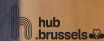
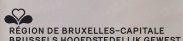


JAARVERSLAG 2024

MAD
BRUSSELS

MAD BRUSSELS



SAMENVATTING

VOORWOORD VAN HET MANAGEMENT

4.

HOOGTEPUNTEN VAN 2024

5.

① VOORSTELLING VAN MAD BRUSSELS

6.

1. *Het team*
2. *Beheer van human resources*
3. *Raad van bestuur*

6.

7.

8.

② FINANCIERINGSBRONNEN EN FINANCIËEL BEHEER

10.

1. *Ontwikkeling van financieringsbronnen en subsidies*

10.

③ STRATEGIE & BELANGRIJKE CIJFERS 2024

12.

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

13.

14.

16.

19.

④ SOCIALE, MAATSCHAPPELIJKE & MILIEUVERANTWOORDELIJKHEID

20.

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

20.

20.

20.



VOORWOORD VAN HET MANAGEMENT

Het jaar van verbondenheid

Het jaar 2024 markeert een belangrijk keerpunt in onze benadering van uitwisseling en samenwerking met het volledige Brussels ecosysteem. Vanuit onze lokale verankering vonden we het noodzakelijk om de banden met verschillende actoren in onze wijk te versterken, terwijl we tegelijkertijd onze positie en rol als sleutelspeler op het gebied van mode en design in Brussel en op Europees niveau bevestigen.

We zijn ons er volledig van bewust dat het bereiken van onze doelstellingen niet alleen kan worden gedaan. Daarom ging MAD Brussels, na vruchtbare uitwisselingen, een versterkte samenwerking aan met diverse zusterverenigingen en scholen, evenals het organiseren van tentoonstellingen en evenementen in samenwerkingsverband. Bovendien hebben we onze aanwezigheid op belangrijke beurzen en evenementen versterkt als partner. Dit proces markeert ook het veelbelovende begin van nauwe samenwerking met handelaars in de Dansaertwijk en de sector in het algemeen, met als doel initiatieven te ondernemen die van centraal belang zijn voor de mode en designsector.

In deze moeilijke tijden moeten we ons richten op het belang van uitwisseling en solidariteit, en moeten we proactief handelen om deze kritieke periodes te overwinnen. We worden gedreven door de moed en creativiteit van ondernemers en merken dat die met volharding blijven geloven in hun potentieel. We zijn ervan overtuigd dat, ondanks alle onzekere voorspellingen, er nieuwe kansen voor innovatie en succes aankomen, zelfs in onverwachte situaties. Net als in Griekenland zullen we laten zien dat creativiteit een krachtige drijfveer is om uitdagingen te overwinnen en een stralende toekomst op te bouwen.

Met zeker optimisme en onwrikbare vastberadenheid vervolgen we samen onze reis naar een veelbelovende en veerkrachtige toekomst.

Bedankt voor uw steun,
Anaïs Sandra Carion



HOOGTEPUNTEN VAN 2024

2024 werd gekenmerkt door significante gebeurtenissen voor MAD Brussels, waaronder de ondertekening van een bestuurscontract met drie partijen: MAD Brussels, de Stad Brussel en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, waarbij onze institutionele banden en gemeenschappelijke visie werden versterkt. We zijn ook trots op ons nieuwe zesmaandelijks begeleidingsprogramma, dat een recordaantal van 188 projecten en merken heeft ondersteund, met een stijging van 45% in het aantal bezoekers aan onze evenementen. Ondanks een onzekere economische context, zagen 16 nieuwe bedrijven het daglicht onder onze begeleiding, wat getuigt van de vitaliteit en dynamiek van onze creatieve sectoren.

Onze samenwerking met Slowroom Brussels, een initiatief dat duurzame en lokale modeontwerpers combineert met muzikale optredens, was een groot succes en trok aanzienlijk meer publiek dan andere B2C-evenementen. Tot slot hebben we onze samenwerking met scholen en de Dansaertwijk versterkt, met boeiende projecten als resultaat. Een daarvan was de eerste editie van het MAD Parcours, waarbij 54 locaties en 144 Brusselse mode- en designmerken werden samengebracht, wat de bruisende en dynamische aard van ons ecosysteem aantoont.



