

Les grands événements à Bruxelles : du pain, des jeux... et des jobs ?

Par **Philippe CLOSE**, Echevin du Tourisme à la Ville de Bruxelles, Député régional.

Le secteur du Tourisme est un secteur qui présente encore un grand potentiel de développement à Bruxelles. Bruxelles est la capitale de l'Europe, or notre destination touristique n'est classée que 19^{ème} sur le continent.

Des exemples d'autres villes sont nombreux à démontrer l'énorme répondant de ce secteur aux politiques ambitieuses et proactives. L'exemple récent de Lens n'en est qu'un parmi des dizaines. Le développement de l'offre et de l'infrastructure touristique semble partout payant. Dans ce cadre, l'organisation de Grands Evénements Publics est particulièrement facile et peu coûteuse à mettre en place.

En outre, dans le secteur du Tourisme, il n'est pas une mesure qui peut être prise sans bénéficier en tout premier lieu à la population locale. De plus, ce secteur qui comprend une grande variété de domaines est un véritable vivier d'emplois.

L'image de Bruxelles à l'étranger a déjà beaucoup évolué ces dernières années et l'on constate une prise de conscience de la valeur économique du secteur. En y investissant de manière ciblée et adéquate, il peut véritablement représenter l'avenir économique de la Région.

1. Contexte :

53 % des emplois à Bruxelles sont occupés par des personnes ayant un diplôme d'études supérieures ou universitaires – contre 38 % au niveau de la Belgique et 26 % au niveau européen.

Ce taux correspond aux tendances des grandes métropoles internationales mais Bruxelles se positionne tout de même au dessus des autres grandes villes. A titre comparatif, ce taux est à 46 % dans le grand Londres, 43 % en Île-de-France et 42 % à Berlin.

En 2011, Bruxelles comptait 702.824 postes de travail (salariés). La population active occupée bruxelloise s'élève à 341.637 personnes dont 84 % travaillent à Bruxelles. En d'autres termes, les emplois à Bruxelles ne profitent qu'à 48,6 % de notre population, alors que notre taux de chômage avoisine les 20 %.

En 30 ans, Bruxelles s'est transformée, passant d'une ville industrielle nationale à une métropole postindustrielle internationale. C'est une mue importante pour toute une génération. Ce ne sont pas les mêmes gens qui ont porté ces économies. Tandis que la crise industrielle a atteint de plein fouet la classe ouvrière manufacturière, et donc surtout les immigrés, le nouveau marché du travail bruxellois est devenu l'un des plus hautement qualifié d'Europe pour des milliers de salariés, dont beaucoup vivent en périphérie. Comment donc développer une économie inclusive pour ces milliers de demandeurs d'emploi bruxellois¹ ?

¹ Corijn, Eric « Où va Bruxelles ? », cahiers Urbains, VUBPress, 2013

Le Tourisme, à travers le développement des Grands Evénements, de l'offre culturelle et de loisirs, et des infrastructures MICE peut offrir une solution. A condition d'investir dans de grands projets et de prévoir la création d'organes 'relais' adéquats en termes d'éducation, de formation, et de mise à l'emploi.

2. Enjeux :

Le secteur touristique à Bruxelles

Le tourisme est déjà un secteur important en termes d'emploi en Région bruxelloise. On estime que le secteur emploie 33.000 personnes et génère quelque 15.000 emplois indirects. Ces emplois, directement liés aux dépenses de visiteurs externes, représentent une variété de secteurs : hôtellerie, restauration, musées, attractions, sorties, shopping, agences, événements, congrès, stands, déplacements, traduction... Ils concernent tant des emplois qualifiés (qui requièrent le plus souvent l'emploi des langues) ainsi que des emplois peu qualifiés.

Par essence, ce secteur est stable et concerne des emplois « non délocalisables » puisque directement liés à l'attractivité internationale de Bruxelles.

