

De voetgangerszone slaagt met moeite voor zijn eerste mondeling examen

1. De context

Na andere grote Europese steden zoals Bordeaux, Amsterdam en Gent, maar nog voor Parijs, ging Brussel op 29 juni laatstleden van start met zijn voetgangerszone.

Met de definitieve afsluiting van de centrale lanen voor het verkeer is de Brusselse voetgangerszone de grootste van Europa. De zone loopt van het Brouckèreplein tot aan het Fontainasplein. Ze werd toegevoegd aan delen die reeds verboden waren voor voertuigen zoals de Grote Markt, de Nieuwstraat, de straatjes van het Ilot Sacré en het gedeelte van de Zuidstraat en de Grasmarkt.

Van bij de start hebben we bijzondere aandacht geschonken aan het probleem van de mobiliteit dat door deze voetgangerszone is ontstaan. We weten immers dat er veel commerciële activiteit is in de centrumlanen en aangrenzende straten. Bijgevolg moet een nauwgezette analyse worden gemaakt van de impact van de voetgangerszone op de handelsontwikkeling van de buurt.

Bovendien moet de exclusiviteit van de handelszaken in het centrum worden gewaarborgd. Het gaat hier om de pool van design en stylisme in de Dansaertwijk, de horecapool rond de Sint-Gorikshallen, het toerisme rond de Grote Markt en het belangrijkste winkelcentrum voor kleding en accessoires in de Nieuwstraat en City2.

Atrium Brussels heeft zonet haar eerste evaluatie van deze voetgangerszone van de centrumlanen van Brussel afgerond. De metingen van de verkeersstromen en de tevredenheidsenquêtes bij klanten en winkeliers van de Vijfhoek laten toe om een eerste balans op te maken van het project met een aantal aanbevelingen voor de handelaars en de overheid.

De analyse die vandaag wordt voorgesteld is geen definitieve studie, maar een eerste luik van een langdurige observatie die veel langer zal doorlopen dan de werken rond de voetgangerszone.

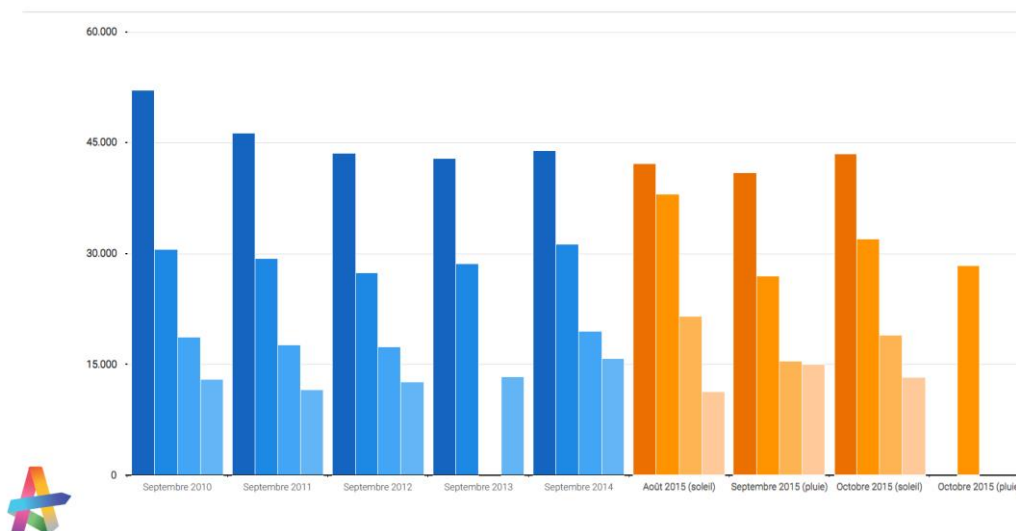
2. Vaststellingen

1) Volatiel gebruik van de voetgangerszone

Van bij de testopstelling van de voetgangerszone werd een algemene volatiliteit vastgesteld van de voetgangersstromen op de Anspachlaan. Van de ene maand op de andere kan de dagelijkse frequentie met ongeveer 10.000 voetgangers verschillen. Dit is het geval voor het telpunt aan het nummer 41/47 van de Anspachlaan (ter hoogte van de Brico) waar in augustus 2015 dagelijks 37.990 voetgangers passeerden, in september 2015 26.930 (-11.060) om in oktober 2015 opnieuw te komen tot een gemiddelde van 31.979 (+5.049).

