

Cathy Schoels

cathy.schoels@gmail.com

+32 477 680 280

L'Auberge Espagnole, op de school van de handel versie hub.brussels

Pop-upstores zijn bijzonder actueel. Nog beter, ze zijn uitgegroeid tot een ware school van de handel. Er wordt een beroep, een concept, een product, een locatie uitgeprobeerd tegen een minder hoge kostprijs alvorens zich aan zware investeringen op de lange termijn te wagen. Dit is onder meer het geval voor L'Auberge Espagnole die werd opgericht door hub.brussels. De pop-upstore laat toe de praktijk te beoefenen en confronteert de kandidaat met de realiteit van het ondernemerschap. En met de inwerkingtreding van de kortlopende bedrijfshuurcontracten twijfelt niemand er nog aan dat deze tijdelijke winkels zich in Brussel gaan verspreiden, tot groot genoegen van de consument, de eigenaars en de ondernemers.

Voor Isabelle Grippa, CEO van hub.brussels, *"Vindt het concept van de pop-upstore beetje bij beetje zijn plaats in het Brusselse commerciële landschap, trekt hij meer en meer consumenten aan en overtuigt hij tal van ondernemers, van de plaatselijke fabrikant, via het luxemerkt tot de multinational. Ook de eigenaars worden meer en meer gesensibiliseerd voor dit soort bezetting."*

"Dit nieuwe economische en commerciële model, dat meer is dan een tendens, heeft onlangs geleid tot de creatie van een kortlopend bedrijfshuurcontract dat tijdelijke winkels moet toelaten om gedurende enkele maanden lege handelsruimten te bezetten, de gelegenheid bij uitstek om een juridisch kader te scheppen voor de pop-upstores. Maar vooral om kandidaat-winkeliers de kans te geven hun idee tegen een lage kostprijs uit te proberen om zo kennis en ervaring op te doen met een minimum aan risico's. Deze innovatie biedt ook een positief antwoord op de winkelleegstand, ze stimuleert de tewerkstelling en de aantrekkelijkheid van een wijk," verduidelijkt Didier Gosuin, Brussels minister voor economie.

Het departement O&O van hub.brussels, het Brussels Agentschap voor de Ondersteuning van het Bedrijfsleven, heeft rond deze tendens van de pop-upstores het concept van commerciële incubatie ontwikkeld. Al drie jaar lang worden tal van initiatieven ondernomen die bedoeld zijn om de ondernemers, die de ervaring van de pop-upstore willen proeven, te ondersteunen en te omkaderen. Zo werd een "Pop-uphandleiding" opgemaakt die bol staat van kostbare adviezen en die al tal van ondernemers die hun concept willen uitproberen, heeft geïnspireerd alvorens de grote sprong te wagen. Een digitale versie van deze handleiding is terug te vinden op <http://hub.brussels/publicatie/pop-up.pdf>.

En daarnaast heeft hub.brussels voor zijn "Auberge Espagnole" geopend in mei 2016, een kweekvijver van pop-ups met als thuisbasis de Waversesteenweg 331 in Etterbeek, op een zucht afstand van het Jourdanplein en met als doel jonge kandidaat-winkeliers, die hun project gedurende enkele maanden willen uitproberen, op te vangen en te omkaderen. En dat werkt! Op drie jaar tijd heeft de Auberge Espagnole een grote waaier aan projectverantwoordelijken onthaald die geanimeerd worden door milieubekommernissen en die actief zijn in tal van uiteenlopende domeinen, zoals accessoires voor kinderen, gastronomie of ambachtelijk meubilair. Na afloop van de eerste drie seizoenen, honderden uren coaching, tientallen evenementen en workshops hebben 8 van deze kandidaat-winkeliers op de een of andere manier hun project vaste vorm gegeven. En voor dit vierde seizoen heeft hub.brussels niet minder dan drieëntwintig nieuwe kandidaturen ontvangen. Vier van hen werden weerhouden en zullen het hele jaar 2019 door de Auberge Espagnole animeren.

