

JAARVERSLAG 2023

MAD
BRUSSELS

MAD BRUSSELS



RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE
BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST



shifting
economy brussels



BRUSSELS



SAMENVATTING

VOORWOORD VAN HET MANAGEMENT 4.

HOOGTEPUNTEN VAN 2023 5.

① VOORSTELLING VAN MAD BRUSSELS 6.

1. *Het team* 6.
2. *Beheer van human resources* 7.
3. *Raad van Bestuur* 8.

② FINANCIERINGSBRONNEN EN FINANCIËEL BEHEER 10.

1. *Ontwikkeling van financieringsbronnen en subsidies* 10.

③ STRATEGIE & BELANGRIJKE CIJFERS 2023 12.

1. *Doelstellingen in termen van oriëntatie* 13.
2. *Doelstellingen op het gebied van netwerken* 14.
3. *Doelstellingen op het gebied van inspiratie en zichtbaarheid* 15.
4. *Doelstellingen op het gebied van het ecosysteem* 16.

④ SOCIALE, MAATSCHAPPELIJKE EN MILIEUVERANTWOORDELIJKHEID 18.

1. *Inclusie* 18.
2. *Duurzaamheid* 18.
3. *Innovatie* 18.



VOORWOORD VAN HET MANAGEMENT

2023 kan in een woord worden samengevat: verandering. We gingen om met veranderingen in perspectief, doelstellingen en interne werking om gelijke tred te houden met de ontwikkelingen in de industrie en om een aangename sfeer te creëren binnen onze organisatie. Verandering is een constante factor geworden in ons leven en dwingt ons om ons voortdurend aan te passen. Flexibiliteit en aanpassingsvermogen zijn daarbij essentiële dagelijkse vaardigheden geworden.

Bij MAD Brussels waren we in staat ons aan te passen aan de veranderingen in de mode- en designindustrie om kwalitatief hoogwaardige diensten aan te bieden die voldoen aan de behoeftes van creatievelingen. Om op deze weg verder te gaan, hebben we samen met het team een nieuwe strategie op vijf jaar ontwikkeld. Onze teams en onze rollen zijn dusdanig geherstructureerd, rekening houdende met de vaardigheden en de talenten van elk van onze medewerkers.

We herdefinieerden ook een nieuwe aanpak voor het B2B-programma, gericht op netwerken en matchmaking om samenwerkingen tussen bedrijven, instellingen en Brusselse ontwerpers te bevorderen. En we zijn ook trots om de nieuwe ondersteuningsformule voor te stellen die in 2024 zal worden gelanceerd.

Intussen blijft de zichtbaarheid van MAD Brussels, dat Brusselse creatievelingen in de schijnwerpers zet, groeien dankzij mond-tot-mondreclame van onze evenementen. We mogen ook niet vergeten dat er een opmerkelijke tentoonstelling werd georganiseerd van en met Mous Lamrabat, een internationaal bekende modefotograaf die op unieke wijze Marokkaanse en westerse esthetiek samenbrengt en een frisse kijk biedt op de samenleving door middel van zijn foto's.

Juist in deze moeilijke tijden is het belangrijk om te onthouden dat creativiteit een krachtig middel is in vreedzame communicatie, dat mensen van verschillende culturen samenbrengt rond gemeenschappelijke interesses. We zijn trots om deze waarden te belichamen bij MAD Brussels en om ze met u te delen.

Bedankt voor uw steun en betrokkenheid. We kijken ernaar uit om samen deze reis voort te zetten.

Anaïs Sandra Carion
algemeen directeur MAD Brussels



HOOGTEPUNTEN VAN 2023

In 2023 organiseerde MAD Brussels in totaal 55 evenementen, waaronder 37 activiteiten gericht op bedrijfsontwikkeling en internationale ondersteuning, en 27 inspirerende activiteiten die zorgden voor meer visibiliteit. Deze evenementen werden mogelijk gemaakt dankzij een personeelsbestand van 14,3 full-time equivalent (FTE) tijdens een jaar dat gekenmerkt werd door herstructurering. Als geheel trokken deze activiteiten 24.176 bezoekers naar MAD, wat een stijging van 62% betekent ten opzichte van 2022. Het aantal projecthouders stijgt ook: in totaal 179, een stijging van 32% ten opzichte van 2022 en 7% ten opzichte van 2019, toen het aantal FTE's overeenkwam met 22,70.

