

RAPPORT D'ACTIVITÉ ANNUEL 2024

MAD BRUSSELS



SOMMAIRE

MESSAGE DE LA DIRECTION

4.

FAITS MARQUANTS 2024

5.

① PRÉSENTATION DU MAD

6.

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

6.

7.

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*
2. *Objectif de réseautage*
3. *Objectif d'inspiration & de visibilité*
4. *Objectif de l'écosystème*

13.

14.

16.

19.

④ RESPONSABILITÉ SOCIALE, SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE

20.

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

20.

20.

20.



MESSAGE DE LA DIRECTION

L'année du partage

L'année 2024 marque un tournant majeur dans notre approche d'échange et de collaboration avec l'ensemble de l'écosystème bruxellois. Fort-e-s de notre ancrage local, nous avons ressenti la nécessité de renforcer nos liens avec les différents acteurs de notre quartier, tout en affirmant notre positionnement et notre rôle en tant qu'acteur clé dans les domaines de la mode et du design bruxellois et, dans un second temps, à l'échelle européenne.

Nous sommes pleinement conscient-e-s que la réalisation de nos objectifs ne pourrait être atteinte en solitaire. C'est pourquoi, après de fructueux échanges, le MAD a établi un partenariat renforcé avec diverses associations sœurs et écoles, tout en accueillant des expositions et événements en collaboration. De plus, nous avons renforcé notre présence sur des foires et événements d'envergure en tant que partenaire. Ce processus marque également le début prometteur d'une étroite coopération avec les commerçant-e-s du quartier Dansaert et le secteur en général, dans le but de mener des initiatives qui œuvrent au cœur même de la mode et du design.

En ces temps difficiles, rappelons-nous l'importance de l'échange, de la solidarité et de l'anticipation pour surmonter les périodes critiques. Nous sommes porté-e-s par le courage et la créativité dont font preuve les porteur-euse-s de projets et les marques qui, avec persévérance, continuent de croire en leur potentiel. Nous sommes convaincu-e-s que, malgré l'incertitude des prévisions, de nouvelles opportunités d'innovation et de succès se présenteront, et ce, même dans les situations les plus inattendues. A l'instar de la Grèce, montrons que la créativité est un puissant moteur pour surmonter les défis et bâtir un avenir plus brillant.

C'est avec un optimisme certain et une détermination sans faille que nous poursuivons notre voyage, ensemble, vers un avenir prometteur et résilient.

Merci pour votre soutien,
Anaïs Sandra Carion



FAITS MARQUANTS 2024

2024 a été marquée par des événements significatifs pour le MAD, notamment par la signature d'un contrat d'Administration tripartite avec la Ville de Bruxelles et la Région de Bruxelles-Capitale, consolidant ainsi nos liens institutionnels et notre vision commune. Nous sommes également fier-e-s de notre nouveau programme d'accompagnement semestriel, qui a permis de soutenir un nombre record de 188 projets et marques, tout en enregistrant une hausse de 45% de fréquentation à nos événements. Par ailleurs, malgré un contexte économique incertain, 16 nouvelles sociétés ont vu le jour sous notre mentorat, témoignant de la vitalité et du dynamisme de nos secteurs créatifs.

Notre partenariat avec Slowroom Brussels, une initiative alliant ventes de créateur-ice-s de mode durable et locale et performances musicales, a rencontré un succès indéniable, enregistrant une affluence nettement supérieure à celle des autres événements B2C. Enfin, nous avons intensifié la collaboration avec les écoles et le quartier de Dansaert, donnant naissance à de nombreux projets stimulants. Parmi eux, la première édition du MAD Parcours, fédérant 54 lieux et 144 créateur-ices et marques bruxelloises de mode et de design, témoignant ainsi de l'effervescence et du dynamisme de notre écosystème.



