

De gemeenteraad,

Op grond van volgende overwegingen, zowel feitelijk als juridisch:

1.

In het meerjarenplan van de stad (vastgesteld bij beslissing van de gemeenteraad van 16.12.2019) is onder de beleidsdoelstelling "Eerlijk werk en economische groei" SDG 08: "Harelbeke bevordert duurzame economische groei, productieve tewerkstelling en waardig werk voor iedereen" opgenomen.

Het meerjarenplan stelt letterlijk:

"De lokale handel heeft het moeilijk, een fenomeen dat zich op Vlaams niveau manifesteert. Toch willen we er naar streven om onze voetafdruk zo klein mogelijk te houden. Daarom hanteren we zo veel mogelijk het principe van de "korte keten". Dit betekent dat we het aantal tussenstappen van producent tot consument zo klein mogelijk proberen te houden. Concreet wil dit zeggen dat we zo lokaal mogelijk onze boodschappen doen. We ondersteunen hiermee de kleinhandel en lokale boeren. De heraanleg van het nieuwe marktplein zorgt voor een nieuwe aanblik van de stad, en biedt ruimte voor lokale ondernemers. Het is het opzet van de stad om een nieuwe wind te laten waaien in het lokaal economisch gebeuren zowel in het centrum van de stad, als in de deelgebieden. We bevorderen hierbij ook de samenwerking tussen de reguliere en de sociale economie."

Verder volgen onder SDG 8 dan verschillende actieplannen zoals:

- actieplan D08/AP01 We creëren een aantrekkelijk winkelgebied in het centrum van de stad;
- actieplan D08/AP02 (Prioritair) AP02 We ondersteunen het huidige handels- en horeca-apparaat
- actieplan D08/AP03 (Prioritair) AP03 We bouwen aan een ondernemingsvriendelijk klimaat in de stad.

De nu voorliggende toekomstvisie kadert in deze SDG en actieplannen.

2.

De voorbije jaren heeft de stad grondig geïnvesteerd in een nieuwe aanblik van de stad.

Vooraf de centrumomgeving werd aangepakt door de Leieboorden te vernieuwen die recent onder grote belangstelling werden geopend.

De opening van de markt in het najaar van 2020 moet die metamorfose compleet maken en een nieuwe, dynamische wind doen waaien in het hart van de stad.

Het aantrekken van een aantal nieuwe, innovatieve handelszaken naar het centrum van de stad zal daarbij cruciaal worden en vergt een proactieve aanpak.

Ook de deelgemeenten hebben nood aan nieuwe impulsen om het handelsapparaat te reanimeren of te stabiliseren.

Ook de KMO's en industriële ondernemingen gaven recent, via ondermeer een nota van UNIZO Leiekracht aan, nood te hebben aan extra ondersteuning en een centraal aanspreekpunt bij de stad.

3.

De laatste studie en visie betreffende lokale economie dateert van voorjaar 2014 en mondde onder meer uit in het opstarten van een handelscomité, een visiebepaling voor de marktplaats en een poging om het handelscentrum in te krimpen tot een leefbare kern.

De snel evoluerende wereld van de economie zorgt er echter voor dat die studie al volledig achterhaald is en een nieuw plan voor de lokale economie drong zich dan ook op.

Verskillende gesprekken met stakeholders (zoals UNIZO Leiekracht, handelscomité, ondernemers, bedrijventerreinmanagement,...), aangevuld met de nodige expertise mondde uiteindelijk uit in een vernieuwd plan van aanpak die door het college van burgemeester en schepenen werd goedgekeurd op 12.11. 2019 en nu ter goedkeuring wordt voorgelegd aan de gemeenteraad.

Op die wijze wil de stad niet alleen uitvoering geven aan het meerjarenplan (zie 1 hiervoor), maar ook zich inschrijven in de mogelijkheid die het decreet van 15.07.2016 betreffende het integraal handelsvestingsbeleid biedt aan de gemeenten om op gemeentelijk vlak een dergelijk handelsvestigingsbeleid te ontwikkelen, mits deze lokale visie bekend te maken (zie art. 6 van het aangehaalde decreet).

Met de visie zal dan ook, als referentiekader, rekening worden gehouden bij de verdere uitwerking van het gemeentelijk ruimtelijk planningsproces en het nemen van beslissingen inzake lokale economie, zonder dat de bij deze goedgekeurde visietekst op zich al subjectieve rechten zou doen ontstaan in hoofde van burgers, bedrijven of wie dan ook die onder de stad ressorteren.

Een aantal belangrijke pijlers van het nu voorliggend plan zijn de volgende:

- Het creëren van een aantrekkelijk winkelgebied in het centrum van de stad: door ondermeer het afbakenen van een compact kernwinkelgebied, de creatie van de nodige stimuli voor nieuwe ondernemers, inspelen op citymarketing en het aanbieden van extra, innovatieve services voor klant en burger;
- Het (verder) uitbouwen van een ondernemingsvriendelijk klimaat in de stad: door het aanbieden van één centraal aanspreekpunt voor de ondernemers, duidelijke ondernemersinformatie voor (potentiële) ondernemers en voldoende mogelijkheden tot netwerken en ontmoetingen tussen ondernemers;
- Het (verder) ondersteunen van het huidige handels- en horeca-apparaat: met acties als een duidelijke digitale tool voor communicatie met en tussen ondernemers, de opmaak van een detailhandelsplan voor de dorpskernen, inzetten op marktbeleving, aanpakken van leegstand met creatieve acties en het actief aantrekken van nieuwe, creatieve handels- en/of horecazaken;
- Het onderzoeken van een draagvlak voor een participatief economisch beleid aan de hand van de SDG's: verschillende pistes onderzoeken om de participatie van de burger en ondernemer meer te laten gelden en visueel in het straatbeeld te brengen, door bruggen te slaan tussen publieke sector, private sector en particulier en door te onderzoeken of er mogelijkheden zijn om de economie te stimuleren met behulp van een virtuele munt of variant erop.

4.

De gemeenteraad is bevoegd op grond van art. 40 par. 1 van het decreet lokaal bestuur (DLB) en art. 41, tweede lid, 2°.

5.

Verwijzend naar volgende wettelijke, decretale of reglementaire bepalingen:

- het decreet lokaal bestuur (DLB), inzonderheid en zonder zich daartoe te willen beperken art. 40 par. 1, 41, tweede lid, 2°, 286 par. 1, 1°, 288 en 330;
- het decreet van 15.07.2016 betreffende het integraal handelsvestingsbeleid, inzonderheid en zonder zich daartoe te willen beperken art. 6.

Verwijzend naar volgende eerdere beslissingen:

- de beslissing van het college van burgemeester en schepenen van 12.11.2019 inzake de toekomstvisie van lokale economie

Op voorstel van het college van burgemeester en schepenen:

Om deze redenen;

Na beraadslaging in openbare zitting;

«Stemresultaat»

BESLUIT:

Artikel 1:

De gemeenteraad keurt de toekomstvisie lokale economie, zoals op heden voorgelegd, goed luidend als volgt:

Strategische doelstelling:

Harelbeke wil een ondernemingsvriendelijke stad zijn met voldoende aandacht voor handel, horeca, KMO en industrie door in te zetten op een duurzaam economisch beleid.