Deze brede vork is merkbaar op de hele laan, maar in het bijzonder op het gedeelte De Brouckère-Beurs. De grootste schommeling voor het gedeelte Beurs-Fontainas is beperkt tot -5.513 voetgangers per dag tussen augustus en september 2015.

Résultats - Les flux piétons



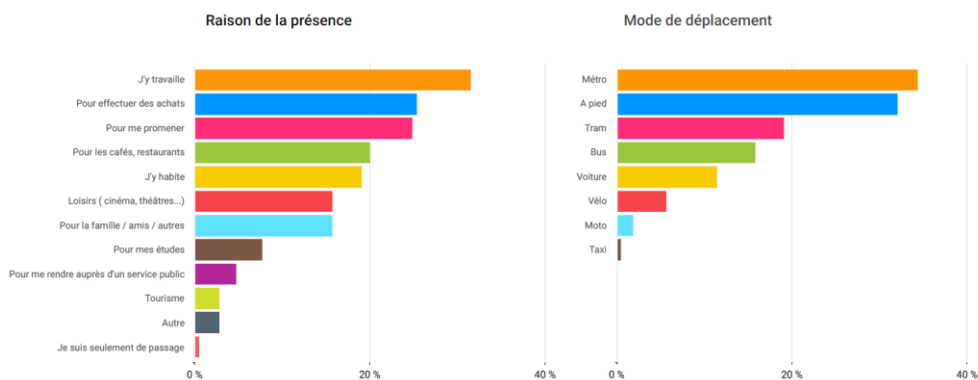
Het is frappant om deze evolutie te vergelijken met deze in de Nieuwstraat. Zowel voor als na de ingebruikneming van de voetgangerszone van de centrumlanen, wordt de Nieuwstraat gekenmerkt door een bijzonder stabiele frequentiegraad. De maximale amplitude wordt vastgesteld tussen september en oktober 2015 met een stijging van slechts 2.553 dagelijkse voetgangers.

2) Een voetgangerszone die te sterk afhankelijk is van conjuncturele factoren

Sommige conjuncturele factoren zoals de klimatologische omstandigheden of de activiteitenkalender bieden een verklaring voor de volatiliteit van de verkeersstroom in de voetgangerszone. Nochtans zijn deze diverse factoren gelijkaardig voor de Nieuwstraat. De impact ervan is daar echter veel beperkter.

Het belangrijkste verschil tussen de gedragingen in de Nieuwstraat en deze van de voetgangerszone kan worden geobserveerd in de bezoeksredenen van de vaste klanten. Het handelsaanbod en de shoppingmogelijkheden lijken de Nieuwstraat enige structuur te geven en de verkeersstromen te stabiliseren. Dit geldt echter niet voor de voetgangerszone die zich lijkt te gedragen als een openbaar park en eerder recreatieve bezoekers lijkt aan te trekken dan mensen die willen winkelen.

Résultats - Les profils des chaland



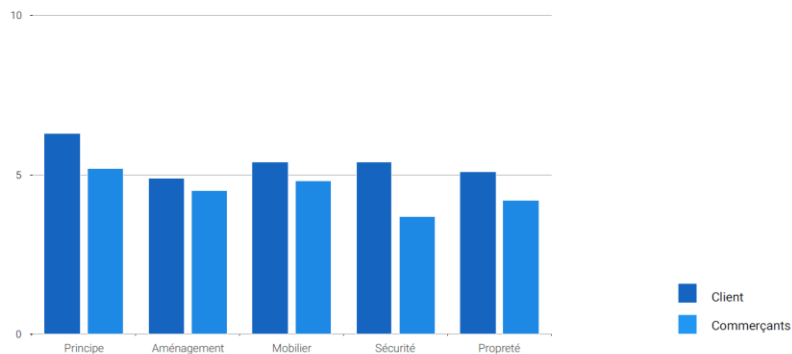
Vandaag is deze volatiliteit van verkeersstromen eerder schadelijk omdat het synoniem is voor de onvoorspelbaarheid en de onmogelijkheid om hierop te anticiperen, zowel voor de handelaars als voor de politiek verantwoordelijken. Deze turbulenties moeten het voorwerp uitmaken van een constante observatie teneinde vast te stellen of deze interser worden, zich stabiliseren of in elkaar zakken.

