

RVB Mechelen MeeMaken februari

Datum	05/02/2018	
Tijdstip	19.00 – 21.30u	
Plaats	Zaal Panorama	
Aanwezigen	Dienst economie	Evelien Morreel, Ellen De Weerd
	CBS	/
	Mechelen MeeMaken vzw	Geert Milis, Stephanie Fierens, Kurt Biesemans, Debbie Waterschoot, Raf Pauwels, Stijn Bevernage, Eva Ellegeest, Guido Verlinden, Birgitte van de Graaf
	Verontschuldigd	Katleen Den Roover (CBS), Lieve Jaspaert (Marcom), Christian Michiels, Guy Van Lint

1. Goedkeuring verslag januari	Geert Milis	
Melding:		
<ul style="list-style-type: none"> - Het verslag van de RVB van januari wordt goedgekeurd door de RVB - Toelichting bij aanpassingen in de wet op overheidsopdrachten: in het verleden was je verplicht om 3 offertes op te vragen voor opdrachten vanaf 8.500 euro. Dit bedrag werd opgetrokken naar 30.000 euro. Het opvragen van 3 offertes is dus niet verplicht voor ramingen onder de 30.000 euro, maar wel aangewezen voor grote bedragen of nieuwe opdrachten. Er wordt aan de RVB gevraagd vanaf welk bedrag het wenselijk is voor de vzw om 3 offertes op te vragen. 		
Reactie RVB:		
<ul style="list-style-type: none"> - De RVB besluit om voor ramingen groter dan 10.000 euro steeds 3 offertes op te vragen. - De RVB geeft aan dat er op regelmatige basis nieuwe offertes moeten opgevraagd ook al gaan we al jaren met dezelfde partner in zee. 		
Actie:		
/		

2. Offerte Julita eventbureau	Geert Milis	
Melding:		
<ul style="list-style-type: none"> - Het eventbureau Julita heeft een offerte opgesteld voor een samenwerking tijdens volgende events: Valentijn, WWW maart, WWW oktober, braderie september, braderie mei & black Friday. De totale prijs van deze offerte bedraagt 16 400 € (incl btw) en omvat per event voorbereidingstijd, begeleiding op de dag zelf en nazorg. (zie presentatie) - Eventbureau Cravat bezorgde bij een eerdere vraag ook een offerte en vroegen 95 € per uur. Dit bedrag ligt hoger dan Julita die 62,5 euro per uur vraagt. - Penningsmeester Christian bevestigde eerder dat deze samenwerking financieel haalbaar is. 		
Reactie RVB:		
<ul style="list-style-type: none"> - De RVB kent de opdracht toe aan eventbureau Julita. - Guido vraagt of Julita ook de organisatie van de boerenmarkt (binnen project Hoogstraat Natuurlijk!) op zich kan nemen. Deze boerenmarkt zal tijdens de lentebraderie georganiseerd worden op de Korenmarkt en Ganzendries. Julita zal door Hoogstraat Natuurlijk! gecontacteerd worden maar dit is geen kost die door Mechelen MeeMaken vzw gedragen wordt. 		
Actie:		
<ul style="list-style-type: none"> - Evelien vraagt Julita een samenwerkingsovereenkomst op te stellen - Hoogstraat Natuurlijk! informeert bij Julita naar een samenwerking voor de boerenmarkt 		