Doelstelling 1: het creëren van een aantrekkelijk winkelgebied in het centrum van de stad.

Actie 1: afbakenen van een kernwinkelgebied

De enige manier om **een vitale, bruisende en stabiele handelskern** te creëren en te kunnen behouden is het inkrimpen ervan tot een leefbare en economisch haalbare kern. Voor Harelbeke brengt dat de afbakening van een compact (maar gezellig) handelscentrum met zich mee die als centrale kern de vernieuwde markt heeft en de verbinding maakt met het station langsheen de groene pixel van het stadspark. Het inkrimpen van de handels-as is ook de enige manier om structureel leegstand en verwaarlozing tegen te gaan. Die afgebakende zone is het gebied waarop de stad zich **met acties en evenementen zal focussen** om consumenten aan te trekken. Het geniet ook de absolute voorkeur voor het vestigen van kleinhandelszaken (< 600m²) in Harelbeke en wordt afgebakend als 'kernwinkelgebied'.

De grenzen van het kernwinkelgebied liggen in het noorden aan de vernieuwde **marktplaats** (Vrijdomkaai) en in het zuiden aan het **treinstation** – wat uiteindelijk de belangrijkste passage-as moet worden in Harelbeke-centrum. Op die manier worden water, openbaar vervoer, groen en marktplaats met elkaar verbonden. Aanbeveling is verder om die zowel in het westen als in het oosten zoveel mogelijk te beperken om de kern compact en leefbaar te houden, wat leidt tot volgend voorstel qua gebied:



Binnen dit gebied ligt de focus op het gelijkvloers (wat de beleving van het straatbeeld voor de klant bepaalt) volledig op handel en horeca. Ondersteunende gebieden worden afgebakend in de periferie van de stad (ter hoogte van Aldi, Lidl,...) moeten de grotere handelspanden een thuis geven (zie ook verder).

Een kernwinkelgebied afbakenen brengt voor meerdere diensten uitdagingen met zich mee, vooral ruimtelijk/stedenbouwkundig:

- Verplichte voorwaarde voor het voorzien van een commercieel gelijkvloers bij het aanvragen van een functiewijziging, bouw of verbouwing van/aan een pand in het kernwinkelgebied (= **verankering in de stedenbouwkundige voorschriften** in het kernwinkelgebied!);
- Weigering van omgevingsvergunningen voor handelspanden groter dan 600m² binnen het kernwinkelgebied (verwijzen naar het ondersteund winkelgebied);
- Het afraden en afremmen van een commerciële ruimte bij de bouw of het verbouwen van een pand buiten dat kernwinkelgebied;

Een strakke opvolging van elk dossier en een goeie afstemming tussen de diensten is daarbij onontbeerlijk.

Met een kernwinkelgebied willen we ook **inspelen op de mobiliteit** en het daarmee gepaard gaande ecologische aspect. Een hogere concentratie van winkels op een beperkt gebied zorgt er voor dat consumenten zich te voet of per fiets verplaatsen van winkel naar winkel. Het uitsmeren van handel en horeca over een grotere oppervlakte zorgt voor verplaatsingen met de auto, wat de druk op de mobiliteit verder zou laten toenemen. Kanttekening daarbij is een haalbaar parkeerbeleid binnen het kernwinkelgebied behouden (of verder mogelijk maken) om consumenten toe te laten zich te verplaatsen van parkeerplaats naar kernwinkelgebied (zie ook verder). Zoals eerder vermeld moet het kernwinkelgebied zich steunen op de vernieuwde marktplaats als centrum van de beleving in Harelbeke. De inspanningen van de stad om zowel de marktplaats te vernieuwen, als handelsruimte te creëren (in 'De Nieuwe Markt') sluiten daarbij aan. De uitbreiding van Centrum I is daarbij cruciaal in de uitstraling van

het kernwinkelgebied en past ook perfect in het beeldkwaliteitsplan die in 2010 werd opgemaakt voor de stad.

De visie sluit ook aan bij de startnota van Vlaanderen 'Winkelen in Vlaanderen', die later uitmondde in het decreet handelsvestigingsbeleid:

Het regeerakkoord geeft aan waar men in Vlaanderen naartoe wil met het ruimtelijk-economisch beleid voor kleinhandel.

"We stellen een duidelijke visie op over Winkelen in Vlaanderen. De afweging van de inplanting van grote winkelvestigingen zal worden geïntegreerd in de ruimtelijke ordening, waarbij het concept van kernwinkelgebieden wordt ingevoerd en de afbakening van kleinhandelszones wordt aangepast. In een overgangsfase zal een winkelvisie voorwerp uitmaken van een omzendbrief 'ruimtelijke inplanting van winkelcentra'. De uitgangspunten daarvoor vormen:

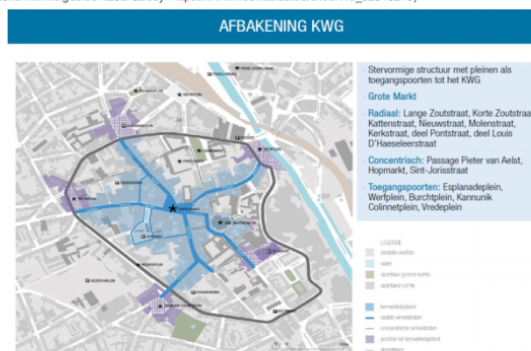
- de complementariteit met de handel en wandel in de binnensteden;
- het vermijden van ongewenste aanzuigeffecten ten nadele van de binnensteden;
- het voorkomen van verdere lintbebouwing."

Verschillende Vlaamse steden gingen ons daarbij al voor:

Aalst – juni 2017

Aalst bakt zijn kernwinkelgebied af

28/06/2017 om 15:44 door Veronique Van Geit - Print - Comigear (mailto:redactienbo@nieuwsblad.be?subject=Correctie%20-%20Aalst%20bakent%20zijn%20kernwinkelgebied%20af&body=https://www.nieuwsblad.be/cnt/bivva_02946245)



(FOTO:*)

AALST - Dinsdag werd op de gemeenteraad de afbakening van het kernwinkelgebied goedgekeurd. Hierdoor kan het stadsbestuur het beleid verder uitbouwen om haar handelscentrum in de kijker te zetten. In deze zone ligt de prioriteit op handel. De afbakening is bewust beperkt gehouden in omvang om voldoende dynamiek te garanderen. De structuur is duidelijk leesbaar zodat ook mensen van buiten Aalst hier snel hun weg in kunnen vinden.

De afbakening gaat uit van een stervormige structuur met de Grote Markt als centrum en de pleinen als toegangspoorten tot het kernwinkelgebied. In het kernwinkelgebied zijn volgende straten en pleinen opgenomen: Grote Markt, Lange Zoutstraat, Korte Zoutstraat, Kattestraat, Nieuwstraat, Molenstraat, Kerkstraat, Pontstraat tot aan de parking De Burcht, Louis D'Haeseleerstraat tot aan de kruising met de Klapstraat, Passage Pieter van Aelst, Hopmarkt, Sint-Jorisstraat, Esplanadeplein, Werfplein, Burchtplein, Kannunik Collinetplein en het Vredeplein.

