

RAPPORT D'ACTIVITÉ ANNUEL 2023

MAD BRUSSELS



SOMMAIRE

MESSAGE DE LA DIRECTION 4.

FAITS MARQUANTS 2023 5.

① PRÉSENTATION DU MAD 6.

- 1. *L'équipe* 6.
- 2. *Gestion des ressources humaines* 7.
- 3. *Le conseil d'administration* 8.

② SOURCES DE FINANCEMENT ET GESTION FINANCIÈRE 10.

- 1. *Sources de financements et évolution des subsides* 10.

③ STRATÉGIE & CHIFFRES CLÉS 2023 12.

- 1. *Objectif d'orientation* 13.
- 2. *Objectif de réseautage* 14.
- 3. *Objectif d'inspiration & de visibilité* 15.
- 4. *Objectif de l'écosystème* 16.

④ RESPONSABILITÉ SOCIALE, SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE 18.

- 1. *Valeur d'inclusivité* 18.
- 2. *Valeur environnementale* 18.
- 3. *Valeur d'innovation* 18.



MESSAGE DE LA DIRECTION

Cette année 2023 a été marquée par un mot : le changement. Nous avons dû faire face à des changements de perspectives, d'objectifs et de fonctionnement interne pour suivre les évolutions du secteur et créer un climat de bien-être au sein de notre organisation. Le changement est devenu un élément omniprésent dans notre vie, nous obligeant à nous adapter constamment. La versatilité et l'adaptabilité sont désormais des compétences essentielles au quotidien.

Au MAD, nous avons su nous adapter aux changements du secteur de la mode et du design afin d'offrir des services de qualité toujours plus adaptés aux besoins des créatif·ve·s. Pour continuer sur cette lancée, nous avons élaboré ensemble une nouvelle stratégie à cinq ans. Nos équipes et nos fonctions ont été restructurées en conséquence, en tenant compte des capacités et des talents de chacun·e de nos employé·e·s.

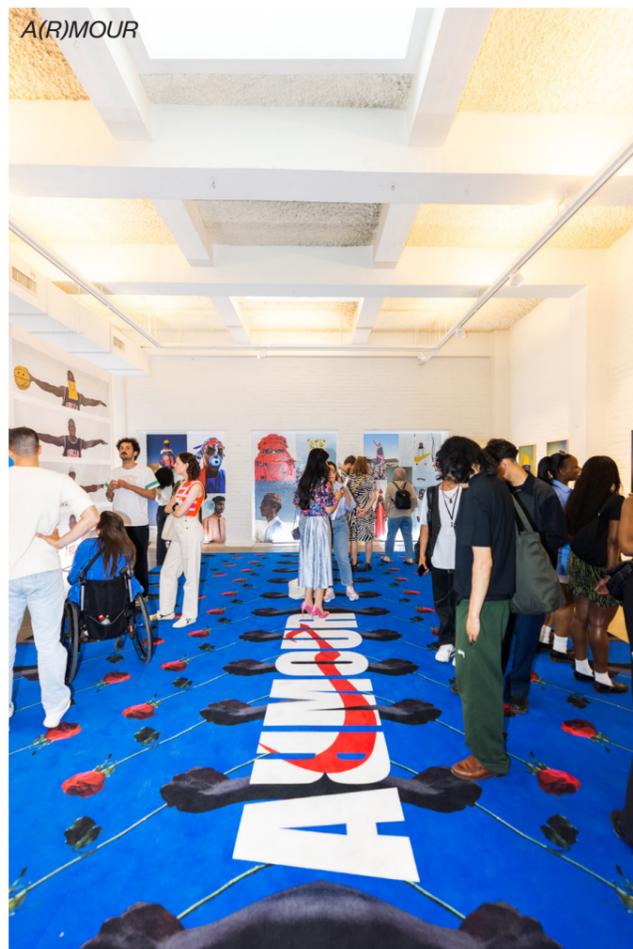
Nous avons également défini une nouvelle approche pour notre direction B2B axée sur le réseautage et la mise en relation pour favoriser les collaborations entre les sociétés et institutions et les créateur·ice·s bruxellois·e·s. Et nous sommes fier·e·s de vous dévoiler notre nouveau format d'accompagnement qui sera lancé en 2024.

