



De Europese Wijk

Programma Think, Innovate, Develop

hub.brussels

hub.brussels is het Brussels Agentschap voor de Ondersteuning van het Bedrijfsleven.

hub.brussels, dat is de ambitie om van Brussel de economisch aantrekkelijkste Europese stad te maken voor slim ondernemerschap en uitbreiding.

hub.brussels, dat is begeleiding op maat, gratis tools, erkende expertise, om uw autonomie te boosten, uw beslissingen te vergemakkelijken, uw kennis en uw netwerk uit te breiden, vertrouwen te winnen en op toeren te komen, om te slagen in Brussel en ver daarbuiten.

hub.brussels, dat zijn meer dan 300 behulpzame, toegewijde en gepassioneerde medewerkers en de belofte om u, uw onderneming, en uw meest gewaagde projecten te begeleiden, aan te moedigen en vleugels te geven...

Wij zijn hub.brussels, we zijn pal achter u.

Dankbetuiging

Deze tool kon tot stand komen dankzij de steun en de medewerking van de gemeenten van de Stad Brussel, Etterbeek en Elsene.

We willen ook de handelaars, de specialisten, de inwoners en diverse verenigingen danken voor hun beschikbaarheid en hun waardevolle inbreng tijdens het onderzoekswerk.

We danken het hele Brussels Hoofdstedelijk Gewest en de teams van hub.brussels die op de een of andere manier hebben meegewerkt aan de uitvoering van deze opdracht.

Dit actieonderzoek in de Europese Wijk, het Think Innovate Develop-programma, wordt medegefinancierd door het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) en kwam tot stand in samenwerking met eQuama, European Quarter Area Management Association.

Inleiding

Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest is een polycentrische regio, een mozaïek van wijken met elk hun eigen identiteit. Met het oog op een coherente territoriale ontwikkeling, op het evenwicht en de complementariteit tussen deze regio's, heeft Atrium.Brussels tussen 2007 en 2011 prospectieve schema's voor de handelswijken (PSH) opgesteld in 21 Brusselse wijken.

Deze stedelijke planning- en citymarketingtool bestaat uit een presentatiebrochure en een operationele gids, en richt zich tot alle actoren die zich inzetten voor de heropleving van de handelswijken. Hij biedt hun een samenhangend en evolutief referentiekader om hun toekomstperceptie van de wijk uit te diepen en hen te begeleiden bij de uitvoering van lokale projecten.

Vandaag werkt hub.brussels aan de uitwerking van een nieuwe methode voor een participatieve, lokale commerciële ontwikkeling, het Think Innovate Develop (TID) programma.

Met het TID-programma wil het Agentschap een leessleutel aanreiken die de wijk in kaart brengt, een hulpmiddel dat als inspiratie kan dienen voor creatievelingen, voor bouwheren en bouwdirecties en voor de strategische besluitvorming van de lokale overheden. Bovendien biedt het een reeks «gebruiksklare» ideeën en projecten, die aangepast zijn aan de wijk en aan het doelpubliek, voor al wie wenst mee te werken aan de lokale commerciële ontwikkeling.

Het Gewestelijk Agentschap voor de Handel dat door zijn fusie met impulse.brussels en Brussel Invest & Export hub.brussels, het Brussels Agentschap voor de Ondersteuning van het Bedrijfsleven, is geworden.

Methode

Een sensitieve benadering

Om een grondige kennis van de regio en zijn positionering te verwerven, werden allerlei gegevens verzameld voor de uitwerking van twee studiethema's:

De identiteit

De studie van de identiteit van de wijk focust op twee facetten: de aanblik, op basis van objectieve en zichtbare gegevens, en de persoonlijkheid, op basis van geprojecteerde en sensitieve gegevens.

Het doel: het gebied kennen.

Het gedrag

De studie van het gedrag van de wijk streeft ernaar om het begrip 'merk' te vervangen door het begrip 'locatie', en omvat twee aspecten: de perceptie, die leidt tot de gevoelsrelatie van de gebruiker met de wijk, en de positionering, die op een meer zichtbare wijze tot uiting komt, van de wijk naar de gebruiker toe.

Het doel: inzicht bieden in de interactie tussen de handelswijk en de gebruiker.

Een participatieve aanpak

Om deze onderzoeksactie te stofferen, werd een beroep gedaan op de expertise en de ervaring van de gebruikers en actoren van de wijk.

Zij hebben een actieve bijdrage geleverd aan de studie, zowel bij de gegevensverzameling als bij de analyse ervan:

- Bezoeken
gerichte waarnemingen en geleide bezoeken
- Kwantitatieve en kwalitatieve enquêtes
online en in situ
- Focusgroepen
klanten, handelaars en lokale actoren
- Workshops met verschillende actoren
- Bibliografisch onderzoek

Een hulpmiddel bij de onderzoeksactie

Dit schema is onderverdeeld in vier delen.

- Overzicht
Zicht op de wijk in vogelperspectief
- Identiteit
Bezoek ter plaatse
- Positionering
Ontmoeting met de gebruiker
- Ambitie
Gesprekken en debatten

Die vier delen kunnen als een logisch geheel worden beschouwd, zoals een geleidelijke inleving in de regio. Ze kunnen ook afzonderlijk worden geraadpleegd, naargelang van de gezochte informatie.

Overzicht – Zicht op de wijk in vogelperspectief

Beschrijving

De Europese Wijk strekt zich uit over drie gemeenten: de Stad Brussel, Etterbeek en Elsene. De wijk dankt zijn naam aan de vele gebouwen van de Europese instellingen en andere internationale instanties die zich daar aan het einde van de vorige eeuw hebben gevestigd.

De Europese identiteit van de wijk wordt namelijk gekenmerkt door zijn architecturale symbolen. Het Europees Parlement, gelegen tussen het Luxemburgplein en het Leopoldpark, en het Berlaymontgebouw van de Europese Commissie, nabij de Wetstraat en het Schumanplein.

Het Jean Monnetkruispunt, gelegen langs de Archimedesstraat, en het Jourdanplein en het recenter aangelegde Jean Reyplein, zijn eveneens emblematische plaatsen in de wijk.

De handelszaken zijn verspreid over die verschillende kernen of polen van de wijk, en maken deel uit van de identiteit van de regio. De andere benamingen die aan de wijk worden gegeven, naast de “Europese Wijk”, lijken voornamelijk verband te houden met Schuman. Enkele originele benamingen verwijzen dan weer naar de symbolische identiteit: Brussels DC of EU District.

Deze publicatie behandelt ook de andere onderdelen van de Europese Wijk, die een invloed hebben op zijn identiteit en de perceptie daarvan op het vlak van de commerciële ontwikkeling.

Geschiedenis

De Maalbeek, snelle rivier, steile vallei

Al in de middeleeuwen werden langs haar loop vele vijvers aangelegd om overstromingen te voorkomen die ook voedsel gaven als visvijver en als reservoir dienst deden voor de vele molens.

Waar een weg de rivier overstak ontstonden kleine dorpen waarvan de namen ook vandaag nog verwijzen naar dit riviertje, zoals Elsene (bij de Elzen), Etterbeek (snelle beek), Ten Node (bij de grote vijver). Het riviertje kreeg omwille van de vele molens de naam "Molenbeek of Maalbeek".

Tussen kasteel en jachtwoud

Wanneer de hertogen van Brabant zich ook in Brussel vestigden behielden zij hun jachtslot in Tervuren. De weg tussen twee kastelen, het kasteel op de Coudenberg in Brussel en het jachtslot in Tervuren werd een belangrijke route (Waverssteenweg en de Sint Pieterssteenweg). Het prille begin van een as van de macht. Al snel vestigen zich

hier dan ook vele tavernes en brouwerijen die de vele bronnen in de buurt gebruikten zoals de Broebeleir. Brouwersfamilies als Delannoy (Elsene), Hap (Etterbeek) of Aerts (Sint-Joost) behoorden tot de notabelen van die gemeentes.

De allereerste uitbreiding van Brussel : " le Quartier Léopold"

Al vanaf 1837 begint het "comité voor de uitbreiding en verfraaiing van Brussel" een nieuwe residentiële wijk te bouwen in dambordpatroon. De lanen van het Warandepark werden doorgetrokken over de boulevards heen afdalend naar de Maalbeek naar het oosten en verder. In 1853 word dit grondgebied van de gemeenten Sint-Joost en Elsene naar de Stad Brussel overgeheveld en is de wijk Brussel-Léopold een feit. De wijk kende pas écht succes toen in 1860 de octrooirechten (soort binnenlandse douane) werden afgeschaft en Brussel een enorme stadsuitbreiding kende op enkele jaren tijd. De wijk was erg gegeerd bij adel en burgerij die er massaal bel-etagewoningen

bouwen. Nieuwe voorzieningen worden uitgebouwd, een station, feestzalen (bv Concert Noble) en parken.

Inmiddels op het Plateau

De oude weg tussen Brussel en Tervuren werd vervangen door de belangrijke as Wetstraat-Tervurenlaan recht naar het Afrikamuseum van Leopold II. Dit werd de as waarlangs het oosten van Brussel zich zou ontwikkelen. Langs deze prestigieuze lanen verrezen grootse gebouwen en vestigden zich de vele ambassades.