"Het afbakenen van ons kernwinkelgebied zorgt ervoor dat we volop kunnen inzetten op promotionele activiteiten, zoals bijvoorbeeld Topdag, braderijen en Aalst Twinkelt, zegt schepen van Economie Katrien Beulens (CD&V). "De voorgestelde afbakening is getoetst in onze deelraad handel en horeca, alsook op de betrokken commissies en het college van burgmeester en schepenen."

"Door de afbakening van het kernwinkelgebied kunnen we bijkomende middelen gaan inzetten om ons handelscentrum nog verder te gaan versterken. Zo wordt het mogelijk subsidies te gaan uitreiken om wonen boven winkels aan te moedigen en onder meer de gevels aantrekkelijker te maken", vult schepen van Ruimtelijke ordening Caroline Verdoodt (N-VA) aan.

Beveren – juni 2018

In actie voor sterker winkelcentrum

ECONOMISCHE TROEVEN EN ZWAKTES OPGELIJST

KRISTOF PIETERS | 06 juni 2018 | 02u55



© Foto Kristof Pieters - Wim Van Gerwen van de dienst economie, schepen Filip Kagels en Vincent Lesseliers, voorzitter van de adviesraad in de Vrasenestraat dat de kern vormt van het winkelgebied.

BEVEREN Er ligt een actieplan op tafel om de lokale economie in Beveren aan te zwengelen. Concreet moet het winkelcentrum compact blijven en duidelijk afgebakend. Er wordt gedacht aan verhuispremies voor zaken die zich in de kern willen vestigen en ook wonen boven winkels zal gestimuleerd worden.

In samenwerking met het studiebureau Idea Consult werd de voorbije maanden hard gewerkt aan de opstelling van een 'visie- en inspiratienota economie'. "Kort na de oprichting van de raad voor lokale economie in 2015, merkten we een gemis aan een specifiek beleidsplan", zegt voorzitter Vincent Lesseliers. "Er waren wel allerlei initiatieven rond economie, maar een echte visie ontbrak tot op vandaag."

Actie 2: stimuleren van handelsactiviteit door het uitreiken van verhuis- of starterspremies

De lintvormige structuur van Harelbeke zorgt ervoor dat handel en horeca verspreid zitten over de N43 (Kortrijksesteenweg – Kortrijksestraat – Marktstraat – Gentsestraat – Gentsesesteenweg). Voor bezoekers oninteressant om meer winkels te bezoeken en impulsaankopen te doen.

De bedoeling moet zijn om een aantal succesvolle formules te overhalen zich te gaan herlokalisieren in het afgebakende kernwinkelgebied met behulp van een **verhuispremie**.

Een starterspremie moet dan weer potentiële ondernemers overhalen om zich in Harelbeke te gaan vestigen. Op die manier moeten we nieuwe, creatieve, innovatieve formules de stad binnenbrengen die complementair zijn met het huidige handelsapparaat.

Budgettaire impact wordt ingeschat op maximum 4 verhuizen of opstarten per jaar. Voorstel zou zijn om die handelszaken een premie te geven van 10.000 euro onder voorwaarden die worden vastgelegd in een premie-reglement. De premies gelden ook voor de dorpskernen (zie verder).

Actie 3: creatie van interessante handelsruimte door het uitreiken van samenvoegpremies

Heel wat van de gebouwen in het vooropgestelde kernwinkelgebied nodigen niet uit tot het voeren van handel of horeca omwille van:

- Verwaarloosde gevels of ruimtes
- Te kleine oppervlaktes in de panden
- Ongeschiktheid van de ruimte tot het voeren van handel

Het **uitreiken van premies om binnen dat kernwinkelgebied handelsruimte te creëren kan de leefbaarheid van het centrum verhogen.** Budgettair wordt die

impact ingeschat op maximaal 3 aanvragen per jaar. Voorstel zou zijn om ook hier 10.000 euro aan premie uit te reiken voor substantiële verbouwwerken onder voorwaarden die worden vastgelegd in een subsidiereglement.

Onder meer de fusiegemeente Puurs-Sint-Amands en gemeente Ninove gebruiken een gelijkaardig systeem om handelaars in het centrum te krijgen:

Tot 25.000 euro aan subsidies voor handelaars in Puurs-centrum

Els Dalemans | 10 september 2019 | 17u41



© David Legreve - PUURS Expert Lokale Economie Wouter Declercq en schepen Hilde Van der Poorten willen meer handelaars naar het centrum lokken met een reeks nieuwe subsidies.

PUURS-SINT-AMANDS Met vijf nieuwe subsidies wil de gemeente Puurs-Sint-Amands de handelaars in het kernwinkelgebied extra ondersteunen. "Wie een nieuwe zaak start of een bestaande winkel vernieuwt, kan tot 25.000 euro aan steun krijgen", zegt schepen voor Lokale Economie Hilde Van der Poorten (CD&V).

"Handelaars staan overal onder druk, ook in onze gemeente telt het kernwinkelgebied -met zo'n zeventig zaken- enkele leegstaande panden. Wij willen onze handelaars daarom op alle mogelijke manieren steunen, zowel de nieuwkomers als de gevestigde waarden. Samen met onze handelaars bekeken we de mogelijkheden, en zo kwam deze nieuwe reeks subsidies tot stand", zegt Van der Poorten.

"Handelaars kunnen een subsidiedossier samenstellen voor aanpassingswerken aan hun zaak, gevelrenovatie, overname en herlocalisatie. Die laatste subsidie is bedoeld voor handelaars uit onze gemeente die met hun bestaande winkel verhuizen naar het kernwinkelgebied. Nieuwe handelaars die in datzelfde gebied een pand gaan huren, komen in aanmerking om een jaar lang een maandelijkse bijdrage te ontvangen. Zo vangen we voor hen de financiële druk van de eerste, zware maanden op."

Tien nieuwe handels- en horecazaken voorbij jaar in stadscentrum: stad werkt voort aan bestrijding leegstand

Claudia Van den Houte | 03 september 2019 | 18u34



© Claudia Van den Houte - De uitbaters van Bar Sajet in de Biezenstraat in Ninove, een van de nieuwe zaken.

NINOVE Het Ninoofse stadscentrum kreeg er het voorbij jaar tien nieuwe handels- en horecazaken bij. Het stadsbestuur voerde vorig jaar een aantal maatregelen in om de handelskern te versterken en gaat ook in de toekomst verderwerken aan de bestrijding van de leegstand.