Het was ook een jaar van een verhoogde groei van btw-nummers onder onze projecthouders: in totaal 19, vergeleken met 4 in 2022 en 9 in 2019. Dit is voornamelijk te wijten aan twee factoren: de stabilisatie van de markt, ondanks schommelingen in de economische wereld, en de behoefte van sommige projecthouders om hun statuut te herzien.



Als klap op de vuurpijl werd er binnen MAD een nieuwe aanpak ontwikkeld: individuele matchmaking, zowel via een open oproep als via direct contact tussen makers en organisaties. Voor dit testjaar waren er 8 succesvolle matches, waarvan sommige al zichtbaar waren in 2023 en andere zullen zijn in 2024. Zo werd er bijvoorbeeld een nieuw wandtapijt voor de trouwzaal van het Brusselse stadhuis gecreëerd, waarbij ontwerper Daniel Henry de open oproep won. Dit is slechts een van de eerste voorbeelden van de nieuwe weg die we inslaan.



Onze tentoonstellingen waren ook een groot succes, met in totaal 5 evenementen en 20.555 bezoekers. Deze tentoonstellingen omvatten onder andere een groepstentoonstelling gewijd aan keramische ambachtslieden, een tentoonstelling over huisvesting na de overstromingen van 2020 door het Cultureel Instituut voor Architectuur van Wallonië-Brussel (ICA), een solotentoonstelling van de Belgisch-Marokkaanse fotograaf Mous Lamrabat, en een groepsshow van het werk van 12 recent afgestudeerde ontwerpers in de MAD Graduation Show.

Om het jaar in stijl af te sluiten, werd onze expositieruimte van 600m² omgetoverd tot een echte grot van Ali Baba met een retrospectief overzicht van 20 jaar werk van de Spaanse ontwerper Jaime Hayon, bijgenaamd de "hedendaagse Gaudi". Deze tentoonstelling werd georganiseerd in het kader van het Brusselse Art Nouveau jaar en het Spaanse voorzitterschap van de Europese Unie. De opening werd bijgewoond door leiders uit de industrie en stelde MAD in staat om internationale erkenning te krijgen.

① VOORSTELLING VAN MAD BRUSSELS

1. HET TEAM

MAD heeft 14 medewerkers in dienst, wat neerkomt op 13,60 Full-Time Equivalents (FTE) op 31/12/2023. Rekening houdend met nieuwe aanwervingen en vertrekken, lag het gemiddelde aantal FTE's in 2023 op 14,3.

Op 31/12/2023 bestaat het team uit:

- Anaïs Sandra Carion, verantwoordelijk voor de algemene leiding en de leiding van het business team;
- Daphrose Nkundwa, Financieel en Human Resources Directeur;
- Dieter Van Den Storm, Artistiek en Communicatie Directeur;
- Anne Vertongen, verantwoordelijk voor Human Resources en het welzijn van het personeel, en aanspreekpunt voor het Triaxes programma;
- Inas Ben Bachir, verantwoordelijk voor budgetbeheer, factuurbeheer en codering in zowel algemene als analytische boekhouding, evenals administratief beheer van openbare aanbestedingen voor MAD;
- Maxime Mahieu, verantwoordelijk voor beheer van gebouwen en interne IT service, evenals openbare aanbestedingen;
- Peggy Acke, verantwoordelijk voor het adviseren en begeleiden van zakelijke projecten;
- Adeline Faveau, verantwoordelijk voor de MAD incubator en de ontwikkeling van op maat gemaakte projecten;
- Clara Goblet, verantwoordelijk voor seminars en andere ondersteunende activiteiten op het gebied van duurzaamheid;
- Baïlo Staumont, verantwoordelijk voor internationale activiteiten en lokale en internationale contacten;
- Lore Detremmerie, verantwoordelijk voor algemene en externe communicatie van MAD;
- Margaux Dibos, verantwoordelijk voor evenementen en creatie;
- Alexandra Borgerhoff, verantwoordelijk voor pers en community building;
- Cornelia Van Den Boogaart, receptie.

