

# **BOUWSTENEN VOOR EEN KERNVERSTERKEND HANDELSBELEID**

**IN DE GEMEENTEN VAN HET BRUSSELS HOOFDSTEDELIJK GEWEST**

# **ÉLÉMENTS FONDAMENTAUX D'UNE POLITIQUE DE RENFORCEMENT DES NOYAUX COMMERCIAUX**

**DANS LES COMMUNES DE LA RÉGION DE BRUXELLES-CAPITALE**

Een initiatief van de Studiediensten van UNIZO en UCM  
Une initiative des services d'Études de l'UNIZO et de l'UCM



**VERSTERKT ONDERNEMERS**



Dit is een uitgave van  
UNIZO-Studiedienst en UCM-Studiedienst  
Willebroekkaai 37, 1000 Brussel  
Rue Colonel Bourg 123-125, 1140 Bruxelles

Auteurs: Anton Van Assche en Francine Werth  
Verantwoordelijke uitgevers:  
Johan Bortier en Christine Lhoste  
Publicatiedatum: september 2013

WD/2013.979/4



Ceci est une publication des  
Services d'Études de l'UNIZO et de l'UCM  
Quai de Willebroeck 37, 1000 Bruxelles  
Rue Colonel Bourg 123-125, 1140 Bruxelles

Auteurs: Anton Van Assche et Francine Werth  
Éditeurs responsables:  
Johan Bortier et Christine Lhoste  
Date de publication: Septembre 2013



# Inhoudsopgave

Inleiding.....	4
1. Beleidsinstrumenten in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest .....	6
1.1. Gewestelijk ontwikkelings- en bestemmingsplan.....	6
1.2. Schema handelswijkontwikkeling.....	6
1.3. Handelswijkcontracten .....	9
1.4. Het regeerakkoord 2009-2014 .....	9
2. Waar gaan UNIZO en UCM voor?.....	11
3. Bouwstenen voor een kernversterkend beleid .....	13
3.1. Het HandelsOntwikkelingsSchema verankeren.....	13
3.2. De commerciële mix .....	14
3.3. Stedenbouwkundige maatregelen .....	15
4. De buurtwinkels.....	18
4.1. De Buurtwinkel + is ook een servicepunt .....	18
4.2. De Buurtwinkel+ is dynamisch en modern .....	19
5. Investeringsfonds Handelskernversterking.....	20
5.1. Investerings voor nieuwe winkelprojecten in de binnenstad .....	20
5.2. Business Improvement District.....	21
6. Slimme fiscaliteit en steunmaatregelen.....	23
7. Een plurimodaal beleid inzake mobiliteit en bereikbaarheid van de handelskernen.....	25
7.1. Investerings voor betere bereikbaarheid van handelskernen met àlle vervoersmodi .....	25
7.2. Bijkomende en verbeterde en parkeervoorzieningen .....	26
7.3. Beleving van de handelskernen garanderen .....	27
7.4. Werven in de handelswijken .....	28
8. Veiligheid en netheid: <i>de buurt bestuurt</i> .....	30
9. Samenvatting.....	32

# Inleiding

Als UNIZO en UCM de voorkeur geven aan binnenstedelijke versterking van het handelsapparaat, is dat niet omdat ze de economische en commerciële ontwikkeling en modernisering van Brussel in de weg willen staan. UNIZO en UCM staan voor een Brussel dat voortbouwt op de kracht van de ondernemers die er aan de slag zijn. UNIZO en UCM gaan voor een stad die aantrekkelijk is, voor ondernemers en inwoners, nationaal en internationaal, gebruiksvriendelijk, vlot bereikbaar en bereikbaar voor toeristen en pendelaars. Voor een Brussel waar het in de vele centrumwijken goed wonen, werken en winkelen is. Waar leegstand en verloedering, en bijhorende onveiligheid, geen kans krijgen. Een Brussel dat gebaseerd is op levendige en veilige buurten, minder verplaatsingen, meer sociale samenhang en een betere lokale verankering van de (nationale en internationale) economische activiteiten.

Als het over grote winkelprojecten gaat, stellen UNIZO en UCM vast dat de discussie gaat over de “complementariteit met het bestaande handelsaanbod”. Maar dat is voor UNIZO en UCM een flauwe ambitie. Het criterium van de complementariteit met het bestaande handelsaanbod is onvoldoende. Het moet gaan over het potentieel om bij te dragen aan een versterking of verbetering van het bestaande. Hoe kan een nieuw winkelproject de stad en zijn ondernemers en inwoners ten dienste zijn, de levenskwaliteit en de (economische) aantrekkelijkheid verbeteren? Wat is de meerwaarde van grote projecten voor de ontwikkeling van de stad?

UNIZO en UCM zijn dus niet per definitie tegen grote winkelprojecten. Wel integendeel. Onze binnensteden bieden een enorm potentieel voor al wie commerciële zaken wil doen. Het vergt evenwel visie en inspanningen om voluit te gaan voor kernversterking. Steden als Kortrijk, Antwerpen en Luik bewijzen dat het kan. Ook in Brussel zijn er al vele voorbeelden te vinden van deze keuze: de GuldenVliesgalerij en de Anspachgalerij. Deze projecten zijn de ideale aantrekkingspolen waar de zogenaamde ‘flagshipstores’ en ‘belevingswinkels’ in de rij zullen voor staan om er zich te vestigen.

In deze nota willen UNIZO en UCM hun voorstellen<sup>1</sup> vóór een constructief winkelbeleid meegeven dat én de groei en ontwikkeling van ondernemingen in de winkelsector stimuleert én de leefbaarheid van steden verbetert.

---

<sup>1</sup> Een aantal voorstellen in dit document in verband met de inplanting van handelszaken en de werven op de openbare weg werden eveneens overgenomen in de adviezen van de Middenstandskamer van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

Volgens UNIZO en UCM is voor deze vorm van stedelijke (economische) ontwikkeling een duurzame toekomst weggelegd.

# 1. Beleidsinstrumenten in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Het handelsbeleid in Brussel wordt door enkele beleidsinstrumenten in kaart gebracht en geregeld. Hieronder de belangrijkste.

## 1.1. GEWESTELIJK ONTWIKKELINGS- EN BESTEMMINGSPLAN

Het Gewestelijk Ontwikkelingsplan (GewOP) bevat het beginsel dat de creatie van nieuwe handelspolen moet worden vermeden en dat nieuwe handelsvestigingen in de bestaande handelskernen moeten worden geconcentreerd. Het vermeldt ook dat de gespecialiseerde groothandel zich mag vestigen voor zover de bestaande handelsstructuur, de levenskwaliteit en de mobiliteit worden gevrijwaard.

Het Gewestelijk Bestemmingsplan (GBP) identificeert van zijn kant 104 linten van handelskern en 33 winkelgalerijen. De « handelskernlinten » moeten handelszaken van elke soort en omvang opnemen. De gespecialiseerde groothandel is toegelaten in de handelskernlinten, maar eveneens, onder striktere voorwaarden, in de randgebieden (gemengde gebieden, administratieve gebieden en industriegebieden).

## 1.2. SCHEMA HANDELSWIJKONTWIKKELING

Dit schema, gebaseerd op een studie in opdracht van het Gewest, voegt 2 belangrijke aspecten toe voor het beheer van het handelsapparaat in Brussel.

## DE HIËRARCHIE VAN DE HANDELSPOLEN

Onderstaande hiërarchie wordt voorgesteld, samen met een aantal initiatieven voor de verdere ontwikkeling van elke van deze handelspolen, in functie van de plaats in de hiërarchie.

- ✓ De **gewestelijke** en **boven gewestelijke polen**: De stedelijke polen (algemeen of gespecialiseerd) en de polen met een voorstedelijke of decentrale planning (gewestelijke shoppingcentera).
- ✓ De **complementaire** polen: handelspolen met een bovengemeentelijke uitstraling.
- ✓ De **tussenpolen**: handelspolen met een beperkter aantrekkingsgebied (voldoende aantal handelszaken (minstens 100) maar geen volledig aanbod op kwalitatief vlak.
- ✓ De **specifieke** polen: van verschillende aard gaande van handelspolen met een uitstraling beperkt tot de omliggende wijken); **verbindingspolen** (ligging op de grote verkeersassen), **toerismepolen** (bestemd voor vrijetijdsbesteding en/of voor een toeristisch cliënteel en zijn gelegen in het hyper-centrum), en **transitpolen** (gelegen nabij of in de stations), of groothandelspolen.