Het afgelopen jaar was ook opmerkelijk vanwege een groot internationaal evenement: de samenwerking tussen de Belgische publieke designinstellingen - MAD Brussels, Flanders DC en WBDM - en privé-actoren, onder de vlag van Zaventem Ateliers. Samen bundelden we onze krachten om een ambitieuze collectieve aanwezigheid te creëren op de Salone del Mobile in Milaan, hét evenement voor designprofessionals wereldwijd. Stel je voor, een ruimte van 7300 m2 volledig gewijd aan Belgisch design, waarin het talent en de creativiteit van ons land in de schijnwerpers staan.

We sloten het jaar af met de Belgian Fashion Awards, waar de energie en het enthousiasme voelbaar waren en de "terugkeer van MAD Brussels" werd bevestigd. We zijn vastbesloten om onze missie voort te zetten als boegbeeld van de Belgische mode- en designwereld, terwijl we onze samenwerkingen met verschillende instellingen en actoren in deze sectoren blijven versterken.

① VOORSTELLING VAN MAD BRUSSELS

1. HET TEAM

MAD Brussels heeft een personeelsbestand van 15 medewerkers, wat neerkomt op een totaal van 14,30 voltijdse equivalenten (VTE) op 31 december 2024.

De samenstelling van het team op 31 december 2024 is als volgt:

- Anaïs Sandra Carion, (in 5/5), Algemeen Directeur, tevens verantwoordelijk voor het business team;
- Daphrose Nkundwa, (in 5/5), Financieel en Personeelsdirecteur;
- Dieter Van Den Storm, (in 5/5), Artistiek en Communicatiedirecteur;
- Anne Vertongen, (in 4/5 aan het begin van het jaar), belast met personeelszaken en welzijn van het personeel. Ze is halftijds aan de slag sinds juli 2024;
- Inas Ben Bachir, (in 5/5), belast met voornamelijk begrotingsopvolging, opvolging en invoer van facturen in zowel de algemene als analytische boekhouding, evenals administratieve ondersteuning voor aanbestedingen van MAD;
- Maxime Mahieu, (in 5/5), belast met voornamelijk gebouwbeheer, interne IT-dienst en aanbestedingen. Hij heeft ook de leiding over verhuurdiensten overgenomen;
- Jonathan Clément, (in 5/5), conciërge verantwoordelijk voor het onderhoud en de veiligheid van de gebouwen;
- Peggy Acke, (in 5/5), verantwoordelijk voor advies en begeleiding van projectaanvragers. Sinds 14/10/2024 werkt ze 4/5 vanwege het aflopen van haar tijdelijke arbeidstijdverkorting op 13 januari 2025;
- Adeline Faveau, (in 5/5), verantwoordelijk voor de bewoners van de MAD Incubator en ondersteuning bij de ontwikkeling van creatieve projecten en curatie;
- Clara Goblet, (in 5/5), verantwoordelijk voor seminars en andere begeleidingsactiviteiten op het gebied van duurzaamheid;
- Baïlo Staumont, (in 5/5), verantwoordelijk voor de ontwikkeling van internationale activiteiten en lokale en internationale contacten;
- Lore Detremmerie, (in 5/5), verantwoordelijk voor de algemene communicatie van MAD;
- Margaux Dibos, (in 5/5), verantwoordelijk voor evenementen en productie;
- Alexandra Borgerhoff, (in 5/5), verantwoordelijk voor pers en influencers;
- Cornelia Van Den Boogaart, (in 4/5), verantwoordelijk voor het ontvangen en begroeten van bezoekers.