L'année écoulée s'est distinguée par la mise en œuvre d'un événement majeur sur la scène internationale : la collaboration entre les institutions publiques belges du secteur du design - MAD Brussels Flanders DC et WBDM - et des acteurs privés, sous l'égide de Zaventem Ateliers. Ensemble, nous avons uni nos forces pour créer une présence collective ambitieuse à Milan, à l'occasion de la Semaine du Meuble, l'événement incontournable des professionnels du design à travers le monde. Imaginez, un espace de 7300 m2 entièrement dédié au design belge, mettant en lumière le talent et la créativité foisonnante de notre pays.

Cette année s'est conclue en beauté lors des Belgian Fashion Awards, où l'énergie et l'enthousiasme étaient palpables, confirmant ainsi "le retour du MAD". Nous sommes résolu-e-s à poursuivre notre mission en tant que figure de proue de la mode et du design belge, tout en continuant à renforcer nos partenariats avec les différentes institutions et acteurs de ces secteurs.

① PRÉSENTATION DU MAD

1. L'ÉQUIPE

Le MAD emploie un effectif de 15 personnes, soit un total de 14.30 équivalents temps plein (ETP) au 31 décembre 2024.

La constitution de l'équipe, au 31 décembre 2024, se présente comme suit :

- Anaïs Sandra Carion, (en 5/5), Directrice Générale, supervisant également le département d'accompagnement ;
- Daphrose Nkundwa, (en 5/5), Directrice Financière et Ressources Humaines ;
- Dieter Van Den Storm, (en 5/5), Directeur Artistique et Communication ;
- Anne Vertongen, (en 4/5 en début d'année), chargée des Ressources humaines et du bien-être du personnel. Elle est passée à mi-temps depuis le mois de juillet 2024 ;
- Inas Ben Bachir, (en 5/5), chargée principalement du suivi budgétaire, du suivi et de l'encodage des factures dans la comptabilité tant générale qu'analytique, ainsi que du soutien administratif des marchés publics du MAD ;
- Maxime Mahieu, (en 5/5), chargé principalement de la gestion du bâtiment, du service informatique en interne ainsi que des marchés publics. Il a également repris la gestion de services de location ;
- Jonathan Clément, (en 5/5), concierge chargé de l'entretien et de la sécurité des lieux ;
- Peggy Acke, (en 5/5), chargée du conseil et du suivi pour les porteur-euse-s de projets. Depuis le 14/10/2024, prestation à 4/5 par suite d'un crédit temps expirant le 13 janvier 2025 ;
- Adeline Faveau, (en 5/5), chargée des résident-e-s du MAD Incubator et en soutien sur le développement de projets créatifs et de curation ;
- Clara Goblet, (en 5/5), chargée des séminaires et autres activités d'accompagnement liées à la durabilité ;
- Baïlo Staumont, (en 5/5), chargé du développement des activités à l'international ainsi que des contacts locaux et internationaux ;
- Lore Detremmerie, (en 5/5), chargée de la communication externe du MAD par le biais des outils de communication ;
- Margaux Dibos, (en 5/5), chargée des événements et de la création ;
- Alexandra Borgerhoff, (en 5/5), chargée de la presse et de l'influence ;
- Cornelia Van Den Boogaart, (en 4/5), chargée de l'accueil et de la réception des visiteur-euse-s.