Pendant ce temps, la visibilité du MAD, qui met en valeur les créatif·ve·s bruxellois·e·s, ne cesse de croître grâce au bouche-à-oreille suscité par nos événements. Nous n'oublierons pas la remarquable exposition de Mous Lamrabat, photographe de mode reconnu internationalement pour la manière dont il réunit les esthétiques marocaines et occidentales, et qui a su transmettre un regard neuf sur la société à travers ses photographies.

En ces temps sombres, il est important de rappeler que la créativité est un puissant moyen de communication pacifique de lier les personnes de cultures différentes autour d'intérêts communs. Nous sommes fier·e·s d'incarner ces valeurs au MAD et de les partager avec vous.

Merci à tous·te·s pour votre soutien et votre implication. Nous avons hâte de poursuivre cette aventure ensemble.

Anaïs Sandra Carion
Directrice générale MAD Brussels



FAITS MARQUANTS 2023

En 2023, le MAD a organisé un total de 55 activités, dont 37 activités liées à l'objectif d'accompagnement et le développement à l'international, et 27 activités d'inspiration et visibilité. Ces événements ont été rendus possibles grâce à un effectif de 13.4 temps plein (ETP) pendant une année de restructuration. Les activités dans leur ensemble nous ont permis d'attirer un nombre total de 24.176 visiteur·euse·s au MAD, c'est-à-dire une augmentation de 62% par rapport à 2022. Les nombre de porteur·euse·s de projets est également en augmentation : 179 au total, c'est-à-dire +32% par rapport à 2022, et +7% par rapport à 2019, année où les ETP correspondaient à 22.70.

C'est également une année d'augmentation de création de numéros de TVA au sein de nos porteur·euse·s de projets : 19 au total, en comparaison à l'année 2022, au nombre de 4 et en 2019 de 9. Ceci est principalement dû à deux facteurs : la stabilisation du marché, malgré les fluctuations du monde économique, et à la nécessité de certain·e·s porteur·euse·s de projets d'évoluer de statut.



Pour couronner le tout, une nouvelle approche a été développée au sein du MAD : celle de la mise en relation en individuel, ou via un appel ouvert, entre les créateur·ice·s et les organisations. Pour cet essai, 8 mises en relation ont abouti, dont certaines ont déjà été exposées en 2023 et d'autres le seront en 2024. Prenons par exemple la création de la nouvelle tapisserie pour la salle des célébrations à l'Hôtel de Ville, où le créateur Daniel Henry a remporté l'appel à candidatures après plusieurs mois de travail et d'échanges. Ceci n'est qu'un des premiers exemples d'un nouveau chemin que nous empruntons.



Nos expositions ont connu un grand succès avec un total de 5 événements et une affluence totale de 20.555 visiteur·euse·s. Parmi ces expositions, une exposition collective dédiée aux artisan·e·s du monde de la céramique, une exposition de l'Institut culturel d'architecture de Wallonie-Bruxelles sur les logements suite aux inondations de 2020, une exposition individuelle du photographe belgo-marocain Mous Lamrabat, ainsi qu'une mise en lumière des œuvres de 12 jeunes diplômé·e·s sélectionné·e·s pour le MAD graduation show.

Pour terminer en beauté cette année, notre espace d'exposition de 600m² s'est transformé en véritable caverne d'Ali Baba avec une rétrospective de 20 ans de travail du designer espagnol Jaime Hayon, surnommé le "Gaudi contemporain". Cette exposition a été organisée dans le cadre de l'année de l'Art Nouveau à Bruxelles et de la présidence espagnole de l'Union Européenne. Le vernissage a été marqué par la présence de grands noms de l'industrie et a permis au MAD de gagner en reconnaissance à l'échelle internationale.

① PRÉSENTATION DU MAD

1. L'ÉQUIPE

Le MAD emploie un effectif de 14 personnes, ce qui représente un total de 13.60 équivalents Temps Plein (ETP) au 31/12/2023. Compte tenu des entrées et des départs, le nombre moyen d'ETP en 2023 s'élève à 14.3.