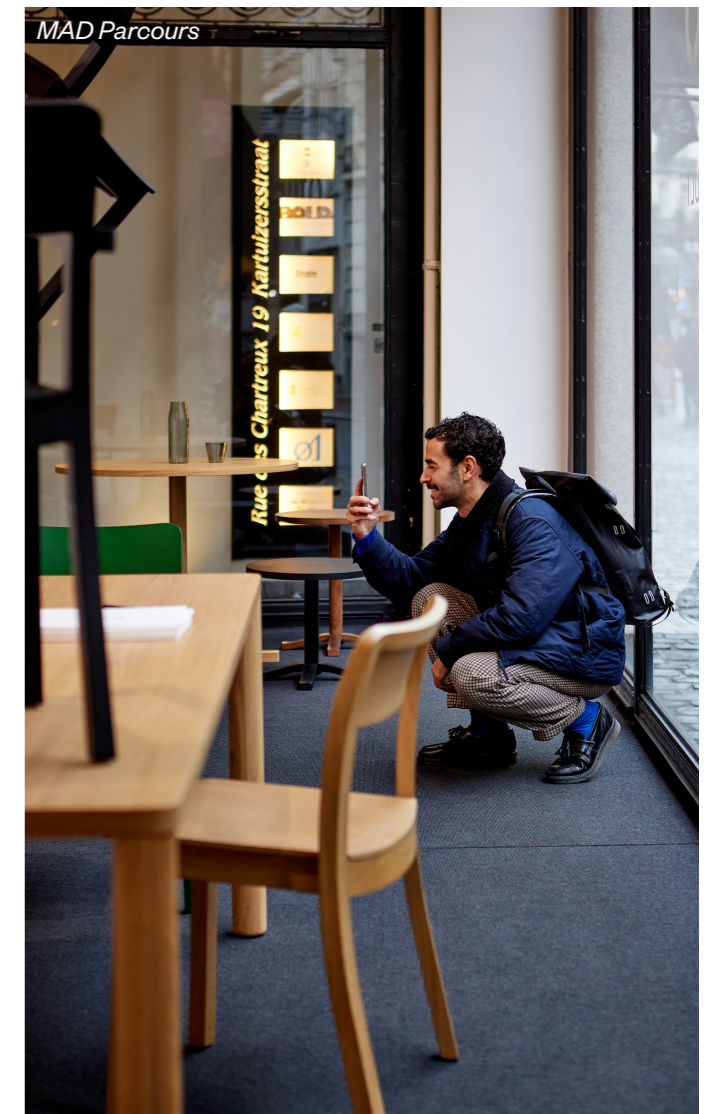
2. BEHEER VAN HUMAN RESSOURCES

Met betrekking tot het beheer van human resources moet worden opgemerkt dat Cornelia Van Den Boogaart op 31 december 2024 met pensioen gaat. Daarnaast is Jonathan Clément op 1 april 2024 toegetreden tot het team als nieuwe conciërge. Hij is verantwoordelijk voor het onderhoud van de twee gebouwen en de veiligheid van het hoofdkantoor van MAD.

Bovendien zijn er stagiaires aangenomen voor verschillende afdelingen en studenten voor de receptie om de teams te versterken en een goede dagelijkse werking te garanderen.

In 2024 is er aanzienlijke inspanning geleverd op het gebied van human resources. Om de teams te motiveren en een werkklimaat te bevorderen, zijn verschillende maatregelen genomen:

- Aanpassing van bepaalde taken om ze in overeenstemming te brengen met de algemene strategie van MAD, met goedkeuring van de medewerker, in dit geval met betrekking tot het beheer van de gebouwverhuur;
- Een HR-roadmap voor 2024 is opgesteld met daarin de volgende aandachtspunten:
 - De groepscohesie;
 - Kennisuitwisseling;
 - Kleine attenties;
 - Analysemethoden om de ervaring van onze medewerkers te verbeteren, zoals de eNPS en de analyse van psychosociale risico's die elke 5 jaar wordt uitgevoerd door onze externe preventieadviseur Mensura, die in oktober 2024 is uitgevoerd en waarvan we nog feedback verwachten;
- Nieuwe ontwikkelingen voor 2024:
 - Telewerken in het buitenland is toegestaan voor 5 dagen per jaar;
 - Van één naar twee dagen telewerken per week.
- De voltooiing van de partnerschapsovereenkomst met het OCMW van Brussel heeft geleid tot de inzet van twee personen in het kader van artikel 60. Dit systeem biedt OCMW-begunstigden de mogelijkheid om in openbare of private structuren te werken, met financiële ondersteuning om hun professionele re-integratie en autonomie te bevorderen:
 - Een persoon belast met het gebouwonderhoud vanaf medio juli 2024, waardoor de kosten voor schoonmaak verlaagd kunnen worden;
 - Een persoon belast met de receptie vanaf medio december 2024.



Een van de uitdagingen waarmee het managementteam op het gebied van human resources wordt geconfronteerd is het gebrek aan carrièrepaden en initiatieven om talent te behouden vanwege:

- Het gebrek aan interne doorgroeimogelijkheden;
- Een beperkt budget voor opleidingen;
- Beschikbare middelen voor opleidingen die rechtstreeks afhankelijk zijn van het toegewezen budget.

MAD blijft zich inzetten om op middellange termijn oplossingen te vinden om een werkklimaat te creëren dat bevorderlijk is voor een echte bedrijfscultuur en om het welzijn van al zijn medewerkers te waarborgen, binnen de grenzen van het budget.

