

De terugkeer van de solidariteit

Gilles Quoistiaux, Frédéric Bréban, Trends-Tendances |

In het hele land nemen de solidariteitsinitiatieven toe. Bedrijven spelen een grote rol in deze brede beweging. Ze mobiliseren tijd, geld en middelen om de verspreiding van het virus tegen te gaan en elkaar te helpen.

Het is een nieuw ritueel. Elke avond om 20 uur staan de Belgen aan het raam om te applaudisseren en het gezondheidspersoneel, dat in de frontlinie staat, aan te moedigen. Deze zeer populaire actie is een zichtbare, zij het symbolische, manifestatie van de solidariteitsbeweging die momenteel ons land doorkruist.

Individueel, verenigingen, overheden en bedrijven mobiliseren zich om deze beproeving te doorstaan. In de economische sector zijn er talloze solidariteitsinitiatieven. Starters, KMO's, grote ondernemingen en multinationals zetten hun vindingrijkheid in en zetten wederzijdse hulpprojecten op. "We ontvangen veel berichten van bedrijven die vol ideeën zitten", legt Olivier de Wasseige, directeur van de Union Wallonne des Entreprises (UWE), uit. "Vandaag willen deze bedrijven een actie lanceren, maar ze vinden niet altijd de weg om het te laten gebeuren. We hebben besloten om de projecten

te centraliseren op onze website om ze meer zichtbaarheid en impact te geven." (<https://www.uwe.be/coronavirus/solidarite-uwe/>)

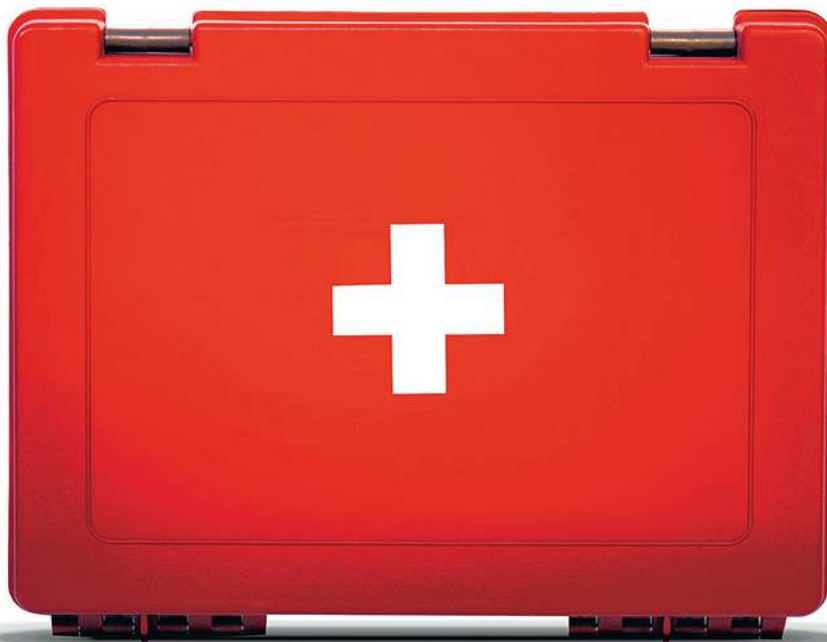
Terwijl grote bedrijven en het weefsel van de KMO's aan dek zijn, zitten jongere bedrijven niet op het balkon. Ook start-ups tonen creativiteit en solidariteit. Tientallen starters

van de starters, en benadrukt deze solidariteitsinitiatieven die erop gericht zijn de medische sector te helpen, de horeca te ondersteunen, telewerken of afstandsonderwijs te vergemakkelijken: <https://www.startupvie.co> (Grafisch Nieuws: ook het bekende start-upplatform start-it@KBC heeft op zijn website de corona-initiatieven van zijn

Onze community helpt u gratis bij uw digitale promotie. Op de website zet het Agence Digitale Solidaire (<https://agencedigitalesolidaire.org>) onmiddellijk de toon en nodigt het winkeliers uit om de 'zwarte zwaan' af te weren door te profiteren van de gratis expertise. "Deze Covid-19-crisis heeft een menselijke impact op ons gehad en we wilden onze persoonlijke

bijdrage leveren, terwijl we onze studenten ondersteunden bij het leren van hun vak", legt Charlotte Creplet uit die samen met haar partner Nicolas Hubin, de drijvende kracht achter het project is. Beiden zijn experts in digitale marketing binnen hun eigen bureau Clyde en Bonnie. De twee partners maken ook deel uit van het Skillsfactory team, een opleidingscentrum dat iedereen helpt om de digitale vaardigheden te verwerven die

essentieel zijn voor de hedendaagse marketing, of het nu gaat om het stimuleren van hun carrière of om het ontwikkelen van hun eigen bedrijf.



verzamelen momenteel hun projecten op StartupXCovid19. Dit platform is gecreëerd door StartupVie, een nieuw online medium gewijd aan de wereld

leden gebundeld en geeft tips & tricks).

"U bent een ondernemer en u maakt zich zorgen over coronavirus-gerelateerde maatregelen?

KIEZEN VOOR EEN BELGISCHE DRUKKERIJ IS **MEER...**

- **MEER JOBS IN DE REGIO.**

Zoek niet verder en besteed je drukwerk niet uit aan het buitenland. Door voor Drukkerij Moderna te kiezen, wordt er namelijk Belgische werkgelegenheid gecreëerd en dat is positief voor iedereen!

- **MEER GROEI VOOR DE LOKALE ECONOMIE.**

Vandaag de dag is het meer dan ooit nodig om lokale ondernemingen te steunen en zo de Belgische economie draaiende te houden. Draag je steentje bij en zorg voor een positieve impact.

- **MEER VOORUITGANG VOOR HET MILIEU.**

Verminder de ecologische voetafdruk van je producties en vermijd onnodig verre transporten door een Belgische drukkerij in te schakelen. Je kan dus rekenen op een supersnelle service!



moderna
PRINTING
WORKMANSHIP SINCE 1947

SCHOEBROEKSTRAAT 50, 3583 PAAL-BERINGEN

Meer info over ons bedrijf vind je op www.moderna.be of bel naar 011 45 01 00.

“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 Solidaire, 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.cafesolidaire.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 Wijkooplokaal.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 grondbeginnen 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.) ■