La constitution de l'équipe, au 31/12/2023, est la suivante :

- Anaïs Sandra Carion, Directrice Générale, ayant dans ses compétences la direction du département d'accompagnement ;
- Daphrose Nkundwa, Directrice Financière et Ressources Humaines ;
- Dieter Van Den Storm, Directeur Artistique et Communication ;
- Anne Vertongen, chargée des Ressources humaines et du bien-être du personnel et personne de contact pour le programme Triaxes ;
- Inas Ben Bachir, chargée principalement du suivi budgétaire, du suivi et encodage des factures dans la comptabilité tant générale qu'analytique et suivi administratif des marchés publics du MAD ;
- Maxime Mahieu, chargé principalement de la gestion du bâtiment et du service IT en interne et des marchés publics liés ;
- Peggy Acke, chargée du conseil et du suivi pour les porteur-euse-s de projets ;
- Adeline Faveau, chargée des résident-e-s du MAD incubator et du développement de projets sur mesure ;
- Clara Goblet, chargée des séminaires et autres activités d'accompagnement liées à la durabilité ;
- Baïlo Staumont, chargé du développement des activités à l'international ainsi que des contacts locaux et internationaux ;
- Lore Detremmerie, chargée de la communication externe du MAD par le biais des outils de communication ;
- Margaux Dibos, chargée des événements et de la création ;
- Alexandra Borgerhoff, chargée de la presse et de l'influence ;
- Cornelia Van Den Boogaart, chargée de l'accueil.

Toute question managériale est discutée par le comité de directeur-ice-s, composé de :

- La directrice générale ;
- La directrice finance & ressources humaines ;
- Le directeur créatif & communication.

Des changements d'équipes ou des adaptations de rôle ont eu lieu en 2023 suivant deux points :

- L'adaptation à la nouvelle stratégie et le renforcement de l'objectif de réseautage ;
- L'adaptation des rôles en fonction de la charge de travail et les aptitudes de chaque employé.



2. ÉVOLUTION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

Les départs en 2023 ont été les suivants :

- Bénédicte de Brouwer, chef de projet sur l'impact social, départ le 22/01/2023 ;
- Jean Paternotte qui était chargé de coordonner les activités du projet TRIAXES, dont les activités se sont clôturées cette année, départ le 31/05/2023 ;
- Alice Lepoutre, chargée de la communication au sein du département d'accompagnement, départ le 08/06/2023 ;
- Ludovic Goossens, concierge, départ le 20/08/2023.

Les entrées et les recrutements au sein de l'équipe ont été les suivantes :

- Anaïs Sandra Carion, directrice générale ayant dans ses attributions la direction du département d'accompagnement, entrée le 02/01/2023 ;
- Maxime Mahieu, chargé principalement de la gestion du bâtiment et du service IT interne, entrée le 03/01/2023 ;
- Clara Goblet, chargée des séminaires et autres activités d'accompagnement, entrée le 16/08/2023 ;
- Baïlo Staumont, chargé du développement des contacts locaux et à l'international, entrée le 27/09/2023.

L'année 2023 a également évolué, au-delà de celles des départs et entrées, notamment par :

- La fin du contrat du consultant externe, engagé comme support dans le rôle de manager de l'équipe du pôle accompagnement ;
- Le recrutement d'une personne freelance pour le pôle accompagnement ;
- Les recrutements de stagiaires au sein des pôles et d'étudiant-e-s pour l'accueil, afin de renforcer les équipes pour le fonctionnement ;
- Le recrutement d'un concierge qui prendra fonction au 1 avril n+1.

Un effort important au niveau de la gestion des ressources humaines a eu lieu en 2023. Afin de remotiver les équipes, et de créer un climat de bien-être au sein de l'équipe, plusieurs actions ont eu lieu.

Le MAD s'engage à continuer à trouver des solutions à moyen terme afin de favoriser une réelle culture d'entreprise et un bien-être de chacun de ses employé-e-s.



3. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration est composé comme suit :