Rond 1870 werd ook de nieuwe Noordoostwijk of Squareswijk ontwikkeld. Op het toen nog onbebouwde plateau bouwde men de Koninklijke Militaire School (KMS) met ervoor een groot oefenplein. Die militaire rol zou Etterbeek met zijn vele kazernes lang behouden. Dit oefenplein wordt Jubelpark (wereldtentoonstelling 1880 en 50 jaar Belgische onafhankelijkheid). Wetenschapper Armand Solvay bedacht rond 1912 de bouw van een "universitair wetenschapspark" in het Leopoldpark.

Brussel trok een internationaal publiek van zakenmensen en diplomaten aan. Met de komst van de auto wordt de Waversesteenweg (N4) dé vakantieroute van de Brusselaars naar de Ardennen.

Een as van de Macht

Vanaf de jaren '50, bouwen overheid en privé vele nieuwe kantoren in de Leopoldwijk waar bewoners nu snel wegtrekken. Vanaf 1957 wordt de nieuwe Europese administratie (toen EEG) voorlopig gehuisvest in het Karel de Grote-gebouw langs de Wetstraat. Tien jaar later wordt op de plaats van de oude Berlaymont-kostschool het eerste gebouw voor Europa opgetrokken wat al snel hét symboolgebouw wordt van de EU. Wetstraat en de Belliardstraat verwerden ondertussen tot stadssnelwegen om respectievelijk binnen en buiten te rijden. In 1976 werd het eerste deel van metro ingehuldigd die de Europese Wijk verbond met het centrum. De EU breidde verder uit en kantoren verdringen de woningen... In 1993 krijgt Brussel definitief de status van hoofdstad van de Europese instellingen.

Boven het Leopoldpark verrijst inmiddels het Europees Parlement. Nieuwe inspirerende plannen steken de kop op.

Een nieuw gezicht nieuwe projecten

Berlaymont, Parlement en Europagebouw zijn nu de symbolische gebouwen van de Europese Unie wat ook bijna dagelijks betogingen aantrekt. Het Gewest wil de Wetstraat ombouwen tot een multifunctionele straat met winkels (Stadsproject Wet van Christian de Portzamparc), woningen en kantoren.

Er wordt een nieuwe directe spoortunnel gebouwd naar de luchthaven. De oude al jaren braakliggende parking krijgt een nieuwe bestemming als Jean Reyplein en Maalbeektuin.

Ook vandaag zit de wijk volop in een overgangsfase. Een zeer heterogene wijk die haar verrassend verhaal uitstraalt: art nouveaupanden, artdecostijl, modernisme en nieuwe moderne architectuur zomaar naast elkaar is typisch Brussels eclectisch, verrassende winkels, restaurants uit heel

Europa en ver daarbuiten, bijna landelijke straten, naast burgerlijke pronkstraten prachtige parken, inspirerende musea, ... Groen, charmant en levendig. En dat allemaal in de Maalbeekvallei.

Kaarten

In het algemeen menen de respondenten dat de Europese Wijk geconcentreerd is rond Schuman, Jourdan en Luxemburg.

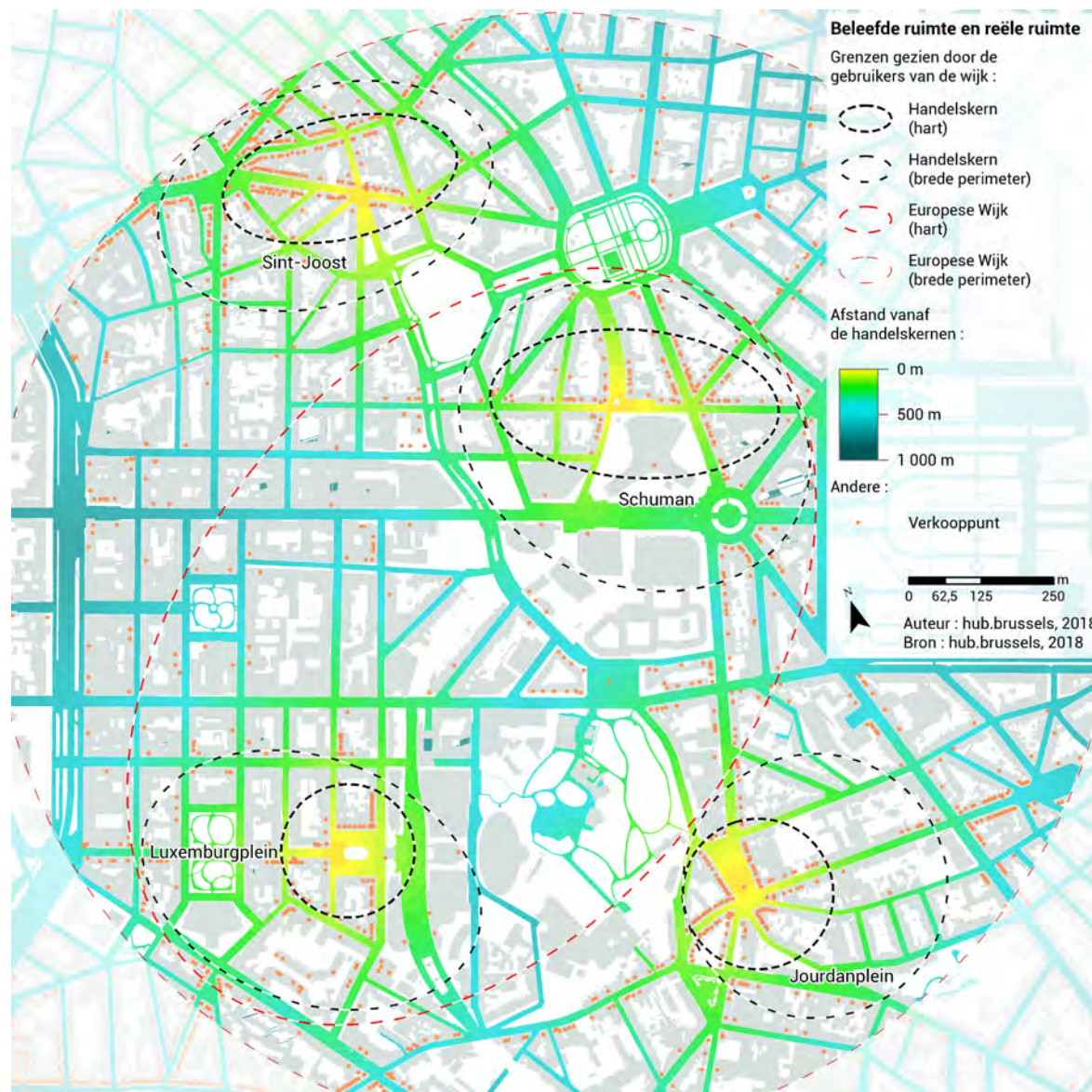
De meeste Nederlandstalige en Franstalige respondenten voegen daar tevens Jean Rey en het Leopoldpark aan toe. De andere polen, zoals de de MeeÛsquare, de Frère Orbansquare, de Ambiorixsquare en het Jubelpark rekenen ze daar evenwel niet unaniem bij.

Een analyse van de Europese Wijk in zijn geheel, met inbegrip van het Jubelpark en de omgeving ervan, toont een totaal van 1060 handelszaken voor het hele gebied. Daarbij vormen de horecazaken (358) de belangrijkste categorie, gevolgd door de diensten (198), de dagelijkse producten (181).