Welkom dus aan Botawall en zijn metalen ophangsystemen voor planten die tot april aanwezig is, aan APA en zijn milieuvriendelijke regenjassen die van mei tot juli beschikbaar zullen zijn, aan La Ressource en zijn afvalvrije drogisterijproducten waarvan de aanwezigheid gepland is van augustus tot oktober en aan Atelier Peau en zijn milieuvriendelijke lederwaren die het jaar zullen afsluiten van november tot december.

Voor Julien Bacq, directeur O&O bij hub.brussels, "zijn de pop-ups ook het slachtoffer van hun succes. Er zijn steeds meer scheppers, ontwerpers en andere projectverantwoordelijken die op zoek zijn naar ruimten waar ze mogelijk terecht kunnen. Voor deze 4^{de} editie van de Auberge Espagnole heeft hub.brussels 23 kandidaturen ontvangen waarvan er slechts 4 projecten in 2019 het daglicht zullen kunnen zien. De gelegenheid bij uitstek voor hub.brussels om een oproep te doen aan de plaatselijke overheden om locaties aan te bieden die zouden kunnen dienen om een commerciële incubator te huisvesten. "

Tot groot geluk van de consumenten

Uit een kwalitatieve studie die in 2019 door hub.brussels is uitgevoerd bij het grote publiek, zijn de verwachtingen van de klanten naar boven gekomen, maar hij laat ook toe bepaalde ideeën die zijn ontvangen, de nek om te wringen.

- Het concept van de pop-upstore, dat veel meer is dan een gewoon modeverschijnsel, heeft zijn intrede gemaakt in de zeden van de Brusselaars aangezien meer dan 8 respondenten op de 10 tussen de leeftijd van 18 en 59 jaar bevestigen te weten waar het om gaat. Het zijn vooral de vrouwen van 25 tot 39 jaar die het concept het best kennen, die er al zijn binnen geweest en er al artikels hebben gekocht.
- Twee categorieën van producten die door de consumenten het sterkst geassocieerd worden met deze tijdelijke winkels onderscheiden zich: de uitrusting voor het huis en de kledingmode; Wel is er ook een vraag naar tijdelijke winkels die gewijd zijn aan diensten/ontspanning, verzorgingsproducten voor de mens en de voeding.
- De consument percipieert de tijdelijke winkels niet als concurrenten voor de traditionele winkels, maar wel degelijk als een springplank voor projectverantwoordelijken alvorens ze een meer traditioneel adres openen. Een grote meerderheid van de respondenten zou er overigens graag meer en/of vaker willen zien in hun wijken.



- De originaliteit en een voordelig aanbod zijn de eerste kwaliteiten die aangehaald worden door de consumenten. Ze verwachten exclusieve producten, verscheidenheid, kwaliteit en ook de mogelijkheid om er “goede zaakjes” te doen. Deze aspecten “promotioneel” en “ontdekking” vormen in hun ogen de belangrijkste troeven van een pop-upstore, terwijl het tijdelijke karakter en de dienst na verkoop de belangrijkste zwakheden zijn.

Ontdek alle nieuws over L’Auberge Espagnole op:

<http://hub.brussels/nl/laubergeespagnole-2/>
www.facebook.com/PopUpAubergeEspagnole/

Een kortlopend en voordelig huurcontract voor de Brusselse ondernemers en eigenaars

Het idee werd aangedragen door Didier Gosuin, Brussels minister voor economie, op 13 september 2018 bekrachtigd door de Brusselse Regering en zal vanaf midden april 2019 in werking treden. Zo wordt aan de tijdelijke winkels een juridisch kader gecreëerd dat aangepast is om gedurende enkele maanden leegstaande winkelruimten te bezetten.

Al verschillende jaren lang verschijnen en verdwijnen er steeds meer tijdelijke winkels in de Brusselse winkelstraten. Deze winkels, die gedurende enkele maanden worden geïnstalleerd, doen uitverkopen van goederenvoorraden en bieden kleine winkeliers de mogelijkheid hun producten uit te proberen of scheppers om een capsulecollectie te lanceren. Tot nu toe leden deze winkels evenwel onder een onduidelijk onroerend statuut.