3. RAAD VAN BESTUUR

De raad van bestuur bestaat uit:

Lydia Mutyebele Ngoi
Voorzitter, aangesteld door de Stad Brussel

Gäetan Danneels
Ondervoorzitter, aangesteld door het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Qendresa Guerlica
Lid, aangesteld door de Stad Brussel

Audrey Dubois
Lid, aangesteld door de Stad Brussel

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

Frank Lelon
Penningmeester, aangesteld door het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Eve Demoen
Lid, afkomstig uit de mode-industrie

Siré Kaba
Lid, afkomstig uit de mode-industrie

Amaryllis Jacobs
Lid, afkomstig uit de designsector

Alexandre Helson
Lid, afkomstig uit de economische wereld en de lokale economie

Gwendolyn Grolig
Lid, afkomstig uit de creatieve sector

Lynn Tytgat
Lid, afkomstig uit de economische wereld en de lokale economie

Fashion Moves



② FINANCIERINGSBRONNEN EN FINANCIËEL BEHEER

1. ONTWIKKELING VAN FINANCIERINGSBRONNEN EN SUBSIDIES

De Stad Brussel en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest blijven de belangrijkste subsidiërende partijen van de vzw Brussels Centre for Fashion and Design - MAD Brussels. Daarnaast ontvangt MAD ook ondersteuning van andere gemeenschapsniveaus, zoals de Federatie Wallonië Brussel - Cultuur.

Andere steun van de overheid komt van het Maribel Fonds, wat neerkomt op 1,5 VTE.

STRUCTURELE SUBSIDIES EN CONVENTIES

| | |
|--|--------------------|
| BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST - ECONOMIE | € 495.000 |
| BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST - IMAGO | € 140.000 |
| BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST - BUITENLANDSE HANDEL | € 130.000 |
| STAD BRUSSEL | € 600.000 |
| FEDERATION WALLONIE-BRUXELLES CULTURE | € 75.000 |
| FONDS MARIBEL | € 78.949 |
| S/T | € 1.518.949 |

EENMALIGE SAMENWERKINGSOVEREENKOMSTEN

| | |
|--|------------------|
| HUB.BRUSSELS BUITENLANDSE ACTIES | € 63.184 |
| NATIONALE LOTERIJ | € 28.000 |
| STAD BRUSSEL - MAD PARCOURS | € 25.000 |
| BRUSSEL INTERNATIONAAL - HANDELSMISSIE | € 10.000 |
| S/T | € 126.184 |

DIVERSE INKOMSTEN

| | |
|-----------------|----------|
| EIGEN INKOMSTEN | € 25.908 |
|-----------------|----------|

TOTAAL € **1.671.041**

Creative lunch - Paul Cocksedge



③ STRATEGIE EN BELANGRIJKE CIJFERS 2024

De missie van MAD bestaat uit 4 strategische doelstellingen:

- **Oriëntatie:** focus op begeleidings- en netwerkmomenten voor jonge creatievelingen en professionals;
- **Netwerking:** focus op het verbinden van professionals uit de mode- en designsectoren, evenals de publieke sfeer;
- **Zichtbaarheid & Inspiratie:** focus gericht op de zichtbaarheid en communicatie van MAD als entiteit, alsook van jonge creatievelingen en professionals;
- **Relaties met de overheid en haar ecosysteem:** een strategische focus afgestemd op het Brusselse ecosysteem.

Door middel van deze doelstellingen wil MAD Brussels creatievelingen inspireren door hen toegang te geven tot hulpmiddelen en mogelijkheden op het gebied van opleiding, ontwikkeling en netwerken. Het faciliteert ook de verbinding tussen deze creatievelingen en de economische sector door samenwerkingen en partnerschappen te bevorderen, en hen te begeleiden in hun ondernemingsproject. Ten slotte begeleidt MAD deze creatievelingen gedurende hun hele traject, door hen te helpen bekendheid te verwerven en zich te positioneren op nationaal en internationaal niveau. Daarnaast zorgt het ervoor dat er sterke relaties worden onderhouden met publieke en private spelers in de mode- en designsector in Brussel. Kortom, de Inspire, Connect & Guide strategie heeft als doel om de positie van Brussel als creatieve stad te versterken en het innovatieve talent van Brusselse ontwerpers in de mode- en designwereld in de schijnwerpers te zetten.



