

**Question n° 5 de M. Sidi Mohamed
BENZAOUIA du 26 août 2025**

À l'été 2025, Bruxelles a déployé l'opération "Brussels in Pink", mettant en avant les sculptures de Philippe Katerine installées dans les artères commerçantes du centre-ville. Officiellement, l'objectif affiché est la redynamisation du commerce local. Mais derrière le vernis culturel, il s'agit avant tout d'une opération de promotion touristique et de marketing urbain, financée par l'argent des contribuables.

Aucune véritable consultation citoyenne n'a été menée, alors que ce type d'initiative transforme profondément l'espace public et son usage. Sous couvert d'art, la Ville accentue la marchandisation de nos rues, en sacrifiant des priorités sociales et écologiques à l'autel de "l'attractivité". Cette logique s'inscrit dans un processus de touristification qui réduit Bruxelles à un simple décor Instagram, au détriment de ses habitants.

Mes questions sont donc :

- Quel est le coût total de l'opération "Brussels in Pink" pour les finances publiques de la Ville ?
- Quels postes budgétaires ont été mobilisés pour financer ce projet (culture, commerce, tourisme, communication...) ?
- Quels critères guident la sélection de ce type de projets artistico-touristiques ?

Je vous remercie pour vos réponses.

Réponse du Collège :

Nous vous remercions pour votre question et votre intérêt pour l'exposition "Brussels in Pink".

Il s'agit en réalité d'une initiative de l'échevinat Affaires économiques et Commerce. "Brussels in Pink" constitue en effet un parcours artistique en plein air, s'inscrivant dans le cadre du "Enjoy the City", un programme d'activités variées visant à mettre en valeur Bruxelles et ses différents quartiers commerçants.

**Vraag nr. 5 van dhr. Sidi Mohamed
BENZAOUIA dd. 26 augustus 2025 (Vertaling)**

In de zomer van 2025 lanceerde Brussel de operatie "Brussels in Pink", waarbij de sculpturen van Philippe Katerine in de winkelstraten van het stadscentrum in de schijnwerpers werden gezet. Officieel was het doel om de lokale handel nieuw leven in te blazen. Maar achter het culturele vernis gaat het vooral om een toeristische promotie- en stadsmarketingcampagne, gefinancierd met belastinggeld.

Er is geen echte burgeroverleg geweest, terwijl dit soort initiatieven de openbare ruimte en het gebruik ervan ingrijpend veranderen. Onder het mom van kunst versterkt de Stad de commercialisering van onze straten en offert ze sociale en ecologische prioriteiten op aan de altaren van de "aantrekkelijkheid". Deze logica past in een proces van touristificatie dat Brussel reduceert tot een eenvoudig Instagram-decor, ten koste van de inwoners.

Mijn vragen zijn aldus:

- Wat is de totale kostprijs van de operatie "Brussels in Pink" voor de openbare financiën van de Stad?
- Welke begrotingsposten werden aangesproken om dit project te financieren (cultuur, handel, toerisme, communicatie...)?
- Welke criteria liggen ten grondslag aan de selectie van dit soort artistiek-toeristische projecten?

Ik dank u voor uw antwoorden.

Antwoord van het College :

Wij danken u voor uw vraag en uw interesse voor de tentoonstelling "Brussels in Pink".

Het gaat in werkelijkheid om een initiatief van het schepenenamt Economische Zaken en Handel. "Brussels in Pink" is immers een artistiek parcours in openlucht, dat kadert binnen "Enjoy the City", een programma met uiteenlopende activiteiten die Brussel en zijn verschillende winkelwijken in de kijker zetten.

Philippe Katerine, étant un artiste multi-facette, connu au niveau international, organiser cette opération en s'appuyant sur sa notoriété nous est directement apparu comme une belle opportunité. Ses sculptures monumentales et rose bonbon *Monsieur Rose* ont transformé, pendant 3 mois, les rues commerçantes en musée à ciel ouvert : les rues du Pentagone, de la Grand-place à la rue Haute, en passant par les Galeries Ravenstein.