3. Offerte Madzulli	Geert Milis	
<p>Melding:</p> <ul style="list-style-type: none"> - In augustus 2017 werd er een jaarovereenkomst afgesloten met Madzuli voor een bedrag van 20.000 euro. (tot augustus 2018) Bij de start van 2018 was er van dit budget nog 7000 euro over. Na aftrek van de promotie voor Valentijn bleef nog 4500 euro over, te besteden tot augustus 2018. - Gezien het resterende budget niet toereikend is voor de komende evenementen van 2018 (WWW, braderie, zomersolden) werd een nieuwe overeenkomst met Madzuli aangevraagd en dit voor 30.000 euro. Samen met de resterende 4500 euro van 2017 maakt dit dat er tot eind 2018 een budget van 34.500 euro voorzien is. - De penningmeester bevestigt dat dit financieel haalbaar indien er minder geïnvesteerd zal worden in print advertenties. De RVB gaat hiermee akkoord. - Volgende voorstellen worden door Madzuli aangehaald: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Homepage takeover hln.be Banner aan de zijkanten van de regionale online hln pagina. Het gaat hier over kortstondige reclame waarbij elke regio apart getarget kan worden met voor elke regio een uniek budget. Zo kunnen we 15 minuten in Leuven adverteren, 15 minuten in Mechelen,... Gezien de hoge kostprijs is het niet mogelijk om deze vorm van communicatie in te zetten tijdens alle events. ▪ Hyperlocal display Mogelijk om heel lokaal te gaan adverteren. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk om enkel op de passanten van de stationsbuurt te mikken of op families die in de buurt van scholen wonen. Hyperlocal display kan in combinatie gebruikt worden met de Homepage takeover. ▪ Facebook Couponing Biedt de mogelijkheid om na te gaan of de mensen die je met je advertentie bereikt, daadwerkelijk naar je event komen. Via het Facebook netwerk kan je coupon codes aanbieden aan je doelpubliek. Het aantal gedownloade codes kan dan vergeleken worden met het aantal gebruikte codes. Vb. bonnetje inruilen op het WWW bij een van de foodtrucks. 		
<p>Reactie RVB:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De RVB gaat akkoord met het financiële en inhoudelijk voorstel van Madzuli - <u>Hyperlocal Display</u>: Het is belangrijk om na te gaan met welke andere centra Mechelen concurreert. Rijmenam, Bonheiden en Keerbergen is het publiek waarop we moeten doelen. Ze zijn zo dichtgelegen maar toch is er slechts een beperkt percentage dat daadwerkelijk in Mechelen komt shoppen. Ook de bovenkant van Brussel (Vilvoorde,...) is een belangrijke doelgroep. - Er wordt aangegeven dat de respons op '<u>facebook couponing</u>' minder dan 1% bedraagt. Het feit dat de gegevens meetbaar zijn en het mogelijk is om via deze weg een e-mailbestand op te bouwen zijn dan weer een voordeel. Belangrijk is om de couponing ook in print advertenties aan te bieden. - Homepage takeover: Madzuli stelt voor om een dergelijk tool in te zetten tijdens vb. Tomorrowland om deze festivalgangers ook naar Mechelen te lokken. De RVB is het hier niet mee eens. Het festivalpubliek is niet hun doelpubliek. Beter is het om te adverteren tijdens events zoals het paasweekend, opening museum Busleyden, zomer is van Mechelen,... Het is belangrijk om ons niet altijd te focussen op de shopper en het campagnebeeld maar een mooie foto van Mechelen kan ook mooi en aantrekkelijk zijn. 		
<p>Actie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penningmeester en voorzitter tekenen de overeenkomst met Madzuli - Evelien bekijkt met de interne diensten wat de communicatieplannen vb. toerisme en marcom zijn om de campagnes zo goed mogelijk op elkaar af te stemmen. Vervolgens wordt hierover samen gezeten met Madzuli voor verdere invulling van de campagnes. 		

4. Resultaten Brainstorms 3/10 en 14/11	Geert Milis	
<p>Melding:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Volgende ambities en acties voor de vzw zijn voortgevloeid uit de twee brainstorms die we hebben georganiseerd: 		

- Mechelen als 1 brand promoten. Winkelen meer opnemen in totale beleving. Dus niet enkele communiceren dat je hier leuk kan winkelen maar ook eten, overnachten, op stap gaan,... ↔ Samenwerking met mmmFeest, Toerisme,... inzake communicatie is hier een must.
 - Handelaar is ambassadeur van Mechelen. We moeten zorgen voor een mentaliteitswijziging bij de handelaar. De handelaars moeten fier zijn op hun stad. ↔ Hier is het belangrijk om de kanalen die reeds bestaan te inventariseren, netwerkmomenten te organiseren, een plan van Mechelen aanbieden aan de handelaars,... Visit Mechelen is momenteel hun plan aan het herwerken en stelt op de RVB van maart de mogelijkheden voor.
 - Keep it Simple! Inspelen op de huidige troeven van Mechelen. Mechelen is een mooie, kleine stad die heel wat te bieden heeft. ↔ Inspelen op persoonlijk contact (inzetten op hostesses), bewegwijzering,...
 - Zorgen voor een 24/24 uur beleving in de stad, dus ook na 18 uur. Zorgen voor een divers aanbod. ↔ Analyse van ontspanningsaanbod maken + opwaarderen van de kleine straatje.
 - Bezoekers net buiten Mechelen aantrekken. ↔ Terugkombonnetje, stoefboekske,...
- Waar zitten we op het juiste spoor? Waar moeten we meer op focussen in 2018?