Le tourisme représente 1,5 fois l'emploi dans le secteur de la construction, et 2/3 de l'ensemble de l'emploi industriel. L'Horeca à Bruxelles représente 14.710 salariés et 1.941 indépendants.

On peut donc considérer que le secteur du Tourisme est un des premiers employeurs en Région bruxelloise. De plus, une étude d'ACTIRIS sur l'emploi dans le tourisme pointe une corrélation directe entre l'augmentation du nombre de touristes² et la création d'emplois. Ainsi, une augmentation de 30 % de nuitées correspondrait à une augmentation de 12 % de l'emploi dans le secteur.

L'attractivité internationale de Bruxelles, de par sa position centrale en Europe et son statut de capitale européenne, ne cesse de croître.

Ce statut de capitale européenne, siège d'associations et d'institutions internationales, crée une importante activité de tourisme dit de « MICE » (Meetings, Incentives, Congres and Events). En 2012, cela représentait 60 % de l'activité touristique à Bruxelles. Elle est lucrative, puisque cette clientèle de Bruxelles dépense en moyenne 400 euros par jour lors de son séjour (logement, restauration, shopping).

L'activité de tourisme de loisirs est, elle, basée exclusivement sur l'image de notre ville à l'étranger ainsi que sur son actualité culturelle au sens large (cela passe également par le cinéma, l'offre nocturne, etc.). Les benchmarks internationaux estiment que le touriste de loisirs dépense en moyenne 150 euros par jour dans la destination visitée.

² Le calcul du nombre de touristes venant à Bruxelles est généralement estimé sur base du nombre de nuitées hôtelières (donnée statistique objective et fiable enregistrée)

Le secteur du Tourisme à Bruxelles affiche une progression constante. Le nombre de nuitées hôtelières a augmenté de quelque 25 % depuis 2000.

Cependant, de nombreux exemples de bonnes pratiques à l'étranger ont démontré que les politiques proactives de développement du tourisme, en termes d'infrastructures, d'offre de culture et de loisirs, ainsi que de campagnes de promotion de la destination, peuvent avoir un impact important sur cette progression. Ainsi, Berlin a affiché une croissance de 82 % depuis 2000 et Barcelone, une croissance de 65 %.

Des initiatives plus ponctuelles peuvent également être imaginées pour développer le secteur MICE. Par exemple, en 2011, l'Office régional du Tourisme VISITBRUSSELS a créé un fonds de promotion pour les congrès scientifiques. Il s'agit d'accorder des fonds de soutien à tous les congrès scientifiques organisés sur le territoire bruxellois (impliquant un public international et soutenu par un chercheur bruxellois) afin de soutenir ce segment spécifique au niveau du Tourisme MICE.

L'activité touristique bruxelloise en chiffres :

- 172 hôtels
- 15.824 chambres
- 31.906 capacités d'accueil
- 5 auberges de jeunesse
- 252 chambres d'hôtes
- 5.972.086 nuitées par an
- + de 3.000.000 de touristes par an
- dont 13 % Français, 9 % UK, 7 % Espagne
- 69,5 % de taux d'occupation
- prix moyen d'une chambre : 103,2 €.

La régionalisation du Tourisme

Jusqu'à aujourd'hui compétence communautaire, la régionalisation du Tourisme est prévue dans la 6^{ème} réforme de l'Etat. La Ville et la Région plaident pour ce transfert depuis une dizaine d'années. En effet, la prise de conscience des enjeux économiques liés au secteur justifie pleinement une gestion régionale de cette matière. Ceci devrait permettre à Bruxelles de faire de réels choix ambitieux pour développer son image et son offre touristique, comme capitale, à la fois du Tourisme MICE et de loisirs.