*Kaart van het handelsaanbod
Diversiteit van de handelszaken
en diensten*



Perceptiekaart
 Grenzen van de Europese Wijk
 volgens de gebruikers van de wijk



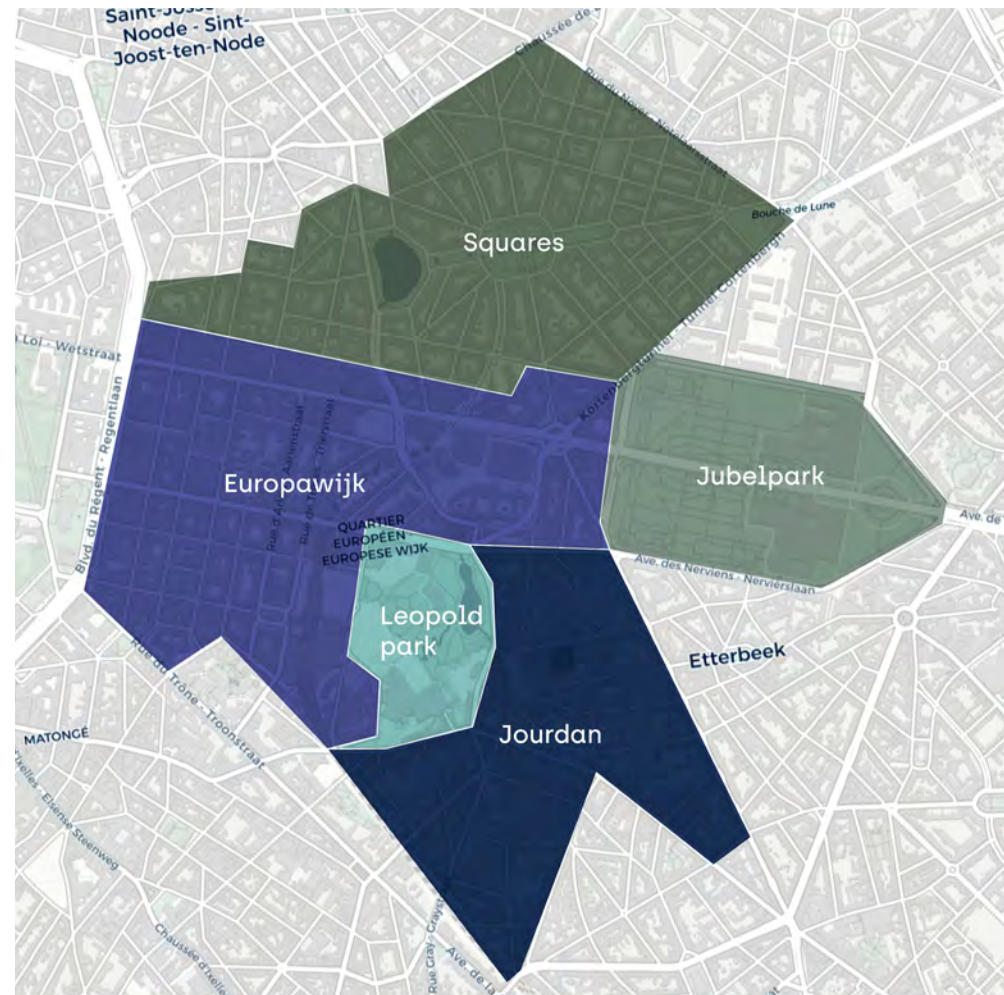
Kerncijfers

Stedelijke context

Wijken zoals gedefinieerd door het Brussels Instituut voor Statistiek en Analyse (Bron: BISA monitoring van de wijken)
De Europese Wijk omvat meerdere statistische wijken zoals beschreven door het BISA.

De onderstaande cijfers omvatten de volgende statistische wijken:

- Squares
- Jubelpark
- Jourdan
- Leopoldpark
- Europawijk



De verdeling van de Wijkmonitoring
(Bron: BISA.brussels)

9 160 inwoners per km²

De meesten daarvan wonen in de omgeving van de squares (13 574 inwoners, 0,79 km²) en het Jourdanplein (9 123 inwoners, 0,54 km²), en nauwelijks een minderheid in de zogenoemde Europawijk (2 548 inwoners, 0,95 km²). Voor de wijken van het Leopoldpark en het Jubelpark (respectievelijk 0,38 en 0,11 km²) zijn geen gegevens beschikbaar, aangezien die wijken te weinig inwoners tellen om gegevens te verzamelen of om drempelwaarden te halen.

30-44 jaar [31,51%]

Overheersende leeftijdscategorie voor de drie wijken met een voldoende grote bevolking (Europawijk, Squares en Jourdan). Dat percentage overschrijdt bovendien het gemiddelde van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (24,21%), en lijkt gecompenseerd te worden door een kleiner deel van inwoners onder de 18 jaar ten opzichte van het gewestelijk gemiddelde.

58% van de inwoners van de wijk zijn buitenlanders

Tegenover een gewestelijk gemiddelde van 35%. Onderzoek van de verschillende nationaliteiten toont dat de Europese Wijk zijn naam waardig is: de vertegenwoordiging van de inwoners met een nationaliteit van een van de 28 lidstaten van de Europese Unie (met uitzondering van België) is twee keer zo groot als het gemiddelde voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

1,79 personen per gezin

Dat gemiddelde blijft onder het gewestelijk gemiddelde van 2,15. Het Jourdanplein en de squares huisvesten duidelijk meer privégezinnen (respectievelijk 7 476 en 4 695 privégezinnen) dan de Europawijk (1 556 privégezinnen).

2,77 km² totale oppervlakte

25 392 inwoners voor de vijf statistische wijken

3 miljoen vierkante meter kantoren

Voor de vijf wijken samen, hoewel de twee wijken van de parken (Leopold- en Jubelpark) weinig kantoorruimte bevatten.

De kantooroppervlakte wijst erop dat de aanwezigheid van Europese en internationale instellingen en, bijgevolg, van andere satellietorganen doorslaggevend is voor de wijk.

100% van de bevolking woont in de nabijheid van een halte van het openbaar vervoer

De Europese Wijk is heel vlot bereikbaar met het openbaar vervoer.

De NMBS-Stations Brussel-Luxemburg en Brussel-schuman vervoldeigen het aanbod aan openbaar vervoer.

780 euro gemiddelde maandelijkse huur per woning

Voor de dichtstbevolkte zones van de Europese Wijk, tegenover gemiddeld 709 euro voor het hele Gewest.

12% werkloosheid voor de statistische Europawijk

De wijk scoort betere cijfers dan het gewestelijk gemiddelde van 23%. De totale perimeter schommelt rond 18%.

De handel

Handelsaanbod van de Europese Wijk

De Barometer van de handelswijken, die vrij geraadpleegd kan worden op het platform analytics.brussels, biedt resultaten voor de handelskernen van de «Europese Wijk» en van «Jourdan», Schuman en Jourdan genoemd op de perceptiekaart (pagina 11). Voor het Luxemburgplein beschikt de Barometer niet over afzonderlijke gegevens.

De kleinere handelspool van het Jean Reyplein, tussen het Jourdanplein en het Schuman-rondpunt, is geen echte handelskern, maar zorgt voor de continuïteit en vormt een mogelijke verbinding tussen de andere hiervoor genoemde handelskernen.



128 handelszaken in de handelskern van de Europese Wijk

Die zijn geconcentreerd rond het Schuman-rondpunt en de kruising tussen de Franklinstraat, de Archimedesstraat en de Stevinstraat, het Jean Monnetkruispunt. De horeca en de dienstensector vormen er de twee belangrijkste handelscategorieën.

4 markten

Naast de vele handelszaken in en tussen de handelskernen telt de hele Europese Wijk vier markten. Daartoe behoren de namiddagmarkt, open van 12.00 tot 20.00 uur, die plaatsvindt op dinsdag op het Luxemburgplein (duurzame producten en degustatiestands), op woensdag op het Jean Reyplein (kwaliteitsvolle producten en food trucks) en op donderdag in het groene kader van de Tuin van de Maalbeek (de «Jeudi Jardin» markt biedt specialiteiten en degustaties). Op zondag is er op het Jourdanplein de vroegmarkt van 07.00 tot 13.00 uur.

93 handelszaken in de handelskern van Jourdan

Die zijn geconcentreerd op het plein en in de directe omgeving daarvan. De horeca-etablisementen, gevolgd door de winkels met courante producten, vormen de belangrijkste handelscategorieën. Daarna volgt de dienstensector.

3 530 voetgangers

Gemiddeld aantal passanten in de Archimedesstraat, net na het Jean Monnetkruispunt. Dat aantal geldt vooral tijdens de weekdays, met een piek op woensdagmiddag.

1 794 voetgangers

Gemiddeld aantal passanten in het aangrenzende autovrije weggedeelte van de Waversessteenweg. De dagelijkse analyse toont een duidelijke piek op zondagvoormiddag, tijdens de markt op het Jourdanplein.

5000 voetgangers

Gemiddeld aantal passanten op het Jourdanplein.

7 306 voetgangers

Gemiddeld aantal passanten per dag in de Froissartstraat net voor de kruising met het Schuman-rondpunt.

De gebruikers

In mei 2018 werden in het kader van deze studie 237 passanten van de winkelstraten van de Europese Wijk ondervraagd in de omgeving van het Schuman-rondpunt. De resultaten onthullen onder meer de volgende cijfers:



2 miljoen bezoekers per jaar

Voor de belangrijkste musea (Museum Kunst & Geschiedenis, het Museum voor Natuurwetenschappen, het Parlementarium et het Huis van de Europese Geschiedenis).

40% wou liever niet antwoorden op de vraag betreffende hun maandelijks inkomen

11% van de passanten verdienen tussen 1 500 en 2 000 euro per maand, en 11% verdient tussen 3 000 en 4 000 euro per maand.

59% van de respondenten hebben het Frans als moedertaal

Daarna volgen het Engels (9%) en het Nederlands (8%).

77% van de respondenten zijn tussen 25 en 59 jaar

48% van de respondenten zeggen in de wijk te zijn voor hun werk

46% om inkopen te doen en 30% omdat ze daar wonen. Merk op dat slechts twee respondenten vrijetijd aanduiden (film, toneel, sport, etc.). Toerisme wordt slechts vier keer vermeld als reden van het bezoek.

53% van de respondenten begeven zich te voet naar de wijk

26% neemt de metro en 18% neemt de auto.

48% van de passanten zijn bedienden

15% van de passanten zijn studenten en 9% van de passanten zijn ambtenaren.

55% doet dagelijks inkopen in de omgeving

Voor 25% geschieden die aankopen wekelijks. In dat kader vermeldt 31% van de passanten tussen 50 en 100 euro uit te geven in de wijk.

34% is alleenstaand

25% is samenwonend en heeft kinderen, en 25% is samenwonend en heeft geen kinderen.

Identiteit – Bezoek ter plaatse

De identiteit stemt overeen met alle zichtbare elementen die de wijk kenmerken, in onderlinge vergelijking met de kenmerken die deze met andere plekken deelt en de kenmerken die deze onderscheiden.