3) Unanimiteit over het concept van de voetgangerszone, niet over haar beheer

Atrium Brussels heeft gedurende 11 en 13 dagen in september en oktober bij 213 klanten en 233 handelaars verschillende enquêtes gehouden om de tevredenheid te meten. Deze enquêtes werden in persoon gehouden in de voetgangerszone en de nabijliggende wegen.

Atrium vroeg de respondenten hun graad van tevredenheid te kwantificeren rond vijf thema's: hun steun voor het concept, de aanleg van de zone, het mobilair, de veiligheid en de properheid.

Résultats - Satisfaction globale



In het algemeen lijken de klanten meer tevreden – of minder ontevreden – te zijn dan de handelaars over de aanleg van de voetgangerszone op de boulevards. Het zijn eerder de problemen rond het beheer van de zone die de meeste negatieve reacties uitlokken. De globale graad van tevredenheid voor de voetgangerszone is van 54,2/100 voor de klanten en van 44,9/100 voor de handelaars.

1 handelaar op 2 en 7 klanten op 10 positief over de voetgangerszone

Het thema rond het concept van de voetgangerszone op de boulevards is het thema dat de meeste tevredenheid oproept. Eén handelaar op twee en zeven klanten op tien staan neutraal of positief ten opzichte van het concept.

De aanleg en het tijdelijke mobilair op de voetgangerszone krijgen een gemiddelde respons van ongeveer 50% tevredenheid, zowel bij de klanten als bij de handelaars.

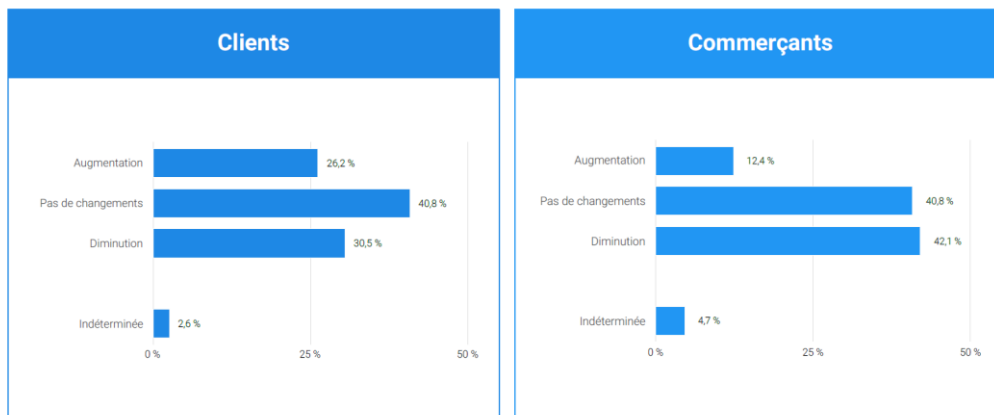
Het is op het niveau van de veiligheid en de properheid op de zone dat de ontevredenheid groter is bij de handelaars. Acht handelaars op tien zijn ontevreden over de veiligheid en zeven op tien evalueren de properheid ook als ontoereikend. Tussen 44% en 50% van de klanten is van dezelfde mening.

4) Een neutrale tot negatieve impact op het bezoekersaantal van de handelszaken

Op de vraag of de aanleg van de voetgangerszone het bezoekersaantal op het gebied van de verkoop heeft beïnvloed, staan veel handelaars neutraal (40,8%). Desalniettemin heerst er ook een gevoel van vermindering van het bezoekersaantal zowel in de buurt (30,5%) in het algemeen als in

de handelszaken (42,1%) in het bijzonder. Slechts een minderheid van 12,4% van de handelaars verklaren dat de voetgangerszone een positieve impact heeft gehad op het bezoekersaantal.

Résultats - Perception de la fréquentation



Met betrekking tot de omzet wordt de impact van de zone in het algemeen ook als negatief ervaren. Als men de respons op deze vraag per buurt bekijkt dan kan men zien hoe er globaal een neutrale tot negatieve tendens is, hoe de handelaars in de buurten 'Anspach' en 'Dansaert' diverse ervaringen kennen en hoe de buurt van de Vismet het meeste lijkt te lijden onder de aanleg van de zone.

Résultats - Affinement par quartier : chiffre d'affaires



Als men de antwoorden per type handelszaak bekijkt, dan kan men zien hoe de voedingssector, de horeca en de modesector de enige sectoren zijn die een heel positieve impact verklaren hoewel dit antwoord toch een minderheid blijft binnen elke mix.