De commerciële huurovereenkomst verbodt formeel occasionele verhuur. Voor Didier Gosuin *“moesten huurders en eigenaars hun toevlucht zoeken tot een onzekere huurovereenkomst om dit probleem te omzeilen. Deze viel echter niet onder het handelsrecht. Daarom moesten we een contract aanbieden dat alle partijen rechtszekerheid bood, dankzij een commerciële huurovereenkomst van korte duur”*.

Deze commerciële huurovereenkomst van korte duur, die niet langer mag lopen dan één jaar, zal toelaten de handel een nieuw elan te geven, de commerciële aantrekkelijkheid van een ader uit te testen, de strijd aan te binden met de winkelleegstand, maar ook jonge ondernemers aan te moedigen hun product in alle veiligheid uit te proberen.



Zijn pop-upstore lanceren? Volg de gids

Zijn dromen waarmaken, zijn ideeën vaste vorm geven, zijn concept confronteren op de markt, het avontuur van een pop-upstore wagen, het project is verleidelijk en verdient zorgvuldig voorbereid te worden, bijvoorbeeld met de handleiding “Waarom en hoe een pop-upstore openen in Brussel?” die uitgewerkt is door hub.brussels en bedoeld is voor Brusselse aspirant-winkeliers. Deze handleiding is terug te vinden op <http://hub.brussels/publicatie/pop-up.pdf>.

Kort samengevat, een handleiding waarin het fenomeen van de pop-upstores in het huidige commerciële landschap wordt gesitueerd en acht hoofdstukken waarin kostbare adviezen en interessante pistes om te volgen worden uiteengezet. In elk geval niet te missen lectuur om zich onder te dompelen in een concept - dat vooral populair is bij het vrouwelijk publiek en jongeren die gewonnen zijn voor deze nieuwe handelsvorm - dat van een tijdelijke tendens is uitgegroeid tot een vast model dat een steeds groter publiek aantrekt.

De elementaire kennis van de pop-up

In de verschillende hoofdstukken volgen de meest kostbare adviezen elkaar het ene na het andere op om de aspirant-winkelier te helpen slagen met zijn project:

1. Zijn project, doelstellingen, doelgroep en budget bepalen;
2. Zorgvuldig de locatie van de toekomstige pop-upstore kiezen, een plaats waar de ondernemer zijn doelgroep ontmoet, waar er behoefte is aan zijn product, waar de huurprijs betaalbaar is (hij zou er kunnen blijven en deze op zich kunnen nemen);
3. De administratieve procedures voorafgaand aan de start van een activiteit niet vergeten;
4. Nadenken over de inrichting van de pop-up, duurzaam en herbruikbaar denken. De pop-up is in beginsel tijdelijk, investeren in materieel, decoratie die op een andere plaats kan worden hergebruikt als de test afdoend is;
5. Indicatoren nader bepalen, ze schriftelijk vastleggen om na de ervaring te kunnen vergelijken wat men hoopte en wat men heeft gedaan. Proberen te begrijpen waarom ze (niet) werden bereikt en er informatie uit halen. Een goed beheerde testfase maakt het mogelijk om een businessplan en een financieel plan te versterken en te concretiseren. Deze ervaring vereenvoudigt het aanvragen van subsidies of leningen;
6. Regelmatig communiceren en een gemeenschap creëren;
7. Vooral: observeren en besluiten. In de testfase is het noodzakelijk om te observeren, te testen, te ontwikkelen, aan te passen om na afloop van het proces te komen tot een gedefinieerd project, sterker en klaar om blijvend te worden gemaakt. Soms zijn meerdere testfasen nodig. Niet bang zijn voor mislukking, maar leren uit zijn ervaringen;
8. Zich laten begeleiden, van gedachten wisselen met experts, een initiatief waarbij de hulp van hub.brussels kostbaar kan blijken te zijn.

