

# LA RÉGION BOOSTE LES QUARTIERS COMMERÇANTS DU CENTRE-VILLE

*Il ressort de l'étude réalisée par Beci que le commerce, l'horeca et le secteur touristique sont les principaux secteurs touchés par le Brussels Lockdown, tant en termes de chiffre d'affaires que d'emploi. Les solutions: l'investissement dans le redressement de l'image de Bruxelles en Belgique et dans l'attractivité des quartiers commerçants de la Région.*

Face à ces deux recommandations, le Gouvernement entend renforcer l'image de Bruxelles. Pour répondre à la première, le Gouvernement a lancé la campagne #CallBrussels, pilotée par Visit.brussels.

Dans la foulée de cette action, il apparaît indispensable de mener une action complémentaire à destination des Bruxellois(es) et des habitants de la zone métropolitaine. L'objectif : les convaincre d'à nouveau consommer dans les commerces bruxellois et, particulièrement, dans le centre-ville.

Pour ce faire, Atrium.brussels, en collaboration avec les associations de commerçants, a développé une action centrée sur les différents quartiers bruxellois : Dansaert, Rue Neuve, Vismet, Saint-Jacques, Midi Lemonnier, Mont des Arts, Congrès, Grand-Place, Marolles et Sablon.

L'originalité du projet consiste à s'appuyer sur une dynamique innovante, le crowdsourcing. Le principe : demander aux industries culturelles et créatives à Bruxelles de proposer une série de projets originaux et audacieux pour les dix quartiers commerçants du Pentagone.

Le projet est découpé en trois étapes :

- **Une créativité débridée :**

De mars à mai, la première étape du projet consistera à promouvoir les dix quartiers commerçants du Pentagone et leur univers de marque respectif à travers une plateforme de crowdsourcing en ligne. Le but est d'inviter le secteur créatif bruxellois à créer et imaginer des projets originaux et audacieux.

- **Un accompagnement par des experts**

En juin 2016, les porteurs de projets des 30 projets les plus plébiscités, 3 par quartier, seront réunis lors d'un événement style hackathon. A cette occasion, chaque porteur de projet sera accompagné par un ou des experts afin de rendre le projet le plus concret et réaliste possible en détaillant l'ensemble de ses paramètres (planning de mise en œuvre, budget, partenaires, impact, visuels...). Au terme de cette étape, un jury composé d'Atrium, de la Ville de Bruxelles et de différents partenaires (Associations de

Commerçants, MAD, Visit.Brussels...) sélectionnera les meilleurs projets, 1 par quartier.

- **10 projets pour 10 expériences uniques de vie**

Durant l'été, les projets seront réalisés et appuyés par une campagne de communication dès la rentrée.

« Du lancement de l'appel à projets jusqu'à leur réalisation concrète, en passant par leur conception, l'objectif est de valoriser cette particularité bruxelloise d'avoir, en son centre, dix quartiers commerçants qui offrent autant d'expériences différentes », commente Didier Gosuin, Ministre bruxellois de l'Economie

## **Lockdown de Bruxelles: la Région veut ramener ses habitants dans le centre**

Belga - 21/01/2016 à 22h08

Après le "lockdown" imposé fin novembre à Bruxelles à la suite du relèvement du niveau de la menace terroriste, la Région entend redorer l'image de la capitale et inciter ses habitants à retourner dans le centre.

Elle va ainsi lancer une nouvelle campagne, basée sur le crowdsourcing et destinée à renforcer l'attractivité des 10 principaux quartiers commerçants du Pentagone. Coût de l'opération: 400.000 euros. "Les conséquences du confinement de Bruxelles sont indéniables, même si elles doivent être nuancées", a commenté Thierry Willemarck, le président de la fédération des entreprises bruxelloises Beci, au cours d'une conférence de presse à laquelle participaient également le ministre-président Rudi Vervoort et le ministre bruxellois de l'Economie Didier Gosuin.

Ainsi, selon un sondage réalisé entre le 14 et le 24 décembre par Beci et auquel ont répondu quelque 1.250 entreprises bruxelloises, une sur 2 annonce une baisse significative (+ de 20%) de son chiffre d'affaires. Sans surprise figurent parmi les secteurs les plus touchés l'hôtellerie (81% des répondants s'attendent à une baisse de leur chiffre d'affaires de plus de 20% par rapport à la même période un an plus tôt); les cafés et restaurants (72%); le tourisme (64%); les commerces (de 57 à 66% selon le type de commerces) et la culture (46%).

Par ailleurs, note Beci, plus les entreprises sont proches du centre-ville, plus l'impact est important.

Face à ces résultats, une nouvelle campagne visant à "booster" les quartiers commerçants du centre va être lancée, ont annoncé les autorités bruxelloises. De mars à mai, une plateforme de crowdsourcing sera mise en place. Elle permettra à chacun de déposer un projet original pour les quartiers concernés (Dansaert, rue Neuve, Vismet, Saint-Jacques, Midi Lemonnier, Mont des Arts, Congrès, Grand Place, Marolles et Sablon). En juin, les porteurs des 30 projets les plus plébiscités - 3 par quartiers - se réuniront en compagnie de différents experts. Un jury composé notamment d'Atrium, de la Ville de Bruxelles et de différents partenaires (associations de commerçants, Visit.Brussels) sélectionnera alors un projet par quartier. Durant l'été, ces projets seront réalisés et appuyés par une campagne de communication dès la rentrée.

Un budget global de 400.000 euros, dont 100.000 pour la plateforme de crowdsourcing, sera consacré au projet.

"Il faut désormais dépasser les polémiques pour répondre positivement à une attente en se montrant créatifs", a conclu Didier Gosuin