerçants afin de mieux comprendre les enjeux du quartier et les difficultés rencontrées sur le terrain.
- L'ASBL a également **collaboré avec la Police et les gardiens de la paix** pour soutenir les commerçants confrontés à des problématiques de cambriolage.
- En parallèle, **une campagne de communication** sur TikTok a été menée pour valoriser le quartier et lui offrir une visibilité élargie. Cette dynamique s'est appuyée sur un intérêt déjà confirmé du public pour le secteur, comme en témoigne le succès durable de l'article de blog consacré aux adresses où boire et manger avant ou après une soirée au Cirque Royal, qui figure parmi les contenus les plus lus de la plateforme.





Plan d'actions de la FDR

RUE DE NAMUR

À l'approche des fêtes de fin d'année, Entreprendre Bruxelles a mis en place une campagne de promotion de la rue de Namur en collaboration avec L'Echo et Sabato, du 15 novembre au 5 décembre. Déployée durant une période particulièrement importante pour l'activité commerciale, cette campagne a généré **62.305 vues en une semaine** et redirigé le public vers un article de blog consacré à la rue, qui a enregistré 200 vues via cette diffusion.

La rue a également été mise en avant à plusieurs reprises sur les réseaux de Localguide.brussels, afin de renforcer sa visibilité auprès d'un public sensible à l'offre commerciale du quartier.

Dans le cadre de ses missions d'accompagnement, Entreprendre Bruxelles a également assuré le suivi de plusieurs dossiers de commerçants actifs dans le quartier. Parmi eux, **l'installation de Sabre Paris**, au 91 rue de Namur, a fait l'objet d'un accompagnement spécifique. Celui-ci a notamment porté sur les démarches liées au permis d'urbanisme, la mise en place d'un sticker de vitrine ainsi que sur la réflexion autour de l'enseigne commerciale. Cet accompagnement illustre le rôle de l'ASBL dans la concrétisation de **projets commerciaux de qualité** et dans le soutien apporté aux enseignes qui contribuent à l'attractivité de la rue.

DE WAND

Le quartier De Wand poursuit sa dynamique grâce à une association de commerçants particulièrement investie, qu'Entreprendre Bruxelles a soutenue à travers plusieurs actions en 2025 :

- Mise en avant à l'occasion du **BIFFF**, avec des articles de blog co-rédigés, des publications sur les réseaux de Localguide.brussels et la distribution d'écocups co-brandées Localguide x BIFFF pour renforcer la visibilité de l'opération.
- **Soutien à la braderie** de septembre, en particulier sur les volets coordination et communication.
- Mise à disposition des commerçants de tickets VIP pour les matchs du Brussels Basket afin qu'ils puissent les utiliser eux-mêmes ou les offrir à leurs clients.
- Mise en avant générale du quartier commerçant sur Localguide.brussels.

Entreprendre Bruxelles a également accompagné plusieurs commerçants de la rue, dont **le traiteur grec Saveurs d'Epiros**.





ÎLOT SACRÉ

Le cœur historique de Bruxelles, souvent perçu à tort comme exclusivement touristique, a continué de mobiliser notre équipe en 2025.

Dans la rue des Bouchers, la rue des Dominicains et la Petite rue des Bouchers, Entreprendre Bruxelles a poursuivi son travail d'attraction et de soutien à des commerces de qualité, portés notamment par de jeunes entrepreneurs. L'offre s'y diversifie et s'adresse de plus en plus à une clientèle locale, contribuant à renforcer l'image qualitative de l'Îlot Sacré.

Afin d'accompagner cette dynamique et de soutenir particulièrement la Petite rue des Bouchers, nous avons mené une **campagne d'influence** visant à encourager les Bruxellois à redécouvrir le quartier. En parallèle, une **fresque artistique** a été mise en conception pour l'entrée de la rue (angle Marché aux Herbes) afin d'augmenter sa visibilité et d'y attirer davantage de flux piétons. Elle sera installée en 2026.

Ce travail s'inscrit dans une volonté affirmée de valoriser le quartier et de soutenir durablement les commerçants récemment installés. Des actions de promotion, de mise en réseau et de réflexion sur **l'aménagement** (potences, entrées de quartier) ont également été poursuivies pour améliorer l'attractivité et la lisibilité de l'ensemble.

QUAI DES PÉNICHES - KANAL DISTRICT

En 2025, Entreprendre Bruxelles a commencé à accompagner le développement commercial du quai des Péniches, **en pleine émergence**, dans la perspective notamment de l'ouverture du musée Kanal-Centre Pompidou en 2026. Une première phase de travail a consisté à **rencontrer les commerçants** afin d'identifier leurs attentes et les pistes d'action à mener pour dynamiser et mieux faire connaître le quartier.

Plusieurs initiatives ont ensuite été déployées :

- L'élaboration d'un plan de réaménagement temporaire du quai des Péniches avec Frédéric Ceulemans
- L'illumination du quai par le BME à l'aide de lumières guingettes
- La conception d'une oeuvre signalétique pour indiquer le quai des Péniches depuis le quai de Willebroeck
- La création d'une association des commerçants avec hub.brussels
- La réalisation et le tournage de vidéos d'interviews de commerçants pour les réseaux sociaux
- La promotion du marché du quai des Péniches via les toutes-boîtes de Bpost



CONCLUSION

En 2025, Entreprendre Bruxelles a poursuivi avec détermination sa mission de soutien et de valorisation du commerce local. Grâce à une présence renforcée sur le terrain, des actions de promotion ciblées et un accompagnement personnalisé, l'ASBL a contribué à dynamiser les quartiers, à renforcer leur attractivité et à accroître leur rayonnement.

L'année a été marquée par l'installation de nouveaux commerces de qualité, l'émergence de jeunes entrepreneurs et le développement d'initiatives innovantes, confirmant la vitalité du tissu commercial bruxellois et son pouvoir d'attraction.

Face aux défis urbains et économiques, Entreprendre Bruxelles entend poursuivre son engagement aux côtés des commerçants et partenaires, avec une ambition claire : faire de chaque quartier un lieu vivant, attractif et durable.

Une ambition qui se résume en une conviction forte :

FAIRE RAYONNER BRUXELLES EN SOUTENANT SES COMMERÇANTS.

