

Easy buying Brussels

Bruxelles Capitale commerciale

Hup up the shopping bus

Els Ampe
Parlement de la Région de
Bruxelles-Capitale
1006 Bruxelles
els.ampe@vldbussel.be
www.elsampe.be
TEL/ 02/549.65.24
FAX/ 02/548.96.36



« La promotion de Bruxelles comme destination : en termes de promotions, la force d'attraction de la Région dépend en grande partie de l'image qu'elle donne à ses citoyens, en premier lieu par rapport à ses citoyens et ensuite à l'étranger » (Plan de développement régional 2002)

Bruxelles doit tout d'abord réussir à attirer ses environs.

L'intérêt du commerce à Bruxelles !

Les activités commerciales sont capitales pour la viabilité d'une ville et pour l'attrait de son environnement. L'offre de services veille à la redynamisation des quartiers, à augmenter la convivialité et le sentiment de sécurité et à attirer de nouvelles personnes à venir s'y installer. C'est ainsi qu'une ville peut continuer à évoluer et à accroître son attrait. Des magasins de qualité en plus grand nombre, davantage de gens, d'activités culturelles, un attrait encore plus grand.... En revanche, les quartiers où l'on retrouve peu ou pas de magasins ne sont pas fréquentés. Les quartiers comptant principalement des bâtiments de bureaux sont désertés après les heures de travail. Personne ne vient y habiter, il s'y passe des choses pas très nobles, il y fait sale, les gens fuient ces quartiers pour ne plus jamais y retourner.



Le commerce est avant tout une source de travail pour les nombreuses personnes peu scolarisées que compte notre région. Il est donc crucial de veiller à ce secteur, de le stimuler et de lui donner tous les atouts en main pour qu'il puisse se développer. Outre l'intérêt direct qu'elle a pour ses habitants, la ville joue également une fonction centrale. Une ville n'est pas une île telle que le laisse supposer le Plan de développement régional. Au contraire, elle doit être en mesure de charmer le pays avoisinant et l'attirer au centre.

Hup up the shopping bus

En mars de l'année passé, la Députée bruxelloise Els Ampe a interpellé le Ministre de l'économie Cerexhe sur le manque d'une véritable politique de commerce, une politique en mesure d'attirer les gens de l'extérieur de la ville. D'ailleurs, nous constatons que les gens de Vilvorde vont à Mechelen, ceux de Tervuren à Louvain, ceux de Asse à Alost, les gens des villes du Brabant-Wallon vont à Wavre et Namur, ... Plutôt de voir l'hinterland attiré par le centre, nous constatons l'effet inverse, ils se rendent loin de la ville, loin de Bruxelles. Comment pouvons-nous avoir des ambitions internationales si une capitale n'arrive même pas à attirer ses propres citoyens?

Le manifeste pour le commerce bruxellois « Le plaisir d'acheter à Bruxelles »



Le manifeste pour le commerce bruxellois « Le plaisir d'acheter à Bruxelles » publié en 2005 par le Ministre Cerexhe représente un premier pas dans ce sens. D'ailleurs, les initiatives prises par le passé, se caractérisaient par une focalisation limitée. Elles ne visaient que leur propre frontière et leur propre population, où seul le côté international faisait figure d'unique exception. Citons l'exemple du Plan de développement régional (voir ci-dessus), ou l'accord gouvernemental qui en plus d'analyser les problèmes visait la promotion des possibilités administratives et culturelles de Bruxelles, ou bien encore l'étude réalisée sur « l'Aperçu du commerce » qui s'est principalement axée sur les problèmes des noyaux commerciaux locaux et de leur incidence sur le comportement des clients des environs.

Pour la première fois, une analyse détaillée a été réalisée sur les différents aspects devant permettre le développement nécessaire du secteur commercial, un plan fut établi à cet effet. L'attention fut portée sur la mobilité, les possibilités de parking devant plus clairement être signalées, la sécurité, la propreté, le besoin de la connaissance des langues nationales et étrangères, le fait d'être tourné vers le client, la coopération entre les noyaux, la communication des noyaux et de leur spécificité propre, mais également la promotion en Flandre et en Wallonie.



Bruxelles Capitale commerciale

Els Ampe va plus loin

Hup..