Lydia Mutyebele Ngoi
Présidente, nommée par la Ville de Bruxelles

Gäetan Danneels
Vice-Président, nommé par la Région Bruxelles-Capitale

Qendresa Guerlica
Membre, nommée par la Ville de Bruxelles

Audrey Dubois
Membre, nommée par la Ville de Bruxelles

Nicolas Van de Velde
Membre, nommé par la Région Bruxelles-Capitale

Frank Lelon, Trésorier
Membre, nommé par la Région Bruxelles-Capitale

Eve Demoen
Membre, nommé par la Ville de Bruxelles

Siré Kaba
Membre, Issue du secteur de la Mode

Amaryllis Jacobs
Membre, Issue du secteur du Design

Alexandre Helson
Membre, Issu de du monde économique et de l'eco-système local

Gwendolyn Grolig
Membre, Issue du monde créatif

Lynn Tytgat
Membre, Issue du monde académique

The power of ceramics



② SOURCES DE FINANCEMENT ET GESTION FINANCIÈRE

1. SOURCES DE FINANCEMENT ET ÉVOLUTION DES SUBSIDES

La Ville de Bruxelles et la Région Bruxelles-Capitale restent les principaux pouvoirs subsidiaires de l'ASBL Centre Bruxellois de la Mode et du design « MAD Brussels ».

Le MAD peut néanmoins compter sur d'autres soutiens au niveau communautaire comme la Fédération Wallonie Bruxelles - Culture.

D'autres aides d'Etat proviennent du Fonds Maribel qui, en 2023, a évolué passant du paiement d'un ETP à 1.5 ETP à partir du 4^{ème} trimestre 2023.

SUBVENTIONS STRUCTURELLES ET CONVENTIONS

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

COLLABORATION ET SOUTIEN PONCTUEL

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

RECETTES DIVERSES

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

TOTAL € 1.613.235,00

D2B, Designers to business



③ STRATÉGIE & CHIFFRES CLÉS 2023

« Inspire, Connect & Guide » : le mantra de MAD Brussels est également la base de la stratégie et de l'existence du MAD. Comment inspirer et nourrir les créatif-ve-s, comment les connecter avec le secteur économique de la mode et du design et plus largement les ICC, et comment les accompagner au fil de leur parcours.

Pour réaliser cette vision, le MAD développe et fait la promotion de l'entrepreneuriat et de la réflexion créative dans les secteurs de la Mode & et du Design à Bruxelles, tout en cherchant à les mettre en avant sur la scène nationale et internationale.

La mission du MAD se traduit en 4 objectifs stratégiques :

- **Orientation** : se traduit par un axe d'accompagnement et de mise en réseau pour les jeunes créateur-ice-s et le public professionnel ;
- **Réseautage** : qui se traduit par un axe de mise en réseau avec le public professionnel des secteurs de la mode et du design, mais également du monde public ;
- **Visibilité & Inspiration** : qui se traduit sous l'axe de la visibilité et de la communication, du MAD comme entité, et des jeunes créateur-ice-s et des professionnels ;
- **Lié au pouvoir publiques et à son Écosystème** : qui se traduit sous un axe de stratégie en ligne avec l'écosystème bruxellois.



A travers ces objectifs, le MAD intervient pour inspirer les créatif-ve-s en leur offrant un accès à des ressources et à des opportunités de formation, de développement et de réseau. Il cherche également à connecter ces créatif-ve-s avec le secteur économique en facilitant des collaborations et des partenariats, et en les accompagnant dans leur projet entrepreneurial. Enfin, le MAD guide ces créatif-ve-s tout au long de leur parcours en les aidant à se faire connaître et à se positionner sur la scène nationale et internationale, tout en veillant à entretenir des relations solides avec les acteur-ice-s publics et privés du secteur de la mode et du design à Bruxelles. Globalement, la stratégie Inspire, Connect & Guide vise à renforcer la position de Bruxelles en tant que ville créative et à mettre en lumière les talents et l'innovation des créateur-ice-s bruxellois-e-s dans le monde de la mode et du design.