Les acteurs du Tourisme à Bruxelles sont aujourd'hui :

- Wallonie-Bruxelles Tourisme (WBT), financé par la Cocof et la Région Wallonne
- Toerisme Vlaanderen (TVL), financé par la communauté flamande

Ces deux organes sont aujourd'hui encore les seuls compétents pour la promotion des destinations à l'étranger (via leurs bureaux à l'étranger). Ils promotionnent tous deux Bruxelles sur ces marchés selon des stratégies différentes, ce qui entraîne inévitablement une image brouillée de l'offre de notre capitale.

- VISITBRUSSELS, financé par la Ville de Bruxelles et la Région de Bruxelles Capitale.

Les missions de cette agence régionale se limitent aujourd'hui à l'accueil des touristes à Bruxelles et la définition de l'offre touristique bruxelloise vers les partenaires TVL et WBT.

La régionalisation du Tourisme devrait permettre à Bruxelles, via son agence VISITBRUSSELS de se « vendre » de manière indépendante à l'étranger selon ses deux points forts : une destination de city trip de premier plan et une ville de congrès de stature mondiale.

Le développement des infrastructures touristiques

La région de Bruxelles-Capitale compte déjà de nombreuses infrastructures utiles au développement de son attractivité touristique : lieux de congrès et de réunions (Square), de salons et d'expositions (Tour et Taxis, le Parc des expositions), de salles de concert (Flagey, BOZAR, Forest National, la Monnaie) ou de Musées.

D'importants projets sont en cours de réalisation pour compléter cette offre. En ligne avec le Plan de Développement International de Bruxelles (PDI) il est en effet prévu de doter Bruxelles des infrastructures nécessaires au développement de son tourisme MICE. En capitalisant sur la présence de l'Atomium et du Palais des Expositions, le plateau du Heysel verra d'ici 10 ans la construction d'un centre de congrès, couplé d'une offre hôtelière et commerciale, et d'une salle de concert de 15.000 places.

Ce projet de grande envergure, baptisé NEO, prévoit à terme la création de 3.000 emplois. La salle de spectacles (Palais 12) sera déjà inaugurée en juillet 2013. Les activités de ce palais devraient déjà créer des emplois à court terme.

Dans le même ordre d'idées, des projets sont à l'étude pour la création de musées thématiques (ex. un Musée d'art moderne) à l'instar du Musée Magritte dont le succès et son impact direct sur la fréquentation touristique de la capitale ne sont pas à démontrer.

Les Grands événements

Depuis plus de dix ans, la Ville de Bruxelles et la Région de Bruxelles-Capitale ont misé sur une stratégie de tourisme événementiel, en partenariat avec l'instance de tourisme régional VISITBRUSSELS, ainsi que l'antenne événementielle du Parc des Expositions de Bruxelles (PEB), le BME (Brussels Major Events).

Basée sur une étude de bonne pratique au Québec, il s'avère, en effet, que les événements urbains rapportent sur tous les tableaux.

Une fois installé dans l'agenda culturel de la Ville et adopté par la population locale, les grands événements urbains contribuent très largement au

développement de l'image dynamique d'une ville au-delà de ses frontières et renforcent ainsi l'attractivité de Bruxelles comme destination touristique.

Ainsi, Plaisirs d'Hiver a, au fil des ans, grandement contribué à installer Bruxelles comme destination de city trips de fin d'année. La fréquentation hôtelière à cette période de l'année (décembre), traditionnellement peu élevée en raison du faible taux de tourisme MICE, a démontré une croissance constante depuis ces cinq à six dernières années. Le taux d'occupation des hôtels au mois de décembre a ainsi progressé de 15 % entre 2009 et 2012.

De plus, les événements urbains contribuent à l'économie locale. La concentration de visiteurs au centre-ville à l'occasion des événements urbains génère des bénéfices pour les commerces, les restaurants et les hôtels locaux. Ils bénéficient majoritairement à créer de l'emploi local.