A. Une étude

Ampe propose de commander une étude qui examinerait ce qui est potentiellement réalisable dans une ville comme Bruxelles. L'on pourrait faire une comparaison avec des villes similaires de Belgique ou de l'étranger. Il est intéressant de savoir la mécanique mis en place par les autres villes pour attirer des gens des villes avoisinantes et de plus loin encore. La capitale d'un pays devrait viser loin. L'on peut examiner les mesures prises par ces villes pour rendre plus attractif leurs noyaux commerciaux, les effets que celles-ci ont sur la fréquentation de nouveaux clients venus de loin, sur le chiffre d'affaire et sur l'emploi local. L'on peut ensuite comparer ces mesures à celles qui existent déjà à Bruxelles. Cette comparaison ne peut être que bénéfique pour Bruxelles.

up...

B. Propreté

the...



Les rues sales où s'amoncellent les débris, où règne une odeur nauséabonde, où l'on y traîne et erre sans but, n'invite pas à s'y promener pour faire du shopping. Au contraire, cela fait fuir les gens, dégrade davantage le quartier et sont la scène d'activités douteuses. Si les gens ne se sentent plus en sécurité, ils ne s'y rendront sûrement pas pour faire du shopping, entraînant ainsi une spirale négative.



Hup up the shopping bus

Un problème qui ne doit pas être sous-estimé est celui des errants et des sans abris dans les centres commerciaux bruxellois qui se postent devant les étalages et nuisent au côté convivial et insouciant du shopping. Cela a des répercussions économiques directes pour le commerçant qui voit passer ses clients et qui ne les reverra peut-être plus jamais si les faits se reproduisent. Cela a également des répercussions économiques indirectes sur la Région, si les gens restent éloignés et cherchent d'autres noyaux commerciaux. Il s'agit d'un problème social plus large pour lequel il n'existe pas de solution toute faite. Bruxelles compte un grand nombre de sans abris. Toutefois, le débat sur cet aspect essentiel pour une politique de commerce efficace doit être mené. Des mesures visant à encourager le shopping n'atteignent leurs effets que si elles cadrent dans une approche plus globale non seulement de facteurs économiques, fiscaux et de sécurité mais également de circonstances sociales et psychologiques.



C.

Communication

Le manifeste énumère une série de propositions de politiques et proposent des mesures. Etant donné le manque d'une vraie politique de commerce par le passé, un changement de mentalité nécessaire devra s'opérer auprès des commerçants afin de réaliser les objectifs du manifeste. Il est primordial de mettre en place une collaboration entre les noyaux et les commerçants pour donner l'image d'une vraie ville de commerces agréables.

Le client d'un commerçant ne doit pas spécialement être néfaste pour un autre, au contraire, les noyaux commerciaux ont chacun leur spécificité et sont complémentaires l'un de l'autre. La nécessité d'apprendre aussi bien les langues

nationales qu'étrangères est une évidence implacable dans une capitale internationale comme Bruxelles. Si les gens peuvent être renseignés dans leur propre langue, ils se sentiront reconnus et se sentiront comme chez eux. Les gens se rendent d'ailleurs dans des endroits où ils se sentent en confiance. L'amabilité et le fait d'être au service du client sont deux autres éléments cruciaux.

Une communication qui s'adresse à tous les commerçants et personnes concernées qui leur explique en détails l'ensemble des principes, objectifs et propositions du manifeste, qui leur montre les changements nécessaires tels que décrit dans le manifeste, doit permettre de leur faire adopter une seule et même ligne de conduite.

V

D.

Shopping bus

L'un des principaux problèmes est celui de la mobilité entre les différents noyaux commerciaux. Contrairement à la plupart des autres villes, les noyaux commerciaux à Bruxelles sont éloignés les uns des autres. En outre, chaque noyau a sa spécificité. Par exemple, à la Rue haute et au Sablon l'on retrouve principalement des magasins de meubles et des antiquaires. A l'avenue Louise, ce sont surtout des magasins de grandes marques, la rue Dansaert est connue pour ses magasins de mode, et à la rue neuve, l'on retrouve des magasins plus populaires....

Hup..

up...



the...



shopping



bus!

Lorsque les gens vont faire du shopping, ils n'ont pas toujours envie pendant leur temps libre de devoir se rendre si loin, de prendre plusieurs bus, tram et métro ou d'attendre de se rendre dans leur magasin préféré qui se trouve de l'autre côté de la ville. Ils n'ont pas non plus nécessairement envie de le chercher s'ils ne connaissent pas Bruxelles. Ils vont là où ils connaissent et là où c'est plus simple. L'idée d'un **Shopping bus** qui, via un trajet défini, parcourt les plus importants noyaux commerciaux, gares et parkings, apporterait une solution à cette problématique.