Eén perimeter, meerdere wijken

Zoals vele wijken, is de Europese Wijk moeilijk af te bakenen. Bovendien zou «de Europese Wijken» een betere benaming zijn, aangezien het om meerdere wijken gaat die met elkaar verbonden zijn. De verschillende handelskernen of handelspolen werden inmiddels aangeduid op de kaart. Het Sint-Joostplein, het Schuman-rondpunt en het Jourdanplein kunnen aangevuld worden door andere handelspolen in de wijk en de omgeving daarvan, zoals de Maria-Louisasquare, de Margeritasquare en de Ambiorixsquare (ook gekend onder de naam wijk van de Squares), het Jubelpark, het Jean Reyplein, het Leopoldpark, het troonplein, het Kunst-Wet kruispunt, etc.

Elk van die kleine wijken of polen heeft zijn eigen identiteit of veeleer zijn eigen kenmerken, en draagt bij aan de algemene identiteit van de perimeter: het Sint-Joostplein en zijn multiculturalisme, Schuman en zijn zenuwcentrum, het Luxemburgplein en zijn gemoedelijke terrassen, en de aangrenzende Luxemburgstraat en zijn winkels, het Jourdanplein en zijn

«dorpssfeer», de squares en hun omliggende architecturale patrimonium, het Jubelpark en zijn immens groen kader, of het Jean Reyplein en het aangrenzende Leopoldpark die tot ontspanning uitnodigen.

De aanwezigheid van de Europese Gemeenschap is het gemeenschappelijke element van de wijk. Al die «kleine Europese wijken» samen, elk met een eigen identiteit, hebben een specifieke uitstraling en reputatie, die de invloedzone van de wijk in zijn geheel uitbreiden.

Zo kan men in Sint-Joost-ten-Noode een medewerker van het Europees Parlement kruisen, terwijl een medewerker van een NGO aan het Plaskysquare in Schaarbeek woont, en een zakenlunch plaatsvindt achter het Jubelpark, in een van de restaurants aan het begin van de Tervurenlaan.

Dat kenmerk biedt een zekere permeabiliteit aan de Europese wijk, die zich vanuit zijn centrum uitbreidt naar de omliggende regio's. Al die subwijken dragen ook bij aan het imago van de Europese wijk.

“Als ik in de Europese Wijk rondloop, hou ik ervan om de mensen op de terrassen van het Jourdanplein te zien, en een paar meter verder het groen van het Leopoldpark in te ademen om te eindigen aan de stenen van het Parlement. Ik heb de indruk dat ik de hele stad heb doorkruist!”

Jacques, buurtbewoner van het Jourdanplein

Bomen in de plaats van auto's?

Op het vlak van de mobiliteit behoort de Europese Wijk tot een van de best bereikbare gedeeltes van de stad. Zoals overal in Brussel wordt de mobiliteit daar als een gevoelig punt beschouwd. Die situatie is het gevolg van het feit dat de wijk tevens een toegangs- en transitweg is voor velen, waarbij de twee assen van de Belliardstraat en de Wetstraat druk doorgaand verkeer moeten verwerken. De permeabiliteit van de wijk is voornamelijk geconcentreerd op de oost-west verbindingen, terwijl de aansluiting van de noord-zuid as nog verbeterd kan worden.

De auto neemt veel plaats in in de wijk. Parallel daarmee bezit de Europese Wijk een uitgebreid openbaar vervoersnet met, bij wijze van hoogtepunt, de multimodale mobiliteitspool van Schumann, waar trein, metro en bus samenkomen. Ook de zachte mobiliteit heeft zijn plaats in de wijk. De voetgangersverbindingen tussen de verschillende polen van de wijk verlopen vlot,

en de pleinen en squares bieden lucht en ruimte aan de voetgangers.

Hoewel de bereikbaarheid van de wijk een belangrijke troef is, veroorzaakt het drukke autoverkeer geluids-, geur- en visuele hinder. Hoewel locaties zoals de Tuin van de Maalbeek als compensatie moeten dienen, blijven de groene ruimten doorgaans onbekend en ongebruikt.

De bewoners, handelaars en gebruikers betreuren het excessieve gebruik van de auto op de plekken waar de bereikbaarheid met openbaar vervoer op zijn hoogtepunt is. Het idee van een Jourdanplein voor voetgangers werd echter niet gunstig onthaald door de handelaars en de omwonenden, bijgevolg werd de voorkeur gegeven aan een project met beperkt autoverkeer.



"Als er even veel bomen als auto's zouden zijn in de wijk, dan zouden we ze het Europese bos noemen!"

Claude, werknemer van een Europese instelling

Let's share a «frite»

De culturele identiteit van de wijk bestaat hoofdzakelijk uit een populaire kant, enerzijds, en een multiculturele en meer formele kant, anderzijds.

Die eerste identiteit wordt perfect gesymboliseerd door de frituur op het Jourdanplein. Frituur Antoine is in heel Brussel en daarbuiten gekend, maar heeft zijn dorpskarakter weten te behouden.

Evenementen zoals de «opendeurdag» van de Europese Commissie, de apero-afterworks op het Luxemburgplein, de musea in de omgeving en het Parlementarium getuigen, daarentegen, van het internationale karakter van de wijk.

Men hoort daar trouwens vaak Engels praten. Om de hoek, in de kantoren van het Parlement of in de horecazaken van de wijk is het niet ongewoon om de taal van Shakespeare te horen klinken. Die cafés en terrassen reflecteren een zekere culturele en sociale mix en verwelkomen overdag en 's avonds buurbewoners of internationaal actieve jongeren.

Buiten het Jourdanplein is de dorps sfeer ver te zoeken. De wijk heeft geen uitgesproken familiaal karakter en heeft slechts een beperkt aanbod voor kinderen. Toch zien we families op de Ambiorixsquare, een meer residentiële wijk die ook enkele speelpleinen telt.

Op het vlak van cultuur is er geen specifieke Europese programmering. Die profileert zich zo niet, en wordt niet als dusdanig ervaren. In de wijk domineren de kantoren en het "administratieve" aspect, en niet noodzakelijk het culturele aspect van Europa of de Europese identiteit. Bepaalde culturele aantrekkingspolen zoals de Espace Senghor (cultureel centrum van de gemeente Etterbeek) zijn bekend buiten de Europese Wijk, en trekken veeleer een Brussels publiek aan dan gebruikers van de wijk zelf.



“Er is zoveel culturele rijkdom onbenut of verborgen in de wijk, dat is jammer. Ik zou graag hebben dat die meer gekend is voor zijn kwaliteiten.”

Anne-Claire, buurtbewoner van de Luxemburgwijk

De wijk van de Europeanen

De wijk vormt het bastion van Europa. Hij telt talrijke vlaggen van verschillende landen, huisvest een hoop handelszaken die specialiteiten afkomstig uit alle hoeken van Europa aanbieden en ontvangt een internationaal cliënteel. In de straten worden verschillende talen gesproken.

Maar achter de symbolen, claimen de gebruikers van de wijk hun “menselijke” kant. Waar de komst van de Europese instellingen wordt beschouwd als een kans en een hefboom voor culturele en sociaaleconomische ontwikkeling, vrezen ze tegelijk dat ze diezelfde parameters te veel zullen standaardiseren.

Buurtbewoners, werknemers en consumenten dromen van een wijk «van Europeanen» waarin elke identiteit zich kan vermengen met de andere, elke persoon kan leren van zijn buurman en elke handelszaak een aangepast en internationaal aanbod kan bieden.

Hoewel het moeilijk combineren is met zeer verschillende ingrediënten, als de vermenging van groepen en gebruiksvormen complex is, kunnen handelszaken een belangrijke rol spelen.

Als ontmoetings- en uitwisselingsplaatsen kunnen ze een ruimte worden voor sociale en culturele convergentie tussen de ‘locals’ bevolking en de expats, d.w.z., in de breedste zin van het woord, tussen de Brusselse en Europese gemeenschappen.



*"Elke dag, hoor ik alle talen spoken
en heb ik de indruk de wereld rond
gereisd te hebben."*

Anne, handelaar in de wijk

Een contrastrijk winkelgebied

De gebruikers van de wijk zijn heel uiteenlopend: immigranten, Belgen, expats, etc. Bovendien varieert hun statuut aanzienlijk: werknemers, stagiairs of bewoners van de wijk, allemaal met hun specifieke behoeften. Toch lijken de plaatsen waar die heel uiteenlopende profielen elkaar kruisen, een zekere eenvormigheid te vertonen.

Dat leidt ertoe dat de handelszaken onvoldoende gediversifieerd zijn en zelden gespecialiseerd zijn. Daarbij komt het leefritme van de Europese Wijk, dat gekenmerkt wordt door een hoge activiteit tijdens de week, en kalme avonden en weekends. Veel handelszaken volgen de kantooruren en sluiten om 16.00 uur en tijdens het weekend. De handelaars bieden wel een multicultureel aanbod, dat aangepast is aan de werknemers, maar lijken zich niet altijd op de bewoners te richten.

