

<b>RVB Mechelen MeeMaken juli</b>		
<b>Datum</b>	09/7/2018	
<b>Tijdstip</b>	19.00 – 22u	
<b>Plaats</b>	Conventus	
<b>Aanwezigen</b>	Mechelen MeeMaken vzw	Geert Milis, Stijn Bevernage, Kurt Biesemans, Debbie Waterschoot, Christian Michiels, Raf Pauwels, Eva Ellegeest, Guido Verlinden, Birgitte van de Graaf, Guy Van Lint, Ann Walraevens, Els Van den Bergh, Vladimir Voskanian
	Verontschuldigd	Evelien Morreel (Dienst Economie), Lieve Jaspaert (Marcom), Katleen den Roover (CBS), Pia Indigne (MMM vzw)
	Niet aanwezig	Nico Maes, Stephanie Fierens

<b>1. Goedkeuring verslag juni</b>	Geert Milis	
<b>Melding:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Het verslag van de RVB van juni wordt goedgekeurd door de RVB</b></li> <li>- Drie handelaars met interesse voor een zitje in de RvB stellen zich voor: Ann Walraevens (Pure, Ijzerenleen), Els Van den bergh (Awardt, Adegemstraat), Vladimir Voskanian (Mijn Boeketje, Keizerstraat). Pia Indigne (Beans, Chili Beans) stelde zich voor tijdens de vergadering van mei. Vladimir en Pia staan allebei op een politieke lijst. Indien zij verkozen worden, kunnen zij geen zetel in de raad van bestuur meer bekleden. Voorlopig stelt dit probleem zich nog niet.</li> </ul>		

<b>2. Rapportering &amp; duiding door Madzuli</b>	Kevin Geets & Davy Merckx	
<b>Melding:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kevin brengt uitgebreid verslag uit over de werking van Madzuli, de campagnes voor MMM vzw en de resultaten ervan. De campagne Zomershoppen 2018 (deel 1) werd vergeleken met die van 2017.</li> </ul>		
<b>Enkele conclusies:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Het mobiel verkeer (vanaf smartphone) is toegenomen, vanaf daar wordt doorgeklikt naar de website <a href="http://www.shoppeninmechelen.be">www.shoppeninmechelen.be</a>, de website moet dus verder geoptimaliseerd worden voor mobiel verkeer.</li> <li>- De bereikte personen, bezoekers die actie ondernemen, komen vooral uit de noord-zuid as, van regio Antwerpen tot regio Brussel. Madzuli verstuurt berichten in alle richtingen maar deze as geeft meer resultaat, waardoor het efficiënter is om op deze as te blijven concentreren. Op een vorige vergadering werd gevraagd om ons meer te concentreren op de oost-west as, maar dit levert dus minder resultaat op, het kost meer geld/inspanning om deze bezoekers vast te houden.</li> <li>- Leuven steekt veel meer budget in piekmomenten (zomer-winter), wij kozen ervoor om constant, verspreid over het hele jaar te adverteren. Dit heeft als gevolg dat we veel meer data verzamelen en dus veel beter kunnen (re)targetten, waardoor adverteren goedkoper wordt.</li> <li>- GDPR heeft geen invloed op deze manier van adverteren.</li> <li>- Wij hebben bezoekers uit Antwerpen, Leuven, ... maar zonder twijfel zijn er ook mensen uit eigen regio die elders gaan shoppen. Het zou interessant zijn om te weten waarom mensen uit naburige gemeentes niet naar Mechelen komen om te shoppen, zodat we onze volgende campagnes daaraan kunnen aanpassen. De RVB stelt een onlinebevraging voor om deze resultaten te bekomen. Kan de dienst Economie/Marcom hiervoor zorgen? Dit zijn zeer waardevolle gegevens.</li> <li>- In Analytics zitten nog veel data die zeer interessant zijn voor Madzuli in hun campagnes voor MMM, maar ze krijgen die gegevens niet door van de stad Mechelen.</li> </ul>		

- We missen een punt van transparantie omdat we in de facturen het onderscheid niet kunnen zien tussen mediaspent en management fee. De vraag moet gesteld worden aan Madzuli, maar ook aan Karin en Christophe van Marcom.