Eventuele managementkwesties worden besproken door de raad van bestuur, bestaande uit:

- De directeur;
- De financieel en human resources directeur;
- De artistiek en communicatie directeur.

In 2023 vonden er om twee redenen teamwisselingen of aanpassingen van functies plaats:

- Aanpassing aan de nieuwe strategie en versterking van het netwerk;
- Aanpassing van functies op basis van werkdruk en vaardigheden van elke medewerker.



2. EVOLUTIE EN BEHEER VAN HUMAN RESOURCES

De vertrekken in 2023 waren als volgt:

- Bénédicte de Brouwer, projectmanager sociale impact, is vertrokken op 22/01/2023;
- Jean Paternotte, verantwoordelijk voor de coördinatie van de activiteiten van het TRIAXES project, dat dit jaar ten einde kwam, is vertrokken op 31/05/2023;
- Alice Lepoutre, communicatie officer in de ondersteunende afdeling, is vertrokken op 08/06/2023;
- Ludovic Goossens, conciërge, is vertrokken op 20/08/2023.

De nieuwkomers en aanwervingen binnen het team waren als volgt:

- Anaïs Sandra Carion, CEO met verantwoordelijkheden voor het beheer van het business team, is gestart op 02/01/2023;
- Maxime Mahieu, verantwoordelijk voor gebouwenbeheer en interne IT service, is gestart op 03/01/2023;
- Clara Goblet, verantwoordelijk voor seminars en ondersteunende activiteiten, is gestart op 16/08/2023;
- Baïlo Staumont, belast met het ontwikkelen van lokale en internationale contacten, is gestart op 27/09/2023.

Naast de vertrekken en nieuwe aanwervingen bracht het jaar 2023 ook veranderingen met zich mee, waaronder:

- Het einde van het contract voor een externe consultant, aangenomen als ondersteuning in de rol van teammanager voor het business team;
- De aanwerving van een freelance persoon voor het business team;
- Aanwerving van stagiairs voor de verschillende afdelingen en studenten voor de receptie, om de teams te versterken voor dagelijkse werkzaamheden;
- De aanwerving van een conciërge die op 1 april van het volgende jaar zal beginnen.

In 2023 werden er aanzienlijke inspanningen geleverd op het gebied van human resource management. Om de teams te motiveren en een klimaat van welzijn binnen het team te creëren, werden verschillende acties ondernomen.

MAD zet zich in om op middellange termijn oplossingen te vinden om een echte bedrijfscultuur en welzijn voor al haar medewerkers te bevorderen.



3. DE RAAD VAN BESTUUR

De raad van bestuur is als volgt samengesteld:

Lydia Mutyebele Ngoi
Voorzitter, benoemd door de stad Brussel

Gäetan Danneels
Vice-voorzitter, benoemd door het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Qendresa Guerlica
Lid, benoemd door de stad Brussel

Audrey Dubois
Lid, benoemd door de stad Brussel

Nicolas Van de Velde
Lid, benoemd door het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Frank Lelon, Penningmeester
Lid, benoemd door het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Eve Demoen
Lid, benoemd door de stad Brussel

Siré Kaba
Lid, Komt uit de mode sector

Amaryllis Jacobs
Lid, Komt uit de ontwerp sector

Alexandre Helson
Lid, Komt uit de lokale economie en het lokale eco-systeem

Gwendolyn Grolig
Lid, Komt uit de creatieve wereld

Lynn Tytgat
Lid, Komt uit de academische wereld

The power of ceramics



② FINANCIERINGSBRONNEN EN FINANCIËEL BEHEER

1. FINANCIERINGS- EN SUBSIDIEMOGELIJKHEDEN

De stad Brussel en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest blijven de belangrijkste subsidiërende instanties van de non-profitorganisatie "MAD Brussel, het Brussels Centrum voor Mode en Design".

MAD kan echter ook rekenen op andere steun op gemeenschapsniveau, zoals de Franse Gemeenschap - Cultuur.

Andere overheidssteun komt van het Fonds Maribel, dat in 2023 verantwoordelijk is van het betalen voor een voltijds-equivalent werknemer. Dit groeit uit tot het betalen van een 1,5 voltijds-equivalent werknemer vanaf het 4e kwartaal van 2023.