Le Professeur Kim Oosterlinck (ULB) s'est penché en décembre 2010, sur l'impact de Plaisirs d'Hiver sur l'économie locale. Il s'agissait d'évaluer dans quelle mesure l'argent public investi pour l'organisation de l'événement servait à la collectivité. Il a ainsi étudié les flux financiers entre organisateurs, gestionnaires de cabanons (commerces ambulants sur l'événement) mais aussi du public qui fréquente cet événement. Les résultats de son étude sont intéressants à plus d'un titre. L'objectif de ses travaux était d'obtenir une estimation « a minima » de l'ampleur économique de la manifestation.

Les chercheurs de l'ULB sont ainsi arrivés à la conclusion que Plaisirs d'Hiver (qui coûte quelque 500.000 euros chaque année aux pouvoirs publics) génère près de 23 millions d'euros de retombées directes pour des acteurs locaux (horeca, transports, commerces, parkings...).

Ceci évidemment sans compter les autres valeurs que sont l'adhésion et la fierté des Bruxellois, l'image de Bruxelles à l'étranger, et le développement de son attractivité. Les Grands Événements urbains permettent à tous de « vivre la ville autrement » et de la valoriser tout en créant un temps fort de visibilité.

Les grands événements urbains possèdent donc un rôle économique évident mais également un rôle social non négligeable, puisque cette offre de loisirs bénéficie au premier plan à la population locale tout en favorisant la cohésion sociale.

Ce rôle est d'ailleurs plus marquant encore dans des événements tels que Bruxelles les Bains, la fête de l'Iris, la fête de la BD, ou la Zinneke Parade.

Quelques données chiffrées concernant les Grands événements de Bruxelles :

Bruxelles les Bains (Juillet)

Une étudiante du département de l'IGEAT (Institut de Gestion de l'Environnement et de l'aménagement du Territoire) de l'ULB s'est penchée sur Bruxelles les Bains, en interrogeant 500 personnes en 2009.

- Plus de 70 % des visiteurs sont Bruxellois
- 95 % sont Belges

- 3 % sont des touristes
- 60 % des visiteurs sont des personnes actives
- La moyenne d'âge des visiteurs est de 35 ans
- Les visiteurs viennent en majorité accompagnés par des amis et passent entre 2 et 4h sur le site
- 26 % fréquentent le site pendant leur journée de travail, en majorité sur le temps de pause, sur le temps de midi pour se restaurer. Ce sont principalement des cadres et employés
- Les familles représentent 16 % des visiteurs, présents majoritairement les après-midi pour des périodes plus longues. Ils sont Bruxellois à 80 %
- 30 % déclarent venir pour se restaurer, 20 % pour se promener. Ils sont 28 % à venir pour les animations et activités proposées.

Brussels Summer Festival (Août)

- 70.000 visiteurs
- Chaque soir, de 15 à 17.000 personnes aux concerts
- 22.000 pass écoulés + 6.000 'one day ticket' vendus

La fête de la BD (Septembre)

Cet événement annuel fait écho à l'année touristique consacrée à la BD en 2009. Il rassemble que 60 à 70.000 visiteurs pour un budget total de 334.000 euros. Quelque 40 commerces y participent (Horeca ambulant et libraires).

Plaisirs d'Hiver (Décembre)

- 40 contrats à durée déterminée (BME)
- 440 Commerçants: 2 personnes par chalet
- 110 personnes parmi les équipes prestataires & sous-traitantes
- 40 personnes de l'asbl Bravo et des équipes de propreté
- 220 Chalets de commerçants et artisans
- 2 millions de visiteurs d'une moyenne d'âge de 37 ans
- 50 % de Bruxellois, 33 % de visiteurs belges hors Bruxelles et 17,5 % de touristes étrangers
- Une grande majorité des visiteurs (35 %) passent entre 2h et 4h sur le site
- 41 % des visiteurs dépensent plus de 20 € sur le site
- La restauration et le marché de Noël sont les attractions phares de Plaisirs d'hiver (données 2006)
- Budget total: € 1,6 millions dont dotation publique : 500.000 €

Art Brussels (avril)

Événement privé mais dont le retentissement national et international est grandissant. Les données suivantes sont issues d'une étude d'étudiants de la Solvay Business School dans le cadre de leur séminaire d'économie d'entreprises³.