**Mogelijke acties van Madzuli in de toekomst:**

- Homepage overnemen (vb HLN)
- In artikels over andere steden een advertentie van ons zetten aangepast aan dat artikel
- Een youtubekanaal opstarten met filmpjes over shoppen in Mechelen. Deze filmpjes kunnen bvb op de pagina van vtm gezet worden, ze verschijnen dan 30 sec en kunnen niet weg geklikt worden. Aanvulling: momenteel zijn er reeds twee youtube kanalen waar shopping-gerelateerde video's op verschijnen. Het kanaal van Visit Mechelen en Mechelen MeeMaken. Nog een extra kanaal is overbodig.
- Een community opzetten die onze filmpjes deelt zodat we buiten ons eigen kringetje gaan. Op deze manier kunnen we weer meer data verzamelen om de retargetting te vergemakkelijken.

**Actie:**

- **Dienst Marcom/ICT:** bekijken van verdere optimalisatie van [www.shoppeninmechelen.be](http://www.shoppeninmechelen.be) voor mobiele surfers.
- **Dienst Economie/Marcom:** onderzoeken van de mogelijkheid tot (online) bevraging van bewoners in en rond Mechelen rond hun shopgedrag.
- **Madzuli/Marcom:** afstemmen welke data uit Google Analytics al dan niet gedeeld kunnen worden.
- **Madzuli/Marcom/MMM dienen in overleg te gaan.** Raf volgt op. (Karin Van Hees (Marcom) heeft hiervoor reeds stappen ondernomen en probeert overleg in augustus vast te leggen)

**3. Evaluatie koopzondag 1 juli + netwerkdrink**

Geert Milis

**Melding:**

- Op het moment van de vergadering waren de resultaten van de passantentelling nog niet beschikbaar. Deze werden nadien toegevoegd aan de presentatie.
- Het netwerkmoment was zeer gezellig. Er waren zo'n 35 aanwezigen, de kostprijs bedroeg 600 euro.

**Reactie RVB:**

- De RVB geeft aan graag zelf toegang te hebben tot de bezoekersdata (passanten- en wifitellingen)
- De RVB vraagt om werk te maken van het opvragen van verkoopcijfers of -indicaties zoals enkele vergaderingen geleden (HAR?) gevraagd. We kunnen ons baseren op de vragen van de conjunctuurenquête van de Nationale Bank, deze werden doorgestuurd naar Ellen maar daar is verder niets mee gebeurd.
- Een netwerkdrink na afloop van een shoppingevent is voor herhaling vatbaar.

**Actie:**

- Opvragen verkoopcijfers? Wie dient dit op zich te nemen? RVB? Dienst Economie? Was dit niet eerder een thema op de HAR?

**4. Muziek in de winkelstraten**

Geert Milis

**Melding:**

- Nav. ontevredenheid over de huidige playlist in de winkelstraten, werd – op advies van een handelaar – contact opgenomen met Sint-Niklaas. De muziek daar wordt aangeleverd door de firma This plays 2. Er wordt momenteel een proefcontract aangegaan met dit bedrijf. Komende weken worden aanpassingen aan de drie installaties gedaan en wordt de muziek aangeleverd. Er werd rustige, loungy, slow pop, winkelwandelmuziek gevraagd. Er kan steeds bijgestuurd worden indien de playlist niet op punt staat.
- Voor een jaar bedraagt de kostprijs 2212.56 euro (incl. BTW)
- Er dienen duidelijke afspraken gemaakt te worden over wanneer er wel en niet muziek in de winkelstraten gespeeld zal worden. De handelaars die de installaties beheren, dienen zelf het

volume in het oog te houden en te beperken.