STRUCTURELE SUBSIDIES EN CONVENTIES

N (2023)	COMMERCE EXTERIEUR 2023 COMPLEMENT	€ 58.760,00
	CFWB CULTURE	€ 75.000,00
	BRUXELLES ENVIRONNEMENT	€ 120.000,00
	FONDS MARIBEL	€ 56.297,00
	RBC IMAGE FR/NL	€ 140.000,00
	RBC ECONOMIE EMPLOI/INDEXATION	€ 375.000,00
	VILLE DE BRUXELLES	€ 600.000,00
	FEDER ADMIN - FINALISATION PROJET	€ 16.216,00
S/T		€ 1.441.273,00

EENMALIGE SAMENWERKINGSOVEREENKOMSTEN

	HUB ACTIONS INTERNATIONALES	€ 72.000,00
	LOTTERIE NATIONALE	€ 15.000,00
	AMBASSADE ESPAGNOLE	€ 14.900,00
S/T		€ 101.900,00

DIVERSE INKOMSTEN

	PARTICIPATION AUX FRAIS DE FONCTIONNEMENT	€ 70.062,00
S/T		€ 70.062,00

TOTAAL € 1.613.235,00

D2B, Designers to business



③ STRATEGIE & CIJFERS VAN 2023

“We Inspire, Connect & Guide”: het mantra van MAD Brussels is ook de basis van haar strategie en haar bestaan. Hoe kunnen we creatievelingen inspireren en voeden, hoe kunnen we hen verbinden met de economische sector van mode en design en meer algemeen, de creatieve en culturele industrieën, en hoe kunnen we hen ondersteunen gedurende hun creatieve reis.

Om deze visie te verwezenlijken, ontwikkelt en promoot MAD ondernemerschap en creatief denken in de sectoren mode en design in Brussel, terwijl ze ook streeft naar het promoten ervan op nationaal en internationaal niveau.

MAD's missie wordt vertaald in 4 strategische doelstellingen:

- **Begeleiding:** focus op ondersteuning en het in contact brengen van jonge creatievelingen met de professionele sector;
- **Netwerken:** focus op netwerken met de professionele mode- en designsectoren, maar ook met de publieke sector;
- **Zichtbaarheid & Inspiratie:** focus op zichtbaarheid en communicatie, zowel voor MAD als entiteit, als voor jonge creatievelingen en professionals;
- **Verbonden met het publiek en haar ecosysteem:** focus op strategische afstemming met het Brusselse ecosysteem.



Via deze doelstellingen streeft MAD ernaar om creatievelingen te inspireren door hen toegang te geven tot opleidingen, ontwikkelingen en netwerken. Het wil ook de creatievelingen verbinden met de economische sector door samenwerkingsverbanden en partnerships aan te gaan en hun ondernemersprojecten te ondersteunen. Ten slotte begeleidt MAD deze creatievelingen ook op hun creatieve reis door hen te helpen zichtbaar te worden en zich te positioneren op nationaal en internationaal niveau, dit allemaal terwijl ze ook sterke relaties onderhoudt met publieke en private belanghebbenden in de mode- en designindustrie in Brussel. Over het algemeen richt de strategie We Inspire, Connect & Guide zich op het versterken van de positie van Brussel als creatieve stad en het internationaal benadrukken van de Brusselse talenten en de lokale innovatie in de mode- en designwereld.