Reactie RVB:

- **De RVB neemt kennis van de resultaten van beide brainstorm**
 - De RVB geeft aan dat stad Mechelen meer moet inzetten op Wonen boven winkels. Zo wordt er meer beleving gecreëerd na 18 uur. Hierom werd onder andere de premie kernversterkend wonen in het leven geroepen.
 - Er wordt al jaren aangegeven dat de kleine straatjes nood hebben aan opwaardering maar er wordt maar weinig ondernomen. Mechelen MeeMaken vzw zorgde reeds voor muziekinstallatie, kerstbomen ... en heeft hier naar haar eigen mening reeds voldoende actie ondernomen.
 - De RVB geeft aan dat in 2018 de nadruk moet gelegd worden op het promoten van Mechelen als 1 brand & om de handelaars als ambassadeur van Mechelen te laten optreden. Maar hoe kunnen we hen ambassadeur maken?
 - Werken met peter/meterschap. Actielijst opstellen waarin in verschillende stappen staat uitgelegd hoe je als peter/meter nieuwkomers in Mechelen volledig kan informeren.
 - Opstellen van 10 wist-je-datjes voor de bestaande handelaars. Zij kunnen deze informatie dan doorgeven aan de shopper.
 - De handelaars een plannetje aanbieden waarop makkelijk kan getoond worden waar ze lekker kunnen gaan eten, een hoedenwinkel kunnen vinden,...
 - Het overzicht winkelaanbod op shoppeninmechelen.be is niet up to date (zaken die niet meer bestaan) en de kaart is niet gebruiksvriendelijk. Dit werd door stad Mechelen reeds meerdere malen aangekaart bij de externe leverancier Tobania, maar hier word geen gevolg aan gegeven.
- **Evelien** koppelt het besluit van de RVB terug naar de werkgroep beleving en bezoeker en bekijkt met de interne diensten waar communicatie beter op elkaar afgestemd kan worden.
 - **Visit Mechelen** stelt op de RVB van 05/03 een aantal mogelijkheden voor omtrent een nieuw stadsplan en samenwerking met Mechelen MeeMaken vzw.

5. Stand van zaken WWW

Geert Milis

Melding:

- Animatie op 17 maart: Salsa dansende steltenlopers, muziek, bellenmachine, verrassing centraal.
- Animatie op 18 maart: Catwalktruck – dit jaar slechts een éénmalig parcours waarbij er meer tijd per stopplaats (20 min ipv 15 min) wordt voorzien. Er wordt geen VIP bus voorzien. De presentatie zal door Roos Van Acker verzorgd worden.
- Inschrijvingen voor de catwalktruck lopen tussen 5 en 16 februari.
- Tijdens het WWW in oktober zullen we een samenwerking met M-fair aangaan gezien beide events op dezelfde datum staan geprogrammeerd. Het voordeel hiervan is dat sommige kosten kunnen worden verdeeld.
- Het college dient nog goedkeuring te verlenen voor de organisatie van dit event!

Reactie RVB:

<ul style="list-style-type: none"> - Guido Verlinden geeft aan dat de dansschool van zijn dochter bereid is om een show in te lassen. Hij zal de contactgegevens bezorgen aan Evelien.
<p>Actie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guido bezorgt de contactgegevens van de dansschool aan Evelien.

6. Stand van zaken Braderie	Geert Milis	
<p>Melding:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aanvraag in het evenementenloket zal door Debbie Waterschoot gebeuren. - Er wordt voor extra beleving gezorgd op de Ganzendries en Korenmarkt door de organiastie van een boerenmarkt vanuit het project Hoogstraat Natuurlijk!. Openingsuren vrijdag tussen 10-17 uur op zaterdag tussen 10-15 uur. In de communicatie van de braderie zal ook de boerenmarkt vermeld worden. - De herfstbraderie valt samen met open monumentendag, klokkenwerpen en Gildejuweel. De organisatoren van het Gildejuweel wilden aanvankelijk hun optocht door braderiegebied laten doorgaan maar kozen uiteindelijk voor een alternatieve route via: Grote Markt – Steenweg – Haverwerf – IJzerenleen. 		
<p>Reactie RVB:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De RVB geeft aan dat de boerenmarkt op zaterdag minstens tot 17 uur moet doorgaan. De standjes op de braderie zijn immers verplicht om tot 19 uur te blijven staan. Wegrijden kan enkel langs de Adegemstraat - Er moeten duidelijke afspraken gemaakt worden met Hoogstraat Natuurlijk! betreffend communicatie, animatie,... 		
<p>Actie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Opstartvergadering op 13/02 		