De stad voerde begin vorig jaar enkele maatregelen in om de leegstand tegen te gaan en de handelskern terug op te waarderen. Zo kwam er een premie voor starters in leegstaande panden, een renovatiepremie voor handelspanden en een belasting op panden die langer dan een jaar leeg staan - de leegstandstaks. Het afgelopen jaar kwamen er alvast tien nieuwe zaken bij in het stadscentrum. Het gaat om ES.KA Creators (Beverstraat), Only (Ninia Shopping Center), Passione di Pizza (Centrumlaan), Pronti (Ninia Shopping Center), Domino's Pizza (Centrumlaan), Holland & Barrett (Ninia Shopping Center), Hammam Sultana (Geraardsbergsestraat), Bar Sajet (Biezenstraat), Sister's Beauty House (Brusselstraat) en bakkerij Bouakline (Brusselstraat).

Actie 4: creatie van handelsruimte door leegstandsbelasting

Heel wat panden in het beoogde kernwinkelgebied hebben een handelsruimte of een ruimte die zich zou kunnen lenen tot handel en/of horeca, maar worden niet aangeboden op de markt. De nieuwe gemeentelijke aanpak rond verwaarlozing en de zoektocht naar een goede definitie rond leegstaande handelspanden moet er voor zorgen dat die gebouwen wél te koop of te huur komen te staan. De dienst neemt dit verder op met dienst Woonwils en Stedenbouw en ruimtelijke planning.

Actie 5: bestrijden van leegstand door actief opkopen van vrijstaande handelspanden

Bepaalde handelsgebouwen zijn onaantrekkelijk voor projectinvesteerders omdat ze te klein zijn om er commercieel voordeel uit te halen en de timing laat ook niet altijd toe om panden gesplitst op te kopen. De stad (in samenwerking met intercommunale Leiedal) moet daarin een **pro-actieve rol durven spelen** door het **opkopen van panden** binnen het vooropgestelde kernwinkelgebied met de bedoeling ze later terug te

kunnen verkopen aan projectontwikkelaars of investeerders om er nieuwe handelsruimte te creëren.

Voorbeeld daarvan is Centrum I – waar moet vermeden worden dat het gebied als een kanker de rest van het vooropgestelde kernwinkelgebied besmet en de stad een visie moet ontwikkelen zoals het realiseren van een uitbouw richting de Leiestraat.

Opnieuw naar fusiegemeente Puurs-Sint-Amands voor een treffend voorbeeld:



Zo zien de nieuwe appartementen en winkelruimte eruit.
Foto: sima

SIMA ontwikkelt achttien appartementen en 800 m² winkelloppervlak

Nieuwbouwproject maakt Dorpshart af

20/12/2017 om 02:00 door Patrick Poppe



PUURS - Puurs kon de jongste jaren enkele panden opkopen langs het Dorpshart. De panden werden dit jaar een voor een gesloopt. Deze 'ground zero' in het centrum werd gisteren verkocht aan projectontwikkelaar SIMA die er achttien appartementen wil bouwen.

Actie 6: inspelen op de visie vanuit citymarketing op evenementen en acties

Citymarketing ontwikkelde een **visie om acties en evenementen in Harelbeke rond een aantal thema's te gaan organiseren**. Het lijkt de evidentie zelf om daar ook handel en horeca in het vooropgestelde kernwinkelgebied mee in te trekken door telkens een promotionele actie te koppelen. Vanuit de dienst economie moet een coördinerende rol opgenomen worden om, in nauwe samenwerking met het handelscomité, een actie te ontwikkelen, de gedragenheid ervan te creëren en de uitvoering mee te helpen ondersteunen.

#OW
www.oarelbekeweireldstad.be

Actie 7: een ondersteunend winkelgebied creëren voor baanwinkels

Grote baanwinkels of handelszaken met een oppervlakte van meer dan 400m² (de vroegere socio-economische vergunning) worden geweerd uit het kernwinkelgebied en

krijgen een plaats in de periferie van de stad, wat nu al grotendeels het geval is. In het gemeentelijk ruimtelijk structuurplan worden dergelijke ondersteunde winkelgebieden benoemd als gemengde woongebieden/ kleinhandelszones en/of gemengde activiteitenruimten. Afspraken met buurgemeenten Waregem en Kortrijk moeten zorgen dat er **geen intergemeentelijke discussies** ontstaan over de al dan niet vestiging van een handelspand in de periferie. Intercommunale Leiedal is in deze bezig met de opmaak van een regionale visie op detailhandel.

Onderstaande figuur toont één van de ondersteunende winkelgebieden



Uit het detailhandelsplan van Gent:

Baanwinkels

Baanwinkels zijn vooral gesitueerd langs de steenwegen en zijn een essentieel onderdeel van het handelsapparaat. Hier is er aandacht voor efficiënt en duurzaam grondgebruik en een hogere ruimtelijke kwaliteit in kader van verdichting, mobiliteit en aanbod. Via stedenbouwkundige voorschriften worden deze zones zoveel mogelijk geclusterd in kleinhandelszones. Baanwinkels zijn (onder andere omwille van hun grote ruimtebehoefte) een noodzakelijke aanvulling voor de kernwinkelgebieden.

Uit het eindrapport 'Kennissenetwerk detailhandel' van POM West-Vlaanderen:

In juli 2010 heeft de Vlaamse Regering de startnota 'Winkelen in Vlaanderen' goedgekeurd. De nota stelt dat detailhandel bijdraagt tot de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van de binnensteden en dorpskernen. Men voorziet dat ontwikkeling van, en vestiging in, **baanwinkels** en perifere ontwikkelingen vaak gemakkelijker en soms aantrekkelijker is dan de (her)ontwikkeling van een bestaand centrum. De Vlaamse Regering ziet hierin de grond om een kernversterkend beleid te voeren. De Vlaamse regering zet vooral in op drie aspecten: het systematisch beperken van de verdere ontwikkeling van baanwinkellinten, het zorgvuldig afwegen van nieuwe inplantingen van grootschalige handelszones en ten slotte – na een gewenste regionalisering van de IKEA-wet – de complementariteit met de handel en wandel van de stedelijke en dorpskernen beter bewaken.

Breder stelt de studie dat een ondersteunend winkelgebied complementair kan zijn aan een kernversterkend beleid zolang de locatie en keuze van winkels gekozen wordt in functie van de visie op het kernwinkelgebied.

Actie 8: mobiliteitsstudie en impact op kernwinkelgebied

Mobiliteit is zowel een zegen als een vloek voor de plaatselijke handel en horeca. De ervaring bij het opzoeken van nieuwe potentiële huurders en/of investeerders voor de commerciële panden op 'De Nieuwe Markt' maakte dat ook heel duidelijk: het aantal passanten zijn een cruciale factor voor de vestiging van een handelszaak. Gefrustreerde passanten in de file maken echter een negatieve connotatie met wat ze zien onderweg. Een **nieuwe mobiliteitsstudie** moet duidelijk maken wat de pijnpunten zijn, welke worden veroorzaakt door ondersteunende winkelgebieden en welke de impact is op het hart van de stad.