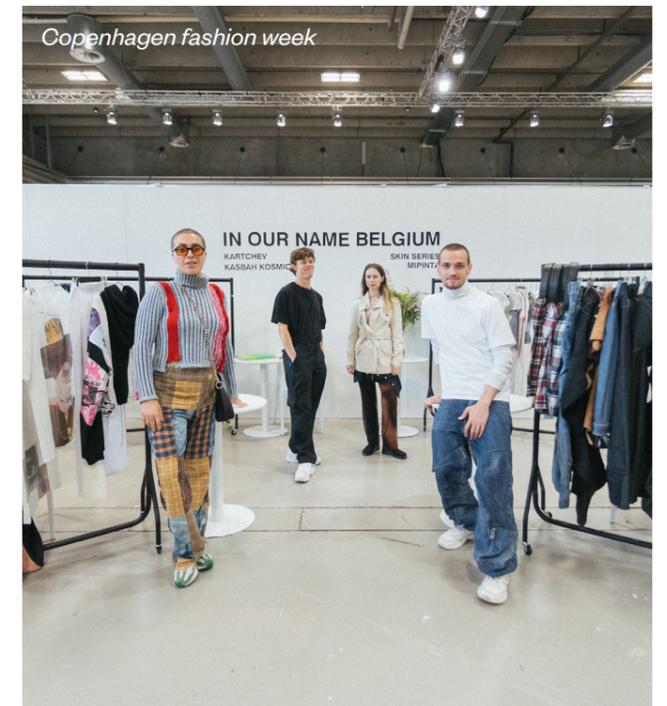
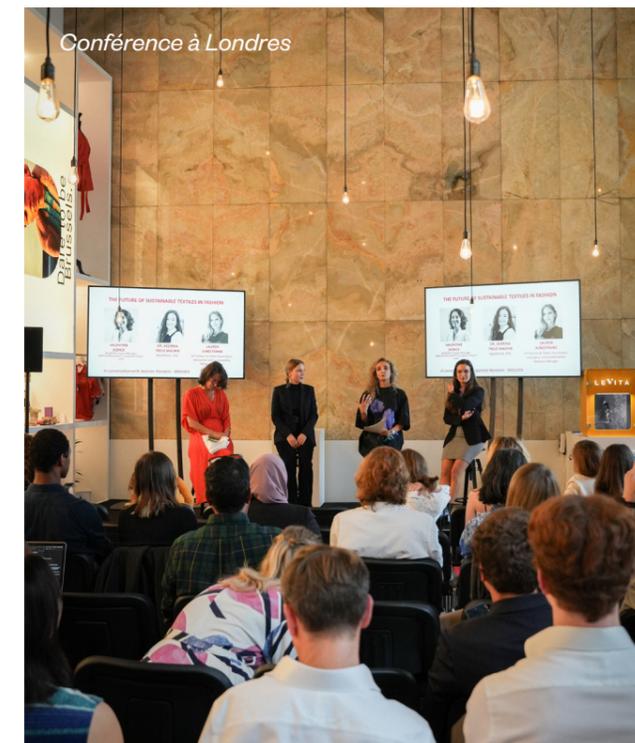
1. OBJECTIF D'ORIENTATION

L'objectif d'orientation consiste à accompagner les profils, porteur-euse-s de projets, ou marques déjà existantes.

Afin d'accompagner les profils, un nombre de séminaires, ateliers collectifs et de sessions individuelles ont été organisés au MAD en 2023, au nombre de 28, avec 476 participant-e-s.

Le nombre de projets accompagnés en one-to-one est supérieur à 2022 (+32%) et même à 2019 (+7%), année pré-covid. Sur le nombre de projets accompagnés :

- **129 font partie du programme MAD starter**, c'est-à-dire des personnes qui veulent se lancer ou sont en réflexion pour initier une activité ;
- **23 font partie du MAD Take-Off**, des projets en phase finale de création ou en phase initiale de leur activité (dont 19 bénéficient d'un numéro de TVA) ;
- **10 projets (11 personnes) du MAD incubator**, la résidence qui accueille des projets pendant deux ans au MAD ;
- **8 au MAD Fly** (dont 4 du MAD Fly 2022 et 4 du MAD Fly 2023), pour les sociétés sélectionnées par un jury et ayant entre 1 an et 3 ans d'existence ;
- **1 pour le MAD concours**, en préparation pour le festival FashionClash à Maastricht ;
- **7 pour le MAD Cherry-on-the-Cake**, pour les profils senior ayant une société depuis au moins 3 ans, et nécessitant de conseils liés à la stratégie commerciale ou au financement.



Le nombre total d'heures de suivi en one-to-one, avec notre business advisor interne ou avec nos expert-e-s externes, ont été de 377,50.

