

<b>RVB Mechelen MeeMaken juni</b>		
<b>Datum</b>	04/06/2018	
<b>Tijdstip</b>	19.00 – 21.30u	
<b>Plaats</b>	Zaal Panorama	
<b>Aanwezigen</b>	Dienst Economie	Evelien Morreel, Ellen De Weerd, Yasmine Lagmaui
	CBS	Katleen Den Roover
	Dienst Marcom	Lieve Jaspaert
	Mechelen MeeMaken vzw	Geert Milis, , Kurt Biesemans, Debbie Waterschoot, Christian Michiels, Raf Pauwels, Eva Ellegeest, Guido Verlinden, Birgitte van de Graaf, Guy Van Lint, Stephanie Fierens
	Verontschuldigd	Stijn Bevernage
	Niet aanwezig	Nico Maes

<b>1. Goedkeuring verslag mei</b>	Geert Milis	
<b>Melding:</b>		
- <b>Het verslag van de RVB van mei wordt goedgekeurd door de RVB</b>		

<b>2. Evaluatie Lentebraderie</b>	Geert Milis	
<b>Melding:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Over het algemeen heerst er bij de handelaars een tevreden gevoel. Het was een succesvol weekend, mede dankzij het mooie weer. In de passantencijfers is een stijging tegenover vorig jaar merkbaar.</li> <li>- Problemen tijdens de braderie deden zich vooral voor met externe standhouders. Een uitgebreid team (per straat een persoon bij de opstart) is noodzakelijk om deze problemen vlot op te vangen.</li> <li>- Intern waren er enkele opmerkingen over de gewijzigde facturatie rond de TEBO-kramen. Vroeger leverde TEBO een factuur aan elke individuele handelaar af. MMM vzw ontving het huurgeld en stortte dit door, maar kon hier echter geen factuur/bewijs van krijgen. Boekhoudkundig dus niet correct. Tijdens deze editie stelde MMM vzw de facturen op. Dit had twee nadelen: de handelaar kon zijn BTW niet recupereren &amp; MMM vzw is als verhuurder verantwoordelijk voor schade aan/door de kramen.</li> <li>- Veel handelszaken sluiten om 18u al de deuren/kramen op, terwijl de braderie officieel tot 19u duurt. Hetzelfde geldt voor externe standhouders.</li> <li>- Mobiliteit: fietsers die op het terrein rijden zijn onverantwoord. Voor volgende editie zullen hier maatregelen rond gevraagd worden. (verkeersbord + extra politie)</li> <li>- Communicatie: om het bereik/conversie van de advertentie in De Zondag (86.000 exemplaren) te testen werd een wedstrijd in de advertentie geïntegreerd. Slechts 18 formulieren werden ingediend.</li> <li>- Er wordt opgemerkt dat de muzieksamenstelling niet in de smaak viel. Van neutrale winkel-wandelmuziek was geen sprake.</li> </ul>		
<b>Reactie RVB:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Een mogelijke oplossing voor het probleem met de facturatie van TEBO-kramen zou zijn dat MMM vzw niet tussenbeide komt: maw. de handelaar stort het huurgeld voor zijn kraam rechtstreeks op de rekening van TEBO, TEBO levert individuele facturen af aan de handelaar. Wellicht is TEBO hier niet toe bereid, maar de vraag kan maar gesteld worden. Indien TEBO hier niet toe bereid is, zal de procedure van de laatste editie gevolgd worden: inschrijving, betaling en facturatie via MMM. De handelaar kan dan de BTW niet recupereren, maar tot nu toe kwamen hier nauwelijks klachten</li> </ul>		

over. Voor de aansprakelijkheid dient nagegaan te worden of de kramen opgenomen zijn in de verzekering.