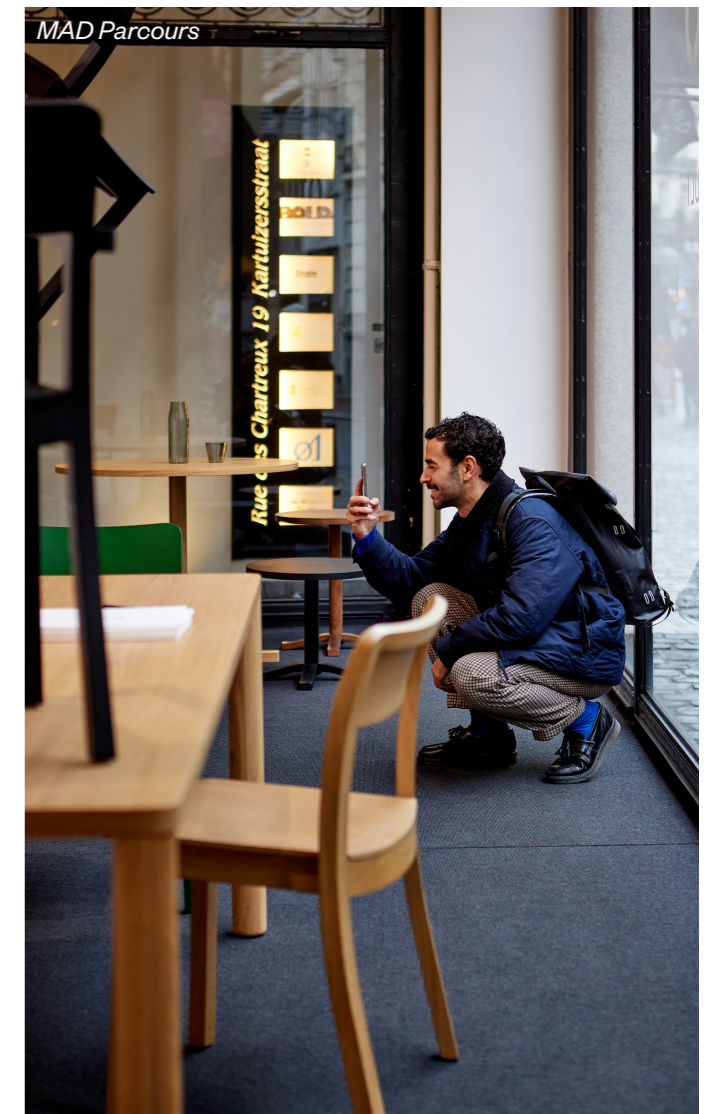
2. ÉVOLUTION ET GESTION DES RESSOURCES HUMAINES

En ce qui concerne la gestion des ressources humaines, il convient de souligner le départ en pension au 31 décembre 2024 de Cornelia Van Den Boogaart. Par ailleurs, Jonathan Clément a rejoint l'équipe en tant que nouveau concierge le 1er avril 2024. Il est chargé de l'entretien des deux lieux en concession ainsi que de la sécurité du site du siège du MAD.

De plus, des recrutements de stagiaires au sein des différents pôles et d'étudiant-e-s pour l'accueil ont été réalisés, afin de renforcer les équipes et assurer le bon fonctionnement quotidien.

Un effort important a été consacré à la gestion des ressources humaines en 2024. Afin de remotiver les équipes et de favoriser un climat de bien-être au travail, plusieurs actions ont été mises en place :

- L'ajustement de certaines tâches afin de les aligner avec la stratégie globale du MAD, et ce, avec l'approbation du/de la collaborateur-ice, en l'occurrence concernant la gestion de la location bâtiment ;
- Une feuille de route RH 2024 a été rédigée reprenant les points suivants :
 - La cohésion du groupe ;
 - L'échange d'informations ;
 - Les petites attentions ;
 - Les méthodes d'analyse pour améliorer l'expérience de nos collaborateur-ice-s, telles que le eNPS ainsi que l'analyse des risques psychosociaux réalisée tous les 5 ans par notre conseiller en prévention externe Mensura, effectuée au mois d'octobre 2024 et dont nous attendons le feedback ;
- Nouveautés pour 2024 :
 - Le télétravail à l'étranger est autorisé à raison de 5 jours par an ;
 - Le passage d'un jour à 2 jours de télétravail par semaine ;
- L'aboutissement de l'accord de partenariat avec le CPAS de Bruxelles a permis la mise à disposition de deux personnes dans le cadre de l'article 60. Ce dispositif offre aux bénéficiaires du CPAS l'opportunité d'intégrer des structures publiques ou privées, tout en bénéficiant d'une prise en charge financière, favorisant ainsi leur réinsertion professionnelle et leur autonomie :
 - Une personne affectée à l'entretien du bâtiment à partir de la mi-juillet 2024, nous permettant de réduire le coût de nettoyage ;
 - Une personne affectée à l'accueil à partir du mi-décembre 2024.