In de studie wordt onderstaande indeling vermeld:

Pôle régionale	Pôle complémentaire	Pôle relais
1 Waterloolaan	1 Baljuw-Vleurgat	1 Georges Henrilaan
2 Stadscentrum	2 Basilix SC	2 Carrefour Oudergem
3 Marollen	3 Kerkhof van Elsene	3 Ninoofsesteenweg
4 Naamse Poort	4 Cora Anderlecht	4 Waterloosesteenweg
5 Louizawijk	5 Dansaert-Orts	5 De Wand
6 Brabantsestraat	6 Fort Jaco	6 Helmet
7 Zavel	7 La Bascule	7 Maria-Christina
8 Westland SC	8 Jacht	8 Spiegel
9 Woluwe SC	9 Lemonnier-Anspach	9 Molenbeek Centrum
	10 Grasmart	10 Keymplein
	11 Dumonplein	11 Sint-Joostplein
	12 Tongerenstraat	12 Vanderkindereplein
	13 Gulden Vlies	13 Sint-Gilis – Drie hoekse
	14 Ukkel Centrum	14 Groene Jager
	15 Wayez	15 Vivier d'Oie
		16 Wavre-Arsenal

## EEN STRATEGIE GERICHT OP DE VERSTERKING VAN DE BESTAANDE POLEN

### De strategie bestaat uit:

- ✓ Kwalitatieve versterking van het bestaande aanbod.
- ✓ Specialisering van de handelspolen naar een specifiek klantensegment toe.
- ✓ Versterking van de identiteit van de verschillende handelspolen.
- ✓ Ontwikkeling van nieuwe projecten op voorwaarde dat ze aan de volgende voorwaarden voldoen:
  - Een kleine omvang hebben die geschikt is om het bestaande aanbod te versterken via de uitbouw van commerciële locomotieven en /of een versterkte specialisatie van de pool.
  - Bruggen slaan tussen de bestaande polen.
  - Openstaan naar de handelspolen toe.
  - Mogelijkheden bieden voor de ontwikkeling van een parkeeraanbod voor de klanten van de handelspool.

Uit de verspreiding van de handelspolen in het BHG, kan men afleiden dat er een tekort aan handelsoportunities in deze Noordrand van Brussel is. Deze vaststelling wordt dan als oorzaak genoemd van het feit dat er een deficit is van het aantal klanten die vanuit Vlaanderen naar de noordrand van Brussel komen, ten opzichte van het aantal Walen dat naar de zuidrand komt. Deze redenering klopt echter volgens UNIZO en UCM niet. Uit een enquête van de Middenstandkamer (2008) blijkt dat de klanten uit Vlaanderen zeer vlot de weg vinden naar de centra City 2, Woluwe en Westland.

En dat diegenen die niet naar Brussel komen, dat niet doen omdat:

- ✓ Ze ontevreden zijn over het gebrekkig Nederlandstalig onthaal.
- ✓ Ze voldoende shoppingmogelijkheden hebben in Leuven, Vilvoorde Asse, Aalst, Mechelen,....
- ✓ Ze de 'weg' niet vinden in de grote shoppingmogelijkheden in de Brusselse binnenstad – m.a.w. de leesbaarheid van de Brusselse binnenstad is te beperkt.
- ✓ Ze veiligheid en netheid niet positief percipiëren.

Klanten geven niet aan dat de shoppingmogelijkheden te verafgelegen zouden zijn, of moeilijk bereikbaar.



### 1.3. HANDELSWIJKCONTRACTEN

In 2001 maakte de Brusselse Regering middelen vrij voor 15 handelskerncontracten om de heropleving van vervallen handelskernen te realiseren. In 2005 wordt het beheer van deze contracten ondergebracht in een gewestelijke structuur Atrium die 27 handelswijkcontracten beheert via antennes in de verschillende gemeenten. Deze samenwerking tussen gemeenten en Gewest beperkt zich niet enkel tot het herwaarderen van achtergestelde (handels)wijken, maar heeft ook volgende doelstellingen:

- ✓ Stimuleren van activiteiten.
- ✓ Inrichting van de ruimte en toegankelijkheid.
- ✓ Sfeer en aantrekkelijkheid.

Dit vertaalt zich in acties zoals de aantrekking van merken en het opstellen van de Prospectieve schema's voor verschillende handelswijken.

In 2011 wordt de herstructurering van het Gewestelijk Handelsagentschap 'Atrium' aangekondigd. Voortaan zal het Agentschap activiteiten kunnen ontplooiën over het hele grondgebied van het Gewest en niet enkel in de RVOHS (Ruimte voor verstrekte ontwikkeling van de huisvesting en de stadshernieuwing). De opdrachten van het Atrium zijn:

- ✓ Het verbeteren van het dynamisme van het Brusselse handelsapparaat om enerzijds de bestaande handelsactiviteit te ondersteunen, en anderzijds de opstart van nieuwe activiteiten te promoten/begeleiden, met speciale aandacht voor de handelswijken die sociaaleconomisch het kwetsbaarst zijn.
- ✓ Het verzekeren van de duurzaamheid van het commerciële stramien en de algemene aantrekkingskracht van de handel in het Gewest ontwikkelen, meer bepaald in de zogenaamde boven gewestelijke handelswijken, zoals die door het Schema voor Handelsontwikkeling zijn omschreven.

### 1.4. HET REGEERAKKOORD 2009-2014

In het regeerakkoord van de Brusselse Gewestregering worden een aantal belangrijke initiatieven voor een verdere uitbouw van het handelsbeleid vermeld. Zo staat er:

- ✓ *Het Schema voor Handelsontwikkeling is een waardevol instrument dat de politieke besluitvorming doeltreffend ondersteunt. Het biedt de mogelijkheid de aandacht te vestigen op de interactie tussen de soorten handel, het overaanbod en de tekorten. Het is een*

*waardevol middel om het probleem van de gemengdheid van de handelsfuncties in de wijken aan te vatten. De diversiteit van de handelszaken is de rijkdom van een wijk en versterkt de aantrekkelijkheid ervan. Het is belangrijk het evenwicht te waarborgen in het handelsaanbod om een overaanbod van identieke handelszaken of handelszaken van hetzelfde type te vermijden. De uitvoering van een ordonnantie over de commerciële gemengdheid zal worden bestudeerd, waarbij men zich baseert op het schema voor commerciële ontwikkeling.*

- ✓ *De aantrekkelijkheid van het stadscentrum is een prioriteit die in overweging moet worden genomen in de verbinding tussen de bovenstad en de benedenstad. In dit kader zal de overdekking van de tunnel tussen Gulden Vlies en de Naamsepoort worden bestudeerd in het licht van studies inzake de technische en financiële haalbaarheid van het project. De vooropgestelde doelstelling van deze overdekking zou erin bestaan een stedelijke handelsruimte in het stadscentrum te bouwen en de twee kanten van de laan te verbinden.*
- ✓ *In het kader van het PIO zal de Regering de vestiging van een winkelcentrum op het Heizelplateau bevorderen en daarbij bijzondere aandacht besteden aan de weerslag van dit project op het Brusselse stadsweefsel en de bewoonbaarheid van de wijk, evenals aan de kwesties in verband met mobiliteit. De Regering zal deze vestiging verbinden aan de andere projecten van gewestelijk belang, in het bijzonder de bouw van een congrescentrum en daarbij rekening houden met de recreatie-activiteiten die momenteel al op de site aanwezig zijn.*
- ✓ *Na juridische analyse zullen er pilootprojecten voor « Business Improvement District » worden opgezet in de gebieden waar vele privé commerciële actoren zijn gevestigd; deze projecten worden hoofdzakelijk gefinancierd door hen en hebben een hoge mate aan commercialiteit en zijn makkelijk te begrijpen.*

## 2. Waar gaan UNIZO en UCM voor?

UNIZO en UCM pleiten ervoor winkels zoveel mogelijk te vestigen in de kernen van steden en gemeenten.

