

Succès pour la Bourse, rendue depuis peu aux Bruxellois

L'Echo – Pauline Deglume - 10 janvier 2024

La Bourse de Bruxelles rouvre au public, après trois ans de lourds travaux de rénovation, et avec, entre autres, un musée dédié à la bière et un rooftop à quelques pas de la Grand-Place.

Extraits – article complet pour les lecteurs inscrits gratuitement à L'Echo.

https://www.lecho.be/economie-politique/belgique/bruxelles/succes-pour-la-bourse-rendue-depuis-peu-aux-bruxellois/10518070?utm_source=SIM&utm_medium=email&utm_campaign=20240110_TODAY_MORNING_FR_&utm_content=&utm_term=&M_BT=1471970236531

Selon les premières estimations, 200.000 personnes ont traversé la Bourse, entièrement rénovée et ouverte au public depuis le mois de septembre.

Les marches de la Bourse ont toujours été un lieu de ralliement pour les Bruxellois. Inaccessibles durant la réhabilitation du bâtiment, celles-ci ont retrouvé leur fonction naturelle. Pendant les Plaisirs d'Hiver, bon nombre de visiteurs s'y sont assis pour une petite pause ou pour déguster les victuailles dégotées dans l'un des chalets du marché de Noël. La Bourse, magnifiquement rénovée et ouverte à tous depuis le mois de septembre, a également fait le plein.

À l'intérieur, c'est The Brasserie qui rencontre un succès de dingue depuis [la parution d'un article faisant l'éloge de son américain "affolant" comptant parmi les meilleurs de la capitale](#). "Le restaurant qui a ouvert un peu plus tard que le bâtiment comptabilise déjà plus de 900 réservations, sans compter tous les gens qui viennent spontanément. **La brasserie a même déjà ses habitués. Cela attire vraiment les Bruxellois, ce qui était vraiment notre objectif**", se réjouit Nel Vandevannet.

Pour la directrice de la Régie communale autonome (RCA) Bourse/Beurs, il est déjà l'heure de dresser le bilan de l'année écoulée, même s'il ne porte que sur trois mois et demi d'activités. **Sur base de comptes et des signaux émis par les téléphones, on nous assure qu'environ 200.000 personnes sont passées dans la Bourse.** "Cela démontre l'importance de cet espace public", estime Nel Vandevannet qui rappelle que le projet, souvent réduit au seul musée de la bière situé aux étages, consistait aussi et surtout à **restaurer un bâtiment emblématique et à le "rendre aux Bruxellois"**.

À l'entendre, c'est d'ores et déjà un pari réussi puisque **des événements divers et variés y ont déjà pris place spontanément**. Parmi ceux-ci, elle cite notamment l'exposition de portraits de personnes sans-abri organisée par le Samusocial, la grande soirée anniversaire des Snuls ou encore le retrait des dossards par les coureurs de la Manneken-Pis Corrida. Tout récemment, c'est la danseuse Jeny

Bosenge qui est venue y tourner un clip qui sera sans doute bientôt diffusé auprès de ses très nombreux followers.

Plan marketing

Du côté du Belgian Beer World, on assiste plutôt à **un démarrage en douceur avec 36.000 visiteurs depuis l'ouverture**. Pour l'heure, le réseau de la centaine de brasseurs adhérents à cette aventure muséale n'a pas encore été activé. "Cela nous a permis de rester en dessous des radars pour régler toutes les maladies de jeunesse", indique Krishan Maudgal, le directeur de la Fédération des Brasseurs.

Selon lui, les retours des premiers visiteurs étaient toutefois très positifs. "Il y a le parcours scénographique autour de la culture de la bière et de son histoire et puis la découverte du bâtiment qui se dévoile sur plusieurs niveaux durant la visite, avec en point d'orgue la dégustation sur la terrasse panoramique. **Les gens sont agréablement surpris par cette double découverte, immatérielle et matérielle.**"

L'objectif de fréquentation du Belgian Beer World en 2024.

En 2024, ce dernier espère convaincre la moitié des personnes de passage dans la Bourse de visiter le musée de la bière, **soit environ 300.000 visiteurs**. Pour ce faire, tout un plan marketing a été mis sur pied. **À l'instar de ce que fait l'Atomium, il est aussi question de négocier des contrats avec des tour-opérateurs**. Et en ce début d'année, le Belgian Beer World sera intégré au Museum Pass et à la Brussels Card.

Alors que certaines petites brasseries bruxelloises avaient critiqué le projet qu'elles ne jugeaient pas suffisamment inclusif, Krishan Maudgal rappelle que le but est de faire rayonner la bière belge à l'international, sans mettre l'une ou l'autre marque ou région plus en avant. **Deux brasseries de la capitale, Brussels Beer Project et Topsy Tribe, pourraient selon lui bientôt rejoindre l'initiative.**