En rendant les quartiers commerçants plus attractifs, en incitant à la déambulation et à la curiosité, ce parcours artistique a contribué concrètement à soutenir le commerce local et à redonner de la visibilité aux enseignes du centre-ville.

C'est en fonction de ces différents critères et atouts que ce choix s'est effectué.

Concernant le coût total de l'opération, il s'agit d'une dépense de 100.000,00 EUR issu du budget 'Commerce' via l'opérateur de la Ville *Brussels Major Events* (BME).

Cette enveloppe budgétaire intègre l'ensemble des coûts de cette action :

- La partie artistique liée aux œuvres proprement dites ;
- Le transport ;
- Les assurances ;
- La manutention ;
- Le cout de fabrication ;
- Les coûts logistiques et techniques pour l'installation et l'entretien ;
- La communication autour de l'action ;
- Etc.

BME travaille régulièrement sur nos actions de soutien aux commerces situés sur le territoire de notre commune.

Ce budget est en ligne avec les pratiques du métier, en Belgique et en Europe. Il y a en effet lieu de tenir compte de toutes les retombées marketing importantes issues d'une opération de ce type. "*Brussels in Pink*" a fait l'objet d'une très large couverture médiatique (presse écrite et télévisée) et sur les réseaux sociaux. L'impact pour la Ville en termes d'images et de retombées économiques (tourisme, horeca, commerce, etc.) représente un bonus énorme et à long terme, sans doute de très loin supérieur au coût de l'opération. C'est donc davantage en termes de 'retour sur investissement' qu'il faut envisager la question.

Philippe Katerine, een veelzijdige kunstenaar met internationale bekendheid, bij deze actie betrekken door zijn faam te benutten, leek ons meteen een mooie opportuniteit. Zijn monumentale, suikerspinroze sculpturen "*Monsieur Rose*" hebben gedurende drie maanden de winkelstraten omgevormd tot een openluchtmuseum: van de straten van de Vijfhoek, van de Grote Markt tot de Hoogstraat, langs de Ravensteingalerijen.

Door de winkelwijken aantrekkelijker te maken, aan te zetten tot flaneren en nieuwsgierigheid op te wekken, heeft dit artistieke parcours concreet bijgedragen tot de ondersteuning van de lokale handel en tot het vergroten van de zichtbaarheid van de handelszaken in het stadscentrum.

Het is op basis van deze verschillende criteria en troeven dat deze keuze gemaakt werd.

Wat de totale kost van de operatie betreft, gaat het om een uitgave van 100.000,00 EUR, afkomstig uit de begroting 'Handel' via de stedelijke operator *Brussels Major Events* (BME).

Deze begroting omvat alle kosten van deze actie:

- Het artistieke luik dat rechtstreeks met de werken te maken heeft ;
- Het transport ;
- De verzekeringen ;
- De behandeling en plaatsing ;
- De productiekosten ;
- De logistieke en technische kosten voor installatie en onderhoud ;
- De communicatie rond de actie ;
- Etc.

BME werkt regelmatig mee aan onze acties ter ondersteuning van de handelszaken op het grondgebied van onze gemeente.

Deze begroting is in lijn met de gangbare praktijken in België en Europa. Er dient immers rekening gehouden te worden met de belangrijke marketingopbrengsten van een dergelijke operatie. "*Brussels in Pink*" genoot van een zeer ruime media-dekking (geschreven pers en televisie) en op de sociale netwerken. De impact voor de Stad in termen van imago en economische return (toerisme, horeca, handel, enz.) vertegenwoordigt een enorme en langdurige bonus, ongetwijfeld veel groter dan de kostprijs van de operatie. De kwestie moet dus vooral bekeken worden in termen van 'return on investment'.