Plusieurs marques et porteur-euse-s de projets ont été également accompagnés à l'international, en co-collaboration avec d'autres entités belges telles que hub.brussels et actiris, par 9 activités distinctes :

- une présence à la **foire du meuble à Milan**, avec 4 profils, sous le branding "Belgium is Design" ;
- un atelier d'une semaine à **Boisbuchet** en France, avec 10 profils ;
- une présence à la **Copenhagen fashion week** en août, sous le branding "In Our Name Belgium" déclinée en présence à la foire, et un événement presse influence, pour le lancement de 4 marques ;
- une **conférence à Londres**, où 4 sociétés se sont présentées lors de la conférence de textile biosourcées, et au total 7 profils ont participé au dîner de réseautage ;
- une visite à la **Dutch Design Week** avec 14 profils bruxellois, et 16 porteur-euse-s de projets présents au cocktail dinatoire de réseautage ;
- un **voyage à Londres** pour les porteur-euse-s de projet design, avec 7 profils du design d'ameublement.

2023 est exceptionnelle en termes de résultat du nombre de profils accompagnés et des activités effectués, et a été le fruit de l'excellent travail de l'équipe en place.

2. OBJECTIF DE RÉSEAUTAGE

Le MAD a mis en place une nouvelle stratégie de mise en relation entre les différents acteur-ice-s du secteur, au niveau local, régional, national et international favorisant un enrichissement mutuel mais surtout dans le but de la promotion des talents bruxellois-e-s, et de favoriser des collaborations rémunérées entre les créatif-ve-s et les sociétés.

Un nouveau membre a été engagé au sein de l'équipe business à partir d'octobre 2023, afin de favoriser les contacts locaux et internationaux, dans le but de développer cette stratégie de réseautage.

La mise en réseau se fait par le biais de trois moyens :

- Des événements au MAD et à l'international ;
- Des appels à candidatures pour des projets sur mesure publiés sur le site du MAD ;
- Une mise en connexion directe.

Pour cette année test, 38 matchmaking ont eu lieu entre des créateur-ice-s bruxellois-e-s et des sociétés ou institutions publiques, locales et européennes. 8 de ces matchmaking ont aboutis en des collaborations, dont 7 projets suivis par le MAD: 3 avec la Ville de Bruxelles, et 4 avec des entités privées.

Si nous reprenons quelques beaux exemples de projets sur-mesure non confidentiels :

- L'exposition de Kasbah Kosmic au MIMA en janvier 2023 ;
- La scénographie par Rond Carré Studio de l'entrée de la foire de Ceramics Brussels, présentée fin janvier 2024 ;
- La tapisserie créée par Daniel Henry pour la salle des mariages par de l'hôtel de ville, qui sera présentée en Avril 2024.

Le montant total de budget alloué aux créateur-ice-s, par les entités publiques et privées, pour l'ensemble des 7 projets, a été de 52.930 Euros.



3. OBJECTIF D'INSPIRATION & DE VISIBILITÉ

Le MAD développe une stratégie de communication en vue de :

- Promouvoir les destinataires cibles et les bénéficiaires du MAD (les secteurs de la mode, design meuble, design collectible & set design) ;
- Contribuer au rayonnement de l'image de Bruxelles au travers de la mise en valeur des secteurs bruxellois de la mode et du design ;
- Poursuivre une ambition de communication grand public chaque fois que c'est pertinent ;
- Poursuivre une ambition de communication média, spécialisée et grand public, chaque fois que c'est pertinent.

Cette stratégie de visibilité a été permise entre-autre par :

- La 2^e partie de l'exposition "The Power of Ceramics", une exposition collective autour du savoir-faire et des nouvelles techniques utilisées dans la céramique qui regroupait 32 artistes locaux et internationaux, dont 15 talents locaux : 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 Biskt by Charlotte Gigan & Martin Duchène, Studio Minimètre by Bérénice de Salvatore & Bastien Chevrier, Sylvain Willenz ;
- L'exposition du photographe de mode Mous Lamrabat, "A(R)MOUR", ou le célèbre photographe belgo-marocain met en avant des questions d'inclusion et de globalisation, et où il a exposé des photos faite sur-mesure où 11 créatif-ve-s de mode et design collectible bruxellois-e-s sont représenté-e-s : Anneleen Bertels, Erratum Fashion, Florent Seligman, Kasbah Cosmic, Mipinta, Naomi Gilon, Pauline Haumont, Shishi San, The Zed, Marie-Adam Leenaerdt & Valentine Tinchant ;
- La solo exposition "Nuevo Nouveau" du célèbre designer Espagnol Jaime Hayon, qui s'inscrivait au sein du programme de la présidence européenne espagnole et de l'année de l'art nouveau, avec 5.096 visiteur-euse-s en 2023, et dont l'exposition se conclut fin janvier 2024.