1. DOELSTELLINGEN IN TERMEN VAN ORIËNTATIE

Het oriëntatiedoel is om profielen te begeleiden, zowel startende als gevestigde merken.

Met dit doel zijn er in 2024 37 workshops, collectieve ateliers en individuele sessies georganiseerd bij MAD Brussels, met in totaal 873 deelnemers, wat respectievelijk een stijging van 24% en 45% is in vergelijking met 2023. Deze groei is te danken aan de structurering van het nieuwe begeleidingsprogramma en de optimalisatie van de workshops.



Het aantal begeleide projecten in individuele opvolging is ook gestegen met 6% ten opzichte van 2023. Onder de ondersteunde projecten vallen:

- 145 projecten die deel uitmaken van het MAD starter programma, bedoeld voor mensen die in de opstartfase zitten of ideeën hebben om een activiteit te beginnen, of profielen die als startende onderneming worden beschouwd (inclusief 37 bedrijven met een btw-nummer);
- 20 projecten die deel uitmaken van het MAD Take-Off programma, in de laatste fase van oprichting of in de beginfase van hun activiteit (waarvan 18 een btw-nummer hebben);
- 11 projecten die deel uitmaken van het MAD Incubator programma, onze residentie die projecten gedurende twee jaar ondersteunt bij MAD;
- 3 projecten die deel uitmaken van het MAD Fly programma, geselecteerd door een jury en tussen 1 en 3 jaar bestaan;
- 9 projecten die deel uitmaken van het MAD Cherry-on-the-Cake programma, bedoeld voor meer volwassen profielen met een gevestigde positie, waarvan de bedrijven al minstens 3 jaar bestaan en die behoefte hebben aan advies over bedrijfsstrategie of financiering.

Het aantal uren individuele begeleiding, inclusief met onze interne business advisor en externe experts, bedraagt in totaal 298 uur.

2. DOELSTELLINGEN OP HET GEBIED VAN NETWERKEN

In 2024 voerde MAD Brussels een nieuwe strategie uit om de verbinding tussen verschillende spelers in de sector te bevorderen, en dit op lokaal, regionaal, nationaal en internationaal niveau. Deze initiatieven hebben niet alleen geleid tot wederzijdse verrijking, maar ook tot het stimuleren van Brusselse talenten en het aanmoedigen van betaalde samenwerkingen tussen creatieve professionals en bedrijven. Het werk dat in 2024 is verricht, heeft aanzienlijk bijgedragen aan deze strategie door het intensiveren van relaties met contacten uit de sector.

De netwerkvorming vindt plaats op drie niveaus:

- Het organiseren van evenementen, zowel bij MAD als internationaal;
- Oproepen tot het indienen van op maat gemaakte projectvoorstellen die rechtstreeks op de website van MAD worden gepubliceerd;
- Het leggen van directe connecties.

Internationaal zijn ook diverse merken en projecthouders voorgesteld, waarvan sommige in samenwerking met hub.brussels, via 6 verschillende initiatieven:

- Een aanwezigheid op de meubelbeurs in Milaan, onder de branding "Belgium is Design", bij Baranzate Ateliers, met 15 profielen (een gezamenlijke Belgische aanwezigheid onder impuls van een samenwerking tussen publieke en private sector);
- Een aanwezigheid op de meubelbeurs in Milaan, dit keer in het Brussels House, met 14 profielen;
- Deelname aan de Prinselijke Economische Missie in Oslo, met een tentoonstelling en B2B-seminar onder de branding "Belgium is Design", met 8 profielen;
- Een workshop van een week bij Boisbuchet in Frankrijk, met 10 profielen;
- Een aanwezigheid op de Copenhagen Fashion Week in augustus, onder de branding "In Our Name Belgium", met een influencers en pers-showroom in het centrum, voor de lancering van 3 merken;
- Een aanwezigheid op de Paris Fashion Week in een B2B-showroom, met 3 merken.



In deze testperiode zijn 53 koppelingen vastgesteld tussen Brusselse ontwerpers en publieke, lokale en Europese bedrijven of instellingen. 32 hiervan leidden tot samenwerkingsverbanden, waarvan 15 projecten werden begeleid door MAD.