**Reactie RVB:**

- In vorige vergaderingen werd aangehaald dat we eigenlijk meer bezoekers zouden moeten genereren op de weekdays. Daarom wordt besloten om – in overeenstemming met de Algemene Bestuurlijke Politieverordening - de muziek in de winkelstraten alle dagen behalve op zondag te laten spelen van 10 tot 18u. Volgens de APB kan op zondag enkel muziek gespeeld worden in het kader van door het college goedgekeurde evenementen zoals vb. braderie.
- Opmerking: er worden regelmatig straatmuzikanten gesignaleerd tijdens onze evenementen. Deze personen hebben wel degelijk een vergunning, maar als wij investeren in straatanimatie dan is dat storend. Is het een optie om in de afgeleverde vergunning de data van de evenementen van MMM op te laten nemen met een verbod om op die dag te spelen?

**5. Verslag overleg RTV**

Geert Milis

**Melding:**

- Geert en Evelien gingen in overleg met RTV. Zij deden enkele voorstellen. Aan vzw's verleent de zender 50% korting.

**Reactie RVB:**

- De RVB is van mening dat het een interessante formule kan zijn om uit te proberen en op die manier een ander publiek te bereiken dan via Madzuli.
- De korting geldt voor alle vzw's. Kan RTV er nog extra acties/redactionele zaken aan koppelen als extraatje.
- De RVB beslist om voor 2018 nog te experimenteren met de formule 4 x 7 (4 campagnes, telkens 7 dagen) voor 4.900 euro voor de komende campagnes: herfstbraderie, WWW, Black Friday, eindejaar

**Actie:**

- **Evelien en Geert:** verder afspreken met RTV

**6. Verslag creatieve brainstorm**

Geert Milis

**Melding:**

- Zie verslag als bijlage

- Black Friday: De RVB vult aan dat animatie met vuur erg in de smaak valt in donkere dagen. Wel moeten we dan oppassen dat we niet in het vaarwater komen van 'Mechelen in vuur & vlam' op 23/12 van MMM Feest. Standbeelden (vb. Margaretha) aankleden met zwart en goud, kan ook een leuke decoratie zijn.
- Eindejaar: de RVB is geen voorstander van een wedstrijd en ziet hier weinig meerwaarde in, mensen komen niet naar Mechelen omdat ze kans maken op een prijs, wel voor de beleving. We kunnen dus beter inzetten op nog meer animatie, het budget van de wedstrijd hieraan besteden. Noot: uit de bevraging rond eindejaar gaf de meerderheid wel aan de eindejaarswedstrijd een meerwaarde te vinden. Leggen we dit dan gewoon naast ons neer?
- Eindejaar: versieren van etalages is een leuk idee, maar niet voor de gewone winkels die open zijn, want dan zou hun product, hun eigenheid minder zichtbaar kunnen zijn. Beter dit concentreren op leegstaande panden, eerder op de uithoeken, op de pleinen/straten buiten het centrum.
- Eindejaar: kerstbomen plaatsen in de winkelstraten is niet altijd gemakkelijk: ze nemen een heel stuk van de stoep in (probleem op plaatsen waar die al zeer smal is) en zijn wegwerp. Onderzoeken naar een alternatief van herbruikbare, platte kerstbomen. Hierbij het probleem van de stockage niet vergeten. Optie om elke handelaar zijn eigen kerstboom te laten bijhouden? + wellicht kunnen we dan ook niet meer op verdeling door de groendienst rekenen? Noot: uit de bevraging rond eindejaar gaf de meerderheid duidelijk aan de kerstbomen een meerwaarde te vinden. Leggen we dit dan gewoon naast ons neer?