De mix Huis en inrichting is de mix die het vaakst een negatieve impact verklaart. De handelszaken die verbonden zijn met het Nachtleven zijn de enige zaken die geen positieve impact op hun omzet verklaren.

Résultats - Affinement par segment : chiffre d'affaires



3. De Aanbevelingen

Het is normaal dat er spanningen opduiken en dat die ook kenbaar worden gemaakt wanneer er een wijziging is in de functie van een openbare ruimte. En die spanningen zijn nog sterker wanneer het gaat om een winkelwijk. Gezien de omvang van het project is het dan ook begrijpelijk dat de tegenstand bijzondere proporties aanneemt.

In deze context is het de taak van Atrium Brussel om te focussen op wat er nog gedaan moet worden, en niet op wat er al is gebeurd. De signalen vanop het terrein geven aan dat alle energie dringend verzameld moet worden, zodat het project onder de beste omstandigheden kan landen.

- 1) Een duidelijk doel definiëren voor het project: een nieuwe handelswijk uit de grond stampen of een draaischijf worden voor de aangrenzende wijken**

Om de werking en de impact van de testfase van de voetgangerszone op de stad te begrijpen, buigen we ons over de werking van de wijk voor de zone er kwam: de Brusselse centrumwijken hebben toen hun identiteit en hun grenzen rond en buiten de centrale lanen opgebouwd.

De soms anarchistische handelsuitbouw, de alomtegenwoordigheid van de auto en het gebrek aan identiteit van de grote lanen hebben ertoe bijgedragen dat het centrum in twee delen is opgedeeld. In het westen zijn er de Vismet- en de Dansaertwijk, in het oosten de Sint-Jacobswijk, de Noord-Zuid-as, de Grote Markt en de Nieuwstraat.

Wat was de bedoeling van de Stad Brussel toen ze een voetgangersgebied maakte van de lanen? Wilde ze een nieuwe winkelwijk uit de grond stampen? Of wilde ze de bestaande infrastructuur uitbouwen tot een draaischijf voor de aangrenzende wijken?

De ontwikkelingsstrategie van de Vijfhoek, en de herkwalificatiestrategie van het centrum in het bijzonder, hangen af van het antwoord op deze vraag.

2) Een zinvol project ontwikkelen

De handelaars hebben de neiging om een soms heel politieke communicatie te gebruiken, hoofdzakelijk via de pers, terwijl de overheid een marketing-gerichte houding aanneemt en reclamekanalen inschakelt.

De enen ontmoedigen zo ongewild hun klanten om af te zakken naar het centrum. De anderen ontkennen dan weer de problemen van de mensen uit de buurt.

Daarom zou het goed zijn dat de Stad Brussel eindelijk op de proppen komt met een zinvol project.

Dat project moet duidelijk zijn en een draagvlak hebben, met respect voor de bestaande gewoonten en gebruikers, voornamelijk de inwoners, winkeliers, werknemers en toeristen. Het project moet ten dienste staan van een beter gedefinieerde missie en moet verankerd zijn in de Brusselse identiteit.

Het is mogelijk dat het bestaande project tijdens dit proces onderworpen wordt aan de behoefte om het te wijzigen.

3) De overheid moet de middelen van haar beleid aanwenden

De stad moet meer middelen aanwenden om haar doelen te bereiken.

Dat zal zeker via openbaar landbeheer gaan. Als eigenaar van een reeks commerciële cellen, vooral op de lanen van het centrum, bezit de stad een hefboom die noodzakelijk is voor de uitbouw van een kwaliteitsvol commercieel aanbod.

Om niet alleen nieuwe merken maar ook zaken met toegevoegde waarde aan te trekken, raden we aan om een voorstelling van het project te maken voor MAPIC 2016, de internationale beurs voor retail en winkelvastgoed.