L'une des problématiques rencontrées par l'équipe managériale en matière de ressources humaines est le manque de plan de carrière et d'initiatives visant à retenir les talents, en raison de :

- Le manque de possibilités d'évolution en interne ;
- Un budget limité consacré aux formations ;
- Des ressources disponibles pour la formation qui dépendent directement du budget alloué.

Le MAD s'engage à poursuivre la recherche de solutions à moyen-terme afin de favoriser un climat propice à une réelle culture d'entreprise et d'assurer le bien-être de chacun-e de ses employé-e-s dans les limites des possibilités budgétaires.

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, nommé par la Région Bruxelles-Capitale

Eve Demoen
Membre, issue du secteur de la mode

Siré Kaba
Membre, issue du secteur de la mode

Amaryllis Jacobs
Membre, issue du secteur du design

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

Gwendolyn Grolig
Membre, issue du monde créatif

Lynn Tytgat
Membre, issue du monde économique et de l'eco-système local

Fashion Moves



② SOURCES DE FINANCEMENT ET GESTION FINANCIÈRE

1. SOURCES DE FINANCEMENT ET ÉVOLUTION DES SUBSIDES

La Ville de Bruxelles et la Région Bruxelles-Capitale demeurent les principaux pouvoirs subsidiants de l'ASBL Centre Bruxellois de la Mode et du Design - MAD Brussels. Ce faisant, le MAD bénéficie également d'autres soutiens au niveau communautaire, tels que la Fédération Wallonie Bruxelles - Culture.

D'autres aides d'Etat proviennent du Fonds Maribel, équivalentes à 1.5 ETP.

SUBVENTIONS STRUCTURELLES ET CONVENTIONS

REGION BRUXELLES-CAPITALE - ECONOMIE	€ 495.000
REGION BRUXELLES-CAPITALE - IMAGE	€ 140.000
REGION BRUXELLES-CAPITALE - COMMERCE EXTERIEUR	€ 130.000
VILLE DE BRUXELLES	€ 600.000
FEDERATION WALLONIE-BRUXELLES CULTURE	€ 75.000
FONDS MARIBEL	€ 78.949
S/T	€ 1.518.949

COLLABORATION ET SOUTIEN PONCTUEL

HUB.BRUSSELS ACTIONS INTERNATIONALES	€ 63.184
LOTTERIE NATIONALE	€ 28.000
VILLE DE BRUXELLES - MAD PARCOURS	€ 25.000
BRUXELLES INTERNATIONAL - MISSION ECONOMIQUE	€ 10.000
S/T	€ 126.184

RECETTES DIVERSES

RECETTES PROPRES	€ 25 908
------------------	----------

TOTAL € **1.671.041**

Creative lunch - Paul Cocksedge



③ STRATÉGIE & CHIFFRES CLÉS 2024

La mission du MAD se décline en 4 objectifs stratégiques :

- **Orientation** : un axe d'accompagnement et de mise en réseau pour les jeunes créateur-ice-s et le public professionnel ;
- **Réseautage** : un axe de mise en réseau avec le public professionnel des secteurs de la mode et du design, mais également de la sphère publique ;
- **Visibilité & Inspiration** : un axe orienté sur la visibilité et de la communication du MAD en tant qu'entité, ainsi que celles des jeunes créateur-ice-s et des professionnel-le-s ;
- **Relations avec les pouvoirs publics et son écosystème** : un axe stratégique aligné avec l'écosystème bruxellois.

A travers ces objectifs, le MAD s'engage à inspirer les créatif-ve-s en leur offrant un accès privilégié à des ressources et à des opportunités de formation, de développement et de réseau. Il œuvre également à connecter ces créatif-ve-s au secteur économique en facilitant des collaborations et des partenariats, tout 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. Il veille également à entretenir des relations solides avec les acteur-ice-s public-que-s et privé-e-s du secteur de la mode et du design à Bruxelles. En somme, la stratégie Inspire, Connect & Guide vise à consolider la position de Bruxelles en tant que ville créative et à mettre en lumière les talents novateurs des créateur-ice-s bruxellois-e-s dans le monde de la mode et du design.