<b>Actie:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Verdere opvolging door de verschillende werkgroepen</b></li> </ul>
--

<b>7. Verslag werkgroep WWW + overleg M-Fair</b>	Debbie en Els	
<b>Melding:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zie verslag als bijlage</li> </ul>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- De RVB vraagt zich af met de eerste stopplaats van M-Fair een gratis podium voor handelaars van buiten Mechelen?</li> </ul>		
<b>Actie:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Opvolging door de werkgroep</b></li> <li>- <b>Evelien</b> vraagt na bij Arnout Ruelens, M-Fair</li> </ul>		

<b>8. Stavaza Herfstbraderie</b>	Geert Milis	
<b>Melding:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Inschrijvingen zijn gestart.</li> <li>- Externen wordt nu een voorschot gevraagd + er is een reglement opgesteld om beter te kunnen handhaven</li> <li>- TEBO wil niet zelf de inschrijvingen en betalingen afhandelen. Zoals op de vorige vergadering besproken wordt, wordt voor de facturatie dus dezelfde methode gehanteerd als tijdens de editie van mei: MMM beheert inschrijvingen, ontvangt en factureert aan de individuele handelaars.</li> <li>- Schade door kramen is gedekt door BA. Aan kramen niet. In dit geval dient beroep gedaan te worden op de fam. verzekering van de tegenpartij.</li> <li>- Doordat de braderie nu drie dagen doorgaat, ligt de TEBO-huur iets hoger, 46 euro.</li> </ul>		
<b>Reactie RVB:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- De RVB kiest ervoor om de advertentie in print deze keer te schrappen ten voordele van een advertentie bij RTV.</li> </ul>		
<b>Actie:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Verdere opvolging door Evelien</b></li> </ul>		

<b>9. Stavaza bevraging koopzondagen</b>	Geert Milis	
<b>Melding:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Er werd reeds gestart met een online bevraging over de koopzondagen via de nieuwsbrief. Voor de resultaten, zie presentatie. Nadien werden deze nog aangevuld, maar de resultaten lagen in dezelfde lijn als tijdens de presentatie op RVB.</li> </ul>		
<b>Reactie RVB:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Op basis van de gegevens die reeds binnengekomen zijn via de onlinebevraging is duidelijk dat er geen draagvlak is voor een vaste maandelijks koopzondag. De RVB besluit dan ook dat Evelien niet meer op pad moet gaan om de overige handelaars te bevragen, het resultaat zal in dezelfde lijn liggen.</li> </ul>		

<b>10. VARIA</b>	Geert Milis	
<b>Melding:</b>  /		
<b>Reactie RVB:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Birgitte heeft de laatste Nieuwe Maan bekeken, het soldenweekend stond op 1 regeltje vermeld, terwijl van andere evenementen meer tekst en een foto/affiche aanwezig was. Dit zou in de toekomst moeten uitgebreid worden.</li> <li>• Guy is van mening dat het BTW-statuuut van de vzw nog eens tegen het licht gehouden moet worden, aangezien de betaalde BTW momenteel niet gerecupereerd kan worden. Hij bespreekt dit met zijn boekhouder.</li> <li>• de stadsplannen zijn verspreid en kennen een groot succes.</li> <li>• Debbie was aanwezig op de vergadering over de ontsluiting van de Romboutskathedraal. Dit was vooral een vraag naar (financiële) hulp. Debbie heeft medewerking toegezegd (vb aankleden van etalages) op voorwaarde dat er voor de handelaars geen kost aan verbonden is.</li> <li>• Mechelse Troef: Raf en Debbie werden enkele uren voor de vergadering hierover uitgenodigd en konden dus niet aanwezig zijn. We vinden dit geen voorbeeld van goede samenwerking. Het zou jammer zijn dat het event niet meer zou doorgaan, maar MMM wil wel als gelijke partner in dit verhaal betrokken worden.</li> <li>• RvB in augustus? Dit punt werd niet besproken. Geert zal een mail rondsturen, waarschijnlijk is deze vergadering niet nodig, er zal weinig gebeuren tussen nu en de begin augustus.</li> </ul>		
- <b>Geert:</b> rondsturen annulering vergadering augustus?		