D'ailleurs, l'on pourrait directement prendre le shopping bus depuis la gare ou le parking qui emmènerait les gens où ils souhaitent aller. Faire du shopping à Bruxelles deviendrait ainsi un plaisir.

Hup up the shopping bus

Il est indispensable de faire la **promotion** du shopping bus aussi bien en Belgique qu'à l'étranger. Une brochure reprenant la carte de Bruxelles, le trajet et les différents heures de passage ainsi que les noyaux commerciaux desservis par le bus devrait être disponible partout : sur les sites internet nationaux et internationaux, dans les gares, dans toutes les stations de la STIB, dans les centres touristiques et les musées, les hôtels, Des accords peuvent être conclus avec la SNCB de sorte que l'on puisse également trouver la brochure dans toutes les stations de gare de la SNCB de Flandre et de Wallonie, par exemple en proposant aux personnes qui achètent un ticket de train de recevoir des réductions dans certains magasins s'ils vont faire du shopping à Bruxelles. L'on pourrait régulièrement diffuser cette brochure via les hebdomadaires et les journaux. Pourquoi ne pas également la diffuser dans la presse plus spécialisée telle que les magazines féminins ? De cette manière, l'on peut inciter les gens qui n'osent pas franchir le pas. D'ailleurs, c'est bien connu, on n'aime ce qu'on connaît.....

Le shopping bus peut en outre s'avérer être la scène idéale pour mettre davantage en valeur la mode à Bruxelles. Lorsque l'on parle de la mode en Belgique, l'on pense directement à Anvers, alors que Bruxelles regorge de talents. La rue dansaert est incontestablement le centre de la mode à Bruxelles. D'ailleurs Bruxelles et Anvers devraient tous deux être évoqués lorsque l'on aborde le domaine de la mode. Concrètement, l'on pourrait par exemple demander à chaque créateur de mode de décorer l'une des chaises du bus shopping et ainsi leur permettre de participer à l'allure du bus. Le shopping (- fashion) bus mettrait ainsi à l'honneur le secteur de la mode bruxellois.



Un shopping bus semble donc indispensable dans la politique de communication pour atteindre nos clients potentiels, d'autant plus si nous avons des ambitions internationales. Le ministre a exprimé l'ambition de promouvoir Bruxelles en tant que ville commerciale européenne. Pourquoi se rend-t-on à Londres, Paris ou Amsterdam pour faire le shopping de Noël, alors qu'on peut très le faire à Bruxelles ! Si l'on connaissait à l'étranger le concept du bus shopping, qui vous conduit d'un noyau commercial à un autre à travers Bruxelles, les gens seront plus tentés de prendre le TGV, l'Eurostar ou encore le Thalys pour venir faire du shopping une journée ou deux à Bruxelles. Nous pourrions prendre l'exemple de plusieurs villes à travers le monde. Le bus représente pour la ville un attrait supplémentaire, un attrait qui permettrait aux gens habitant bien loin de nos frontières de se sentir chez eux dans un Bruxelles qui leur est totalement inconnu.

VII

Hup..

up...

shopping

the...



Le pentagone

Rouge : quartier Rue Neuve

Bleu: Quartier Dansaert

Jaune : Le Sablon + Quartier des Marolles (Rue haute)

Bleu clair : Avenue Louise + Toison d'Or

Vert : Porte de Namur + Chaussée d'Ixelles

bus!

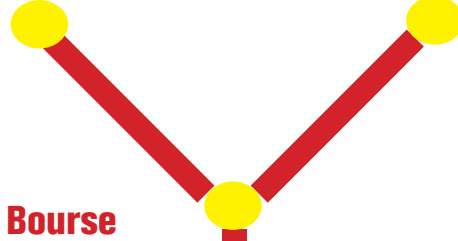
Hup up the shopping bus



Dansaert



Rue Neuve



Bourse



Rue Haute

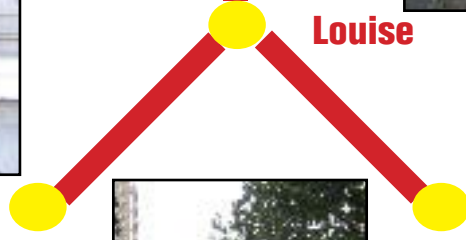


Sablon



Louise

Toison d'Or



Porte de Namur