Een voorbeeld van hoe men moet rekening houden met de impact op de mobiliteit bij een aanvraag van een omgevingsvergunning ter uitbreiding of vestiging van een onderneming vinden we in Drongen (juni 2019):

Geen vergunning voor Delhaize in Drongen: "Schaalgrootte niet te verantwoorden"

06/06/2019 om 06:00 door Taly Salumu



Peter Naudts wou zijn supermarkt in de Drongense dorpskern verhuizen en vergroten. "We zijn er bereikbaar sinds de heraanleg van het dorpsplein."

OTO: FWJ



193 shares

GENT - De Delhaize in de dorpskern van Drongen mag niet verhuizen naar een groter complex op de Deinsteenweg. Na bewonersprotest heeft de stad de vergunning geweigerd. "Jammer", zegt de initiatiefnemer. "Andere supermarkten mogen daar wel bouwen."

Een Aldi, een nieuwe Carrefour Market in de oude garage van Opel Haeck en binnenkort een OKay. De Deinsteenweg in Drongen is een magneet voor supermarkten. Ook de Delhaize in de dorpskern wil verhuizen naar Zestiengemeten, een zijstraat van de drukke baan. Er zijn plannen voor een grootwarenhuis met kantoorruimtes, een appartement en een ondergrondse garage. Die zou ruim de helft groter worden dan de huidige supermarkt in het dorp: 1.080 vierkante meter oppervlakte.

Zwart kruispunt

Maar tegen het gebouw rees protest bij bewoners en de nabijgelegen basisschool Klaverdries. Zij vrezen voor geluidsoverlast en verkeersproblemen zoals op het 'zwarte' kruispunt ter hoogte van de Antoon Catriestraat. Petities gingen rond en er werden zo'n vijftig bezwaren ingediend.

Actie 9: behoud van het huidig parkeerbeleid met continue evaluatie van het aantal en optimaal gebruik van parkeerplaatsen (parkeerbrochure)

De trend dat consumenten zich zo dicht mogelijk willen parkeren bij hun winkelkeuze blijft zicht verderzetten – zeker voor de aankoop van basisgoederen zoals vlees en brood. Een hogere concentratie van winkels zorgt ervoor dat de consumenten zich ook verder te voet willen verplaatsen en doet de druk op de mobiliteit afnemen (verwijzen naar actie 1 – afbakening van een kernwinkelgebied).

Het parkeerbeleid (blauwe zone, twee uur gratis parkeren) die de stad op dit moment hanteert blijkt een troef te zijn – blijkt zowel uit de bevraging van

handelaars als winkelende consumenten. Harelbeke heeft rond het af te bakenen kernwinkelgebied een aantal mogelijkheden qua parkeren:

- Langs de N43 (blauwe zone);
- Parkeerterrein bij het cultureel centrum en aan de bibliotheek;
- Parkeerterrein aan het station;
- Parking Paretteplein;
- Parkeerterrein in de Kortrijksestraat tussen handelszaak Patientje en Bord'eau;
- Toekomstige rotatieparking op het binnenplein van 'De Nieuwe Markt';
- Parkeerplaatsen langs de vernieuwde Leieboorden.

Daarenboven zijn een aantal '**verborgen' parkings** een mogelijkheid om meer parkeergelegenheid aan te bieden na onderhandeling met de eigenaars:

- Parking achter KBC gebouw in de Gentsestraat;
- Parking van de centrumschool aan de Ballingenweg;
- Parking achteraan stadhuis;
- Parking politiegebouw;
- Parking 'De kleine Ark' in de Ballingenweg

De combinatie van deze parkeerzones zorgt snel voor een 100-tal extra parkeerplaatsen die zo goed al ongebruikt zijn op zaterdag en zondag. De dienst economie kan daar het voortouw nemen om de eigenaars aan te spreken en mits een kleine compensatie de parkings open te stellen op zaterdag en zondag.

Een **parkeerbrochure** moet bezoekers aan Harelbeke duidelijk maken waar ze op wandelafstand van het winkelgebied kunnen parkeren. Een **parkeervergoeding** moet de verborgen parkings zichtbaar maken.

Continue evaluatie van die parkeerplaatsen (in aantal, in afstand tot het kernwinkelgebied en in tarieven) en de bewegingsstromen die dat met zich meebrengt (die zorgt voor passage-functie) zijn noodzakelijk en moeten in samenwerking met een vernieuwde mobiliteitsstudie verder geanalyseerd worden en zo nodig worden bijgesteld. Over naar Dilbeek (en deelgemeenten) voor een gelijkaardig verhaal:

Extra blauwe zones in Schepdaal, Bodegem en Dilbeek

Mobiliteit, Parking, Lokale Handel



DILBEEK Op 25/05/2017 om 20:15

Gepubliceerd door: **Joost Van Liefveringhe**

Er werd dinsdagavond op de gemeenteraad gelukkig meer dan alleen over budgetten en meerjarenplannen gesproken. De raad besliste ook om een aantal bijkomende blauwe zones in te stellen. "Dat gebeurde voornamelijk op vraag van handelaars en van omwonenden in het geval van Schepdaal en Bodegem", zegt Schepen van mobiliteit Stijn Quaghebeur

In Schepdaal worden blauwe zones ingevoerd langs enkele parkeerstroken in de Oudstrijdersstraat, E. Eylenboschstraat en de Dreef. Deze beslissing is een rechtstreeks gevolg van het burgerinitiatief 'Herinrichting dorpskern Schepdaal'. [Archief: [Schepdaalnaren vragen ... én krijgen aangepaste dorpskern](#)]

"Het instellen van een blauwe zone langsheen enkele parkeerstroken in het centrum van Schepdaal kan tegemoetkomen aan het probleem van langparkeerders en zorgen voor een klantvriendelijker parkeerbeleid", zegt schepen Quaghebeur. "We zijn blij ook alvast gevolg te kunnen geven op korte termijn aan een concrete vraag van de werkgroep."

Bodegem

In Sint-Martens-Bodegem komt er een blauwe zone langsheen een gedeelte van de parking van het station en zal er ook een parkeerverbod worden ingevoerd in de Molenstraat van huisnummer 92 tot en met 100.

Stijn Quaghebeur: "De parkeerdruk op de parking van het station en in de Molenstraat ter hoogte van de spooroverweg in Sint-Martens-Bodegem is hoog. Hierdoor is er niet alleen hinder bij het aanschuiven wanneer de overweg sluit, maar kunnen de handelaars ook nauwelijks plaats aanbieden voor hun klanten."

Dilbeek

Ook in Dilbeek zijn broodnodige aanpassingen voorzien. "Ook in de omgeving van het op- en afrittencomplex op de Ninoofsesteenweg is de parkeerdruk door langparkeerders is aanzienlijk", zegt Quaghebeur. "Door enkele handelaars en uitoefenaars van vrije beroepen op de Ninoofsesteenweg en Rozenlaan werd de vraag gesteld om een blauwe zone in te richten en zo tegemoet te komen aan dit probleem van langparkeerders en meer parkeerrotatie te verkrijgen."

Ook de voorlopige resultaten van de onlangs gelanceerde enquête in Harelbeke toont aan dat shoppers de blauwe zone appreciëren.

