



PERSBERICHT

Atrium.Brussels en de ULB onderzochten de Brusselse markten

Iedere week 92 markten, 3 keer zoveel als 50 jaar geleden

Brussel, 19 juni 2017 — **Didier Gosuin, de Brusselse Minister van Economie en Werkgelegenheid, presenteert vandaag de resultaten van een onderzoek, uitgevoerd door het regionaal handelsagentschap Atrium.Brussels in samenwerking met de ULB, waarin zij gedurende meer dan één jaar zijn 1781 klanten en 425 markthandelaren op 28 verschillende markten in de hoofdstad ondervraagd. Deze studie geeft inzicht in het belang van markten als vectoren voor stedelijke ontwikkeling.**

De studie geeft antwoorden op fundamentele vragen zoals hoe een markt te starten of te laten opleven en tegelijk de handelaars te helpen te voldoen aan de verwachtingen van het Brusselse publiek in termen van kwaliteit en innovatie: Wie bezoekt markten? Om wat te kopen? Hoe om te gaan met de uitdagingen van het vak?

Als echte motoren van economische aantrekkelijkheid en vectoren voor het versterken van de identiteit van winkelstraten, worden markten steeds succesvoller in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Wekelijks zijn er 92 markten in het gewest. In de afgelopen 5 jaar is het aantal markten in Brussel met 20% gestegen.

Markten kunnen zich gemakkelijk aanpassen

Dit onderzoek, het meest uitgebreide tot op heden, brengt algemene conclusies voort voor het gehele Brusselse gewest en bevestigt de sterke punten van markten op lokaal niveau. “Het onderzoek laat zien dat markten een belangrijke economische motor zijn en dat ze ook een rol spelen in de sociale cohesie door hun gezelligheid, nabijheid en als instrument voor integratie”, verklaart Arnaud Texier, CEO van Atrium.Brussels. “Daarnaast stellen we, voornamelijk in de stad, ook een omkering van de consumptietijdstippen vast, en markten hebben zich waarschijnlijk iets beter kunnen aanpassen dan de sedentaire handel. De markten zetten zich af tegen supermarkten en onlinewinkels en vinden zichzelf opnieuw uit als evenement, een feestelijk moment op een gezellige plek.”

Daarnaast laat de studie eveneens zien dat markten een instrument zijn voor stedelijke heropleving en dat ze zorgen voor een economische ontwikkeling op lokaal niveau. Ze versterken ook het toerisme doordat ze mee de identiteit en authenticiteit van een wijk bepalen. “Markten worden ook vaak gebruikt als een instrument om een gezonde levensstijl te bevorderen. Ze spelen een rol als incubator voor nieuwe trends en maken het mogelijk om nieuwe commerciële activiteiten te testen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan food trucks, grillkramen of de ontwikkeling van de biologische voeding,” voegt Texier toe.

Steeds meer markten

“Markten stijgen in populariteit omdat ze beantwoorden aan het groeiende bewustzijn rond beter kopen en beter eten”, voegt Didier Gosuin, Brusselse Minister van Economie en Werkgelegenheid, toe. “Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest telt meer dan 800 bedrijven die actief zijn in de ambulante handel. En hun aantal is tussen 2008 en 2015 significant gestegen met 14,9%. Markten vormen een uitstekende stimulans voor het ondernemerschap. Kandidaat handelaars kunnen hun idee uittesten tegen lagere kosten. De markten zijn eveneens bevoorrechte plaatsen om innovatieve handelsmodellen uit te proberen. Op 27 juni wordt de studie besproken met alle betrokkenen om de schat aan informatie van deze studie uit te wisselen en markten beter op te zetten en te beheren. Het doel hiervan is om de troeven van de markt zoals deze door Atrium.Brussels zijn geïdentificeerd te versterken”



PERSBERICHT

De resultaten van het onderzoek zijn gebundeld in een gids van 150 pagina's en geven de laatste trends met betrekking tot de Brussels markten weer en geven een schat aan aanbevelingen aan de organisatoren van markten. Het doel is om het succes en het bestaansrecht van alle markten in Brussel te verzekeren, het stimuleren van nieuwe doordachte marktconcepten en het helpen van de ondernemers om te blijven voldoen aan de verwachtingen van de Brusselse consumenten in termen van kwaliteit en innovatie.

Perscontact

Voor Atrium.Brussels
InstiCOM, Hans Karperien
T : 0497/ 07 75 38
E : press@atrium.brussels

Voor het cabinet Gosuin
Charlotte Bonbled
T : 0499/ 51 26 31
E : cbonbled@gov.brussels

Over Atrium.Brussels

Atrium Brussels is het Gewestelijke Agentschap voor Handel en stimuleert al vijftien jaar lang de ontwikkeling van handelsactiviteiten in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Het agentschap is actief op drie terreinen:

1. We **THINK** our city!: Voor de overheid en voor zijn partners stelt Atrium Brussels zijn kennis van de stedelijke handel en de stad ter beschikking om innovatieve projecten te starten, zodat Brussel kan stralen en een echte smart retail city kan worden.
2. We **OPEN** our shops!: Dankzij zijn expertise op het terrein en zijn talrijke analytische tools op het vlak van geomarketing, prospectie of identiteit, biedt het starters een blik op de commerciële diversiteit van Brussel en zijn wijken. Op die manier begeleidt Atrium Brussels kandidaat-handelaars en retailers bij de definitie, lokalisatie en vestiging van hun project.
3. We **BOOST** our districts!: Atrium.Brussels ijvert voor een visie met een kwalitatieve, originele handel, aangepast aan zijn tijd en zijn gebruiken. Om de commerciële aantrekkelijkheid van het Gewest te valoriseren en aan te moedigen, coördineert het agentschap een reeks acties voor de verfraaiing en promotie van de handelswijken.

Voor meer informatie: www.atrium.brussels.