Voor UNIZO en UCM vormen handelskernen het socio-economische hart van onze steden en gemeenten. Kernen van steden en gemeenten zijn een broeinest van leven, van diverse functies zoals wonen, werken, winkelen en ontspanning. Detailhandelszaken, en vooral concentraties ervan, bepalen mee het beeld en de levendigheid van een kern.

Ook de verweving van grotere (keten)winkels in de binnenstad kan zorgen voor een maximale aantrekkingskracht en versterking van de gevestigde zelfstandige handelaars, ook in de aanloopstraten naar A-locaties. Dat komt de diversiteit en de concurrentie ten goede.

Eventuele kosten voor een goede ontsluiting, mobiliteit en parking naar en in kernen van steden en gemeenten komen de ganse gemeenschap ten goede (bewoners, winkels, horeca, overheidsdiensten, toerisme) en zijn verantwoord als “gemeenschapskosten”. Bovendien hebben deze investeringen een groter schaal-effect in de stad, zeker wanneer deze gepaard gaat met een zekere mate van verdichting. Perifere ontwikkelingen die meestal geïsoleerd gelegen zijn en niet verweven zijn met andere actoren / diensten, hebben niet deze schaalvoordelen. Kosten die hiervoor gemaakt worden door overheidsdiensten betaald met belastinggeld zijn moeilijk te verantwoorden en zijn zelfs een vorm van oneerlijke concurrentie.

UNIZO en UCM zijn ook voorstander van de versterking van de buurtwinkels die beantwoorden aan de behoeften van diegenen die zich niet kunnen of wensen te verplaatsen of voor de personen met beperkte mobiliteit.

*Grotere projectontwikkelingen in de binnenstad kunnen op de steun van UNIZO en UCM rekenen voor zover er voldoende rekening gehouden wordt met de rol en aanwezigheid van zelfstandige ondernemers en er een vlotte mobiliteit en bereikbaarheid wordt gewaarborgd.*

### **Ook de UK gaat voor kernversterking**

*Ook in andere Europese landen is het bewustzijn van de nood aan kernversterking sterk gegroeid. In Groot-Brittannië bijvoorbeeld heeft de regering Cameron de alarmbel geluid over het doodbloeden van de winkelstraten in de steden. Vorig jaar heeft zij **Mary Portas** als retaildeskundige gevraagd een rapport<sup>2</sup> op te stellen met aanbevelingen voor het aanpakken van deze ontwikkeling. Haar rapport met 28 aanbevelingen is intussen grotendeels door de regering overgenomen. De rode draad hierin is dat de vestiging van lokale winkels in de stadscentra gemakkelijker moet worden gemaakt en het bouwen van shoppingcentra buiten de steden moeilijker.*

*“Out-of-town shopping is less sustainable taking into account the social and environmental impacts it has; so the new NPPF<sup>3</sup> policy needs to explicitly presume **in favour of sustainable development in town centres.**”*

---

<sup>2</sup> [The Portas Review – An independent review into the future of our high streets, December 2011](#)

<sup>3</sup> NPPF = National Planning Policy Framework.

# 3. Bouwstenen voor een kernversterkend beleid

## 3.1. HET HANDELSONTWIKKELINGSSCHEMA VERANKEREN

Het voorgestelde Handels Ontwikkelingsschema aangevuld met de gemeentelijke luiken is een goede leidraad voor de verdere uitbouw van het handelsaanbod in het Gewest. Het dient in een wettelijk stedenbouwkundig kader met verplichtend karakter te worden gegoten, na verder uitgebreid overleg met de betrokken partijen (gemeenten, middenstandsorganisaties, ...).

Naar analogie met andere gebruikte stedenbouwkundige terminologieën (bv. Gewestelijk BestemmingsPlan) zou men dus kunnen spreken van een “Gewestelijk Handelsontwikkelingsplan”, aangevuld met door de bijdragen van de gemeenten. Deze gemeentelijke invulling van het gewestelijk plan, moet in nauw overleg gebeuren met de lokale actoren.

Het Gewest moet hiervoor het initiatief nemen en de gemeenten uitnodigen om hun visie op de toekomst van de handel op het gemeentelijk grondgebied, te integreren binnen het HandelsOntwikkelingsSchema. Dit is van belang om een gecoördineerde politiek te kunnen voeren, in het bijzonder voor de bepaalde handelskernen die zich op het grondgebied van meerdere gemeenten bevinden.

De visie van de gemeenten moet het volgende bepalen:

- ✓ De ‘identitaire imago’ van hun handelswijken, in het bijzonder wat betreft de samenstelling van de commerciële mix.
- ✓ De gewenste en ongewenste handelstypes in de handelswijken van het grondgebied.
- ✓ De handelstypes die kunnen gevestigd worden buiten de handelskernlint.

## 3.2. DE COMMERCIËLE MIX

### UITWERKEN VAN EEN IDENTITEIT VOOR DE HANDELSWIJKEN

Het beïnvloeden van de handelsmix moet als doel hebben om:

- ✓ De verscheidenheid van de handelsactiviteiten in de handelswijken te verzekeren.
- ✓ De aantrekkelijkheid en de kwaliteit van de handelszaken te verhogen.
- ✓ Juridische en stedenbouwkundige (rechts)zekerheid bieden aan de handelaars.

Het zou wenselijk zijn dat het **schema voor handelsontwikkeling van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest**, dat voor de kleinhandel is voorzien, duidelijk zou definiëren welke soorten handelszaken geschikt zijn om zich in of in de buurt van de bestaande handelskernen te vestigen, alsook welke soorten handelszaken buiten deze perimeters kunnen worden toegelaten.

De beginselen, die in dit richtschema werden weerhouden, zouden aldus een instrument kunnen zijn om de « handelsmix » van de bestaande handelskernen te vrijwaren, door er een gevarieerde keuze aan kwaliteitsvolle handelszaken te behouden of te promoten: uitrusting, personenzorg, decoratie, speelgoed, voeding, vrijetijdsactiviteiten, enz., die hun commerciële basis vormen.

Het richtplan moet een instrument zijn, dat de specialiteiten en de sterke punten van de handelswijken preciseert en dat de migratie van handelszaken naar deze wijken bevordert, om hen te concentreren, hen compacter te maken, samenwerkingsverbanden tussen complementaire kernen te organiseren en hen aldus aantrekkelijker te maken. Tevens zou het richtplan een inventaris kunnen opmaken van de handelsactiviteiten, die schade berokkenen aan of bijdragen tot het imago van een wijk en zijn omgeving, om aldus enkel de vestiging van activiteiten die « de commerciële identificatie » van een wijk versterken aan te moedigen.

### INTEGRATIE VAN DE SOCIO-ECONOMISCHE VERGUNNING EN DE STEDENBOUWKUNDIGE VERGUNNING

UNIZO en UCM pleiten voor de volledige integratie van de socio-economische vergunning en de stedenbouwkundige vergunning.

UNIZO en UCM pleiten daarom voor de oprichting van een Commissie voor handelsstedenbouw op het gewestelijk niveau om de gemeentelijke overheden bij te staan bij hun diagnose en hun analyse van de afstemming van een handelsproject op de bepalingen van de gewestelijke ordonnantie over de commerciële gemengdheid, en om met name te oordelen over de kwaliteit van de nieuwe handelszaken die zich willen vestigen (beoordeling van het soort aangeboden producten en diensten, van hun gamma, enz.).

Deze Commissie zou een adviesbevoegdheid hebben om de gemeentelijke overheden bij te staan bij hun keuze. Ze zou met name vertegenwoordigers van de betrokken actoren moeten bevatten: schepenen van handel en mobiliteit van de betrokken gemeente (en voor de handelskernen die zich over meerdere gemeenten uitstrekken, zoals deze van de Bovenstad, vertegenwoordigers van de verschillende betrokken gemeenten), woordvoerders van handelsverenigingen en van de deskundigen ervan, en vooral onafhankelijke handelsspecialisten uit de betrokken handelssector die de kwaliteit en het gamma van producten en diensten kunnen beoordelen en er een gezaghebbend advies over kunnen formuleren.

Deze zou facultatief zijn voor de projecten tussen 400 en 1000 m<sup>2</sup> en verplicht voor de netto handelsoppervlakten van meer dan 1000 m<sup>2</sup>.