Mag naar believen worden gebruikt alvorens zich te lanceren!



hub.brussels is het Brussels Agentschap voor de Ondersteuning van het Bedrijfsleven. Het ondersteunt en ziet toe op de ontwikkeling en de internationalisering van Brusselse ondernemingen en handelszaken en het aantrekken van buitenlandse investeringen naar Brussel.

Wat is de Auberge Espagnole?

Het idee van de Auberge Espagnole is eenvoudig: kandidaat-winkeliers die het avontuur van het ondernemerschap willen uitproberen, worden uitgenodigd hun koffers en hun producten gedurende een maand of langer in een winkel onder te brengen die moduleerbaar kan worden ingericht, samen of samen met andere ontwerpers.

Gedurende hun verblijf beschikken de kandidaten over een verkoopruimte van 65 m² tegen een maandelijkse huurprijs van € 350,- en bovendien geniet u een gepersonaliseerde coaching binnen de sectoren van hun keuze. Aangezien de pop-up wordt geïnstalleerd in de Europese wijk, is de Europese dimensie van de voorgestelde concepten een van de criteria waar de jury rekening mee houdt bij het selecteren van de kandidaten.

De jury is samengesteld uit het team dat verantwoordelijk is voor het project bij hub.brussels, alsook uit vertegenwoordigers van de Guide d'Economie Locale, de gemeente Etterbeek en 1819.

De Auberge Espagnole, die op 12 mei 2016 werd opgericht binnen het kader van het Quartier Chasse-Gray-contract, is in januari laatstleden zijn vierde seizoen gestart.

De Auberge Espagnole in cijfers:

- **30 maanden open.**
- **13 kandidaten**
- Een eclectische selectie van producten: fijne kruidenartikelen, lampen, cocktails, kleding, terraria, producten voor kinderen, accessoires en decoratie ... Alle producten zijn vervaardigd in Europa.
- 70 coachings
- 843 uur begeleiding en coaching
- 37 events
- 30 workshops
- **8 projecten/permanente openingen:**
 - Drink It Fresh: online en B2B
 - Urban Gardener: Ixelles, Trinité
 - Mieu: Schaarbeek, Noyerstraat in Mérode
 - Tatamy: Etterbeek, Jourdanplein
 - Ben Artside: Sint-Gillis, Voorplein
 - Déjà Vu: pop-up rue des éperonniers
 - Mamzelle Colibri: Watermaal-Bosvoorde
 - Food Korner: kiosk in het Terkamerenbos, opent binnenkort
- Tevredenheidspercentage van de kandidaten van 82%



De nieuwe bewoners van de Auberge Espagnole



Botawall

Botawall is op 4 februari laatstleden ingetrokken in de Auberge Espagnole en zal er tot 25 april blijven.

Botawall stelt zijn volledige creativiteit ten dienste van het verfraaien van steeds groenere en steeds aangzamere woonruimten.

Nasima Amin is de oprichtster van deze vennootschap die in februari 2018 onder de doopvont werd gehouden en gespecialiseerd is in binnenhuisdecoratie. Haar specificiteit: het creëren en vervaardigen van metalen structuren die bedoeld zijn voor planten binnen- en buitenshuis zodat ze zich vrij kunnen ontwikkelen. De zeer stijlvolle creaties van Botawall zijn vanzelfsprekend milieuvriendelijk en brengen de natuur binnen bij hun eigenaar. Naast haar hoofdcollectie biedt Botawall ook een gepersonaliseerde creatie- en fabricagedienst aan.

Van de artikels die in deze pop-upstore worden aangeboden onder het teken van het bladgroen: ruitpatronen voor buitenplanten, potten voor binnenhuisplanten, maar ook gekleurde kimono's en kussenhoezen (100% katoen), alsook biologisch afbreekbare juten zakken.

www.botawall.com

Instagram: *botawall*, #popthebota

Facebook: *botawall*



APA-Intemporal

APA-Intemporal zal in mei, juni en juli 2019 zijn intrek nemen in de Auberge Espagnole en zal er een winkelconcept voorstellen dat gewijd is aan de nieuwe technologieën en aan de 100% circulaire mode die gemaakt is in Europa, maar is vooral de eerste Brusselse pop-up die beschikt over hologrammen in de etalage en over "augmented reality" in de winkel.