- Het probleem van handelszaken die tijdens de braderie vroeger de deuren sluiten is een oud zeer. De vzw ziet weinig heil in werken met een beloningssysteem om dit tegen te gaan. Het einduur van de braderie wijzigen van 19u naar 18u is evenmin een oplossing, aangezien handelaars en standhouders dan al om 17u beginnen opruimen. Vroegtijdig opkramen door externe standhouders kan tegengegaan worden door: standhouders op het einduur te wijzen + security brieven dat ze niemand mogen doorlaten voor 19u.
- Kurt Biesemans merkt op dat de samenwerking met de markt vaak moeizaam verloopt. Een eerste probleem is de vrachtwagen die na afloop van de markt over de Bruul moet rijden om zijn bloemenkraam op te laden. De RVB vindt dit in de eerste plaats een probleem voor de veiligheid. De RVB merkt op dat dit niet enkel het geval is tijdens de braderie, maar ook elke zaterdag. Daarnaast vindt de organisatie van de braderie niet dat het haar taak is om ervoor te zorgen dat de vrachtwagen onder begeleiding over het terrein mag rijden. Hier verliest de organisatie tijd mee + Kurt Biesemans kreeg tijdens deze editie niet enkel scheldtirades van de vrachtwagenchauffeur over zich heen, maar ook klachten van een handelaar (Carrefour) die niet begrijpt waarom deze vrachtwagen wel toegelaten wordt, maar zijn leverancier niet. Daarnaast is ook op de Schoenmarkt de markt een probleem vb. Calla Lila moet steeds onderhandelen met de marktkramers om een plekje te kunnen vrijwaren voor haar kraam. De problematiek werd in het verleden reeds besproken met de marktorganisatie, maar een oplossing kwam nog niet uit de bus. Schepen Den Roover geeft aan niet op de hoogte te zijn van deze problematiek en geeft aan dat het college bevoegd is om in dergelijke zaken een beslissing te nemen. Zij wenst dat de problematiek via een collegeverslag aan het college wordt voorgelegd.

**Actie:**

- **Evelien:** informeren bij TEBO naar directe betaling en facturatie via TEBO voor de kramen braderie. Nagaan of schade aan/door kramen opgenomen is in de verzekering van de vzw
- **Evelien:** verdere evaluatie/overleg met MMM Feest ivm muziek in de winkelstraten
- **Schepen den Roover** bekijkt de problematiek markt – braderie met de dienst Economie

**3. Evaluatie 'Den Boerenbuiten'**

Yasmine Lagmaui

**Melding:**

- De evaluatie met de standhouders moet nog plaatsvinden, maar voorlopig waren de reacties op dit event zeer positief, zowel van standhouders, bezoekers als handelaars. Het event was mooi aangekleed en zorgde voor extra beleving.
- Het kinderplein op de Ganzendries was een succes. Idealiter wordt er op beide dagen voor een gelijkaardige invulling gezorgd. Nu was de kinderboerderij vb. enkel op zaterdag.
- Ook de boerenmarkt op de Korenmarkt was geslaagd. Bij een volgende editie dient vooraf goed met de standhouders doorgenomen te worden welke producten zij aanbieden. Tijdens volgende editie kan standgeld gevraagd worden. Zoniet, zorgt dit misschien voor discussies met standhouders op de braderie. De tent is een must, het drankenkraam was dat niet. De aanleg van het plein is geen evidente situatie voor leveranciers. Dit dient vooraf gemeld te worden om extra kosten te vermijden.
- De workshops, het etentje en het boerenbal in de hangar waren een leuke meerwaarde, maar hier hing een grote kostprijs aan en er kwam veel werk bij kijken. Bij toekomstige edities kan dit eventueel achterwege gelaten worden.
- De kostprijs voor dit event lag hoog, omdat het concept en de communicatiestrategie nog volledig uitgedacht moesten worden. Hierop kan voor volgende edities verder gebouwd worden, dus deze kost kan achterwege blijven.
- Een succesvol concept als den Boerenbuiten wordt idealiter verder gezet in de toekomst, als aanvulling/uitbreiding van de braderie richting Korenmarkt/Hoogstraat. Voor de volgende editie, de Herfstbraderie in 2018, kan de organisatie hiervoor nog bij het project Hoogstraat Natuurlijk! liggen. Na afloop van dit project zal de vzw hiervoor moeten instaan. Hiervoor zal dan wel versterking nodig zijn, gezien dit zowel in de voorbereiding als tijdens het event een arbeidsintensief project is.

**Reactie RVB:**

- De RVB gaat akkoord met verderzetting van 'Den Boerenbuiten' na afloop van het project Hoogstraat Natuurlijk! en meent dat tijdens de eerstvolgende editie al nauw samengewerkt/overlegd dient te worden met Hoogstraat Natuurlijk!
- Er wordt opgemerkt dat de braderie in september op drie dagen doorgaat, terwijl den Boerenbuiten slechts twee dagen doorging. Wellicht is het niet haalbaar om den Boerenbuiten ook drie dagen te laten doorgaan.
- De opstartvergadering voor de Herfstbraderie gaat door op maandag 11/06 om 18u30 bij Conventus.