### 3.3. STEDENBOUWKUNDIGE MAATREGELEN

#### STEDENBOUWKUNDIGE VERANKERING VAN DE HANDELSKERNLINTEN

Het HandelsOntwikkelingsSchema en de gemeentelijke invulling ervan, moet dan statuut krijgen van een stedenbouwkundige verordening die als referentie dient voor de toekenning van socio-economische en stedenbouwkundige vergunningen. Het begrip handelskernlinten en galerijen, dat nu vermeld wordt in het Gewestelijk Bestemmingsplan, moet een juridisch kader krijgen binnen het GBP, volgens de typologie van het HandelsOntwikkelingsschema. Deze hiërarchie van de handelswijken moet ondersteund worden met aangepaste voorschriften die toelaat om de kenmerken en het karakter van de handelskern te behouden, te versterken of eventueel te ontwikkelen tot een ander type van handelskern.

Dit maakt het mogelijk om bijvoorbeeld:

- ✓ Het toelaten van commerciële inplantingen die in overeenstemming zijn met de stedenbouwkundige visie op de handelswijk, zoals hierboven vermeld.
- ✓ Het weigeren van de inplanting van grote handelsoppervlaktes buiten de handelskernen, waarvan de activiteiten en het aanbod een negatieve impact hebben op de aantrekkelijkheid of de diversiteit van het handelsaanbod in de handelswijken.
- ✓ Het nastreven van een maximale complementariteit van de handel buiten de kernen met deze in de bestaande handelskernen, zowel in ruimte (=verkoopsoppervlakte) als in assortiment. Meer bepaald menen UNIZO en UCM dat goederen van het type “dagelijkse gebruiksgoederen” en shopping evenals minder ruimte behoevende speciaalzaken exclusief thuishoren in handelskernen. Assortimenten die autonoom en meer ruimte behoevend van karakter zijn (vb. auto's, keukens, bouwmaterialen,...), kunnen aanmerking maken op een perifere locatie (stedelijke industriezones, ...).

- ✓ Het op gelijke voet behandelen van het beheer van parkeerplaatsen van grote handelsoppervlaktes en in de handelswijken, met name wat betreft de tarificatie.

#### VERSTERKTE TOEPASSING VAN DE STEDENBOUWKUNDIGE VERORDENINGEN

Kwaliteitsvolle handelszaken kunnen zich onmogelijk ontwikkelen in een verloederde omgeving. De stedenbouwkundige reglementering (Gemeentelijke en Gewestelijke) kunnen aangewend worden voor gevels, voetpaden, terrassen en terrasmeubilair, lichtreclames e.d. en zo het algemeen straatbeeld te verbeteren.

#### DEFINITIE VAN GROTE GESPECIALISEERDE HANDELSOPPERVLAKTES

Buiten de handelskernlinten, (momenteel zijn er voor Brussel dus 104 in kaart gebracht) is in principe geen handelsvestiging mogelijk. Uiteraard moeten er uitzonderingen en aanpassingen mogelijk blijven, die dan onderworpen zijn aan de verplichtingen die de wijziging van een bestemmingsplan met zich meebrengt. Het kan dan bijvoorbeeld gaan over de creatie van bijkomende woonkernen of andere (publieke) faciliteiten waarvan ook een uitbreiding van het handelsapparaat, als 'gebruikelijke aanvulling' van deze ontwikkeling, deel uitmaakt.

Voor wat betreft de grote gespecialiseerde handelsoppervlaktes moet een limitatief kader worden opgesteld.

1. Een grote gespecialiseerde handelsoppervlakte is GEEN shoppingcentrum waar een veelheid van grote en kleine handelsoppervlaktes van verschillende sectoren (kleding, vrije tijd, binnenhuisinrichting, persoonsverzorging, ...) worden samengebracht. Een gespecialiseerde grootschalige handel is een handelszaak met een oppervlakte van meer dan 2000 m<sup>2</sup> waarvan de activiteit bestaat in dienstverlening of de verkoop van roerende goederen en die tot een gespecialiseerde sector behoort (met uitsluiting van de voedingssector).
2. Het Gewest bakent een beperkt aantal zones af voor de inplanting voor grootschalige gespecialiseerde handelszaken:
  - (a) Aanvragen voor stedenbouwkundige vergunningen van grootschalige winkels buiten deze zones (of buiten de handelskerngebieden) moeten **onontvankelijk** verklaard worden.
  - (b) Voor het inplanten van (nieuwe) grote gespecialiseerde handelsoppervlaktes moeten **duidelijke richtlijnen** vastgelegd worden, o.m.:
    - Correcte toepassing van de basiscriteria inzake een goede ruimtelijke ordening.
    - Het aantal zones binnen het Gewest moet beperkt blijven.



- De zone moet in verhouding staan tot de schaal en hiërarchie van de gemeente.
- Winkels moeten in hoofdzaak een ruimte behoevend assortiment hebben (retailparken) om op die manier complementair te zijn t.a.v. de bestaande kernwinkelgebieden.
- Geen (grote) shoppingcentra buiten de kernen: dit kan enkel in de kernen van de centrumsteden.
- Afzonderlijke winkeleenheden moeten er steeds minstens 2.000 m<sup>2</sup> groot zijn.
- Op vlak van mobiliteit moeten de locaties goed ontsloten zijn.
- Een verplicht mobiliteitseffectenrapport, waaruit blijkt dat er geen negatieve mobiliteitsimpact is.
- Er moet een structurele binding zijn met de bestaande woon- en kerngebieden.

*In deze nieuwe visie kunnen:*

*Alle winkels zich vestigen in de handelskernlinten, op voorwaarde dat dit in overeenstemming is met de criteria voor een goede ruimtelijke ordening en de typologie van de handelswijk (gewestelijke of bovengewestelijke polen, complementaire of gespecialiseerde polen, ...).*

*Buiten deze handelskernegebieden kunnen winkels zich enkel vestigen in zones van gespecialiseerde grootschalige handel, op voorwaarde dat ze per winkeleenheid minstens 2.000 m<sup>2</sup> groot zijn en de richtlijnen voor deze zones correct worden ingevuld.*

*Shoppingcentra van meer dan 20.000 m<sup>2</sup> enkel binnen de bestaande kernen ontwikkeld worden.*

# 4. De buurtwinkels

De complementariteit tussen omgeving en lokaal ondernemerschap drukt zich uit in de verweving van tal van functies: wonen, onderwijs, tewerkstelling, cultuur, toerisme, commerciële en niet-commerciële voorzieningen, openbare en private dienstverlening enz. Vooral de kleine kernen, buurten en wijken zijn gevoelig voor deze samenhang.

De toekomstige leefbaarheid van de wijken in de stad, zal afhangen van de wijze waarop deze functionele mix wordt ingevuld en gegarandeerd. UNIZO en UCM richten hun aandacht op de buurtwinkelfunctie, die een essentieel deel uitmaakt van deze functionele mix.

UNIZO en UCM pleiten daarom voor de ontwikkeling van innovatieve / vernieuwende buurtwinkels voor wie een cruciale rol weggelegd is in het kader van een basisaanbod aan economische buurtvoorzieningen die steeds meer onder druk komen te staan. De buurtwinkel moet op die manier volgens UNIZO en UCM evolueren naar een **BUURTWINKEL +**, waar naast het klassieke aanbod van basisproducten ook andere producten en diensten worden aangeboden.

UNIZO en UCM stellen het **Buurtwinkel-PLUS-plan** voor. Dit plan bevat enkele belangrijke pijlers:

## 4.1. DE BUURTWINKEL + IS OOK EEN SERVICEPUNT

In de buurtwinkel kan men niet enkel terecht voor de aankoop van producten, maar ook voor een waaier aan diensten die de inwoners van de wijk nodig hebben. Dit biedt het **voordeel**:

- ✓ Aan handelaars: een ruimer aanbod te kunnen doen aan hun klanten en bijgevolg het winkelbezoek te verhogen en structureel te verankeren met het oog op verhoogde omzet.
- ✓ Aan klanten in kleine kernen en wijken: de waarborg van het behoud van producten en dienstenaanbod in de buurt.
- ✓ Privé en publieke partners: producten en diensten op ruimere schaal aan te bieden, inclusief de meer landelijke gebieden, binnen ruime openingstijden en met beperking van de kosten (geen eigen lokalen + onderhoudskosten).