D2B, Designers to business



Milan Design Week

1. OBJECTIF D'ORIENTATION

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

Dans cette optique, des séminaires, des ateliers collectifs et de sessions individuelles ont été organisés au MAD en 2024, au nombre de 37, avec un total de 873 participant-e-s, enregistrant respectivement une hausse de de 24% et 45% en comparaison à 2023. Cette évolution est attribuable à la structuration du nouveau programme d'accompagnement et à l'optimisation des séminaires organisés.

Copenhagen fashion week



Branding seminar



Le nombre de projets accompagnés en suivi individualisés a également augmenté, à hauteur de 6% par rapport à 2023. Parmi les projets soutenus, l'on distingue :

- 145 projets intégrant le programme MAD starter, destiné aux personnes qui sont en phase de lancement ou de réflexion pour initier une activité, ou des profils qui sont considérés en phase de démarrage de leurs sociétés (ceci inclut 37 sociétés disposant déjà d'un numéro de TVA) ;
- 20 projets intégrant le programme MAD Take-Off, en phase finale de création ou dans leurs premières étapes de leur activité (dont 18 disposent d'un numéro de TVA) ;
- 11 projets intégrant le programme MAD Incubator, notre résidence qui accueille et soutient des projets pendant deux ans au MAD ;
- 3 projets intégrant le programme MAD Fly, sélectionnés par un jury et ayant entre 1 an et 3 ans d'existence ;
- 9 projets intégrant le MAD Cherry-on-the-Cake, destinés aux profils plus matures en raison de leur positionnement, dont les sociétés sont établies depuis au moins 3 ans, et nécessitant de conseils liés à la stratégie commerciale ou au financement.

Le nombre d'heures de suivi individualisé, en ce compris avec notre business advisor interne et avec nos expert-e-s externes, s'élèvent à un total de 298 heures.

2. OBJECTIF DE RÉSEAUTAGE

En 2023, le MAD a déployé une nouvelle stratégie visant à favoriser la mise en relation entre les différents acteur-ice-s du secteur, au niveau local, régional, national et international. Cette initiative a non seulement permis un enrichissement mutuel, mais a également nourri l'objectif de promouvoir des talents bruxellois-e-s et d'encourager des collaborations rémunérées entre les créatif-ve-s et les sociétés. Le travail accompli en 2024 a grandement contribué à cette stratégie, avec un renforcement significatif des relations établies avec les contacts du secteur.

La mise en réseau s'opère à trois niveaux :

- L'organisation d'événements, tant au MAD et qu'à l'international ;
- Des appels à candidatures pour des projets sur mesure publiés directement sur le site du MAD ;
- Une mise en relation directe.

A l'international, plusieurs marques et porteur-euse-s de projets ont été également présentées, dont certaines en co-collaboration avec hub.brussels, à travers 6 initiatives distinctes :

- Une présence lors de la foire du meuble à Milan, sous le branding "Belgium is Design", à Baranzate Ateliers, avec 15 profils (présence commune belge sous l'impulsion d'une collaboration entre secteur public et privé) ;
- Une présence lors de la foire du meuble à Milan, cette fois à la Brussels House, avec 14 profils ;
- Une participation à la Mission Economique Princière à Oslo, avec une exposition et un séminaire B2B sous le branding "Belgium is Design", avec 8 profils ;
- 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", avec un showroom presse influence au centre-ville, pour le lancement de 3 marques ;
- Une présence à la Paris Fashion Week au sein d'un showroom B2B, avec 3 marques.



Au cours de cette année test, 53 mises en relation sont recensées entre des créateur-ice-s bruxellois-e-s et des sociétés ou institutions publiques, locales et européennes. 32 ont abouties à des collaborations, dont 15 projets accompagnés par le MAD.

Citons quelques exemples notables de projets sur-mesure non confidentiels :

- La vitrine élaborée par Studio Hier pour célébrer les 50 ans de Sotheby's à Bruxelles ;
- Le costume dessiné et produit pour le Mannenken Pis par Kasbah Kosmic, pour le compte de la Lotterie Nationale ;
- Le carré sur-mesure dessiné et produit par Hotel Louis pour The Hotel, à l'occasion du BEL Prize.