Naast de etablissementen met een standaard ontwerp en concept telt de wijk toch enkele originele en kwaliteitsvolle handelszaken. Ook de markten in de wijk kunnen op veel bezoekers rekenen. De wijk van de Archimedesstraat, de Stevinstraat en de Franklinstraat is minder onderworpen aan de kantooruren, en telt meer

zelfstandige winkels. Die kleine handelaars beschouwen service als een prioriteit.

De handelsdynamiek lijkt over het algemeen te evolueren naar meer kwaliteit en meer service. Toch stellen we een behoefte aan coördinatie en vertegenwoordiging van alle zones van de wijk vast. De gemeente Etterbeek en de Stad Brussel zijn allebei voorstander van een terugkeer naar de buurtwinkels.

Naast de bewoners is er nog een publiek dat niet in aanmerking wordt genomen: de toeristen. Hoewel die groep potentiële klanten kan vertegenwoordigen na 17.00 uur, is die nog al te vaak beperkt tot een bezoek aan de Europese instellingen.

Ook het publiek afkomstig uit de andere gemeenten van het Brussels Gewest kan aangroeien, aangezien de hotels tijdens het weekend duidelijk een lokaal cliënteel ontvangen. De handelszaken kunnen andermaal een rol spelen in dat kader, en een link vormen tussen de toeristen en de bewoners.



*“Het handelsaanbod is vrij divers,
maar je moet de wijk goed kennen
om de verborgen schatten te vinden.”*

Valentin, kantoorbediende
in de Europese Wijk

Positionering - Ontmoeting met de gebruiker

De gebruikers van de wijk

Positionering is een marketingterm ter vervanging van het begrip «locatie», en staat voor de positie die de wijk bekleedt in de geest van de gebruikers.

De gebruikers die het dichtst betrokken zijn bij het aanbod van de wijk, zijn daar de belangrijkste doelgroep van. De acties en projecten die in deze buurt worden uitgevoerd met het oog op het commerciële potentieel daarvan, zijn in de eerste plaats gericht op dat gebruikersprofiel.

Persona(s) = Standaardprofielen van gebruikers en handelaars.

Die fictieve personages stemmen overeen met het standaardprofiel van de gebruikers en de handelaars van de Europese Wijk. Om hun profiel vorm te geven, werden verschillende kenmerken toegekend.

De Europese Wijk herbergt verschillende handelskernen met elk een eigen identiteit, zodat het niet gemakkelijk is om een portret te schetsen van een standaard handelaar. Toch konden meerdere persona's gedefinieerd worden.

De standaard handelaar

Stefano, 40 jaar, man, gehuwd

Aspecten van het leven die belangrijk zijn voor hem

Stefano wil zijn activiteit van zelfstandige verder uitbouwen om goed zijn kost te verdienen, en in alle vrijheid te kunnen werken. Hij heeft zich vijf jaar geleden in de wijk gevestigd.

Anekdote / persoonlijk verhaal

Stefano heeft een aanbod van kleine keuken. Snelle bediening en een uitstekende ligging zijn de troeven van zijn zaak. Stefano kent de gewoonten en behoeften van zijn klanten.

Zijn handelszaak

Stefano biedt een snelle kwaliteitskeuken op basis van verse producten aan tijdens de middag, nabij de Europese instellingen en vele andere internationale instanties. 's Avonds sluit hij de deuren wanneer de potentiële klanten naar huis gaan.

De snelle service zorgt voor een zekere anonimiteit van de klant, die kan aangeven wat hij wenst te bestellen. Stefano past zijn aanbod aan aan de wensen van zijn klanten. Hij beschikt over een modern en aantrekkelijk interieur, biedt leveringen aan huis en een traiteurservice, en communiceert via de sociale netwerken.

Zijn wijk

De potentiële klanten die in de wijk werkzaam zijn, vormen een rijke en diverse markt, die gemakkelijk kunnen worden benut. Stefano heeft het moeilijk om zijn klanten te binden. Bovendien maakt de spreiding van de handelskernen in de wijk het moeilijk om een goede locatie te kiezen. De mobiliteit in de wijk is overigens een nadeel, vooral tijdens een Europese top.

De standaard klant

Thomas, 40 jaar, man, gehuwd

Anekdote / persoonlijk verhaal

Thomas is in Brussel beland om professionele redenen (Europese Commissie). Hij houdt van de Europese Wijk als werkplaats. 's Middags heeft hij keus te over om te gaan lunchen, hoewel inkopen doen in de wijk hem niet echt interesseert. 's Avonds begeeft hij zich naar de andere wijken van de hoofdstad via het openbaar vervoer, nadat hij een en ander heeft gekocht in een van de supermarkten in de buurt.

Zijn consumptiegewoonten

Thomas neemt de metro naar de wijk en doet zijn aankopen verder te voet. Hij geeft de voorkeur aan efficiëntie en performantie. Na het werk doet hij soms inkopen in de wijk of gaat hij een glaasje drinken op een terras met zijn collega's. Lunchen doet hij meestal in de wijk.

Hij kiest een adres in de buurt, waar hij de gerechten kan eten die hij verkiest, en waar hij snel bediend wordt. Dankzij zijn hoog inkomen hoeft hij geen rekening te houden met het budget. Hij wil vooral dat het etablissement zich op de weg naar het werk bevindt.

Zijn handelswijk

Thomas apprecieert het praktische aspect van de handelszaken in de Europese wijk: hij kent de supermarkten en de restaurants in de omgeving. Hij heeft niet echt behoefte aan een persoonlijke benadering, want die vindt hij in de wijk waar hij woont, bij de kruidenier om de hoek. Hij wil wel graag meer originele winkels in de wijk. Naast maaltijden en praktische inkopen koopt hij alles wat hij nodig heeft in de wijk waar hij woont.

Relatie met de wijk

Gemeenschappelijke ervaring

Een online enquête over de Europese Wijk, die zich richtte tot de gebruikers van de wijk, heeft geleid tot 58 antwoorden, waarvan 4 in het Nederlands, 45 in het Frans en 9 in het Engels. Het doel van de enquête was inzicht te verwerven in de relatie van de gebruikers met de wijk.

Van de 58 respondenten bezoeken er 48 regelmatig de wijk sinds meer dan 5 jaar, en voor iets meer dan de helft is dat dagelijks. 51 van de 58 respondenten behoren tot de leeftijdscategorie van 25-59 jaar.

Bereikbaarheid

Volgens de respondenten die zich over het thema hebben uitgesproken, is de wijk heel slecht bereikbaar met de auto, en zijn de verplaatsingen met dit vervoermiddel heel moeilijk omdat het verkeer niet vlot verloopt en er heel weinig parkeerplaatsen zijn. De bereikbaarheid van het openbaar vervoer wordt heel goed bevonden, hoewel de verplaatsingen veeleer moeilijk verlopen (verkeer en files).

De zachte vervoermiddelen (fiets, te voet) zijn toegankelijk maar onaangenaam hoewel er voldoende zebapaden zijn en op de juiste plaatsen en voldoende brede voetpaden. Er werd gewezen op een gebrek aan parkeerplaatsen voor de fietsen.

Het panel is over het algemeen matig tevreden over de bereikbaarheid van de wijk.

Cultuur

Volgens de respondenten is de culturele infrastructuur en programmering in de wijk onvoldoende maar kwaliteitsvol. De respondenten wijzen op het belangrijke architecturale en artistieke patrimonium, dat evenwel onvoldoende onder de aandacht wordt gebracht.

Ze wijzen ook op een vrij onzichtbaar archeologisch en industrieel erfgoed, dat onvoldoende wordt benadrukt. Volgens sommige respondenten zijn de commerciële activiteiten bovendien niet helemaal aangepast aan de culturele evenementen. Die verschillende elementen zorgen ervoor dat de respondenten over het algemeen veeleer ontevreden zijn over het culturele aanbod in de wijk.

Handelsaanbod

De meeste respondenten vinden het commerciële aanbod onvoldoende en weinig gevarieerd, maar kwaliteitsvol. De respondenten hebben een verdeelde mening over de diversiteit van het aanbod van de voedingswinkels. Ze wijzen wel op de goede kwaliteit daarvan. Wat mode betreft, zijn de respondenten het erover eens dat het aanbod niet gevarieerd is en dat de kwaliteit te wensen overlaat. Die vaststelling geldt eveneens voor de handelszaken op het vlak van ontspanning, cultuur en multimedia.

Ook wat betreft schoonheid, gezondheid en welzijn ervaren de respondenten een gebrek aan variatie in het aanbod, hoewel dat veeleer van goede kwaliteit is. De helft van de respondenten vindt het dienstenaanbod weinig gevarieerd en van slechte kwaliteit. Op het vlak van de horeca, daarentegen, wijzen de respondenten op de variatie en de kwaliteit, met nadruk op het onthaal en het professionalisme van de handelaars.

De helft van de respondenten vindt de openingsuren van de handelszaken veeleer onaangepast aan hun behoeften, terwijl de andere helft het tegenovergestelde vindt. De inrichting van de handelszaken is veeleer van goede kwaliteit. De helft meent dat er weinig leegstaande handelspanden zijn, en de andere helft vindt dat er vrij veel zijn. Globaal genomen, is de helft eerder tevreden, en de andere eerder ontevreden over de handelszaken in de wijk.