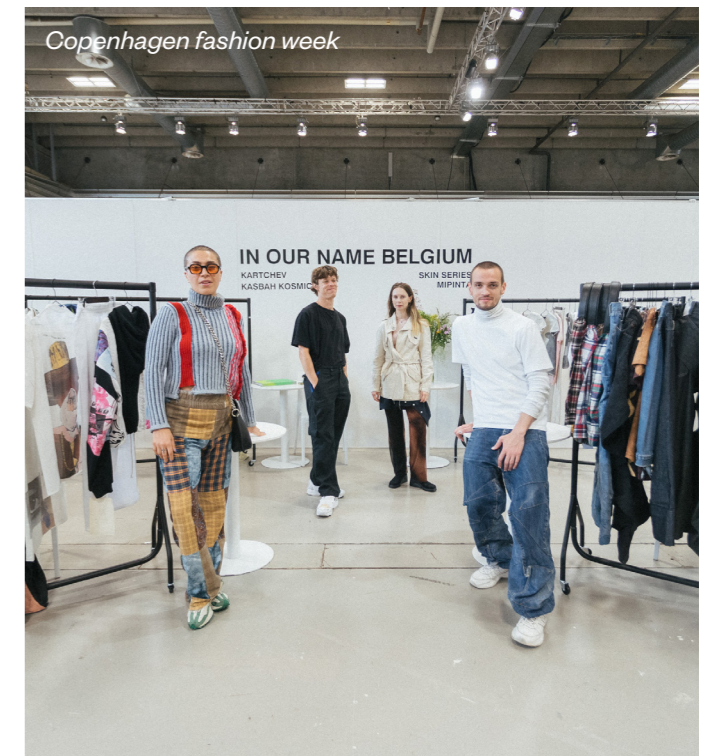


1. DOELSTELLINGEN IN TERMEN VAN ORIËNTATIE

Het streefdoel is het ondersteunen van profielen, projectondernemers en bestaande merken. Om deze profielen te helpen, werden er bij MAD in 2023 in totaal 28 seminarsie, collectieve workshops en individuele sessies georganiseerd, met in totaal 476 deelnemers.

Het aantal projecten dat in één-op-één consultaties werd ondersteund, is hoger dan in 2022 (+32%) en zelfs hoger dan in 2019 (+7%), het jaar vóór COVID. Van het totale aantal ondersteunde projecten zijn er:

- **129 onderdeel van het MAD Starter programma**, wat betekent dat het mensen zijn die een project willen starten of overwegen een activiteit te starten;
- **23 zijn onderdeel van MAD Take-Off**, projecten in hun laatste fase van creatie of in de beginfase van hun activiteit (waarvan 19 een BTW-nummer hebben ontvangen);
- **10 projecten (11 personen) zijn onderdeel van MAD Incubator**, een tweejarig residentieprogramma bij MAD;
- **8 maken deel uit van MAD Fly** (4 van MAD Fly 2022 en 4 van MAD Fly 2023), voor bedrijven geselecteerd door een jury en met 1 tot 3 jaar ervaring;
- **1 project is voor de MAD Contest**, ter voorbereiding op het FashionClash festival in Maastricht;
- **7 projecten zijn voor MAD Cherry-on-the-Cake**, voor senior profielen met een bedrijf dat minstens 3 jaar bestaat en behoefte heeft aan advies op het gebied van bedrijfsstrategie of financiering.



Het totale aantal uren één-op-één ondersteuning, met onze interne bedrijfsadviseur of met onze externe experts, bedroeg 377,50.

Verschillende merken en projectondernemers werden ook internationaal ondersteund, in samenwerking met andere Belgische entiteiten zoals hub.brussels en actiris, door middel van 9 verschillende activiteiten:

- Een aanwezigheid op de **meubelbeurs in Milaan** met 4 profielen, onder de noemer “Belgium is Design”;
- Een workshop in **Boisbuchet in Frankrijk** met 10 profielen;
- Een aanwezigheid op de **Copenhagen Fashion Week** in augustus onder de noemer “In Our Name Belgium”, inclusief een beurspresentatie en een evenement met influencers voor de lancering van 4 merken;
- Een **conferentie in Londen** waarbij 4 bedrijven zich presenteren op een conferentie over biobased textiel en in totaal 7 profielen deelnamen aan het netwerkdiner;
- Een bezoek aan de **Dutch Design Week** met 14 Brusselse profielen en 16 aanwezige projecthouders bij de etwerkreceptie;
- Een reis naar **Londen** voor projecthouders op het gebied van meubelontwerp met 7 profielen.

2023 valt op wat betreft het aantal ondersteunde profielen en uitgevoerde activiteiten, en is het resultaat van het uitstekende team werk.