4) Een raamovereenkomst opstellen met Atrium Brussel

Deze overeenkomst tussen Atrium en de Stad Brussel zal het mogelijk maken om acties te ondernemen om de commerciële ontwikkeling van de voetgangerszone en de aanpalende buurten te verbeteren, onder meer via:

- Het uitbouwen van een aantrekkelijke visie en het bevorderen van de samenhang tussen klanten en handelaars.
- De bouw van een maquette om het project op MAPIC 2016 te presenteren
- De werving van merken die een meerwaarde zijn voor de voetgangerszone
- De uitbouw van een wijkidentiteit
- Een gemeentelijk onderzoek naar de invloed van de economische ontwikkeling op aangrenzende buurten

Daarnaast is het de bedoeling van deze overeenkomst om de aantrekkelijkheid van het gebied te verhogen. Dat zal gebeuren door de doelgroep te identificeren en een aangepaste communicatie uit te werken. De overeenkomst streeft naar commerciële continuïteit op achterstallige assen (Midi, Dansaert) en wil bijdragen aan de verbeterde doorstroming binnen de Vijfhoek.

3. Conclusie

In het licht van deze studie spoort het Gewest de stad Brussel aan om de huidige toestand als een pilootfase te zien en voortaan:

1. **Het project via participatieve workshops** aan de bewoners, de handelaars, verdeeld per activiteitssector, de werknemers en de andere gebruikers voor te leggen. De doelstelling is immers het opbouwen van een gedeeld project waarbij met de aanbevelingen van iedereen rekening gehouden wordt.
2. **Een rechtstreeks communicatiekanaal tussen de Stad en de handelaars in te stellen** : een persoon of een cel moet het unieke aanspreekpunt zijn om de zorgen van het leven in de wijken een luisterend oor te bieden en op te lossen.

3. **Een echte handelsstrategie te ontwikkelen**
 - **Op de lanen** door kwalitatieve handelszaken voor te stellen
 - **Op de pleinen** door zowel op het niveau van het aanbod als van de openingsuren het horeca-aanbod te versterken. Deze handelszaken moeten harmonieus in de ruimte passen.
 - **Op de omliggende handelswijken** door hun positie, kenmerkend voor het stadscentrum, te versterken.
 - **Op openbare plaatsen in het algemeen** door de leesbaarheid en het voetgangersverkeer, het voetgangerscomfort, een originele bewegwijzering, een ambitieuze permanente en tijdelijke verlichting, kwaliteitsvolle materialen enz. te vergemakkelijken. De openbare ruimte moet uitnodigen om te slenteren, om deze in te nemen en ervan gebruik te maken. Het moet op een endogene manier met de Brusselse stuwende krachten in een participerend proces bepaald worden of het voorwerp uitmaken van een internationale prijsvraag waarbij de bouwmeester betrokken wordt.
4. De huidige **openbare stadsvoorzieningen te onderhouden en ook te vernieuwen** wanneer deze niet meer voldoen. Er zijn kwaliteitsvolle en originele openbare stadsvoorzieningen nodig die daarna verplaatst of ter plaatse hergebruikt kunnen worden.
5. Een ambitieus **cultureel programma** op te stellen dat met de wijkbewoners rekening houdt.
6. De veiligheidsproblemen te regelen door een **politiepost in de voetgangerszone** en in de omliggende wijken te vestigen.
7. **De afvalproblemen op te lossen** door een speciale brigade voor deze zone (voetgangerszone en de omliggende wijken) op te richten die zowel overdag als 's nachts het zwerfvuil verwijdert.
8. De informatie over de werf zo ruim mogelijk te verspreiden via een permanent infopunt ter plaatse (bv. de tram van Flagey of van Jette).
9. Aangezien de GPS niet werken, een eenvoudige , vloeiende en efficiënte **autobewegwijzering in te stellen** vanaf de kleine ring. **Eveneens een bewegwijzering te voorzien voor de voetgangers en de gebruikers van het openbaar vervoer.**
10. **Een marketingcampagne te organiseren die voor de klanten bestemd is** om de voetgangerszone een positief imago te geven waarbij de gemakkelijke toegankelijkheid tot de handelszaken in het centrum zowel met het openbaar vervoer als met de auto wordt benadrukt.
11. **Een begeleiding van de handelaars voor te stellen** om hen te doen nadenken over hun handelsstrategie, hun positionering, de producten die ze verkopen...

12. **Het werfbeheer te verbeteren** zodat dit gezien wordt als een overgangperiode die voor een vernieuwing van de ruimte zal zorgen.

13. **Het leveringsluik te herzien** om aan de noden van de handelaars te beantwoorden.

Op basis van deze vaststellingen en aanbevelingen houdt Atrium zich ter beschikking van de stad Brussel om samen te werken aan de invoering van een grootscheeps plan voor onze hoofdstad en waarvan de gevolgen de grenzen van de Stad Brussel ruim overstijgen.