Le montant total de budget alloué aux créateur-ice-s, par les entités publiques et privées, pour l'ensemble des 10 projets sur-mesure suivis par le MAD, s'élève à 56.289 Euros HTVA.



3. OBJECTIF D'INSPIRATION & DE VISIBILITÉ

Le MAD développe une stratégie de communication visant à :

- 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 en mettant en lumière les acteur-ice-s de la scène bruxelloise dans les secteurs de la mode et du design ;
- Poursuivre une ambition de communication grand public à chaque fois que cela s'avère pertinent ;
- Poursuivre une ambition de communication média, spécialisée et grand public, en fonction des opportunités et des besoins.

Cette stratégie de visibilité a été rendue possible grâce à plusieurs initiatives, parmi lesquelles :

- La deuxième partie de l'exposition "Nuevo Nouveau" du célèbre designer Espagnol Jaime Hayon, inscrite au sein du programme de la présidence européenne espagnole et de l'année célébrant l'Art Nouveau à l'initiative de la Région Bruxelles-Capitale, avec 5.096 visiteur-euse-s en 2023 et 1.279 visiteur-euse-s en 2024 ;
- L'accueil de la deuxième édition de la Brussels Jewellery Week, comprenant deux expositions collectives de 10 jours (l'exposition Particles et l'exposition No Waste), représentant 84 artistes établi-e-s et émergent-e-s dont 16 designers bruxellois-e-s, pour un total de 2.309 visiteur-euse-s ;
- L'exposition collective Fashion Moves, qui explore les tendances des costumes et vêtements du ballet à la danse contemporaine, pour un total de 3.009 visiteur-euse-s. L'exposition, dont le set design a été réalisé par le hollandais Dennis Vanderbroeck basé à Anvers, présente des créations de designers belges de renommée internationale -Raf Simons, Pieter Mulier et Glenn Martens-, mais également des noms de créateur-ice-s émergent-e-s comme Skin Series, Arno Ferrera, Eunji Oh et Jordy Arthur ;
- L'exposition Future Generation, qui présente les projets de fin d'étude de 14 étudiant-e-s sélectionné-e-s lors de leur jury de fin d'année par le biais du MAD Graduation Prize, ainsi que le résultat du travail accompli par les 10 résident-e-s du MAD Incubator à terme de leurs deux années d'accompagnement au MAD Incubator, a compté un total de 1.728 visiteur-euse-s ;
- L'accueil de l'exposition Duos en Résonances, une initiative de Wallonie Design, expose 6 projets aboutis, fruit du travail en duo d'artisan-e-s et designers, L'exposition, amorcée en décembre 2024, a accueilli pas moins de 593 visiteur-euse-s à ce jour. L'exposition comprends des œuvres de personnalités renommées, tels que Julien Renault, Studio Unfold, Flora Miranda mais encore Frederik Delbart.

Au total, 153 créateur-ice-s bruxellois-e-s et belges ont été mis-e-s en lumière à travers ces expositions, attirant 8.918 visiteur-euse-s et générant 92 publications presse dédiées à ces événements.



Brussels Jewellery Week



Dans le cadre de notre engagement continu à à inspirer aussi bien les professionnel-le-s que les jeunes créateur-ice-s, quatre creative lunches ont été organisés, offrant un moment privilégié de partage entre un grand nom de la mode ou du design et le public, autour d'un déjeuner. Parmi nos intervenant-e-s :

- Paul Cockledge, célèbre designer anglais dont les installations sociales sont visibles en Europe et en Asie, avec 56 participant-e-s, dans le cadre du Parcours VIP de la Collectible design fair ;
- Stéphanie d'Heygere, designer de bijoux belge basée à Paris, réputée pour sa marque éponyme mais également pour ses collaborations pour des marques de luxe, avec 75 participant-e-s, dans le cadre de la Brussels Jewellery Week ;
- Saul Nash, créateur de mode basé à Londres, avec 68 participant-e-s, dans le cadre de l'exposition Fashion Moves où une de ses silhouettes était également exposée;
- Pauline+Luis, designers de luminaires bruxellois décernés du prix annuel "Designers of the Year" par Le Vif Weekend et Knack Weekend (en co-collaboration entre-autre avec le MAD), et actuellement résident-e-s au sein du MAD Incubator, avec 42 participant-e-s.