Actie 10: een dienstenpand in het kernwinkelgebied

De vraag naar zo gemakkelijk mogelijk shoppen is een trend die zich ook in kleinere gemeenten en steden begint door te zetten. Shoppers hebben nood aan openbare toiletten, en verzorgruimtes voor de baby, lockers om shoppingtassen in op te bergen,... Steden zoals Sint-Niklaas spelen daar al langer op in en **maken van de problematiek van leegstand een opportuniteit** om daar tijdelijk een dienstenpand in onder te brengen.

Stad opent servicepand in Stationsstraat

JVS | 05 oktober 2018 | 18u47



📷 @ JVS - In het nieuwe servicepand bevinden zich onder meer lockers, publieke toiletten en verzorgingsmogelijkheden voor kinderen en mensen met een beperking.

SINT-NIKLAAS De stad opent zaterdag een gloednieuw 'servicepand' in de Stationsstraat. Bedoeling is om het winkelend publiek gratis het nodige comfort te geven. "Een toiletbezoek, je baby verschonen of voeden, winkeltassen opbergen, pakjes ontvangen of verzenden, een rolstoel of plooi buggy huren: het kan hier allemaal", klinkt het. In heel wat andere steden bestaan die aparte functies ook al, maar Sint-Niklaas is de eerste centrumstad die de verschillende diensten combineert en centraliseert. "Dat maakt dit omgebouwde winkelpand uniek in Vlaanderen."

Er werd samengewerkt met partners zoals 'Cubee' – die een pakjesautomaat in het pand installeerde en ervoor zorgt dat consumenten tijdens ruime openingsuren hun bestelde pakje van lokale handelaars kunnen ophalen wanneer het hen past. Geen excuus meer om niet naar Harelbeke te komen omdat de verzorgingstijdstippen van de kinderen het niet toelaten want dankzij de nodige voorzieningen – gesponsord door lokale handelaars – kan dat allemaal in het service punt. Er is ook een ruime waaier aan informatiebrochures en toeristenplannetjes aanwezig om consumenten verder de stad te laten ontdekken.

Het initiatief werd in gang gezet door de stad, en gaf hen de kans om een leegstand pand opnieuw in te vullen, een duurzame oplossing aan te reiken voor shoppende consumenten en het straatbeeld van de stad op te waarderen.

Ook voor Harelbeke **moet die piste onderzocht worden**: voldoende panden staan leeg (maar worden niet aangeboden op de markt) of zijn zelfs in verwaarloosde staat. Een dialoog met één of meerdere eigenaars van panden op centrum I zou een (tijdelijke) oplossing zijn om die kant van de markt op te gaan waarderen en tegemoet te komen aan de stijgende vraag aan diensten van shoppers. Gediensig lijkt het samenroepen van een werkgroep om deze actie verder vorm te geven en in te passen in een ruimer kader.

Doelstelling 2: het uitbouwen van een ondernemingsvriendelijk klimaat in de stad

Actie 1: opzetten van een ondernemersloket

Een volwaardige dienst was één van de speerpunten van de nota van UNIZO Leiekracht naar aanleiding van de verkiezingen in 2018. Aan de roep naar een volwaardige dienst 'Ondernemen' werd door de stad tegemoetgekomen door de ontmanteling van de dienst WOL en het aanwerven van een beleidsmedewerker economie.

De uitwerking van de toekomst van de dienst wordt besproken in het eerste hoofdstuk van deze nota. Inspelend op de vraag van ondernemers (via UNIZO) en de toekomstige visie op de dienst lijkt het aangewezen om de dienst economie verder inhoudelijk vorm te geven met het oprichten van een fysiek ondernemersloket.

Steeds meer steden en gemeenten kiezen voor één centraal punt waar de ondernemer met zijn vragen en opmerkingen terecht kan en eventueel worden doorverwezen naar de gespecialiseerde dienst om verder in de diepte te gaan. Het grote voordeel daarvan is dat de dienst economie intensief voeling en contact houdt met de ondernemers en op de hoogte blijft van alle vragen die binnenkomen om bepaalde trends naar dienstverlening te gaan ontdekken en er op in te spelen. VVSG geeft in hun 'leidraad voor de dienst economie en dienstverlening aan ondernemers' aan om daar maximaal, maar slim, op in te zetten.

Het ondernemersloket moet fungeren als centraal aanspreekpunt voor ondernemers met vragen, ideeën of bezorgdheden met als concrete taken:

- Doorverwijzingsrol naar de juiste personen intern (stedenbouw, patrimonium,...) of partners extern (UNIZO, voka, OC West,...);
- Onthaal van nieuwe ondernemers met ondernemersbrochure als leidraad (zie verder);
- Administratie en afleveren van drankvergunningen;
- Administratie en afleveren van taxi -vergunningen;
- Administratie en afleveren van vergunningen voor ambulante handel;
- Uitleg van en hulp bij tools die worden aangereikt door de stad (bedrijvengids, cadeaubon-systeem,...)
- ...

De ondernemingsvriendelijkheid van de stad moet daarbij de voornaamste prioriteit worden van het loket, die – net zoals de andere diensten – op afspraak gaat werken met flexibiliteit naar de openingsuren.

Belangrijk wordt de fysieke plaats van dat loket en de aanduiding naar het loket. De vroegere bureaus van het departement WOL (Marktstraat 37) lijken daar uitermate voor geschikt, maar hebben nog een fysieke drempel (de witte deur). Eventuele plannen om de vroegere kunstacademie te verbouwen naar een creatieve, ondernemingsvriendelijke ruimte om ondernemers te ontvangen en als loket te fungeren?

Uit de 'leidraad dienst economie' van de VVSG:

2.2.3 Een apart loket voor ondernemers of niet?

In het organiseren van de loket- en onthaalwerking, stellen vele gemeenten zich de vraag of er al dan niet doelgroepgerichte loketten, zoals voor ondernemers, dienen te worden ingericht. Ons antwoord is ja, een doelgroeploket is aangewezen, alleen stelt zich de vraag op welke lijn men het organiseert.

In vele gevallen wordt het loket in de eerste lijn geplaatst (frontoffice) en worden ondernemers met al hun vragen doorverwezen. Voordeel van deze keuze is dat de dienst economie intensief voeling en contact houdt met alle ondernemers. Dit model is mogelijk bij een beperkt aantal vragen per week, maar lijkt ons in grotere gemeenten moeilijk houdbaar.

Vandaar dat een tweede vorm aan terrein wint. Daarbij worden eenvoudige ondernemersvragen maximaal opgevangen via het algemene eerstelijnsloket, waarbinnen ook alle andere administratieve en informatieve vragen worden behandeld. Het ondernemersloket wordt in dit geval een tweedelijnsloket voor meer gespecialiseerde contacten, die doorgaans ook meer tijd in beslag nemen. Dit model wordt verantwoord vanuit het streven naar een optimale inzet van medewerkers. Zet gespecialiseerde medewerkers niet in voor administratieve taken, is de achterliggende gedachte.