**4. Evaluatie communicatiecampagnes Madzuli**

Geert Milis

**Melding:**

- De voornaamste resultaten van de voorbije communicatiecampagnes, uitgevoerd door Madzuli Agency, worden overlopen in de presentatie

**Reactie RVB:**

- De RVB merkt op dat de geografische targetting nog niet ideaal is. De regio rond Mechelen moeten we uiteraard aanspreken, maar momenteel vissen we te veel in de vijver van Antwerpen en Brussel, terwijl het twijfelachtig is of deze mensen wel naar Mechelen komen om te winkelen. Idealiter breiden we de geografie uit naar het Westen (Dendermonde, Wetteren), Oosten en Noorden (bereik RTV) en houden we bijvoorbeeld rekening met treinverbinding tussen steden en Mechelen. Bij de komende campagnes dient aan Madzuli de opdracht gegeven te worden deze geografie te hanteren en de vergelijking te maken waar de campagne het meeste aanslaat.
- De RVB merkt op dat de resultaten van de campagne rond de Lentebraderie lager liggen en vraagt of Madzuli hier een verklaring voor heeft. Deze werd niet gegeven. Mogelijk ligt dit aan het onderwerp van de campagne en spreekt een braderie gewoon minder aan.
- De RVB vindt de reportings van Madzuli onvoldoende duidelijk. Er wordt te weinig uitleg/duiding bij de cijfers gegeven en geen vergelijking gemaakt tussen de resultaten van verschillende campagnes.
- Raf Pauwels geeft aan gerust een paar keer per jaar, samen met een delegatie van Marcom, samen te zitten met Madzuli om de campagnes en werkwijze te evalueren.
- Lieve Jaspaert deelt mee dat Marcom nog een advertentie voor Zomershoppen in de zomerkrant van De Zondag (oplage 2 x 86.000) heeft bekostigd. Hetzelfde geldt voor Mechelen Kinderstad en de Zomer is van Mechelen.

**Actie:**

- **Lieve Jaspaert** spreekt Madzuli aan over hun reportings en wat we hierrond verwachten en plant een overleg in met Marcom-afvaardiging (Karin en Christophe), Raf Pauwels en Madzuli

**5. Verslag overleg Liefst Leuven**

Evelien Morreel

**Melding:**

- Eerder dit jaar gingen Evelien en Ellen van Dienst Economie in overleg met Liefst Leuven, de handelaarsvereniging van Leuven. Deze werd opgericht in 2016, op vraag van de handelaars zelf. Zowel de manier waarop de vzw aan haar financiële middelen komt en besteedt, is gelijkaardig aan die van MMM. Ook heel wat hindernissen waar MMM mee kampt, zijn Liefst Leuven niet vreemd.
- Enkele interessante lessen/opties die MMM kan bekijken:  
Liefst Leuven haalt een deel inkomsten uit sponsoring. Zo hebben zij een communicatiedeel met ROBtv en kunnen individuele handelaars sponsoren: voor 6000 euro per jaar worden zij vermeld op alle communicatiemateriaal.  
Liefst Leuven zet voor grootse events als braderie en shoppingweekends groots in op animatie, maar voor de maandelijkse koopzondagen doen ze vaker een beroep op lokale verenigingen (vb. muzikanten Lemmensinstituut)  
De vzw bestaat grotendeels uit voorzitters van de vroegere wijkcomités. Zij gaan regelmatig actief op pad om handelaars te motiveren deel te nemen aan shoppingevents.  
Liefst Leuven gaf aan dat het enthousiasme over de maandelijkse koopzondagen verdeeld is en dat het aantal deelnemers afneemt.

**Reactie RVB:**

- De RVB geeft aan dat sponsoring door RTV een goede piste is. Er is heel wat videomateriaal beschikbaar om de evenementen te promoten.
- De RVB merkt op dat ook het verslag van Unizo aangeeft dat het aantal deelnemers aan de maandelijkse koopzondagen in Leuven na zes maanden een enorme terugval kende. Ook in Antwerpen zijn de cijfers niet uitermate positief. Veel zaken op de Meir zijn geopend, daar buiten is dat echter minder het geval.