Enkele voorbeelden van op maat gemaakte projecten:

- De etalage ontworpen door Studio Hier ter gelegenheid van de 50ste verjaardag van Sotheby's in Brussel;
- Het kostuum ontworpen en geproduceerd door Kasbah Kosmic voor Manneken Pis, in opdracht van de Nationale Loterij;
- De op maat gemaakte sjaal ontworpen en geproduceerd door Hotel Louis voor The Hotel, ter gelegenheid van de BEL Prize.

Het totale budget dat door publieke en private entiteiten is toegewezen aan de 10 op maat gemaakte projecten die door MAD zijn gevolgd, bedraagt 56.289 euro exclusief btw.



3. DOELSTELLINGEN OP HET GEBIED VAN VISIBILITEIT EN ZICHTBAARHEID

MAD Brussels ontwikkelt een communicatiestrategie met als doel:

- Promotie van de doelgroepen en gebruikers van MAD Brussels (modesector, product design, collectible design en set design);
- Bijdrage aan het imago van Brussel door de Brusselse acteurs in de mode- en designsector in de schijnwerpers te zetten;
- Algemene communicatie met het brede publiek wanneer dit relevant is;
- Communicatie met zowel het gespecialiseerde als brede publiek, afhankelijk van kansen en behoeften.

Deze zichtbaarheidsstrategie werd mogelijk gemaakt dankzij verschillende initiatieven, waaronder:

- De tweede helft van de tentoonstelling “Nuevo Nouveau” van de beroemde Spaanse ontwerper Jaime Hayon, georganiseerd in het kader van het Europees voorzitterschap van Spanje en het Art Nouveau jaar georganiseerd door het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, met 5.096 bezoekers in 2023 en 1.279 bezoekers in 2024;
- De tweede editie van de Brussels Jewellery Week, met twee groepstentoonstellingen van 10 dagen (Particles en No Waste), met in totaal 84 gevestigde en opkomende kunstenaars, waaronder 16 Brusselse ontwerpers, en 2.309 bezoekers;
- De collectieve tentoonstelling Fashion Moves, die de mode- en kledingtrends van ballet tot hedendaagse dans onderzoekt, met 3.009 bezoekers. De tentoonstelling, waarvan de scenografie is gemaakt door de Nederlander Dennis Vanderbroeck uit Antwerpen, presenteert creaties van internationaal gerenommeerde Belgische ontwerpers zoals Raf Simons, Pieter Mulier en Glenn Martens, maar ook opkomende ontwerpers zoals Skin Series, Arno Ferrera, Eunji Oh en Jordy Arthur;
- De tentoonstelling Future Generation, met de afstudeerprojecten van 14 geselecteerde studenten tijdens hun eindexamenjury en het werk van de 10 residenten van de MAD Incubator na twee jaar begeleiding, en in totaal 1.728 bezoekers;
- De tentoonstelling Duos en Résonances, georganiseerd door Wallonie Design, die 6 voltooide projecten toont, het resultaat van de samenwerking tussen ambachtslieden en ontwerpers. De tentoonstelling, gestart in december 2024, trok tot nu toe al 593 bezoekers. Deze tentoonstelling toont werken van gerenommeerde persoonlijkheden zoals Julien Renault, Studio Unfold, Flora Miranda en Frederik Delbart.

In totaal werden via deze tentoonstellingen 153 Brusselse en Belgische ontwerpers in de schijnwerpers gezet, met in totaal 8.918 bezoekers en 92 artikels in de pers.



Brussels Jewellery Week



Als onderdeel van ons aanhoudend streven om zowel professionals als jonge ontwerpers te inspireren, werden vier creatieve lunches georganiseerd, waarbij een grote naam uit de mode- of designwereld in gesprek ging met het publiek tijdens een lunch. Enkele van onze sprekers waren:

- Paul Cockledge, een beroemde Britse ontwerper wiens sociale installaties te zien zijn in Europa en Azië, met 56 deelnemers, als onderdeel van de VIP-route van de Collectible designbeurs;
- Stéphanie d'Heygere, een Belgische sieradenontwerpster gevestigd in Parijs, bekend van haar gelijknamige merk en samenwerkingen met luxe merken, met 75 deelnemers, als onderdeel van de Brussels Jewellery Week;
- Saul Nash, een modeontwerper gevestigd in Londen, met 68 deelnemers, als onderdeel van de Fashion Moves tentoonstelling waarbij ook een van zijn silhouetten te zien was;
- Pauline+Luis, Brusselse lichtontwerpers, werden bekroond met de jaarlijkse prijs "Designers of the Year" door Le Vif Weekend en Knack Weekend (in samenwerking met MAD) en momenteel residenten in de MAD Incubator, met 42 deelnemers.