Actie 2: duidelijk ondernemersinformatie online en offline

Het informeren van ondernemers over de rechten en plichten die ze hebben bij het opstarten of runnen van een bedrijf in Harelbeke is onontbeerlijk vanuit de dienst economie. Het soort vragen dat de diensten krijgen die met ondernemers in contact komen is dan ook heel divers, maar kunnen ingedeeld worden in een aantal grote blokken:

- **Startersformaliteiten:** de noodzakelijke administratieve zaken die in orde moeten worden gebracht vooraleer met de onderneming te kunnen starten (aanmelden bij een ondernemingsloket,...)
- **Verplichte vergunningen of geldende verordeningen** vanuit de overheid voor ondernemers (ondernemersvergunning, milieuvergunning, meldingsplichten,...)
- **Ondersteuningsmaatregelen** vanuit de stad voor ondernemers (eventuele premies, handelsondersteuning,...)
- Mogelijke **partners** of doorverwijzingen bij specifieke problemen of opportuniteiten

Dat het ondernemersloket zal fungeren als antwoord op veel van die vragen is evident en is ook de rol van de dienst economie, maar het zoveel mogelijk aanbieden van pasklare informatie op een heel laagdrempelige manier kan helpen om de dienst te ontlasten. Een ondernemersbrochure moet dan ook de (potentiële) ondernemer op een eenvoudige manier gidsen doorheen de formaliteiten en mogelijkheden die de stad biedt/vergt. Er is op vandaag reeds een ondernemersbrochure die wordt verspreid onder nieuwe ondernemers, maar die compleet verouderd is – zowel qua lay-out als qua inhoud en ook niet complementair is met wat er online kan worden aangeboden.

Concreet lijkt de opmaak van die **papieren brochure**, zowel als spontaan aanbod naar ondernemers toe, als leidraad voor de dienst bij het onthaal van ondernemers broodnodig.

De inhoud daarvan moet zich **anno 2020 uiteraard ook vertalen in de website van de stad** met een efficiënte structuur en met ruime mogelijkheden om zoveel mogelijk formaliteiten online af te handelen of via een overleg op afspraak, wat kadert binnen de dienstverleningsambitie van de stad.

Actie 3: (her)opzetten van een KMO-adviesraad

Op vandaag zijn er binnen de stad verschillende organisaties die zich (vrijwillig) inzetten voor het belang van de ondernemer:

- **UNIZO Leiekracht:** de lokale ééngemaakte UNIZO-beweging voor groot-Harelbeke die met een vrij uitgebreid programma en een 100-tal leden één van de belangrijkste organisaties vormt op het vlak van economie in Harelbeke. UNIZO

Leiekracht heeft zowel handelaars als KMO's en grote ondernemingen onder de leden.

- **Handelscomité:** werd een aantal jaren geleden opgericht op initiatief van het departement WOL om de tanende interesse in handel en horeca een nieuwe stimulans te geven door de organisatie van acties en evenementen voor en door handelaars met een financiële injectie vanuit de stad. Doelgroep is duidelijk de handel en horeca in groot-Harelbeke (dus ook de deelgemeenten).
- **Bedrijventerreinmanagement:** onze stad telt 7 industrieterreinen, 1 daarvan – het grootste in aantal bedrijven – Kanaalzone Kortrijk-Harelbeke krijgt een toelage voor de aanstelling van een bedrijventerreinmanager (Annelies Corne) die zorgt voor een coördinatie van communicatie, een brug met de stad (dienst economie) en de organisatie van een aantal activiteiten die vooral zorgen voor het verlenen van correcte informatie naar de ondernemers.

Een aantal activiteiten lijken **dubbel te lopen naar eenzelfde doelgroep**, wat de indruk doet ontstaan dat er een spanningsveld zit tussen die verschillende organisaties. Persoonlijke gesprekken met elk van hen geven echter de omgekeerde indruk. Er is een openheid om de verschillende organisaties te laten afstemmen met elkaar om activiteiten op elkaar af te stemmen en complementair te gaan werken voor een zo breed mogelijk aanbod aan mogelijkheden ter ondersteuning van elke ondernemer op het grondgebied.

Het **lanceren van een dergelijk initiatief** is dan ook noodzakelijk om ook bij die doelgroep vinger aan de pols te kunnen houden. Van daaruit kunnen initiatieven gelanceerd worden zoals opleidingsmoment rond duurzaamheid, mobiliseren van werknemers uit bedrijven voor duurzame verplaatsingen,... (zie ook doelstelling 4 – van waaruit een pak beleidsondersteunende initiatieven kunnen ontstaan).

Tijd moet uitwijzen of er bereidheid bestaat om al die organen samen te brengen in **één adviserend forum voor economie in Harelbeke**, zoals bijvoorbeeld in Dendermonde, waar een ALE is: adviesraad lokale economie met vertegenwoordigers van handel, industrie, vrije beroepen, horeca en sociale economie. Voornaamste doelstelling is het beter afstemmen van communicatie tussen al die partijen voor een eensgezind standpunt qua lokale economie aan het stadsbestuur.

Ook in Lichtervelde een gelijkaardig initiatief, het LEF, waar handel, vrije beroepen en industrie zich hebben verenigd in één adviesorgaan richting het stadsbestuur.

Torhout heeft een adviesraad die onder de noemer Torhout handelt! daad bij woord voegt en samen hun schouders zetten onder een aantal gemeenschappelijke projecten ten gunste van handel, horeca en industrie.

Samenstelling en doelstelling van de adviesraad in Dendermonde:

Adviesraad lokale economie

Doelstelling

De adviesraad wil de lokale economie positief beïnvloeden via beter afgestemde onderlinge communicatie en via concrete adviesverlening aan het stadsbestuur:

- Overleg tot stand brengen tussen actoren lokale economie enerzijds en het stadsbestuur anderzijds.
- Overleg tot stand brengen tussen ondernemers, verenigingen en deskundigen onderling.
- Een adviserend orgaan vormen dat beleidsvoorbereidend en beleidsondersteunend werkt naar het college van burgemeester en schepenen en de gemeenteraad toe. Dit kan zowel op eigen initiatief als op verzoek van de gemeenteraad of (een lid van) het college van burgemeester en schepenen gebeuren.
- Het aangeven van diverse problemen op stedelijk vlak die, hetzij rechtstreeks, hetzij onrechtstreeks de lokale economie aanbelangen én hieraan gekoppeld oplossingsvoorstellen formuleren.
- Het ondersteunen en promoten van de lokale economie, inbegrepen het formuleren van voorstellen terzake, i.f.v. het bevorderen van een ondernemersvriendelijk klimaat in de stad.

Samenstelling en structuur

De huidige samenstelling werd op 18 maart 2015 goedgekeurd door de gemeenteraad met een huidig aantal leden van 21 en een maximaal aantal leden van 23.

Er is een vertegenwoordiging van:

- plaatselijke handelsverenigingen
- kernwinkelvoorzieningen
- handelsconcentraties
- professionele of interprofessionele organisaties
- vrije beroepen
- industriële bedrijven
- sociale economie of zorg economie
- horeca

Actie 4: nieuwsbrief met informatie en events voor ondernemers

Reeds heel wat steden en gemeenten brengen de informatie voor ondernemers naar voor in een digitale vorm onder de noemer van een digitale nieuwsbrief. Ook het departement WOL had zijn periodieke digitale nieuwsbrief met informatie voor ondernemers die echter verwaterde met het vertrek van het toenmalige departementshoofd. Ook de database voor het uitsturen van de mailing werd niet meer opgevolgd.