Au total 56 créateur-ice-s bruxellois-e-s ont été mis-e-s en avant par les expositions, 20.555 visiteur-euse-s ont été inspiré-e-s et 312 publications presse ont eu lieu.



Afin de continuer à inspirer le public de professionnels et jeunes créateur-ice-s, 5 creative lunch, moment de partage entre un grand nom et le public autour d'un déjeuner, ont eu lieu :

- avec **Kiki van Eijk**, designeuse textile et ceramiste hollandaise, avec son approche de studio durable et ses collaborations avec des maisons internationales, avec 40 participant-e-s ;
- avec **Dennis Vanderbroeck**, set designer hollandais qui a notamment crée des scénographies de défilé pour Diesel, avec 42 participant-e-s ;
- avec **Bento**, studio belge qui a créé la dernière scénographie du pavillon belge à Venise pour la biennale d'architecture, partie du parcours VIP de la Collectible Art Design fair, avec 43 participant-e-s ;
- avec **Priyanka Mehta**, designeuse de bijoux produit avec un process transparent de A à Z, avec 40 participant-e-s ;
- avec **Julien Renault**, designer of the year en Belgique basé à Bruxelles, qui a collaboré avec de nombreuses marques internationales de meubles et objets de décoration, tel que Hay et Nine, avec 52 participant-e-s.

Des talks d'inspiration ont eu lieu également, notamment:

- celui de **Mous Lamrabat** lors du finissage de l'expo avec 135 participant-e-s ;
- celle de **d'Across** en collaboration avec ICA avec 117 participant-e-s ;
- celle de l'architecte **David Garcia** avec 58 participant-e-s ;
- celle du célèbre créatif multidisciplinaire danois **Henrik Vibskov**, autour de ses créations de mode et de ses set design, avec 96 participant-e-s.

Entre les creative lunch et les talks, le nombre d'événements d'inspiration et de visibilité ont été de 10 avec 655 participant-e-s.

Le MAD a également accueilli et co-organisé 12 autres initiatives, pour un total de 2.966 participant-e-s.

La présence médiatique du MAD en 2023 a également été exceptionnelle :

Par rapport à la présence presse, ont eu lieu :

- Une augmentation des valeurs publicitaires par rapport à 2022 de 51%, pour une valeur totale de 4.8 millions d'Euros ;
- Un nombre de publications en augmentation entre 55 et 60% par rapport à l'année précédente : 312 publications au total, 6 covers de magazines et 19 publications internationales.

Par rapport à la couverture du site web et la présence sur les réseaux sociaux :

- Un nombre de visites du site web en augmentation de 20% par rapport à l'année précédente, avec 62.550 visites uniques, et 175.000 visites au total ;
- Une croissance des nombres de followers sur chaque réseau social, par rapport à l'année précédente : +2,50% pour facebook, +31% pour Instagram, +30% pour linkedin ;
- La création d'une nouvelle présence : celle de Tik Tok, la porte pour engager les nouvelles générations.



4. OBJECTIF DE L'ECOSYSTÈME

Plusieurs données à retenir aussi, si nous considérons le MAD au sein de son eco-système bruxellois :

- En termes de visibilité, le nombre de visiteur-euse-s a augmenté de 62% par rapport à 2022 ;
- En nombre de projets et sociétés accompagnés, nous sommes en croissance de 32% par rapport à 2022 et même de 4% par rapport à 2019 ;
- En nombre de connections faites, nous avons mis en relation 38 créateurs/marques avec l'écosystème afin de favoriser des collaborations, dont 8 ont été positives et 4 ont déjà abouti ;
- Dans la réflexion d'une politique de transition économique, le nombre d'événements organisés autour de la réflexion durable ou des formations en interne ont été de 46 sur l'année, avec un total de 596 participant-e-s ;
- Sur le nombre de sociétés/projets déjà définis que nous accompagnons (tous les projets accompagnés, exclus les MAD starter qui peuvent encore évoluer dans leur réflexion), 50% des projets accompagnés ont un axe très durable au cœur de leur projet, et 18% ont un axe innovatif dans leur solution proposée (exemple : une nouvelle solution textile faite à partir de maïs tel que Noosa, mais encore, des solutions d'impression 3d à partir de tout type de déchets tel que Studio Minimètre) ;
- 55 événements d'inspiration & d'accompagnement ont été organisés et étaient accessibles gratuitement à tout public ;
- +23% d'usage de l'espace gratuit au MAD pour des services photographiques de jeunes marques, versus l'année précédente ;
- 7 présences internationales, en comparaison de 2 au total en 2022.



