"Met het Agence Digitale Solidaire zetten we een echte win-win situatie op", vervolgt Charlotte Creplet. "Ondernemers of winkeliers die gedesoriënteerd zijn door de Covid-19-crisis kunnen gratis hulp krijgen om een nieuwe dienst te lanceren of hun bedrijf te heroverwegen en tegelijkertijd kunnen de jonge Skillsfactory-marketeers hen vrijwillig helpen hun cv's en portfolio's te verrijken, waardoor ze misschien hun eerste klanten kunnen vinden."

Zo heeft de Agence Digitale Solidaire een speelgoedwinkel digitaal laten gaan en een kapsalon opnieuw uitgevonden dat nu haar klanten 'workshops op afstand' aanbiedt, en dit natuurlijk ondersteund door adequate promotie. Maar dit initiatief is niet het enige dat creatieve solidariteit in de digitale arena bepleit. Ook in Luik besloot een bureau gespecialiseerd in digitale communicatie om zijn expertise gratis ten dienste te stellen van de horeca voor de thuisbezorging van maaltijden en om hen te helpen zich te onderscheiden van de massa met relevante en gerichte communicatie om de crisis te overleven.

Een andere digitale actie, deze keer gelanceerd door de brouwer Alken-Maes ter ondersteuning van cafés en restaurants die het slachtoffer zijn van de lockdown: het Café Solidair, waar klanten worden uitgenodigd om vandaag te betalen voor de bieren die ze zullen consumeren wanneer een café van Maes of Cristal (de twee merken pilsbieren van de brouwerijgroep) opnieuw opent. Na een betaling op de website www.cafesolidair.be ontvangt de klant een 'bon voor x aantal biertjes' in zijn favoriete kroeg, terwijl de eigenaar vers geld heeft om hem door deze periode van gedwongen werkloosheid heen te helpen. Alken-Maes van zijn kant maakt ook een commercieel gebaar door de eerste 400 biertjes aan te bieden aan elke café of brasserie die deelneemt aan de actie. ■

En er zijn nog veel meer solidariteitsacties zoals Lockdown? Standup! van de zakenkrant De Tijd. Op de website van De Tijd worden onder dit thema de talloze onbaatzuchtige initiatieven van ondernemers voor ondernemers gepubliceerd. De projecten trekken de Belgische kaart. Kaabee.be is een belangeloos project en een nieuw platform dat 100% Belgische webshops per categorie oplijst. Het platform telt momenteel meer dan 600 aanmeldingen. Kaabee dat in de steigers werd gezet door Boris Landuyt, was diens snelle antwoord op de oproep van 26 CEO's van Belgische bedrijven om de Belgische economie te steunen en meer lokaal te kopen om Belgische bedrijven er weer bovenop te helpen.

Kooplokaalensteun.be dat door Cronos werd gelanceerd, verzamelt eveneens Belgische webshops. Op lokaalonline.be kunnen dan weer lokale handelaars hun eigen producten aanbieden zonder te moeten investeren in een eigen webshop. Op Wijkopenlokaal.be is de boodschap al even duidelijk: koop bij een Belgische webwinkel. Help-coronavirus.be is een 'matching' platform dat iedereen die hulp wil aanbieden in verbinding wil stellen met iedereen die hulp zoekt.

Drukkerij Zwartopwit schenkt gratis foto's aan woonzorgcentra

Familie van bewoners van woonzorgcentra konden in volle lockdownperiode toen er geen bezoek werd toegelaten, online foto's opsturen naar Drukkerij Zwartopwit. Zwartopwit drukte ze af op groot formaat en bezorgde ze aan de woonzorgcentra.

In het filmpje (https://atv.be/nieuws/fotos-als-cadeautje-voor-eenzame-ouderen-98416) van de Antwerpse regionale televisiezender ATV is te zien hoe Manu Lemeur, directeur van Drukkerij Zwartopwit uit Herenthout, de foto's overhandigt aan woonzorgcentrum Vinck-Heymans in Antwerpen. Drukkerij Zwartopwit doneert gratis foto's aan zo'n 70 woonzorgcentra. Het gaat om foto's van familieleden van de bewoners, van kleinkinderen en achterkleinkinderen die zijn geboren tijdens de coronacrisis, posters met een combinatie van foto's, vakantiefoto's die thuis zijn genomen, enz. Drukkerij Zwartopwit wil op die manier familieleden helpen hun verhalen te delen met de bewoners van de woonzorgcentra.

De gratis aangeboden hulp onder Lockdown? Standup! is zeer divers: van ondersteuning op het vlak van digitale marketing, over e-learning tot rechten HR-gerelateerde topics. Een kleine greep uit het aanbod. Group Van Damme biedt ondernemers drie gratis animaties aan om op sociale media te posten. GrowForce geeft een cursus over de grondbeginselen van growth marketing. Het marketingagentschap Walkie Talkie heeft een COVID-19 hotline voor actuele pr-dilemma's. Digitaal agentschap Jane's Hotline geeft digitaal advies aan KMO's. Google Digitaal Atelier geeft gratis online groepscoaching over onderwerpen die betrekking hebben op de bekende zoekmachine; enz. En ook in de lokale gratis pers wordt de waarde gepromoot van de korte ketenverkoop die via lokale producenten verloopt. Vaak gaat het dan om de verkoop van producten van landbouwers en andere ambachtelijke producenten. Met de initiatieven worden producenten en klanten met mekaar in contact gebracht en afhaalmomenten en thuisleveringen georganiseerd. Het mag duidelijk zijn: de coronacrisis heeft heel wat engagement en plaatselijke solidariteit in beweging gezet. *(A.V.)* ■