Als extra producten en diensten komen in aanmerking:

- ✓ Gemeentelijke diensten.
- ✓ Logistieke diensten: vb Postdiensten, Trein- en bustickets, afhaalpunt voor strijk- en droogkuisdiensten, boekendepot voor bibliotheken.
- ✓ Afhaalpunt voor online bestellingen.
- ✓ Boodschappendiensten.
- ✓ Diensten op het gebied van zorg, wonen, werken, senioren.
- ✓ Financiële diensten.
- ✓ Streekproducten en toeristische producten/diensten.

## 4.2. DE BUURTWINKEL+ IS DYNAMISCH EN MODERN

UNIZO en UCM pleiten voor **dynamische en moderne buurtwinkels** die zelf inspelen op de sociologische evoluties en veranderende consumentenbehoeftes. UNIZO en UCM willen daarom ook een aantal **aanbevelingen doen aan de buurtwinkeliers**. Met het toenemende aantal ouderen en gezinnen met tweeverdieners kunnen buurtwinkels hiertoe volgens UNIZO en UCM zelf inspelen d.m.v. onder meer:

- ✓ Verstrekken van kant-en-klare maaltijden.
- ✓ Boodschappendiensten m.b.v. de dienstencheque.
- ✓ Promotie + samenwerking met andere buurtverzorgende winkels.
- ✓ Efficiënte invulling van de openingstijden.
- ✓ Volgen van opleiding (voor de buurtwinkelier).
- ✓ Implementatie van moderne distributietechnieken en ICT-toepassingen op de winkelvloer.

Deze actiemiddelen kunnen het buurtwinkelbezoek verhogen en de economische levensvatbaarheid van buurtwinkels versterken. UNIZO en UCM onderstrepen in dat verband nogmaals de kracht van **commerciële samenwerkingsverbanden**, zoals franchising, samenaankoop,... uit een recente analyse blijkt immers dat deze categorie van voedingswinkels een lichte stijging gekend hebben van het marktaandeel.

Promotiecampagnes zoals 'Dag van de Klant' kunnen een versterkende rol spelen. Uitgangspunt hiervan moet zijn de socio-economische rol van de lokale kleine kern of wijk kracht bij te zetten door het belang en de voordelen van de buurtwinkel centraal te stellen. Dit moet het imago van de buurtwinkel herwaarderen en zelfs versterken. Daarnaast moeten de campagnes de inwoners ook stimuleren om hun buurtwinkel te bezoeken en naar waarde te schatten. Enkel wanneer ook de klanten overtuigd zijn van het belang van de buurtwinkel en haar bijdrage aan de leefbaarheid van de wijk, zal de handelaar zijn of haar winkel verder kunnen ontwikkelen.

# 5. Investeringsfonds Handelskernversterking

Het Brussels Hoofdstedelijk Gewest moet voordeel trekken uit zijn status van hoofdstad van Europa om zijn stad, cultuur, monumenten, gastronomie en handelszaken te promoten. Voldoende financiële middelen moeten het met name mogelijk maken om de handel te promoten, om de investeringen in deze sector te versterken, om gebouwen te renoveren en om de stadsomgeving (netheid, veiligheid, ...) van de handelskernen te verbeteren.

UNIZO en UCM stellen de oprichting voor van een **Investeringsfonds Handelskernversterking**. Dit kan middelen bevatten van zowel het gewest als de gemeente én van de privésector. Het uitgangspunt is dat het moet gaan om projecten die rechtstreeks een versterking betekenen van het handelsapparaat (dus geen aanleg van pleintjes, parken e.d.) en de participatie van zelfstandige ondernemers bevorderen.

Deels tracht deze samenwerking tussen privé en publiek een belangrijke handicap van de binnenstedelijke handelswijken te overbruggen. Deze handicap is het verdeeld eigenaarschap en de verschillende belangen en (economische) mogelijkheden van de handelaars. Daardoor is het moeilijk om een sturing van het handelaarsaanbod te organiseren en een herkenbaar imago van de handelswijk te realiseren. De onderstaande samenwerkingsvormen trachten hieraan te verhelpen.

UNIZO en UCM stellen twee types van samenwerking voor die kunnen genieten van cofinanciering van dit investeringsfonds:

## 5.1. INVESTERINGEN VOOR NIEUWE WINKELPROJECTEN IN DE BINNENSTAD

Winkelprojecten in de binnenstad moeten gefaciliteerd worden. Binnenstedelijke winkelprojecten kunnen gerealiseerd worden met convenanten die afgesloten worden met de (lokale) overheden om zo de projectontwikkelaars aan te moedigen en aan te trekken om in de binnenstad te investeren in plaats van er buiten.

Dat kan d.m.v. volgende faciliteiten & voorwaarden:

- ✓ Voor projecten gelegen binnen een afgebakend handelskerngebied.
- ✓ Vrijstelling of vergemakkelijking van vergunningen:
  - Versoepelen van stedenbouwkundige voorschriften en vergunningen voor onder andere het samenvoegen van bestaande (kleinere) winkelpanden teneinde gemakkelijker grote winkels in de stad te krijgen. Erfgoed moet gerespecteerd worden, maar mag de dynamiek van de kern niet bevriezen.
  - Gemakkelijker onteigenen van (bepaalde) panden om betere en ruimere winkelpanden te kunnen ontwikkelen in de binnenstad. Lege kantoren bieden zeer grote shoppingmogelijkheden, en kunnen soms beter (gedeeltelijk?) aangepast worden in handelsruimtes dan in woonruimte.
  - Het verwerven van panden, zeker in geval van leegstand, door de lokale besturen nog vóór de eigenlijke projectontwikkeling.
  - Garantie van representatieve aanwezigheid van zelfstandige handelaars o.m. in de Gewestelijke Adviescommissie die zich ook kan uitspreken over de identiteit van de handelswijk: om de diversiteit van het winkelaanbod te garanderen mogen nieuwe winkelprojecten niet gedomineerd worden door internationale winkelketens. In de convenanten moet de participatie en aanwezigheid van zelfstandige winkeliers verankerd worden.
  - Bij de invulling van het type winkels moet er over gewaakt worden dat die een voldoende toegevoegde waarde bieden op het bestaande aanbod.
  - Overleg met de lokale handel.
  - (Co)financiering mobiliteit en ontsluiting.

## 5.2. BUSINESS IMPROVEMENT DISTRICT

Een Business Improvement District (BID) of een handelsdistrict is in feite de omschrijving van een samenwerkingsvorm tussen de (gemeentelijke) overheid en de handelaars van een afgebakend winkelgebied.

Het komt er in essentie op neer dat de vertegenwoordigers van de handelaars binnen het kernwinkelgebied van de Stad, een plan uitwerken om gezamenlijk te investeren in projecten/initiatieven/diensten (naast inspanningen die door stadsbesturen gedaan worden) die de handelsactiviteit ten goede komen. Het plan bevat ook een budget, met deels publiek geld en deels een privé-inbreng. De bijdrage van de handelaars vervangt geheel of gedeeltelijk de bestaande belastingen op de handelaars. UNIZO en UCM denken hierbij aan de taks op uithangborden bijvoorbeeld. Het plan wordt ter stemming aan alle handelaars van het betrokken

handelsgebied voorgelegd. Bij goedkeuring door een ruime meerderheid wordt het plan in de praktijk gebracht. De Stad of het Gewest engageert zich eveneens om een gelijkaardig bijdrage voor de realisatie van het plan van het handelsdistrict vrij te maken. Hiervoor kunnen bijvoorbeeld de stedenbouwkundige lasten worden aangewend.

Het plan wordt uitgevoerd (op een termijn van 5 jaar bijvoorbeeld), bijgestuurd en geëvalueerd, en vervolgens kan een nieuw plan worden opgesteld voor de volgende vijf jaar.

In de Stad Brussel zou een dergelijk project kunnen uitgewerkt worden voor de handelsoontwikkeling in de binnenstad, zoals bijvoorbeeld de as Zuidstation-Noordstation. Op die manier kan er een echte shopping-stadswandelingsas tot stand gebracht worden.