Stedenbouw

De respondenten zijn heel verdeeld over de kwaliteit van de gebouwen (50% vindt die van slechte kwaliteit, 50% van goede kwaliteit) en over het harmonieuze karakter daarvan.

Over de breedte van de voetpaden zijn de meningen verdeeld. Dat geldt ook voor het onderhoud van de voetpaden. De meerderheid van de respondenten meent dat de openbare verlichting veeleer voldoende is en van goede kwaliteit, in tegenstelling tot het stadsmeubilair, dat onvoldoende wordt bevonden. Over de kwaliteit daarvan zijn de meningen evenwel verdeeld. De respondenten menen dat de groene ruimten aangenaam en goed ingericht zijn. Ze wijzen op de geringe beschadiging van de gebouwen en het meubilair.

Over het algemeen heerst bij de meerderheid van de respondenten een gevoel van ontevredenheid over de stedenbouwkundige aspecten van de wijk.

Milieu

De meeste respondenten vinden dat er een gebrek is aan scholen en infrastructuur voor kinderen. Die zijn volgens hen evenwel veeleer van goede kwaliteit. Het aanbod van infrastructuur voor ouderen wordt algemeen onvoldoende bevonden. Dat geldt ook voor de kwaliteit daarvan.

De helft van de respondenten vindt de sanitaire infrastructuur voldoende en kwaliteitsvol, in tegenstelling tot de sportinfrastructuur. De helft van de respondenten vindt het een aangename wijk voor de bewoners en de bezoekers.

De helft van de respondenten vindt dat de wijk zich leent voor toerisme. Iets meer dan de helft vindt dat de wijk globaal genomen proper is, terwijl drie vierde meent dat de wijk doorgaans veilig is en zich er veilig voelt. De geluidshinder lijkt een belangrijk probleem te zijn in de wijk: nauwelijks een vierde van de respondenten zegt daar geen last van te hebben. Doorgaans iets meer dan de helft van de respondenten zegt veeleer tevreden te zijn over de levenskwaliteit in de wijk.

Identiteit en imago

Drie vierde van de respondenten menen dat de meeste Brusselaars niet echt een positief beeld hebben van de wijk, maar stellen vast dat diegenen die de wijk ontdekken, aangenaam verrast zijn. Over de eigen identiteit van de wijk zijn de meningen verdeeld. De meeste respondenten vinden dat de wijk beter is dan voorheen. Volgens de meesten onder hen zijn de termen «originaliteit», «ontvangst», «spontaniteit», «gezelligheid», «uitwisseling» of «rust» niet de juiste termen om de wijk te beschrijven. De helft van hen vindt de termen «multiculturalisme», «verdraagzaamheid», «dynamisme» of «enthousiasme» beter geschikt. De helft van de respondenten kan zich doorgaans vinden in de identiteit van de wijk.

Gedeelde dromen

Tijdens een participatieve workshop met verschillende actoren van de Europese Wijk werd een lijst met dromen opgesteld: Die dromen dienen als basis voor de definiëring van preciezere strategische doelstellingen.

« Ik droom van een aangepaste stedelijke culturele en sociale programmering. »

« Ik droom van een wijk die beweegt, die danst en zingt, 's avonds verlicht is en absolute veiligheid biedt. Ik droom van festiviteiten die elke maand anders zijn. »

« Ik droom van meer culturele activiteiten en ontspanning. »

« Ik droom van meer sociale banden tussen de verschillende gebruikers van de wijk (werknemers, bewoners, klanten, handelaars) via culturele activiteiten. »

« Ik droom van een verfijnd Europees imago dat zijn rijkdom benadrukt. »

« Ik droom ervan om 's avonds en tijdens het weekend in de wijk rond te slenteren. »

« Ik droom van meer cultuur en kunst in de openbare ruimte; dat elke vertegenwoordiging, ambassade of instelling de kleuren van zijn regio of land toont. »

« Ik droom van stilte, groen, familie, verkeersvrijheid. »

« Ik droom van meer commerciële diversiteit en van buurtwinkels. »

« Ik droom dat de handelaars vriendelijker, meertalig zijn, en dat ze mij en mijn behoeften kennen. »

« Ik droom van meer stadsmeubilair op de squares en in de straten. »

« Ik droom ervan om de handelszaken in de wijk beter te kennen. »

« Ik droom van een wijk die functioneert als een scène van hoogwaardige spektakels met handelszaken en restaurants. »

« Ik droom van meer commerciële kwaliteit in mijn wijk, van meer ambachtelijke activiteit. »

« Ik droom van een echte mix van handelszaken, woningen en kantoren. »

« Ik droom van openingsuren die beter aangepast zijn aan alle gebruikers van de wijk. »

« Ik droom van nieuwe types van service in originele en aantrekkelijke handelszaken. »

« Ik droom van een gedeelde openbare ruimte, van plekken op mensenmaat. »

« Ik droom van meer betrokkenheid van de omwonenden bij de buurtprojecten. »

« Ik droom dat de actoren van de wijk de openbare ruimte kunnen innemen. »

« Ik droom ervan om vraag en aanbod in de wijk op elkaar af te stemmen. »

« Ik droom van een wijk zonder problemen inzake mobiliteit, veiligheid, van een wijk waar ik inwoners van de 28 lidstaten echt kan ontmoeten en waarderen. »

« Ik droom van meer gespecialiseerde handelszaken met een internationaal karakter. »

« Ik droom van meer gedeelde openbare infrastructuren (sportzaal, bibliotheek, ...) »

« Ik droom van een wijk met straten vol originele handelszaken, uit alle hoeken van de wereld, die het beste van hun land van herkomst tonen. »

« Ik droom van een betere mix van functies. »

« Ik droom van een rustige wijk, van welzijn, die het voorbeeld geeft in termen van milieu- en sociale inspanningen. »

« Ik droom van handelszaken die onderling verbonden zijn, die zich verenigen om acties te ontwikkelen en hun gemeenschappelijke belangen te valoriseren. Dat ze uit hun comfortzone stappen en hun passie en creativiteit volgen. »

« Ik droom van meer buurtwinkels voor de bewoners van de Europese wijk. »

« Ik droom dat mijn wijk een beter imago heeft, dat zijn schatten beter tot hun recht komen. »

« Ik droom van een open wijk die voorrang geeft aan de zachte mobiliteit. »

« Ik droom van competente handelaars op het vlak van communicatie, onthaal en verkoop. Ik droom dat ze beter ondersteund worden om zich aan de evoluties aan te passen. »

Subjectieve wijkkaart

Deze subjectieve kaart is het beeldende resultaat van een reeks interviews met werknemers en inwoners van de Europese Wijk en van resultaten van diverse vragenlijsten. Ze toont een zekere gedeelde kijk op de wijk.

Dessine-moi le Quartier Européen

Mon rêve pour le quartier serait qu'il y ait de meilleurs trottoirs (surtout rue Belliard) ! Ils sont trop abîmés ! Et j'aimerais qu'il y ait plus de diversité dans le shopping !



Marie
27 ans
Habite dans le quartier depuis 1985



Louis
22 ans
C'est son premier quartier depuis 3 ans

Mon rêve pour le quartier serait de désengorger le quartier en créant un double niveau : un espace en dessous pour les voitures et un espace au-dessus utilisable pour une vie de quartier plus conviviale



Lucie
28 ans
Habite dans le quartier depuis 10 ans

Mon rêve pour le quartier serait de repenser la voiture dans la ville ! C'est un gros problème parce que Arts-loi est l'une des avenues les plus polluées de Bruxelles !

Mon rêve pour le quartier serait qu'il se pare de jeunesse et de vie !

Henry
26 ans
Entrepreneur installé dans le quartier



Mon rêve pour le quartier serait de continuer à promouvoir les petites initiatives localisées dans diverses zones du quartier (marchés, manifestations culturelles, concerts...) et surtout de mieux informer les habitants sur ce qui existe !



Sabine
38 ans
Habite dans le quartier depuis 10 ans

Mon rêve pour le quartier serait une gestion plus intégrée et plus intelligente des travaux mais aussi des bâtiments abandonnés !



Carlo
32 ans
Habite dans le quartier depuis 2011

Mon rêve pour le quartier serait de créer plus d'événements tout au long de l'année. Car, mis à part l'été, il ne s'y passe rien... Il faut cibler l'événementiel !



Ryan
30 ans
Habite dans le quartier depuis 4 ans



Légende

Élément structurel	
	Rue
	Axe important
	Zône administrative
	Zône de balade et de sport
	Zône des passants d'Art-Nouveaux
	Zône culturelle
	Espace vert
	Puits d'eau
	Arbre
	Station de métro
	Gare
	Bâtiment cité par les usagers
	Place
	Commerces cités par les usagers
Environnement urbain	
	Rue perçue comme étroit/malgré
	Resseint de l'usager
	Emboutissage
	Besoin de verdure
Tendance commerciale	
	Commerce élevé
	Resseint de l'usager
Vie locale	
	Activité à développer
	Resseint de l'usager
Portrait	
	Profil du participant et son rêve pour le quartier



Ambitie - Gesprekken en debatten

Diagnose

Het «potentieel» van de wijk werd aangetoond aan de hand van een SWOT-analyse. De SWOT-analyse kan het huidige potentieel van de wijk samenvatten door zijn sterktes en zwaktes in kaart te brengen, alsook zijn potentiële opportuniteiten en bedreigingen. Op basis daarvan dienen vervolgens een aantal doelstellingen te worden geformuleerd, die nadien vertaald worden in concrete actievoorstellen.