Des conférences d'inspiration et des tables rondes ont également été organisés, tant au sein du MAD qu'en dehors des murs, et dont certaines en co-collaboration. Parmi elles :

- Une conférence lors de la première édition de Ceramic Brussels sur la sensibilisation à l'utilisation de la céramique et les techniques durables, avec Joëlle Swanet et Jonas Moenne, 58 participant-e-s ;
- Une conférence dans le cadre de l'événement Slowroom Brussels, avec comme intervenantes Kenza Vandeput, Nina Maat et Aja Noël, avec 136 participant-e-s ;
- Trois conférences au sein de l'exposition de la Brussels Jewellery Week, l'une avec Marianna Lora (Sotheby's), la seconde avec Saskia Van der Gucht et la dernière animée par David Huycke, pour un total de 164 participant-e-s ;
- Une conférence We Talk Dance à l'occasion de l'exposition Fashion Moves, avec 58 participant-e-s ;
- Une table ronde organisée au sein Renewal (dont le MAD est partenaire), durant laquelle sont intervenus Dieter Van Den Storm du MAD et Aser Gimenez Ortega de MVRDV, avec 30 participant-e-s ;
- Une conférence autour de l'intelligence artificielle dans les secteurs créatifs dans le cadre de l'exposition Future Generation, avec en guise d'intervenant-e-s Guillaume Slizewicz, Joana Lemercier, Yannick Jacquet et Marie du Chastel (KIKK), avec 47 participant-e-s ;
- Une conférence qui s'inscrit dans le cycle de conférences annuelles « Celles qui font le Design » de Maak & Transmettre avec 72 participant-e-s.

Entre les creative lunches et les diverses conférences et tables rondes, qu'ils soient tenus intra-muros ou à l'extérieurs, ces initiatives ont donné lieu à un total de 14 événements pour 904 participant-e-s.



La visibilité médiatique du MAD en 2024 a également été exceptionnelle :

Couverture presse :

- Une valorisation publicitaire estimée à plus de 4 millions d'euros ;
- 289 publications, 4 couvertures, 135 pleines pages ;
- Une augmentation significative à l'international, avec 29 articles publiés à l'étranger.

Présence digitale :

- Une stabilisation du nombre de visiteur-euse-s uniques du site web et une hausse de 9% du trafic global sur le site web, atteignant 190.000 visites ;
- Une croissance soutenue des abonné-e-s sur chaque réseau social par rapport à l'année précédente : +3% pour Facebook, +31% pour Instagram, +30% pour LinkedIn et +21% pour Tik Tok.
- Une augmentation exponentielle de portée (cfr. le reach): +30% sur Facebook et + 48% sur Instagram par rapport à l'année 2023, en partie stimulée par les investissements publicitaires pour le MAD Parcours.

4. OBJECTIF DE L'ECOSYSTÈME

Quelques données essentielles à retenir, si l'on considère MAD au sein de son écosystème bruxellois :

- Le nombre de projets et de sociétés accompagnés poursuit son essor tout en s'inscrivant dans une dynamique de stabilisation progressive (+7%) ;
- Le nombre de numéros de TVA enregistrés parmi les sociétés accompagnées s'établit à 16, attestant de la capacité de résilience des porteur-euse-s de projet, malgré un contexte économique complexe. Le MAD a orchestré 53 mises en relation entre créateur-ice-s, marques, sociétés de l'écosystème, favorisant des synergies productives. 32 de ces collaborations ont déjà abouti, notamment grâce à l'initiative du MAD Parcours ;
- La mise en place d'un nouveau parcours mode et design au centre-ville, dont la première édition a mobilisé 54 commerçant-e-s et acteurs privés du quartier, qui ont représenté 144 marques et créateur-ice-s de mode et de design bruxellois ;
- Parmi les projets et sociétés structurés et accompagnés au sein de nos programmes (hors MAD Starter encore en phase exploratoire), 60% intègrent un prisme durable au cœur de leur démarche, soit une progression de +10% par rapport à 2023. Le MAD a initié 58 événements dédiés à l'inspiration et à l'accompagnement, ouverts à tous et entièrement gratuits.