³ Séminaire du Prof. JP Thiebaut, juin 2008

- Coût total : 2 millions €
- Ventes estimées à 16.466.000 €
- Quelque 35.000 visiteurs
- 25 % de visiteurs étrangers + 50 % galeristes étrangers
- Estimation des retombées économiques en nuitées : 580.000 €
- Estimation des retombées pour achat de souvenirs : 120.000 € + 188.000€ en shopping⁴
- Total des retombées économiques de l'événement : 20.560.000 €
- Total des retombées économiques sans achat d'œuvres art : 4.094.000 €

La Fête de l'iris (Mai)

La Fête de l'Iris, célèbre la Région Bruxelloise. Elle se présente sous forme d'une grande fête populaire dans les rues de Bruxelles, et des concerts sur la Place des Palais. Elle rassemble quelque 70.000 personnes en un week-end, pour un budget de 400.000 euros. Une vingtaine de commerces y sont associés.

Formation et mise à l'emploi : le projet pilote de « Rock the City »

Le développement et l'extension de ces dispositifs événementiels – avec notamment une série d'actions récurrentes – a poussé les pouvoirs publics à créer un organe-relais pour la mise à l'emploi de jeunes dans ces différentes structures événementielles, en leur proposant une formation ciblée, couplée à une expérience professionnelle.

Au mois de juin 2012, la Ville de Bruxelles, les Missions Locales pour l'Emploi de la Ville et de Molenbeek, l'asbl L.E.S (Lutte contre l'Exclusion Sociale), les CPAS des deux communes ainsi que la Foire Internationale de Bruxelles se sont associés pour créer ROCK THE CITY asbl dont la mission principale est l'insertion socioprofessionnelle de demandeurs d'emploi dans les secteurs de l'horeca, de la culture et du tourisme.

Le secteur événementiel touche à de nombreux métiers nécessitant de développer des compétences dans les secteurs de :

- la logistique (menuiserie, électricité, manutention de charges, utilisation de chariots élévateurs, gestion de stock) ;
- la communication et le relationnel (stewards, accueil du public, gestion de conflits, notions de base en néerlandais et anglais) ;
- l'horeca (hygiène alimentaire, service au bar, travail en salle) ;
- la sécurité (sécurité sur chantier, premiers secours, prévention incendie).

Les divers événements organisés à Bruxelles donnent l'opportunité de mettre en pratique l'ensemble des acquis théoriques.

⁴ Une analyse des activités cartes de crédit révèle une retombée économique dans 3 secteurs : vêtements adultes, pralines et hôtels.

L'association Rock the City peut :

- organiser des formations en vue de promouvoir l'insertion professionnelle et la mise à l'emploi durable des chômeurs et plus particulièrement des chômeurs de longue durée, peu qualifiés, des jeunes et des personnes aidées par les CPAS de Bruxelles et Molenbeek-St-Jean ;
- apporter un support logistique et technique aux spectacles et événements organisés sur le territoire de la Région de Bruxelles-Capitale et assurer la gestion, l'entretien et le stockage du matériel utilisé.

Parallèlement aux aspects logistiques, formation-insertion et mise à l'emploi, il est prévu, à terme, de créer une activité d'économie sociale en lien avec les événements organisés, tel que le stockage, le lavage et le conditionnement des gobelets réutilisables mis en place lors de tous les événements dans un souci d'écologie et de développement durable.

L'asbl propose également un service de jobistes (étudiants ou autre) aux diverses structures événementielles de la Région bruxelloise.