Er werden ook inspirerende conferenties en rondetafelgesprekken georganiseerd, zowel bij MAD Brussels als daarbuiten, waarvan sommige in co-collaboratie. Enkele voorbeelden hiervan zijn:

- Een conferentie tijdens de eerste editie van Ceramic Brussels over het bewustzijn van het gebruik van keramiek en duurzame technieken, met Joëlle Swanet en Jonas Moenne, met 58 deelnemers;
- Een conferentie in het kader van Slowroom Brussels, met sprekers KENZA Vandeput, Nina Maat en Aja Noël, met 136 deelnemers;
- Drie conferenties tijdens de Brussels Jewellery Week, één met Marianna Lora (Sotheby's), één met Saskia Van der Gucht en de laatste onder leiding van David Huycke, met in totaal 164 deelnemers;
- Een We Talk Dance conferentie in het kader van de tentoonstelling Fashion Moves, met 58 deelnemers;
- Een rondetafelgesprek georganiseerd tijdens Renewal (waar MAD partner van is), met sprekers Dieter Van Den Storm van MAD Brussels en Aser Gimenez Ortega van MVRDV, met 30 deelnemers;
- Een conferentie over kunstmatige intelligentie in de creatieve sector in het kader van de tentoonstelling Future Generation, met sprekers Guillaume Slizewicz, Joana Lemerrier, Yannick Jacquet en Marie du Chastel (KIKK), met 47 deelnemers;
- Een conferentie in het kader van de jaarlijkse conferenticyclus "Celles qui font le Design" van Maak & Transmettre, met 72 deelnemers.

Tussen de creatieve lunches en de verschillende conferenties en rondetafelgesprekken, zowel binnen- als buitenshuis, vonden in totaal 14 evenementen plaats met in totaal 904 deelnemers.



De zichtbaarheid in de media van MAD Brussels was ook in 2024 uitzonderlijk:

Persverslaggeving:

- Een geraamde reclamewaarde van meer dan 4 miljoen euro;
- 289 publicaties, 4 covers, 135 volledige pagina's;
- Een significante internationale groei, met 29 gepubliceerde artikels in het buitenland.

Online aanwezigheid:

- Een stabilisatie van het aantal unieke websitebezoekers en een stijging van 9% van het totale websiteverkeer, met 190.000 bezoeken;
- Een gestage groei van abonnees op elk sociaal netwerk, vergeleken met het voorgaande jaar: +3% voor Facebook, +31% voor Instagram, +30% voor LinkedIn en +21% voor TikTok.
- Een exponentiële stijging van het bereik: +30% op Facebook en +48% op Instagram ten opzichte van 2023, deels gestimuleerd door advertentie-investeringen voor het MAD Parcours.

4. DOELSTELLINGEN OP HET GEBIED VAN HET ECOSYSTEEM

Enkele essentiële bevindingen om te onthouden, als we MAD beschouwen in zijn Brusselse ecosysteem:

- Het aantal begeleide projecten en bedrijven blijft groeien en stabiliseert geleidelijk (+7%);
- Het aantal geregistreerde btw-nummers onder de begeleide bedrijven bedraagt 16, wat getuigt van de veerkracht van de projectleiders ondanks een complexe economische context. MAD heeft 53 ontmoetingen georganiseerd tussen makers, merken en bedrijven uit het ecosysteem, die productieve synergieën hebben bevorderd. 32 van deze samenwerkingen zijn al tot stand gekomen, met name dankzij het initiatief van het MAD Parcours;
- De lancering van een nieuwe mode- en designroute in het stadscentrum, waarvan de eerste editie 54 handelaars en private actoren uit de buurt hebben gemobiliseerd, die samen 144 Brusselse mode- en designmerken en -makers hebben vertegenwoordigd;
- Van de gestructureerde en begeleide projecten en bedrijven in onze programma's (exclusief MAD Starter, dat nog in de verkenningsfase zit), integreert 60% duurzaamheid in hun aanpak, wat een stijging is van +10% ten opzichte van 2023. MAD heeft 58 evenementen georganiseerd voor inspiratie en begeleiding, voor iedereen toegankelijk en volledig gratis.