2. DOELSTELLINGEN OP HET GEBIED VAN NETWERKEN

MAD heeft een nieuwe strategie geïmplementeerd om verschillende partijen in de sector te verbinden, op lokaal, regionaal, nationaal en internationaal niveau, ter bevordering van wederzijdse verrijking, maar vooral met als doel het promoten van Brussels talent en het stimuleren van betaalde samenwerkingsverbanden tussen creatievelingen en bedrijven.

In oktober 2023 werd een nieuwe collega aangenomen binnen het business team, met als doel lokale en internationale connecties te bevorderen en deze netwerkstrategie verder te ontwikkelen.

Het netwerken gebeurt op drie manieren:

- Evenementen bij MAD en internationale evenementen;
- Oproepen voor op maat gemaakte projecten die worden gepubliceerd op de MAD-website;
- Directe connecties;

In dit testjaar vonden er 38 matchmakings plaats tussen Brusselse makers en publieke, lokale en Europese bedrijven of instellingen. 8 van deze matchmakings resulteerden in samenwerkingen, waarvan 7 op maat gemaakte projecten ondersteund werden door MAD: 3 met de Stad Brussel en 4 met private ondernemingen.

Enkele voorbeelden van op maat gemaakte projecten:

- De participatie van Kasbah Kosmic in de tentoonstelling bij MIMA in januari 2023;
- De scenografie van Rond Carré Studio voor de ingang van de Ceramics Brussels beurs, gepresenteerd eind januari 2024;
- Het tapijt gemaakt door ontwerper Daniel Henry voor de trouwzaal in het stadhuis, gepresenteerd in april 2024.

Het totale budget dat publieke en private ondernemingen hebben toegewezen voor alle 7 projecten bedroeg 52.930 euro.



3. DOELSTELLINGEN OP HET GEBIED VAN INSPIRATIE EN ZICHTBAARHEID

MAD ontwikkelt een communicatiestrategie met de volgende doelstellingen:

- Het promoten van de doelgroepen en begunstigen van MAD (in de sectoren mode, meubelontwerp, collectible design en scenografie);
- Bijdragen aan de promotie van Brussel door de nadruk te leggen op de mode- en designsectoren;
- Blijven focussen op publieke communicatie indien relevant;
- Blijven focussen op communicatie met media, specialisten en het publiek indien relevant.

Deze zichtbaarheidsstrategie werd mogelijk gemaakt door:

- Het tweede deel van de tentoonstelling “**The Power of Ceramics**”, een collectieve tentoonstelling waarin de expertise en nieuwe technieken in keramiek werden tentoongesteld, met 32 lokale en internationale kunstenaars, waaronder 15 lokale talenten: Abel Jallais, Antoinette d'Ansembourg, Eleonore Joulin, Frizbee Ceramics, Guillaume Slizewicz, Hugo Meert, Jaan Wouters, Jean-Paul Lespagnard, Jonas Moenne, Maya Eline Leroy, Naomi Gilon, Quentin Caillaud, Studio Bisk van Charlotte Gigan & Martin Duchène, Studio Minimètre van Bérénice de Salvatore & Bastien Chevrier, Sylvain Willenz;
- De tentoonstelling van modefotograaf Mous Lamrabat, “**A(R)MOUR**”, waar de beroemde Belgisch-Marokkaanse fotograaf zich richt op kwesties zoals inclusie en globalisering, met op maat gemaakte foto's van 11 creatieve modetalenten uit Brussel: Anneleen Bertels, Erratum Fashion, Florent Seligman, Kasbah Cosmic, Mipinta, Naomi Gilon, Pauline Haumont, Shishi San, The Zed, Marie-Adam Leenaerd & Valentine Tinchant;
- De solotentoonstelling “**Nuevo Nouveau**” van de beroemde Spaanse ontwerper Jaime Hayon, georganiseerd als onderdeel van het Spaanse voorzitterschap van de Europese Unie en het Art Nouveau jaar, met 5.096 bezoekers in 2023 en eindigend eind januari 2024.

In totaal werden 56 Brusselse ontwerpers in de schijnwerpers gezet door deze tentoonstellingen, die 20.555 bezoekers inspireerden en 312 publicaties in de media opbrachten.