En 2011, les événements et manifestations suivants ont nécessité l'engagement de 750 personnes pour des missions de durées diverses et pour un total de 62.357 heures de travail.

Museum Night Fever
Brussels Mania
Wide Gallery
Brussels Meetings Week
BIFFF
Tuthankhamun
Fête du Progrès
Fête de l'Iris
Diversity
Euroferia
Taratata
Bruxelles Les Bains
Brussel Summer Festival
Fête de la BD
Fête de la Communauté française
Crazy Horse
Fête des Enfants
Plaisirs d'Hiver

Cette asbl a pour but de s'étendre peu à peu aux communes qui le souhaitent.

3. Propositions concrètes :

Voici quelques idées concrètes permettant de faire fructifier le secteur événementiel à Bruxelles.

Industrialiser le secteur de l'événement

Au Québec, les grands événements sont regroupés dans un organisme de coupelle baptisé le REMI pour Regroupement des Evénements Majeurs Internationaux. Cet organe sert de fédération des organisateurs d'événements.

L'exemple québécois a ceci d'intéressant qu'il industrialise le secteur de l'événementiel : sa valeur est donc reconnue socialement et politiquement.

Ainsi, le retour sur investissement des différents événements pour le tissu économique local sont collationnés chaque année et rendus publics.

Un tel regroupement des organisateurs d'événements au niveau fédéral belge pourrait contribuer à professionnaliser le secteur (tous les événements récurrents annuels, festifs, avec un minimum de visiteurs et un budget minimum), l'aider à développer son image positive auprès de la population et des demandeurs d'emploi, notamment.

A ce titre, les structures événementielles de la Ville et de la Région ont travaillé en proche collaboration avec l'IHECS (Institut des Hautes Etudes des Communications Sociales) pour développer une nouvelle filière de formation en «Management d'événements », toujours dans l'objectif de professionnaliser les acteurs du secteur.

Investir dans l'offre culturelle 'Grand Public'

La venue à Bruxelles de grandes expositions grand public internationales et itinérantes s'est avérée concluante. Aucun partenaire privé n'ayant jamais osé se lancer dans l'aventure de la co-production, les pouvoirs publics ont pris ce risque, d'abord en co-produisant l'exposition « *Toutankhamon, son tombeau, ses trésors* » au palais 2 du Heysel. Cette exposition a attiré 300.000 visiteurs en 6 mois et permis l'engagement de quelque 20 personnes.

L'expérience a ensuite pu être renouvelée dans le Palais de la Bourse, avec l'exposition « Terracotta Army » (70.000 visiteurs – 9 jobs) et Da Vinci The Genius (en cours).

Ces expériences méritent d'être répétées car elles ont un succès populaire, elles contribuent à renforcer l'offre culturelle et touristique et créent de l'emploi local.

Créer une plateforme publique de formation et mise à l'emploi ambitieuse

A l'instar du système des titres-services, qui permet d'offrir à des demandeurs d'emploi un contrat à durée indéterminée en effectuant des services auprès de particuliers différents, le secteur des grands événements requiert de la main d'œuvre spécifique sur des courtes durées. Une meilleure coordination de l'offre permettrait de proposer des emplois plus stables, principalement à des jeunes peu qualifiés alors que certaines périodes peuvent être mises à profit afin de développer la formation technique.

Ainsi, le projet pilote de Rock the City explicité plus haut mérite d'être étendu. Des collaborations peuvent être développées avec les écoles secondaires de type professionnel, voire avec des hautes écoles spécialisées dans le tourisme et l'événementiel.

Des antennes locales peuvent être développées à l'échelon communal, avec l'aide des structures d'aide à l'emploi existantes telles que, par exemple, les Missions Locales pour l'Emploi.

Créer un fonds de promotion pour attirer les projets

L'exemple du fonds de soutien à tous les congrès scientifiques cité plus haut peut être étendu afin d'attirer des expositions, événements ou autres projets susceptibles de développer l'attraction touristique de Bruxelles.