④ SOCIALE, MAATSCHAPPELIJKE EN MILIEUVERANTWOORDELIJKHEID

De waarden duurzaamheid, inclusiviteit en innovatie vormen de basis van alle acties bij MAD Brussels. Ze belichamen de essentie van een Brussel gericht op de toekomst, waar creativiteit de drijvende kracht is van deze transformatie. Creatieve geesten dragen actief bij aan deze impuls van positieve verandering, zowel op cultureel als economisch vlak. Hun succes is intrinsiek verbonden met dat van het Brussels Gewest: hun prestaties voeden die van Brussel, en op hun beurt nemen creatievelingen een prominente positie in op het gebied van innovatie door het inbrengen van nieuwe ideeën en het ontwikkelen van duurzame creaties. Hun betrokkenheid gaat verder dan alleen de artistieke dimensie: zij werken ook aan het bevorderen van diversiteit en inclusie, waarbij zij ervoor zorgen dat iedereen een plek kan vinden in dit evoluerende ecosysteem.

1. INCLUSIE

MAD Brussels is toegewijd aan het bevorderen van inclusie in de mode- en designsectoren door een breed publiek te betrekken, zonder onderscheid te maken hoe dan ook. Dit engagement omvat:

- Gratis toegang tot tentoonstellingen;
- Programma's en kansen voor begeleiding die openstaan voor alle Brusselaars;
- Trainingen, evenementen en samenwerkingen die gratis toegankelijk zijn voor iedereen;
- Inclusieve communicatie in het externe communicatiemateriaal, beschikbaar in het Frans, Nederlands en Engels;;
- Samenwerkingen met een beschutte werkplaats;
- Het verwelkomen van scholen en andere instellingen in de ruimtes van MAD.

Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest staat, dankzij zijn dichte bevolking en diversiteit, voor verschillende uitdagingen op het gebied van inclusie, participatie en sociale cohesie. Maar deze diversiteit is ook een bron van intrinsieke rijkdom en creativiteit voor de Brusselse mode- en designwereld, essentieel dus om het te benutten. MAD Brussels zet zich volledig in om hieraan te werken in de komende jaren.

2. DUURZAAMHEID

MAD Brussels streeft ernaar een voorbeeldinstelling te zijn op het gebied van maatschappelijke en milieuverantwoordelijkheid. Dit engagement wordt weerspiegeld in haar kernactiviteiten.

Duurzaamheid is een essentiële uitdaging in de mode- en designsector, en MAD speelt hierin een proactieve rol door advies, tools en opleiding te bieden aan professionals om hun ecologische voetafdruk en sociale impact te meten. Op deze manier positioneert MAD zich als een centrale speler in slow fashion in Brussel. Het biedt ook een waaier aan diensten aan voor ondernemers in de sector, door workshops te organiseren en lokale duurzame initiatieven te verenigen. Deze acties worden uitgevoerd in samenwerking met de leidende administraties van de Regionale Economische Transitie strategie.

Als onderdeel van deze voortdurende inzet en reflectie besloot MAD om elke 3 jaar haar koolstofvoetafdruk te berekenen, om haar energie-impact te verbeteren. Bovendien is het PEB-certificaat (B) begin dit jaar toegekend alsook het Ecodynamisch label met een score van 74%.

3. INNOVATIE

Innovatie speelt een prominente rol in de strategie en de acties van MAD Brussels, dat zich actief inzet om creativiteit en vernieuwing te bevorderen binnen de mode- en designsectoren. Verschillende initiatieven werden opgezet om deze dynamiek te ondersteunen:

- Het promoten van nieuwe methodes, processen, materialen en toepassingen op gebied van creatie en productie;
- Het verbeteren van de ondersteuning van Brusselse mode- en designondernemers, of ze nu wel of niet bij MAD Brussels gevestigd zijn;
- Innovatieve communicatie met het doel om creatievelingen te inspireren, te begeleiden en te verbinden;
- Versterking van de relaties tussen verschillende doelgroepen van MAD Brussels en het Brusselse ecosysteem verankerd in de lokale economie ;
- Het combineren van verschillende creatieve sectoren om innovatie in Brussel te stimuleren.

*Future Generation
MAD Incubator resident, Guillaume Slizewicz*



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

 **visit**.brussels 

 **hub**
.brussels 

 **Union Européenne**
Fonds Européen de Développement Régional
Europese Unie
Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

 **bruxelles**
environnement
leefmilieu
brussel
.brussels 