④ RESPONSABILITÉ SOCIALE, SOCIÉTALE & ENVIRONNEMENTALE

Les valeurs de durabilité, inclusivité et innovation sont à la base de toute action au MAD. Elles incarnent l'essence d'une Bruxelles tournée vers l'avenir, et où la créativité serait motrice de cette transformation. Les esprits créatifs contribuent activement à cette impulsion de changement positif, tant sur le plan culturel qu'économique. Leur succès est intrinsèquement lié à celui de la Région bruxelloise : leur performance alimente celui de Bruxelles, et réciproquement les créatif-ve-s occupent une position de premier plan dans l'innovation, en insufflant des idées novatrices et en développant des créations durables. Leur engagement dépasse la seule dimension artistique : iels œuvrent également à promouvoir la diversité et l'inclusion, veillant à ce que chacun-e puisse trouver sa place dans cet écosystème en pleine évolution.

1. VALEUR D'INCLUSIVITÉ

Le MAD s'engage à rendre les secteurs de la Mode et du Design inclusifs, en impliquant un large public, sans distinction. Cet engagement implique :

- La gratuité d'accès aux expositions ;
- Des programmes et opportunités d'accompagnement ouverts à tous-te-s les Bruxellois-e-s ;
- Des formations, des événements et des collaborations ouvertes et gratuites à tous-te-s ;
- Une communication inclusive au sein de toute communication externe, déclinée en français, néerlandais et anglais ;
- Des collaborations avec un atelier protégé ;
- L'accueil d'écoles et autres institutions au sein des espaces du MAD.

La Région Bruxelles-Capitale, en raison de sa densité et la diversité qui la caractérisent, fait face à plusieurs défis en matière d'inclusion, de participation et de cohésion sociale. Cependant, cette diversité représente également une source de richesse intrinsèque et de créativité pour la Mode et le Design bruxellois, qu'il est essentiel de valoriser. Le MAD s'engage pleinement à œuvre dans ce sens pour les années à venir.

2. VALEUR ENVIRONNEMENTALE

Le MAD aspire à être une institution exemplaire en matière de responsabilité sociale et environnementale, un engagement qui se reflète dans son « core business ».

La durabilité constitue un enjeu essentiel dans les secteurs de la mode et du design, et 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. En agissant ainsi, le MAD se positionne comme un acteur central de la slow fashion à Bruxelles. Il propose également une gamme de services aux entrepreneur-euse-s du secteur, en organisant des ateliers et en fédérant des initiatives durables locales. Ces actions sont menées en partenariat avec les administrations pilotes de la Stratégie régionale de Transition économique.

Dans cette démarche et réflexion continue, le MAD a pris la décision de calculer son empreinte carbone tous les 3 ans, afin de pouvoir améliorer sa question énergétique. De surcroît, l'établissement du certificat PEB (B) a été conduit au début de l'année, et l'établissement du label Ecodynamique lui a été attribué, avec un score de 74%.

3. VALEUR D'INNOVATION

L'innovation occupe une place primordiale dans la stratégie et les actions du MAD, qui s'engage activement à favoriser la créativité et le renouvellement au sein des secteurs de la Mode et du Design. Plusieurs initiatives ont été mises en place pour soutenir cette dynamique :

- 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 bruxellois-e-s de la mode et du design, qu'ils soient résident-e-s du MAD ou non ;
- Une communication innovante, visant à inspirer, guider et à connecter les créateur-ice-s ;
- Le renforcement de liens plus étroits entre les différents publics-cibles du MAD et avec l'écosystème bruxellois de la transition économique ;
- La combinaison des différents secteurs créatifs afin de stimuler l'innovation à Bruxelles.

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 