Om bijkomende kosten voor de handelaars te beperken, moeten de gemeentebelastingen worden geglobaliseerd in één enkele jaarlijkse heffing, die in de plaats komt van een reeks belastingen die nu de handelaars treffen. Dit moet de stad ook toelaten om te voldoen aan de voorwaarden die het Brussels gewest stelt in het kader van de Ordonnantie rond het Fiscaal CompensatieFonds. De uitwerking van een BID vereist ook de inning van deze bijdrage door de stad om op deze wijze de 'free riders' uit te sluiten.

Het vertrekpunt voor de bestemming van de middelen uit dit Investeringsfonds moet steeds de versterking zijn van commercieel apparaat in haar geheel. Daarom moet de Stad steeds beschikken over een goedgekeurd strategisch-commercieel plan.

*Bovenstaande formules zouden kunnen gebruikt worden om bijvoorbeeld een aantrekkelijk handelstraject uit te bouwen op de as Zuidstation-Noordstation (Stalingradlaan, Zuidlaan tot Nieuwstraat en Rogierplein) of het (gedeeltelijk) ombouwen van lege kantoortorens tot winkelruimtes. De herwaardering van de Kaasmarkt is al deels op dit principe gebaseerd, de Karthuizerstraat is vragende partij.*

## 6. Slimme fiscaliteit en steunmaatregelen

Bestaande fiscale reglementeringen of subsidiemaatregelen kunnen beter aangewend worden ten gunste van de ontwikkeling van de handel. Zo zou bijvoorbeeld:

- ✓ Het HandelsontwikkelingsSchema (en de gemeentelijke invullingen) als criterium opgenomen moeten worden in de wetgeving in zake steunmaatregelen voor de Economische Expansie, de gemeentelijke reglementeringen, en alle andere reglementeringen met betrekking tot subsidies, belastingen, heffingen en handel.
- ✓ Wijziging van de reglementering betreffende de stedenbouwkundige lasten (en de parkinglasten), artikel 100 van het Brussels Wetboek van Ruimtelijke Ordening (BWRO), teneinde de lijst van handelingen en werkzaamheden uit te breiden, waarvoor de overheid die de stedenbouwkundige vergunning uitreikt stedenbouwkundige lasten kan bestemmen, om er de bijdrage aan openbare programma's tot herwaardering van de handelskernen in op te nemen (en niet langer enkel voor huisvesting en het wegennet).
- ✓ Vrijstelling van stedenbouwkundige lasten voor de groothandels die zich in de handelskernen vestigen, die in het GBP werden geïdentificeerd en die een commerciële voortrekkersrol voor de wijk kunnen vervullen.
- ✓ Neerwaartse herziening van de kadastrale inkomens en van de onroerende voorheffing van de handelspanden in de handelskernlinten, in het bijzonder deze die het voorwerp zijn van openbare herwaarderingsprogramma's.

De initiatieven die genieten van een (co)financiering uit het Handelsinvesteringsfonds, kunnen genieten van een aantal fiscale en financiële gunstmaatregelen, die hieronder worden opgesomd. Deze maatregelen zijn ook van toepassing op alle handelskerngebieden en -activiteiten in de Stad. Een aantal van de voorstellen passen ook in de groepering en vervanging van verschillende belastingen in de jaarlijkse bijdrage voor een BID (zie hoger).

- ✓ Opmaak van een inventaris en een kosten-baten doorlichting van de plaatselijke belastingen en de schrapping van de minst rendabele belastingen. De gemeenten zouden de belastingen zoveel mogelijk moeten groeperen om er het hoogste rendement uit te halen en om zo de kosten voor de handelszaken te drukken.

- ✓ Herbestemming van de gemeentebelastingen die de stedelijke animatie-activiteiten bezwaren. Bijvoorbeeld de belasting op de uithangborden, die fundamentele factoren voor de commerciële aantrekkingskracht en de omgevingsveiligheid van de handelsaders zijn, waarvan de opbrengst zou moeten worden bestemd voor de financiering van economische of commerciële promoties (animaties, toeristische initiatieven, ...) in het kader van een Business Improvement District.
- ✓ Globalisering van alle plaatselijke belastingen in één enkele jaarlijkse inning. Deze groepering zou een dubbel voordeel hebben: de diversiteit van de belastingen voor de economische actoren vereenvoudigen en de vergelijking tussen gemeenten, provincies en gewesten van het land vergemakkelijken.
- ✓ De handelaars beter informeren over de doelstellingen, de inning en de bestemming van de huidige plaatselijke belastingen (met inbegrip van de retributies).



# 7. Een plurimodaal beleid inzake mobiliteit en bereikbaarheid van de handelskernen

## 7.1. INVESTERINGEN VOOR BETERE BEREIKBAARHEID VAN HANDELSKERNEN MET ALLE VERVOERSMODI

Klanten worden nu vaak ontmoedigd om te winkelen in de binnenstad omwille van de moeilijke bereikbaarheid en slechte verkeersdoorstroming en kiezen daarom vaak voor alternatieven in de periferie.

Een mobiliteitsbeleid moet zich niet richten TEGEN de auto, maar VOOR een betere bereikbaarheid van de wijken via verschillende vervoersmodi.

Concreet kan daarbij gedacht worden aan:

- ✓ Het uitbreiden van de voetgangerszones moet voor UNIZO en UCM afgewogen worden tegen het alternatief van een (afgedwongen) Zone 30. Voetgangerszones kunnen best ook de mogelijkheid laten om iemand met de wagen af te zetten, korte leveringen of afhalingen te doen e.d. .
- ✓ Verbeteren van de aanduiding van de zone 30 in de Vijfhoek en eventuele uitbreiding naar de handelskernlinten.
- ✓ UNIZO en UCM ondersteunen de initiatieven met betrekking tot de aantrekkelijkheid van de centrale lanen. Ze spelen een belangrijke rol in de perceptie van de bezoekers van Brussel. Het terugbrengen van het aantal rijstroken moet gebeuren in overleg met de handelaars en hun representatieve organisaties en gepaard gaan met begeleidende maatregelen die de permanente vlotheid en doorgang van het (auto)verkeer blijven garanderen (ontraden en

onmiddellijk bestraffen van dubbelparkeren, vlotte doorstroming op de alternatieve wegen, optimaliseren parkeergeleidingssysteem, ...).

- ✓ Een extra alternatief voor de Stad Brussel zou het autodelen kunnen zijn, niet alleen via het bestaande Cambio-systeem, maar via een flexibel autoverhuurnetwerk in zelfbediening volgens het Villo-concept en naar het Parijse voorbeeld 'AutoLib'.
- ✓ De kwaliteit van de dienstverlening en het comfort van het openbaar vervoer verbeteren (meer zitplaatsen, aangepaste uurroosters, minder lastonderbrekingen, ...).
- ✓ Verhoging van het aantal beveiligde parkeerplaatsen voor fietsers en bromfietzers in de handelswijken.
- ✓ Fietsverhuur in zelfbediening of Villo: extra inspanningen doen, in samenwerking met de uitbaters van Villo, om de bereikbaarheid van de benedenstad te garanderen.

Bovenstaande maatregelen moeten gebeuren in overleg met de handelaars en hun representatieve organisaties.

In het Brussels Gewest vinden geregeld betogingen plaats. Ook evenementen met een grote uitstraling moeten kunnen doorgaan in de hoofdstad. UNIZO en UCM vragen hierbij dan wel voldoende aandacht voor de bereikbaarheid bij deze evenementen en betogingen:

- ✓ Bij evenementen (Winterpret e.a.): de bereikbaarheid voor inwoners en klanten is onvoldoende gegarandeerd, zeker niet alleen voor het binnenrijden (dat teveel ontmoedigd wordt), maar ook voor het buitenrijden van het centrum. In het Gemeentelijk mobiliteitsplan wordt verbetering aangekondigd.
- ✓ Bij betogingen stellen UNIZO en UCM vast dat de gemeenten geen spreidingsbeleid van deze acties voeren. Zonder het recht op betogen aan te tasten, moet het mogelijk zijn om een beleid uit te stippelen voor deze manifestaties dat rekening houdt met de werking van de handelszaken in het centrum, dat zorgt voor een evenwichtige spreiding (zowel in tijd als in ruimte: waarom steeds Noord-Zuid as? Waarom in de week ?) en de aantrekkelijkheid van de handelswijken niet aantast.