Afin de promouvoir la recherche à Bruxelles et développer l'image de la capitale comme un véritable pôle scientifique, le fonds bruxellois de soutien et de garantie des congrès scientifiques fournit une aide financière aux réunions se déroulant sur le territoire de la Région. Ces réunions doivent rassembler au moins 50 personnes, inclure la participation de scientifiques d'au moins trois nationalités différentes et passant au moins une nuit à Bruxelles. Le fonds vise à subsidier la participation internationale des congrès, sponsoriser certains postes du budget, garantir les organisateurs contre les risques financiers et/ou à préfinancer certains aspects liés à l'organisation de ces congrès.

Le fonds a été conjointement soutenu par la Ville et la Région sur une base de 50/50. En fonction des thématiques des congrès, des partenaires privés, structurels ou occasionnels sont recherchés afin de progressivement accroître les moyens du fonds. VisitBrussels est en charge de la gestion de ce fonds.

Le retour sur investissement strictement économique (ROI) de ce fonds égalera, à terme, 9 euros pour chaque euro investi. La création du fonds représente donc un investissement qui permettra, avec des moyens relativement limités, de stimuler deux pôles de développement majeurs de notre économie : les sciences et le tourisme.

« Tax Shelter » pour l'événementiel

Dans le même ordre d'idées, le système de « Tax Shelter » qui propose un incitant fiscal pour tout montant investi dans une production audiovisuelle pourrait être étendu aux secteurs de l'événementiel et des expositions afin d'inciter les investissements dans ce secteur à Bruxelles et placer Bruxelles aux devants de la scène des grands événements et expositions. L'exemple du secteur audiovisuel nous démontre l'important développement que cela a engendré pour ce secteur, également en termes d'emplois.

Propositions de financement

La secteur a ceci de particulier qu'il peut générer lui-même ses moyens de financement. Les hôtels paient, en effet, une taxe communale par nuitée (en fonction de leur catégorie d'étoiles).

A l'occasion de la régionalisation du Tourisme – prévue dans la dernière réforme de l'Etat, cette « city tax » pourrait être régionalisée. Le secteur hôtelier en est demandeur afin d'éviter les disparités de tarifs entre les communes. Un système de dédouanement des communes doit être imaginé afin de préserver leur équilibre financier et de rapatrier les city taxes de tous les hôtels bruxellois au niveau d'un fonds de promotion du tourisme.

Les montants ainsi dégagés pourraient servir de financement à l'ensemble de la politique touristique régionale. Ainsi, le secteur du tourisme bruxellois pourrait s'autofinancer, créant une émulation positive qui contribuerait également à fédérer tous les acteurs autour d'un projet commun : augmenter le nombre de visiteurs à Bruxelles.

4. Synthèse :

Le secteur des événements grand public a un triple impact majeur pour la société : tout d'abord, il crée un impact économique direct non négligeable pour le tissu économique local tout en permettant de développer l'emploi local, notamment pour des jeunes peu qualifiés. De plus, l'impact social est également à considérer puisque l'offre de loisirs ainsi créée bénéficie à la population locale, contribue à la cohésion sociale ainsi qu'à la fierté d'appartenance à une collectivité.

Finalement, l'impact sur le développement de l'image internationale d'une ville dynamique contribue à faire augmenter le nombre de visiteurs extérieurs.

La corrélation directe entre l'augmentation du nombre de visiteurs et l'augmentation de l'emploi dans le secteur est avérée.

Cette constatation doit pousser les pouvoirs publics locaux à développer l'offre culturelle et de loisirs tels que les événements urbains et à investir dans des organes pour l'appui logistique de l'organisation de ceux-ci.

Ce contexte positif peut servir de levier dans la création de plateformes transversales à tous les événements urbains et développant la formation, la mise à l'emploi, mais également le contact avec le monde économique et politique.