Om professionals en jonge makers te blijven inspireren, werden 5 creatieve lunches georganiseerd, waarbij een prominent persoon zijn inzichten deelde tijdens de lunch met het publiek:

- Met **Kiki van Eijk**, Nederlandse textiel- en keramiekontwerpster, die haar duurzame studio-aanpak en samenwerkingen met internationale huizen presenteerde, met 40 deelnemers;
- Met **Dennis Vanderbroeck**, Nederlandse scenograaf die bekend staat om zijn creaties voor modeshows zoals o.m. Diesel, met 42 deelnemers;
- Met **Bento**, een Belgische studio die de scenografie voor het Belgische paviljoen in Venetië ontwierp voor de Architectuur Biënnale, en die te zien was als onderdeel van de VIP-route op de kunst- en designbeurs Collectible, met 43 deelnemers;
- Met **Priyanka Mehta**, een sieradenontwerpster met een transparant productieproces van A tot Z, met 40 deelnemers;
- Met **Julien Renault**, die heeft samengewerkt met talloze internationale meubel- en interieurmerken zoals Hay en Nine, met 52 deelnemers.

Er werden ook inspirerende gesprekken georganiseerd, waaronder:

- Een door **Mous Lamrabat** tijdens het slotevenement van de tentoonstelling, met 135 deelnemers;
- Een door **Across** in samenwerking met het ICA, met 117 deelnemers;
- Een door architect **David Garcia**, met 58 deelnemers;
- Een door de beroemde Deense multidisciplinaire creatieve **Henrik Vibskov**, die zijn inzichten deelde over mode en decorontwerp, met 96 deelnemers.

Tussen de creatieve lunches en gesprekken waren er in totaal 10 evenementen die 655 deelnemers inspireerden.

MAD heeft ook 12 andere initiatieven georganiseerd en gecoördineerd, met in totaal 2.966 deelnemers.

De media-aanwezigheid van MAD in 2023 was uitzonderlijk:

Wat betreft pers aandacht waren er:

- Een toename van de advertentiewaarde ten opzichte van 2022 met 51%, wat neerkomt op 4,8 miljoen euro;
- Een stijging van het aantal publicaties met 55-60% vergeleken met het voorgaande jaar, met in totaal 312 publicaties, 6 covers en 19 internationale publicaties.

Op het gebied van websitebezoek en aanwezigheid op sociale media:

- Een toename van 20% in websitebezoek ten opzichte van het vorige jaar, met 62.550 unieke bezoekers en 175.000 totale bezoekers;
- Groei in het aantal volgers op elk sociaal media-platform ten opzichte van het vorige jaar: +2,50% voor Facebook, +31% voor Instagram, +30% voor LinkedIn;
- De oprichting van een nieuw platform: TikTok, als manier om zich te verbinden met de nieuwe generatie.



Lezing Henrik Vibskov

4. DOELSTELLINGEN OP HET GEBIED VAN HET ECOSYSTEEM

Er zijn verschillende belangrijke data te vermelden van MAD binnen haar ecosysteem in Brussel:

- Qua zichtbaarheid is het aantal bezoekers met 62% gestegen ten opzichte van 2022;
- Qua ondersteunde projecten en bedrijven was er een stijging van 32% ten opzichte van 2022 en 4% ten opzichte van 2019;
- Op het gebied van gemaakte verbindingen hebben we 38 makers/merken in contact gebracht met het ecosysteem om samenwerkingen te stimuleren, waarvan er 8 positief waren en 4 al hebben geleid tot succesvolle partnerships;
- Op het gebied van het bevorderen van de economische transitie waren er 46 evenementen gericht op duurzaamheid, met in totaal 596 deelnemers;
- Van alle gevestigde projecten die we ondersteunen (met uitzondering van MAD-starters die nog bezig zijn met het ontwikkelen van hun ideeën), heeft 50% een sterke duurzame focus als kern van hun project, en biedt 18% innovatieve oplossingen aan (zoals een nieuw textiel gemaakt van maïs bij Noosa, of 3D-printoplossingen met verschillende soorten afval bij Studio Minimètre);
- Er werden 55 inspiratie- en ondersteunende evenementen georganiseerd, gratis toegankelijk voor het publiek;
- Er was een stijging van 23% in het gebruik van MAD's gratis ruimte voor fotoshoots voor jonge merken, vergeleken met het afgelopen jaar;
- We waren aanwezig op 7 internationale evenementen, in tegenstelling tot 2 in totaal in 2022.