**Actie:**

- **Evelien en Geert:** gesprek aangaan met RTV ivm sponsoring

**6. Evenementenkalender 2019**

Geert Milis

**Melding:**

- Omdat Mechelen de laatste tijd een wildgroei kent van aanvragen tot afwijking op de zondagsrust, stelden een aantal leden van de RVB/HAR zich de vraag of het een goede optie zou zijn om een vaste, maandelijkse koopzondag in te voeren. Ook de hotelassociatie is hier vragende partij, daar een duidelijke regeling voor toeristen een pluspunt is.
- Alvorens een dergelijke beslissing te nemen, dient eerst het draagvlak nagegaan te worden. Is de consument wel vragende partij? De evenementen scoren steeds goed, maar de gewone zaterdagen zijn vaak erg kalm. Heel wat handelaars klagen al over de huidige koopzondagen tijdens evenementen, zijn zij dus wel voorstander van extra koopzondagen?
- Cijfers uit andere steden tonen aan dat maandelijkse koopzondagen geen gigantisch draagvlak kennen.

- De RVB merkt op dat de reden waarom veel mensen zich tot e-commerce wenden, is dat ze in de week of zelfs op zaterdag weinig tijd hebben. Koopzondagen kunnen op deze nood inspelen.
- De RVB besluit dat eerst bij alle handelaars gepolst moet worden naar hun mening tegenover een vaste maandelijkse koopzondag. Via een Facebookpoll of online enquête zullen we niet iedereen bereiken. De enquête moet dus persoonlijk afgenomen worden. Dit gebeurt het beste door een neutrale jobstudent en niet door een mede-handelaar.
- De RVB is van mening dat, indien er voor een vaste maandelijkse koopzondag gekozen wordt, de andere shoppingevenementen zo veel mogelijk aan deze kalender aangepast moet worden.

**Actie:**

- **Evelien:** opvolgen bevraging rond vaste maandelijkse koopzondagen

**7. VARIA**

Geert Milis

**Melding:**

- Het evenementenloket kreeg een aanvraag binnen van de vzw EV Belgium, die zich bezighoudt met het promoten van elektrisch rijden, het informeren van de mensen om zo een andere mindset te creëren. Zij willen graag tijdens het Warm Welkom Weekend in oktober een event op poten zetten om de mensen van dichterbij kennis te laten maken met elektrisch rijden. Dit willen ze doen door enerzijds lezingen te organiseren en vragen te beantwoorden, anderzijds door mensen elektrisch rijden zelf te laten ervaren met demonstraties (met fietsen, shuttles ...) Mensen zullen aangemoedigd worden om hun wagen achter te laten buiten het centrum om zich vandaaruit met een elektrische shuttle naar het centrum te laten vervoeren.
- Het is echter niet de bedoeling dat de shopping shuttle vervangen wordt. Deze blijft rijden. In de communicatie moet het onderscheid duidelijk zijn. De uren van de EV demonstraties worden hier het beste op afgestemd.
- Schepen den Roover merkt op dat in Leuven een leuke straatoverspanning gerealiseerd werd (<https://www.facebook.com/visitleuven/photos/a.311493785590775.73914.284642021609285/2004958956244241/?type=3&theater>) en stelt de vraag of voor de drie kleine straatjes niet een gelijkaardig initiatief uitgewerkt kan worden.

**Reactie RVB:**

- De RVB is van mening dat de actie van EV Belgium een mooie aanvulling kan zijn op het WWW. Zij geeft er echter wel de voorkeur aan dat de actie op zaterdag doorgaat ipv op zondag, daar er dan wellicht opnieuw met de rijdende catwalk wordt gewerkt.
- De RVB en Marcom zijn van mening dat het niet opportuun is de stad autoluw te maken en enkel elektrische voertuigen toe te laten, daar enkele weken voordien reeds Uit zonder Uitlaat plaatsvindt.
- De RVB merkt op dat enkele belangrijke aandachtspunten zijn: welke lus wordt er gemaakt? Wat zijn de stopplaatsen (best net buiten de winkeldriehoek), passagiers die gebracht worden moeten ook terug gebracht kunnen worden.
- De RVB stelt de vraag of er misschien ook de link gelegd kan worden met de M-Fair op zondag.

**Actie:**

- **RVB:** bekijken op welke manier een overspanning gerealiseerd kan worden.