Strenghts (Sterke punten)



Handelsaanbod

Passanten

Dankzij de grote stroom van passanten, de kantoren van de Europese en internationale organisaties en instellingen leent de wijk zich ideaal voor een bloeiend handelsaanbod.

Horeca-aanbod

Het bijzonder gediversifieerde en uitgebreide aanbod van horecazaken bestaat uit cafés, restaurants en hotels voor elke publiek, en dat in elke handelskern van de wijk.

Kwaliteit

Er zijn verschillende populaire handelszaken die bekend staan om hun kwaliteit, gaande van de frituur op het Jourdanplein tot de internationale boekhandel Filigranes.



Omgeving

Europa in de stad

De aanwezigheid en het imago van Europa in het hartje van Brussel schenken aan de wijk een strategisch voordeel en vormen een uniek selling point.

Polycentrisch

Het netwerk van onderling met elkaar verbonden publieke ruimten in de Europese Wijk maakt van deze wijk een interessante wijk, die bestaat uit «subwijken» met elk zijn eigen identiteit.

Dynamisch

Deze wijk beweegt en biedt een enorm potentieel dankzij zijn aangename groene ruimten en zijn vlotte bereikbaarheid via het openbaar vervoer.



Gebruikers

Niche

De doelgroep die het meest gebruik maakt van de Europese Wijk is gekend: dat zijn de werknemers van de Europese instellingen en de internationale organisaties.

Internationaal

Het publiek van de wijk is afkomstig uit alle hoeken van Europa en van de wereld, inclusief van Brussel, en vormt een gevarieerde multiculturele mix.

Koopkracht

Dankzij de hoge inkomens van de Europese ambtenaren en de fiscale voordelen van de expats, vertegenwoordigen de gebruikers van de wijk een publiek met een grote koopkracht.

[Weaknesses] Zwakke punten



Handelsaanbod

Kantoorritme

De handelszaken leven op het ritme van de kantoren. Ze sluiten 's avonds en tijdens het weekend, waardoor de wijk een doodse indruk biedt buiten de werkuren tijdens de week.

Monotonie

De meeste restaurants zijn eenvormig en missen creativiteit. De horeca is slecht aangepast aan de behoeften van de omwonenden.



Omgeving

Verkeer

De stroom van het transitverkeer veroorzaakt hinder en breekt de continuïteit van de wijk.

Versnippering

Er zijn geen verbindingen of duidelijke wegbewijzing tussen de verschillende (handels)kernen van de wijk. Bovendien zijn verschillende gemeenten bevoegd naargelang van de locatie.



Gebruikers

Huurprijzen

De hoge huurprijzen trekken weinig nieuwe bewoners aan. Dat heeft gevolgen voor de levendigheid in de wijk, aangezien er meer kantoren dan woonruimten zijn.

Onpersoonlijk

Het imago van Europees ghetto, van zijn kantoorgebouwen, Europese instellingen, maatpakken en badges mist menselijkheid en creëert een onpersoonlijke en koude sfeer in de wijk.

Threats (Bedreigingen)



Handelsaanbod

Prijs

De prijzen van de handelspanden blijven hoog, net zoals die van de woningen. De grote oppervlakte van de kantoorgebouwen zet druk op het vinden van een geschikt handelspand voor een correcte prijs.

Focus op Europa

De focus op Europa als identificatiekern van de handelswijk kan te beperkend lijken, en een deel van het publiek zal zich daar misschien niet meteen bij betrokken voelen. Er moet getracht worden een inclusieve en gemengde identiteit te promoten in plaats van een exclusieve en uniforme identiteit.



Omgeving

Europese Unie

Als de Europese Unie op een dag zou verhuizen of verdwijnen, dreigt de wijk zijn identiteit te verliezen en geconfronteerd te worden met een identiteitscrisis.

Veiligheid

De wijk staat bekend om zijn relatieve veiligheid. Veiligheid blijft evenwel een onvoorspelbaar gegeven, en de Europese aanwezigheid houdt ook risico's in die minder aanwezig zijn in andere wijken.



Gebruikers

Doorgaand verkeer

Het verkeer in en rond de wijk blijft toenemen, en vormt een bedreiging voor de hele wijk, maar vooral voor de gebruiker, zodat dat veel druk blijft uitoefenen op de levenskwaliteit.

Stijging van de huurprijzen

Wat geldt voor de handelspanden, geldt ook voor de wooninfrastructuur. De voortdurend stijgende prijzen maken de Europese Wijk minder aantrekkelijk als woonwijk.

Opportunities (Opportunities)



Handelsaanbod

Commerciële dynamiek

De dynamiek tussen de handelaars is gestructureerd, en elke hoek van de wijk is vertegenwoordigd. Met de passende ondersteuning kan deze zorgen voor de nodige animatie om de handelswijken onder de aandacht te brengen.

Buurtwinkels en speciaalzaken

De bewoners en de gemeenten pleiten voor een terugkeer van de buurtwinkels. De komst van kleine handelszaken zou een oplossing kunnen bieden voor leegstaande handelspanden, en de leemten in het aanbod en in het parcours.



Omgeving

Europese vitrine

De wijk kan voordeel halen uit zijn identiteit als vitrine van Europa door alle Europese knowhow te etaleren via multiculturele handelszaken.

Groene verbinding

De troeven van de vallei van de Maalbeek, de parken en de andere publieke ruimten zouden beter met elkaar verbonden moeten worden binnen groene netwerken die voorzien zijn van een betere signalisatie.

Communicatie

De omliggende wijken kunnen met elkaar verbonden worden door middel van een communicatiecampagne en een

bewegwijzering voor de voetgangers. De wijk kan die verbinding ook daarbuiten promoten, om bewoners, klanten en bezoekers aan te trekken.

Verantwoordelijk bestuur

Het grote aantal bevoegde overheden vereist een gedeeld verantwoordelijk bestuur, gebaseerd op de samenwerking tussen de gemeenten, het Gewest en de Europese instellingen, als ook op de projectinitiatieven.

**Jonge bewoners**

De wijk trekt een jong internationaal publiek aan en blijft zodoende in beweging. De wijk zou ook meer bewoners kunnen aantrekken/behouden/tevredenstellen door meer gezinnen aan te spreken.

Uitdagingen, doelstellingen en ideeën

De ambitie steunt op 3 grote uitdagingen die onderverdeeld zijn in meer specifieke doelstellingen.

Die ambitie wordt geïllustreerd aan de hand van concrete aanbevelingen.

Die ideeën zijn het resultaat van een samenwerking tussen de verschillende actoren van de wijk.

Zo stellen de handelaars, de omwonenden, de lokale overheden en de academische experts u hun 100 ideeën voor de wijk voor.

Een leesbare wijk

Een echte territoriale marketingstrategie ontwikkelen

- Door een verantwoordelijke en gedeelde identiteit van de Europese Wijk voor te stellen en waarden te definiëren, door communicatietools te ontwikkelen en door evenementen te programmeren die bruikbaar zijn voor alle actoren van de regio.
- Door de «Europese» functie van de wijk te benadrukken, zowel in het commerciële aanbod als bij de ontwikkeling van specifieke evenementen.
- Door de bestaande culturele en historische rijkdommen van de wijk te benadrukken.

Zorgen voor een harmonieuze mobiliteit in de wijk

- Door de zachte mobiliteit en het voetgangersverkeer te vergemakkelijken aansluitend op een vlotter autoverkeer.
- Door de bewegwijzering voor de voetgangers en de verbindingen tussen de wijken te verbeteren.
- Door gerichte «groene ruimten» in de wijk te ontwikkelen.

Een evenwichtige wijk

Een nieuwe impuls geven aan de buurtwinkels en zelfstandigen

- Door de verfijning van strategieën voor lokale vestigingen en de ontwikkeling van elk groot stadsproject door winkels aan te trekken die gespecialiseerd zijn in basisvoorzieningen.
- Door het commerciële aanbod aan te passen en de kwaliteit en originaliteit in de lokale handelszaken te promoten door een betere afstemming op de vraag van de klanten.
- Door de zelfstandige handelaars voor te bereiden zodat ze de concurrentie kunnen aangaan met de grote merken in termen van retail design en marketingstrategie.

Het menselijke aspect valoriseren:

- Door het culturele, commerciële en territoriale aanbod voor gezinnen te verbeteren.
- Door een echte strategie voor «sociale samenhang» tussen de verschillende gebruikers van de wijk en meer bepaald tussen de handelaars en de klanten voor te stellen.
- Door levendige en inclusieve projecten voor de bewoners van de wijk te ontwikkelen.

Een avantgardistische wijk

De lokale actoren organiseren en samenbrengen

- Door de uitwisseling, de communicatie en het werk tussen de lokale openbare instellingen te vergemakkelijken via actieplannen en projecten.
- Door de handelaarsverenigingen samen te brengen en interessante commerciële strategieën te ontwikkelen.
- Door rekening te houden met de eindgebruikers via burgerbudgetten.