④ SOCIALE, MAATSCHAPPELIJKE EN MILIEUZORG

De waarden duurzaamheid, inclusie en innovatie staan centraal in alle acties van MAD. Ze kenmerken een Brussel dat zich richt op dezelfde waarden, gedreven door creatieve geesten. Deze ontwerpers dragen actief bij aan het stimuleren van positieve veranderingen, zowel op cultureel als economisch vlak. Hun succes en dat van het Brussels Gewest zijn nauw met elkaar verbonden: hun prestaties dienen die van Brussel, en vice versa. Creatieven staan voorop bij het bieden van nieuwe ideeën, duurzame creaties, terwijl ze diversiteit bevorderen zodat niemand achterblijft.

1. INCLUSIE

MAD zet zich in om de modesector en de ontwerpsector inclusief te maken door een breed publiek te betrekken. Dit omvat:

- Gratis toegankelijkheid tot tentoonstellingsruimtes;
- Programma's en kansen voor alle inwoners van Brussel;
- Training, evenementen en samenwerkingen die toegankelijk en gratis zijn voor iedereen;
- Inclusief taalgebruik in alle externe communicatie, evenals communicatie in het Frans, Nederlands en Engels;
- Samenwerking met een sociale werkplaats;
- Verwelkomen van scholen en andere instellingen.

Gezien de dichtheid en diversiteit staat het Brussels Hoofdstedelijk Gewest voor verschillende uitdagingen op het gebied van inclusie, participatie en sociale cohesie. Deze diversiteit is ook een bron van intrinsieke rijkdom en creativiteit voor de mode en design sector in Brussel, die MAD wil benadrukken en waarop MAD zich in de komende jaren wil richten.



2. DUURZAAMHEID

MAD streeft er naar een voorbeeldige instelling te zijn op het gebied van sociaal en milieubewustzijn. Dit komt onder meer tot uiting in het uitwerken en naleven van haar "core business", een duurzaam gebouwbeheer en het welzijn van het personeelsbestand.

Het is essentieel dat duurzaamheid wordt geïntegreerd in de modesector en de ontwerpsector. In dit kader speelt MAD een actieve rol door advies, tools en training aan te bieden aan professionals in de sector om hun ecologische voetafdruk en sociale impact te meten. Hierdoor positioneert MAD zich als een belangrijke speler in slow fashion in Brussel. Het biedt ook een waaier aan diensten aan, aan ondernemers in de sector door workshops te organiseren en lokale duurzame initiatieven te bundelen. Dit alles gebeurt in partnership met de belangrijkste instanties verantwoordelijk voor de Regionale Economische Transitie Strategie. Daarnaast streeft MAD ernaar een voorbeeld te zijn op het gebied van sociaal en milieubewustzijn door haar "core business" te oriënteren, haar gebouw duurzaam te beheren en te zorgen voor het welzijn van haar personeel.

Binnen dit kader is besloten om elke 3 jaar de ecologische voetafdruk te berekenen en om ons energieverbruik te verbeteren. In dezelfde lijn werd aan het begin van het jaar het PEB (B) certificaat behaald, en werd het Ecodynamisch label ingevoerd, met een score van 74%.

3. INNOVATIE

MAD hecht veel belang aan innovatie in haar strategie en in haar acties, door verschillende initiatieven zoals:

- Promotie van nieuwe methodes, processen, materialen en toepassingen in creatie en productie;
- Verbetering van de ondersteuning voor mode- en designondernemers in Brussel, of ze nu wel of niet bij MAD verblijven;
- Innovatieve communicatie gericht op makers;
- Het creëren van nauwere banden tussen de verschillende doelgroepen van MAD en het Brusselse ecosysteem van economische transitie;
- Het combineren van verschillende creatieve sectoren om innovatie te stimuleren.

MAD incubator, open atelier days



MAD
BRUSSELS



 RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE
BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST



 shifting
economy.brussels 
ENSEMBLE, VERS L'ÉCONOMIE DE DEMAIN
SAMEN OP WEG NAAR DE ECONOMIE VAN MORGEN



BRUSSELS