## 7.2. BIJKOMENDE EN VERBETERDE EN PARKEERVOORZIENINGEN

Klanten worden nu vaak ontmoedigd om te winkelen in de binnenstad omwille van het soms lange zoeken naar een parkeerplaats of de dure betaalparkings. Steden en gemeenten die inspanningen leveren om de parkeervoorzieningen te verbeteren, uit te breiden of goedkoper maken (bijvoorbeeld door middel van een goedkoop dagtarief), moeten daarom een beroep kunnen doen op het investeringsfonds om die maatregelen door middel van cofinanciering te realiseren.

Het Gemeentelijk Mobiliteitsplan kondigt inspanningen aan op vlak van transitparkings en het parkeerbegeleidingssysteem. UNIZO en UCM menen dat het Gewest verder moet gaan in het optimaal benutten van de beschikbare parkeerplaatsen (werknemers/inwoners, week/weekend, overdag/'s nachts...) door het inzetten van parkeerbemiddelaars. Zij kunnen:

- ✓ De mogelijkheden onderzoeken om terreinen, gebouwen of lege kelderverdiepingen tot buurtparkings om te vormen, en zelfs om in nieuwe private en openbare ondergrondse parkings te investeren.
- ✓ Met de eigenaars van gebouwen partnerschappen met ondergrondse parkings afsluiten om zo 's avonds en in het weekend parkeerplaatsen te delen.
- ✓ Met de uitbaters van openbare parkings onderhandelen over tarieven die het kortparkeren bevorderen, met het eerste kwartier gratis; en in het weekend een goedkoop vast maximum dagtarief en/of het eerste uur gratis.

Verder moet algemeen werk gemaakt worden van de verbetering van de parkeeraccommodatie:

- ✓ Investeren in beveiligde parkings (verlichting en bewaking), kwaliteitsvolle parkings (comfort, aangepaste uurroosters, toiletten, ...), parkings met aantrekkelijke tarieven (eerste kwartier of uur gratis en progressiviteit), parkings met een adequate signalisatie.
- ✓ De bewegwijzering en de signalisatie van openbare- en privéparkings vóór de ingangen van de wijken, met opgave van het aantal beschikbare plaatsen in real time door middel van lichtpanelen, gekleurde wegmarkeringen, ...
- ✓ Dynamische (digitale) verkeersborden en/of apps zodat bezoekers in real time informatie krijgen en begeleid worden (over reisroutes die sneller vlotten naar nog beschikbare parkeervoorzieningen).

### **7.3. BELEVERING VAN DE HANDELSKERNEN GARANDEREN**

De perceptie van mobiliteit bij klanten van (binnen en buiten) Brussel is zeer slecht. Ook bij de ondernemers leeft deze indruk. Zo wordt bijvoorbeeld het plaatsen van paaltjes eerder als een pestmaatregel tegen handelaars (manoeuvreren van bestel- en vrachtwagens wordt sterk bemoeilijkt of onmogelijk gemaakt) gepercipieerd, dan als een maatregel tegen wildparkeren.

Ook winkeliers zelf verlaten soms de binnenstad omwille van de moeilijke bereikbaarheid en beleving van hun zaak, o.a. omwille van te strenge venstertijden voor beleving. Er open al enkele projecten om de beleving van handelskernen vlotter te beheren. Nieuwe projecten die innovatieve en efficiënte beleving van handelszaken in de binnenstad nastreven moeten daarom ondersteuning krijgen.

- ✓ Het aantal plaatsen voor het laden en lossen verhogen en een effectieve controle op het naleven van de leveringszones; Het plan om het onterecht parkeren op laad- en loszones te depenaliseren, kan op bijval rekenen, maar dient ook voldoende middelen en prioriteit te krijgen om daadwerkelijk effect te hebben. Een andere mogelijkheid is om bepaalde straten gedurende een bepaalde tijd (bijvoorbeeld 's morgens tussen 6u en 10u) af te sluiten voor alle verkeer, behalve voor leveringen.
- ✓ Beheer van de laad- en losproblematiek op niveau van de handelswijk. Op basis van een studie van het bevoorradingsprofiel per handelswijk (o.a. volgens de typologie van de goederen: vers, koudeketen, droge voeding, kleding, kostbare goederen, ...) kan de haalbaarheid van (bundelings)strategieën bekeken worden. Ook kunnen er 'ad hoc' onderlinge afspraken gemaakt worden voor niet-systematische leveringen (gedoogbeleid of gentlemen agreement).
- ✓ Betere communicatie bij openbare werken: een vroegtijdige (ruim voor de start van de werken) en duidelijke communicatie is nodig. De gemeente moet een centrale (coördinerende) rol spelen in de communicatie naar de handelaars door overleg en het inrichten van een centrale pagina op de website van de gemeente met een volledig overzicht en stand van zaken van werken. Ook de gewestelijke werven ! Het aangeven, op de werf, van de contactgegevens van de werfcoördinator, is al een hele stap vooruit !

## 7.4. WERVEN IN DE HANDELSWIJKEN

De Brusselse overheid heeft een aantal maatregelen genomen in het besluit met betrekking tot de werven op de openbare weg, die in de loop van 2014 zullen worden uitgevoerd. UNIZO en UCM volgen de uitvoering van dit besluit op de voet en herinneren enkele aandachtspunten:

- ✓ UCM en UNIZO vragen dat de economische actoren 6 maanden voor de start van de werken informatie zouden krijgen over het belang en de organisatie van de werken, zodat ze de nodige voorzorgen kunnen nemen. De gemeente moet een centrale coördinatierol spelen in de communicatie met de handelaars. Bij gebrek aan informatie moet de beheerder van de werken de klanten en de leveranciers verwittigen over de toegankelijkheid en de continuïteit van de economische activiteiten.
- ✓ UCM en UNIZO vragen dat de nodige maatregelen met betrekking tot de netheid en de toegankelijkheid van de handelszaken, in het bijzonder wat betreft de parking en de laad- en loszones, zouden worden genomen, in overleg met de ondernemersverenigingen en op basis van het lastenboek van de werken.
- ✓ UCM en UNIZO vragen dat, in geval van de verlenging van de werken ten aanzien van de oorspronkelijke planning, het Gewest een compensatieregeling voorziet voor de ondernemers die slachtoffer zijn van een omzetsdaling. Deze steun kan ook een indirecte

steun zijn voor promotie en heropleving. In geval van langdurige verlenging moeten schadevergoedingen worden voorzien voor de getroffen ondernemers.

## 8. Veiligheid en netheid: *de buurt bestuurt*

Het onveiligheidsgevoel is gestegen bij onze ondernemers. Steeds terugkomend vandalisme, kleine criminaliteit en diefstal zorgen voor een gevoel van straffeloosheid. Zelfs de politie wordt er moedeloos van. De opvolging en snelle reacties van politieagenten zijn de ondernemers in zeer positieve zin opgevallen. Maar volgt het parket ...?

Graag willen de ondernemers dat de politie en het beleid eenduidiger en rechtlijner handelt. Belangrijk hierbij is dat diegene die iets mispeuterd heeft effectief en snel gestraft wordt. Acties tegen zwerfvuil, graffiti, wildplassen, squatters, wildparkeren (ook 's nachts !)... zijn belangrijk om het gevoel van veiligheid te verhogen. Ook bedelarij (in verschillende vormen: van valse verkopers van kalenders (zogezegd ten voordele van de brandweer of de vuilnismannen) tot agressieve bedelpraktijken aan kruispunten) moet aangepakt worden.

Het Brusselse strijdplan tegen de overlast betreffende de netheid dient verdergezet en geïntensifieerd te worden. Het protocolakkoord dat recent werd afgesloten tussen de Stad, Politie en parket, zal tot verbetering leiden indien het goed wordt uitgevoerd.

Op vlak van netheid kunnen volgende suggesties een antwoord bieden:

- ✓ Openbare toiletten voorzien, zeker in de buurten met veel horeca.
- ✓ Voldoende afvalcontainers en sorteermogelijkheden: bij voorkeur ondergronds. Dit is in Brussel niet evident, mogelijks kunnen bepaalde huizen (gelijkvloerse verdieping) in handelswijken, hiervoor omgebouwd worden.

UNIZO en UCM vragen ook dat het Gewest werk maakt van een BuurtinformatieNetwerk in samenwerking met de politiezones. Ook de mogelijkheid voor de handelaars die het wensen om gebruik te maken van Telepolitie moet door het gewest toegelaten worden.