Technologisch geavanceerde producten, diensten of stadsinfrastructuur aanbieden voor de ontwikkeling van een «Smart District»

- Door de ontwikkeling van geconnecteerde, handige en inclusieve tools.
- Door het verminderen van de ecologische impact bij de ontwikkeling van lokale projecten.
- Door het ontwikkelen van nieuwe businessmodellen.

De standaard doen evolueren

- Door het testen, ontwikkelen en evalueren van nieuwe concepten.
- Door het promoten van de resultaten en het voorstellen van administratieve en/of legislatieve verbeteringen op elk beleidsniveau.
- Door voorstellen aan te reiken en het voorbeeld te geven.

De 100 ideeën voor de wijk

Onder elk idee kan u uw eerste suggesties toevoegen.

1. Spektakels met clowns/ poppentheater organiseren.

2. Subsidies aanbieden voor een betere verlichting van de handelszaken.

3. Premies voor de etalages aanbieden.

4. Speelterrinen voor kinderen installeren in het Leopoldpark.

5. De voetpaden herstellen.

6. De Wetstraat herinrichten.

7. De aanleg van terrassen op de voetpaden stimuleren.

8. Waterfonteinen installeren.

9. Fitnessparcours aanleggen.

10. De parkings aan de ingangen van de stad herzien.

11. Gedeelde moestuinen aanleggen.

12. Plantenmuren aanleggen.

13. Pocketparken (miniparken) aanleggen.

14. Voetpaden op kinetische energie aanleggen, die de wijk verlichten.

15. Het rijden van elektrische bussen aanmoedigen.

16. Verplaatsingen met hoverboard en skate stimuleren.

17. Pendelvervoer voor de omwonenden organiseren.

18. Fietsparkings aanleggen in de handelszaken/gebouwen.

19. Meer bevestigingssystemen voor fietsen installeren.

20. Een origineler traject voor fietsers en voetgangers uitstippelen.

21. Akoestische panelen in de straat installeren om de geluidshinder te verminderen.

22. De wijk groener maken met meer beplantingen.

23. Een betere samenwerking tussen de bussen en de citytours.

24. Riksja-ritten in de wijk organiseren.

25. De verwijzing in Google naar de handelaars verbeteren.

26. Akoestische concerten (luisteren en stilte) organiseren.

27. Een wijkdag organiseren.

28. Buitenschoolse activiteiten voor de kinderen organiseren.

29. De lege ruimten benutten om er afterwork locaties van te maken.

30. Aperó's, BBQ's organiseren.

31. Meer evenementen organiseren op het Jean-Reyplein en in het Leopoldpark.

32. Ecotrails organiseren.

33. Een infozuil per subwijk plaatsen.

34. Een globale identiteit opbouwen die in alle subwijken wordt aangepast.

35. In elke wijk typische figuren van Europa plaatsen.

36. Terrasparasols in de kleuren van de Europese vlag installeren.

37. Vlaggen van Europa in de hele zone van de wijk plaatsen.

38. Een territoriaal merk maken "ondernemingslabel".

39. Spelletjes op apps creëren voor kinderen (genre Pokemon go).

40. Culturele activiteiten organiseren in de openbare ruimten tijdens het weekend.

41. Het theater in het Résidence Palace heropenen.

42. Een boekenbox creëren met boeken in alle gesproken talen van de Europese Unie.

43. Interwijkspelen organiseren.

44. Kunstwerken over Europa installeren.

45. Een theaterfestival over Europa, evenementen over het thema Europa organiseren.

46. Muurfresco's schilderen over het thema Europa.

47. Een handelsgids van de wijk samenstellen.

48. Reclame voor de handel maken volgens het principe «adopteer een handelaar».

49. Een label van «jonge onderneming» creëren om de kleine handelaars te ondersteunen.

50. Een gestructureerd mond-tot-mond systeem aanbieden tussen de klanten en de handelaars om de handel te promoten.

51. Een praktisch en innovatief commercieel referentiesysteem ontwikkelen om de wijk te promoten.

52. Het welkomstpakket voor de nieuwkomers uitbreiden.

53. Een specifiek geluid voor elke handelszaak creëren wanneer men voorbijloopt, sensorische ervaringen bij de verschillende handelszaken organiseren.

54. Een getrouwheidssysteem voor fietsers ontwikkelen.

.....

.....

.....

55. De bedrijfsvoertuigen door bedrijfsfietsen vervangen.

.....

.....

.....

56. Pijlen op de vloer voorzien met het aantal minuten te voet en met de fiets (Londen).

.....

.....

.....

57. De snelheid van de auto's beperken.

.....

.....

.....

58. Geluidscontroles plaatsen om de decibels te meten.

.....

.....

.....

59. De bussen/de snelheid van de auto's beperken.

.....

.....

.....

60. Het welkomstpakket voor de nieuwkomers uitbreiden.

.....

.....

.....

61. Oordopjes uitdelen.

.....

.....

.....

62. Een stille happening organiseren, een superlawaaierige happening organiseren.

.....

.....

.....

63. Preventieborden voor lawaai installeren.

.....

.....

.....

64. «Luisteren naar de artiest» sessies organiseren.

.....

.....

.....

65. Originele commerciële diensten aanbieden.

.....

.....

.....

66. Het aanbod van commerciële diensten diversifiëren.

.....

.....

.....

67. Speelgoedwinkels openen.

.....

.....

.....

68. Een interwijk getrouwheidskaart aanbieden.

.....

.....

.....

69. De benedenverdiepingen van de kantoorgebouwen gebruiken om er culturele pop-up stores van te maken.

.....

.....

.....

70. De openingsuren aan de behoeften van de omwonenden aanpassen.

.....

.....

.....

71. Meer diversiteit op het vlak van de prijzen aanbieden.

.....

.....

.....

72. Een lokale munt creëren.

.....

.....

.....

73. Luidsprekerboxen in de straten installeren met vogelgeluiden.

.....

.....

.....

74. Een voetgangersparcours met pijlen aanleggen om de wijk te ontdekken.

.....

.....

.....

75. Stadsparcours uitstippelen: animatiefilms of exposities om de wijk te leren kennen, Molenroute, de historiek van de wijk, kunstencours in de wijk, «geheime plekken», via apps, landelijke routes, sportieve routes.

.....

.....

.....

76. Rondritten in de wijk organiseren en geleide bezoeken aan de handelszaken.

.....

.....

.....

77. Regels inzake het fietsverkeer meedelen.

78. De handelszaken op zondag openen.

79. De huurgelden van de handelszaken controleren.

80. De snelheid in de zone tot 30 km/uur beperken.

81. Flats voor één persoon verbieden.

82. De woningen prijsvriendelijker maken.

83. Een plan op de grond van de wijk tekenen.

84. Yogacursussen.

85. Wijkambassadeurs verkiezen die als doorgeefluik optreden tussen de verschillende betrokken partijen.

86. De handelsverenigingen behouden.

87. «Retail commerce» coachings organiseren.

88. Meer animatie in de handelszaken organiseren.

89. Een kroegtocht organiseren.

90. De focus op de marketing leggen.

91. Een meer selectieve grondregie voeren.

92. Moduleerbare groene ruimten aanleggen.

93. Onbewoonde lokalen belasten.

94. Een systeem voor medehuren bedenken.

95. Kunnen rekenen op een meer selectieve grondregie bij de commerciële vestiging.

96. Een semi-overheidsafgevaardigde verkiezen.

97. De handelaars opleiden en informeren over sensorische marketing.

98. Een handelaar-ambassadeur verkiezen voor de omwonenden in termen van communicatie.

99. Zorgen voor een «zachte wijkmonitoring» door de burgers (indrukken, ideeën, behoeften) via een app of in situ.

100. Een identiteit voorstellen die de contrasten van de Europese Wijk bevestigt.







Acties

De bijgevoegde actie-ideeën fiches hebben tot doel de lokale actoren inspiratie te bieden voor eventuele projecten. Zij zijn niet bindend voor de actoren die in deze fiches als voorbeeld zijn vermeld. De budgetten zijn een loutere raming.

Die projecten werden door de actoren van de wijk naar voren gebracht tijdens een co-creatieworkshop. De posters zijn werkmiddelen, die naar wens kunnen gebruikt worden om uw project te ontwikkelen.

Het Brussels Agentschap voor de Ondersteuning van het Bedrijfsleven

Naamloze vennootschap van publiek recht met sociaal oogmerk

hub.brussels

Charleroisesteenweg 110

1060 Brussel

België

KBO nummer : 0678.485.603

Auteurs

Fran Verwimp

Local Partnerships Coordinator for the European
Quarter
hub.brussels

Jessica Rolot

Project Manager
hub.brussels

Léopoldine Landié

Innovation Manager
hub.brussels

Brussel is een mozaïek.

Een samenstelling van verschillende districten,
met elk een eigen identiteit.

hub.brussels heeft besloten van deze identiteit
om er de essentiële kern uit te halen.

Het Think Innovate Develop (TID) programma
stelt voor elke wijk
een samenhangende en passende territoriale
ontwikkeling voor.

Deze methodologie voor handelsontwikkeling
Is een uitnodiging om zich de Europese wijk terug te toe
te eigenen.

Maar bovenal om samen de buurt van morgen voor te
stellen.