Men kan er een assortiment mantels voor mannen "Classic Men", voor vrouwen "Classic Women", de assortimenten "Parka Unisex" en "Parka Women" komen ontdekken, alsook reistassen vervaardigd uit stukjes stof en productieresten van parka's en ontstaan uit een samenwerking tussen APA en de Berlijns-Koreaanse studio Dzaino.



Deze onderneming voor hoogwaardige confectiekledij die ook instaat voor het ontwikkelen en verdelen van producten, waarbij luxe en nanotechnologieën worden gecombineerd, heeft de regenmantel Nano-waterproof gecreëerd, de meest innovatieve regenmantel ter wereld die zich aanpast aan de temperaturen, die ademt, elegant is en 100% vervaardigd wordt in Europa.

De start-up, die in juli 2016 werd opgericht, wordt geleid door vier personen: Léa Stein (oprichtster, modestyliste en bedrijfsleidster), Eldad Eitan (CFO en marketingverantwoordelijke), Linn Legros (Head of Brand Image) en Tiphaine Le Magoariec (verantwoordelijke producten en operaties).

www.apa-intemporal.com

info@apa-intemporal.com

<https://www.facebook.com/apaintemporal/> (@apaintemporal)

https://www.instagram.com/apaintemporal_official/ (@apaintemporal_official)

#apaintemporal

La ressource



Drie gepassioneerde mensen stonden aan de wieg van deze nieuwe duurzame drogisterij: Alexandre Plaideau, Candice Enderlé en Nastassia Godeaux. Ze zullen er de bezoekers van de Auberge Espagnole verwelkomen van augustus tot oktober eerstkomende om met hen een reeds sterk gewaardeerde ervaring te delen en hen bicarbonaat en natriumpercarbonaat, citroenzuur, groene klei, plantaardige oliën en essentiële oliën, enz. aan te bieden. Kortom alle ingrediënten die men nodig heeft voor het vervaardigen van onderhoudsproducten en cosmetica, alsook een mooi assortiment van plaatselijke en ethische afgewerkte producten. In een minilaboratorium kan iedereen zijn eigen producten ter plaatse vervaardigen en daarbij profiteren van de adviezen van het team.

<http://www.laressource.be>

<https://www.facebook.com/laressource.be/>



Atelier Peau

Op het einde van het jaar is het de beurt aan het Atelier Peau van Basile Bone om zijn intrek te nemen in de Auberge Espagnole in november en december 2019.

Atelier Peau is een creatiestudio die kadert binnen de slow fashion-beweging en hedendaagse, duurzame en ambachtelijk vervaardigde producten aanbiedt. De voorwerpen die in het atelier worden gemaakt



zijn bestemd om jaren mee te gaan. Voor zijn assortiment “artisanal standard” heeft de ontwerper gekozen voor een leer dat op ambachtelijke wijze plantaardig geloid is in België. Er werden ook bepaalde samenwerkingsverbanden doorgevoerd voor het gebruik van upcycled grondstoffen en andere met ondernemingen voor aangepast werk.

De pop-upstore Atelier Peau biedt accessoires, zakken, broeksriemen, tassen aan ... maar het gaat hierbij enkel om een van de facetten van zijn activiteiten die zich ook uitbreiden naar samenwerkingsverbanden met ondernemingen met sociale doeleinden, samenwerkingsverbanden met andere ontwerpers voor het uitwerken van prototypes voor accessoires en meubilair, voor het maken van accessoires voor de horeca en voor winkels en, in ontwerp een atelier voor een eerste kennismaking met de lederwarenindustrie.

FB: Atelier Peau

Insta: Atelier Peau

atelierpeau.be