Andere aandachtspunten zijn:

- ✓ Informatie en opleiding van de zelfstandigen en hun personeel inzake (organisatorische, elektronische, ...) preventietechnieken.
- ✓ De invoering van fiscale stimuli ten behoeve van de veiligheid van de handelaars.

- ✓ De aanpassing van de openbare nachtverlichting aan de openingsuren van de winkels.
- ✓ De verlichting van uitstalramen met modernisering van de tellers en een voordeeltarief voor de verlichting van uitstalramen 's nachts in het kader van een partnerschap onder de handelskernen, de elektriciteitsmaatschappijen en de gemeenten.
- ✓ De plaatsing van efficiëntere bewakingscamera's op bepaalde strategische plaatsen, zowel in de winkels als in de openbare ruimte.
- ✓ Regelmatige reiniging van graffiti en tags.
- ✓ Onmiddellijke herstelling van losliggende stoeptegels, beschadigingen aan het stadsmeubilair, ...
- ✓ Een grotere aanwezigheid van de politie (of van hun technisch-preventieve adviseurs) op het terrein.
- ✓ De handelswijken verlichten en kleur geven.

De behoeften en prioriteiten zijn zeer verschillend in elke handelswijk. Daarom stellen UNIZO en UCM voor dat het gewest en de politie werken volgens het principe van **'de Buurt Bestuurt'**. In Gent en Geraardsbergen lopen pilootprojecten, waarom ook niet in Brussel ?

In essentie gaat het bij "de Buurt Bestuurt" om het organiseren van de inbreng van de handelaars en de bewoners bij het stellen van prioriteiten en het oplossen van problemen in de handelswijk. De politie en de stad stellen bijvoorbeeld beiden 200 uur extra personeel gedurende een bepaalde periode ter beschikking. In een overlegcomité (samengesteld uit de bewoners en de handelaars) wordt bepaald waarvoor deze uren worden ingezet. De politie koppelt ook direct terug wanneer de uren worden ingezet en welke de eventuele resultaten of vaststellingen zijn. Maandelijks komt het comité bijeen om inzet en resultaten te bespreken en prioriteiten bij te stellen.

De belangrijke aandachtspunten van deze aanpak zijn:

- ✓ Actieve betrokkenheid van de handelaars en inwoners bij de aanpak van problemen in de wijk. Zij weten het beste wat er speelt in de wijk en wat als eerste aangepakt moet worden.
- ✓ Samenwerking tussen bewoners en professionals waar zij aan moeten werken in de wijk. De bewoners geven aan 'wat' er gedaan moet worden en de professionals kijken vervolgens 'hoe' dat het beste aangepakt kan worden.
- ✓ Samenwerking tussen bewoners en professionals versterkt het vertrouwen en de resultaten zijn snel zichtbaar.
- ✓ Over acties die gedaan worden, wordt actief gecommuniceerd.

# 9. Samenvatting

UNIZO en UCM bepleiten de ondernemersorganisatie in haar Brussels handelsontwikkelingsplan een constructief, toekomstgericht en samenhangend kernversterkend beleid, waar grote winkelprojecten een meerwaarde kunnen betekenen. De klemtoon op het versterken van de Brusselse handelswijken in de diverse Brusselse gemeenten is, volgens UNIZO en UCM, een essentieel onderdeel van de verdere en toekomstgerichte economische en commerciële ontwikkeling en modernisering van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Want dat biedt een enorm potentieel voor al wie er zaken wil doen en verzekert ook jobs voor de Brusselse werkzoekenden. Een doeltreffende kernversterking kan evenwel nooit slagen zonder een globale visie en volgehouden inspanningen.

Het plan bevat 6 belangrijke voorstellen:

1. Een aantal stedenbouwkundige maatregelen voor het Duurzaam Gewestelijk Bestemmingsplan.
  - a. Verankering van de hiërarchie van de handelswijken, gedefinieerd in het HandelsOntwikkelingsSchema, in de stedenbouwkundige verordeningen.
  - b. Uitwerken van een identiteit voor de handelswijken
  - c. Integratie van de socio-economische vergunning en de stedenbouwkundige vergunning.
  - d. Strikte en eenduidige definitie van de grootschalige gespecialiseerde handelsoppervlaktes.
2. Versterking van de buurtwinkels

UNIZO en UCM pleiten voor dynamische en moderne buurtwinkels die kunnen reageren op de sociologische evoluties en de veranderende consumentenbehoeften. De klanten begeven zich niet enkel naar de buurtwinkels voor de aankoop van producten, maar ook voor een brede waaier aan diensten die van nut zijn voor de bewoners in de wijk.

3. Starten met een BID – Business Improvement District

UNIZO en UCM stellen voor dat de gemeenten de belastingen die de handelaars momenteel betalen (bijvoorbeeld de belasting op uithang- en reclameborden) gebruikt voor de financiering



van een Business Improvement District. Het komt er in essentie op neer dat de handelaars binnen het kernwinkelgebied van de Stad, een plan uitwerken om gezamenlijk te investeren in projecten/initiatieven/diensten die de handelsactiviteit ten goede komen. Het plan bevat ook een budget met een publiek en een privaat deel, dat laatste ter gehele of gedeeltelijke vervanging van de huidige bijdrage van de handelaars (bijvoorbeeld bovenvermelde belasting). Het plan wordt ter stemming aan alle handelaars van het betrokken handelsgebied voorgelegd. Bij goedkeuring engageert het Gewest zich om een gelijkaardig bedrag voor de realisatie van het plan van de handelswijk vrij te maken.

#### 4. Privaat-publieke samenwerking (PPS) voor winkelprojecten in de binnenstad

Faciliteren van het afsluiten van convenanten tussen de (lokale) overheden en de projectontwikkelaars. Dat kan d.m.v. volgende faciliteiten & voorwaarden aan te bieden:

- a. Vrijstelling of vergemakkelijking van vergunningen en versoepelen van stedenbouwkundige voorschriften (voor het samenvoegen van verschillende kleinere handelspanden bijvoorbeeld).
- b. Leegstaande panden verwerven en ter beschikking stellen om betere en ruimere winkelpanden te kunnen ontwikkelen in de binnenstad. Ook lege kantoren bieden zeer grote shoppingmogelijkheden en kunnen soms beter (gedeeltelijk) aangepast worden in handelsruimtes dan in woonruimte.

#### 5. “De buurt bestuurt” op vlak van veiligheid en netheid !

Op vlak van veiligheid en netheid zijn er nog steeds veel klachten van de handelaars. De oorzaken zijn zeer divers en standaardoplossingen bieden niet altijd soelaas. Met een nieuwe aanpak, gebaseerd op het principe van “de Buurt Bestuurt” willen UNIZO en UCM betere resultaten boeken. Het komt er op neer de handelaars en de bewoners betrokken worden bij het stellen van de concrete prioriteiten en het oplossen van problemen in de handelswijk. De politie en de stad stellen bijvoorbeeld beiden 200 uur extra personeel gedurende een bepaalde periode ter beschikking. In een overlegcomité (samengesteld uit de bewoners en de handelaars) wordt bepaald waarvoor deze uren worden ingezet. De politie koppelt ook direct terug wanneer de uren worden ingezet en welke de eventuele resultaten of vaststellingen zijn.

#### 6. Een plurimodaal beleid inzake mobiliteit en bereikbaarheid van de handelskernen

Een mobiliteitsbeleid moet zich niet richten TEGEN de auto, maar VOOR een betere bereikbaarheid van de wijken via verschillende vervoersmodi.

Het plan geeft een aantal concrete tips die verbeteringen kunnen betekenen voor:

- ✓ Betere bereikbaarheid van handelskernen met àlle vervoersmodi (uitbreiding zone 30 in handelskernlinten, dubbelparkeren ontraden, 'Autolib' in Brussel, ....).
- ✓ De parkeervoorzieningen (inzetten van parkeerbemiddelaars, vast dagtarief op zaterdag, ...).
- ✓ De beleving van de handelskernen (het onterecht parkeren op laad- en loszones te depenaliseren, bundelingstrategieën op handelswijkniveau,...).

Bovenstaande maatregelen moeten gebeuren in overleg met de handelaars en hun representatieve organisaties.