④ RESPONSABILITÉ SOCIALE, SOCIÉTALE & ENVIRONNEMENTALE

Les valeurs de durabilité, inclusivité et innovation sont à la base de toute action au MAD. Elles caractérisent une Bruxelles tournée vers l'innovation, la durabilité et l'inclusion, ayant pour moteur les esprits créatifs. Ces derniers contribuent activement à instaurer un changement positif, aussi bien dans les sphères culturelles qu'économiques. Leur réussite et celle de la Région bruxelloise sont étroitement liées : leur performance sert celle de Bruxelles, et vice-versa. Les créatif·ve·s sont en première ligne pour proposer des idées nouvelles, des créations durables, tout en promouvant la diversité pour que personne ne soit laissé de côté.

1. VALEUR D'INCLUSIVITÉ

Le MAD s'engage à rendre les secteurs de la Mode et du Design inclusifs en cherchant à impliquer un large public. Cela implique :

- L'accessibilité gratuite des espaces d'exposition;
- Des programmes et des opportunités d'accompagnements à tous·te·s les Bruxellois·e·s;
- À travers des formations, des événements et des collaborations ouvertes et gratuites à tous et à tous·te·s;
- À une écriture inclusive au sein de toute communication externe, ainsi que des communications déclinées en français, néerlandais et anglais;
- À des collaborations avec un atelier protégé;
- À l'accueil d'écoles et autres institutions au sein des bâtiments.

Étant donné la densité et la diversité qui la caractérisent, la Région Bruxelles-Capitale a plusieurs défis en matière d'inclusion, de participation et de cohésion sociale. Cette diversité est également une source de richesse intrinsèque et de créativité pour la Mode et le Design bruxellois qu'il nous faut mettre en avant, et sur lequel le MAD désire travailler ces prochaines années.



2. VALEUR ENVIRONNEMENTALE

Le MAD se veut également être une institution exemplaire en terme sociale et environnementale. Cela se reflète au travers notamment de l'orientation de son « core business », de la gestion du bâtiment et de son personnel.

Il est essentiel que la durabilité soit intégrée dans les secteurs de la Mode et du Design. Dans cette optique, le MAD joue un rôle proactif en fournissant des conseils, des outils et en formant les professionnel·le·s du secteur pour mesurer leur empreinte écologique et leur impact social. Grâce à cela, le MAD se positionne comme un acteur central de la slow fashion à Bruxelles. Il offre également une gamme de services aux entrepreneur·euse·s du secteur, en organisant des ateliers et en fédérant des initiatives durables locales. Tout cela est réalisé en partenariat avec les administrations pilotes de la Stratégie régionale de Transition économique. De plus, le MAD s'efforce d'être un exemple en termes de responsabilité sociale et environnementale, en orientant son « core business », en gérant son bâtiment de manière durable et en veillant au bien-être de son personnel.

C'est au sein de cette réflexion que le MAD a décidé de calculer son empreinte carbone tous les 3 ans, afin de pouvoir améliorer sa question énergétique. Toujours dans la même idée, l'établissement du certificat PEB (B) a été conduit au début de l'année, et l'établissement du label Ecodynamique a été complété, avec un score de 74%.

3. VALEUR D'INNOVATION

Le MAD accorde une grande importance à l'innovation dans sa stratégie et ses actions, en mettant en place plusieurs initiatives telles que :

- La promotion de nouvelles méthodes, processus, matériaux et applications en matière de création et de production;
- L'amélioration de l'accompagnement des entrepreneur·euse·s de la Mode et du Design à Bruxelles, qu'ils soient résident·e·s du MAD ou non;
- Une communication innovante à destination des créateurs;
- L'établissement de liens plus étroits entre les différentes cibles du MAD et avec l'écosystème bruxellois de la transition économique;
- La combinaison des différents secteurs créatifs pour favoriser l'innovation.

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