7. BTW-statuut Mechelen MeeMaken	Geert Milis	
<p>Melding:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Doordat we standgeld vragen aan externe standhouders tijdens de braderie wordt de vzw beschouwd als kleine onderneming. Dit heeft als gevolg dat we btw-plichtig zijn. De dienst financiën van Mechelen spreekt dit tegen en raad aan dit aan te vechten. - Btwcontroleur is naar het Oh! gegaan (zetel van de vzw) voor het inkijken van de boekhouding en statuten. De documenten waren ter plaatse niet aanwezig. Maar gezien we geen kantoor huren bij het Oh! kunnen we de documenten niet neerleggen ginder. 		
<p>Reactie RVB:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Het is noodzakelijk om een boekhouder onder de arm te nemen die ons concreet kan aangeven wat de gevolgen zijn van de wijziging van het statuut. De vragen ivm hoe facturen opgesteld dienen te worden en welke maatregelen genomen moeten worden om het Oh! als maatschappelijke zetel te kunnen behouden wordt aan de boekhouder voorgelegd. - <i>Antwoord: indien een kantoor gehuurd wordt in het Oh! is dit adres een geldige maatschappelijke zetel. Op facturen geen BTW vermelden, wel vermelding van volgende formulering: 'kleine onderneming – vrijgesteld van btw – art 56§2 van het btw wetboek'</i> 		
<p>Actie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schepen van Economie bekijkt met dienst Economie en het Oh! welke regeling kan uitgewerkt worden om het het Oh! als maatschappelijke zetel met kantoor te houden. 		

8. Varia

Geert Milis

Melding:

- Handelaarsmagazine wordt tijdens Valentijn verder uitgedeeld.
- **Etentje RVB gaat door op 08/03 in Lameau.**
- We moeten nadenken over de opvolging van Eva en Debbie. Het is sowieso aangewezen om de AV uit te breiden gezien de beperkte opkomst momenteel voor weinig meerwaarde zorgt.
- Evaluatie nieuwjaarsreceptie en Mechelse troef zal gebeuren op de volgende RVB in maart
- **JOYN** – Ondanks eerdere gemaakte besluiten op de RVB over dit onderwerp kwam Joyn met een nieuw voorstel af dat echter weinig interessant overkomt op de leden van de RVB.
- Geert geeft aan dat het wenselijk is een nieuwe werkgroep op te richten om acties te organiseren voor de straten buiten het kernwinkelgebied. Evelien geeft echter aan dat dit enigszins in strijd is met de visie van de stad op de verhouding kernwinkelgebied – **basisgebied**. De focus van de vzw dient te liggen op acties in het kernwinkelgebied omdat het de strategie van de stad is om handelaars en ondernemers naar dit gebied aan te trekken en niet naar het basisgebied. Ja, het basisgebied betaalt ook promotaks maar heeft onrechtstreeks voordeel bij het succes van evenementen in het kernwinkelgebied. De vzw kan mee instaan voor aantrekkelijkheid van deze straten vb. door het voorzien van kerstbomen, raamstickers, eindejaarswedstrijd ... en moet ernaar streven deze handelaars te betrekken bij de georganiseerde acties, maar het is eigenlijk niet de bedoeling om voor deze straten aparte acties/evenementen op poten te zetten. Indien de handelaars uit het basisgebied een actie op poten willen zetten, zijn daar middelen voor voorzien, maar de organisatie hiervan ligt wel bij de initiatiefnemers. Daar loopt het echter vaak spaak omdat weinigen dit engagement willen aangaan en verwachten dat alles voor hen wordt georganiseerd.
- Als de **Valentijnsverlichting** niet werk dient de brandweer verwittigd te worden.
- 20 februari wordt er samengezeten met mmMechelen Feest omdat zij muziek willen aanleveren voor de vzw.
- Er wordt gevraagd of het mogelijk is om gericht te zoeken in de verslagen op het **platform Mechelen Winkelstad?** Kan er per verslag een overzicht gegeven worden van de inhoud? Dat maakt het zoeken iets makkelijker.

Reactie RVB:

- Opvolging en uitbreiding leden AV: Debbie geeft aan dat ze nog niet zeker weet wat de toekomst voor haar brengt. Voorlopig wil ze dus graag nog actief lid blijven van de vzw. De leden die op occasionele basis meewerken aan een werkgroep, kunnen ook uitgenodigd worden voor de AV.
- De RVB geeft aan dat ze de eerder gemaakte afspraken met JOYN wensen te behouden en dus niet zullen ingaan op hun nieuw voorstel.

Actie:

- **Evelien** stuurt nog mail rond met vraag aanwezigheid etentje op 08/03 te bevestigen zodat gereserveerd kan worden.
- **Raf** spreekt café de Prof aan over de 5.000 euro die beschikbaar is voor de organisatie van events in het basisgebied.
- **Evelien** voegt aan de verslagen op het platform Mechelen Winkelstad een korte inhoud toe, zodat het zoeken vergemakkelijkt wordt.
- **Stijn** neemt contact op met Joyn en deelt hen opnieuw mee wat tijdens de RVB van oktober beslist was: MMM vzw kiest voor individuele spaarpunten handelaars (elke handelaar sluit op eigen initiatief aan, MMM vzw draagt hier niet de kost voor) en voor de campagnes met winstkansen gelinkt aan evenementen;