In augustus 2019 werd een eerste **vernieuwde nieuwsbrief** uitgestuurd naar de brede groep van ondernemers (KMO, industrie, handel, horeca en diensten) met een beperkt aantal actuele items. In september 2019 kwam daar een extra nieuwsbrief bij die enkel gericht is naar handel & horeca en vooral initiatieven en activiteiten van het handelscomité uitlicht (zoals de eindejaaractie).

Waar de nieuwsbrief 'economie & ondernemen' focust op een aantal nieuwsfeiten aangaande het ondernemerschap (informatie over wegenwerken, uitnodigingen tot info-avonden,...) en maandelijks verschijnt, zal de nieuwsbrief 'handel & horeca' zich beperken tot specifieke acties en evenementen voor de doelgroep en frequenter verschijnen – afhankelijk van de initiatieven.

Twee aandachtspunten hierbij:


- Het verder optimaliseren van de database (zie actie 5);
- Het breder en beter bekend maken van de nieuwsbrieven via communicatie-campagne.

Voorbeeld van een nieuwsbrief 'handel & horeca':



NIEUWSBRIEF
HANDEL & HORECA

NIEUWSBRIEF



Eindejaaractie

Ook dit jaar organiseren we terug een eindejaaractie waar alle handelaars kunnen aan meedoen.
De formule blijft dezelfde: elke deelnemende handelszaak deelt een lotje uit aan de klanten die het in de urne kunnen deponeren. Op het einde van de actie worden winnaars uitgeloot.

Elke zaak betaalt 300 euro deelnameprijs per pakket en krijgt daarvoor in ruil 150 euro terug aan cadeaubonnen (in bedragen naar keuze) om onder de consumenten te vertoelen die een bonnetje in de urne hebben gedeponeerd.

De overige 150 euro wordt samengebracht om een aantal hoofdprijzen in cadeaubonnen te schenken - enkel te besteden bij de deelnemers van de actie uiteraard.

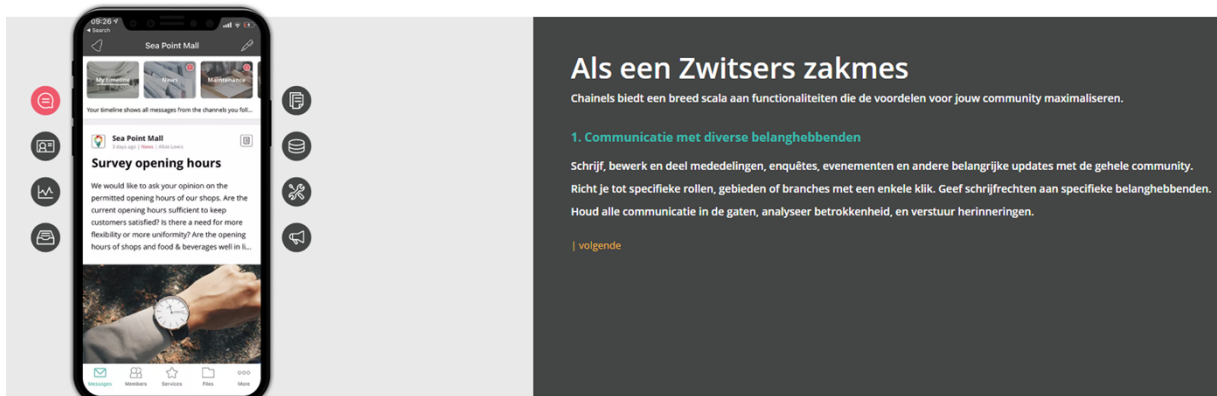
Het handelscomité zorgt voor voldoende promotie (via Facebook, de website, affiches en flyers)!

Wil je graag meedoen? Druk op de knop hieronder om het deelnameformulier in te vullen of vraag een formulier aan via conomie@harelbeke.be

Ik doe mee!

Actie 5: pro-actief communiceren naar ondernemers via een intranet-systeem
Communicatie tussen ondernemers en vanuit de stad met ondernemers is essentieel om tot gedragen beslissingen en daaruit voortvloeiende acties te komen. Om te communiceren met ondernemers is er een actuele lijst nodig van de aanwezig handel, horeca en industrie in de stad – wat met de bedrijvengids (vanuit Leiedal) gedeeltelijk wordt opgelost.

Chainels is een **digitale tool** die komt overwaaien uit het economisch progressieve Nederland (toch op het vlak van detailhandel). Het biedt een resem aan voordelen, maar dé belangrijkste is de **eenvoudige en laagdrempelige communicatie** tussen en met ondernemers.



Als een Zwitsers zakmes

Chainels biedt een breed scala aan functionaliteiten die de voordelen voor jouw community maximaliseren.

1. Communicatie met diverse belanghebbenden

Schrijf, bewerk en deel mededelingen, enquêtes, evenementen en andere belangrijke updates met de gehele community. Richt je tot specifieke rollen, gebieden of branches met een enkele klik. Geef schrijfrechten aan specifieke belanghebbenden. Houd alle communicatie in de gaten, analyseer betrokkenheid, en verstuur herinneringen.

| volgende

Naast communicatie kunnen ook bestanden worden uitgewisseld, digitale werkgroepen worden gemaakt, nieuwsbrieven worden uitgestuurd, een actuele lijst van ondernemingen worden geraadpleegd,... Een efficiënte communicatie moet zorgen voor een verlaging van de werkdruk bij de dienst economie en vooral een professionele uitstraling van de dienst richting de ondernemers.

Actie 6: aantrekken en ondersteunen van startende en groeiende ondernemingen

POM West-Vlaanderen heeft zijn detailhandelsbeleid uitbesteedt aan Ondernemerscentra West-Vlaanderen en biedt daarbij een scala aan projecten en mogelijkheden om **de startende of groeiende ondernemer op weg te helpen onder de noemer 'Start&Go'**.



START&GO
GROEIEN EN ONDERNEMEN

Ook een eigen zaak?

SLUIT JE AAN BIJ START&GO EN VERHOOG JE SLAAGKANSEN ALS ONDERNEMER

Voor wie?

- ✓ Je woont of wil je zaak opstarten in West-Vlaanderen
- ✓ Je bent maximaal vijf jaar zelfstandig

We hebben je heel wat te bieden:

Opleidingen, netwerkmomenten, coaching, professionele werkplekken ...

Registreer je net als 2000 andere West-Vlaamse ondernemers gratis bij Start&Go en ontvang jouw 1000 credits (ter waarde van 1000 euro)

REGISTREER NU!

Start&Go bestaat uit twee luiken:

- Inhoudelijk met een waaier aan mogelijkheden voor starters en groeiers:
 - o Collectieve opleidingsmomenten
 - o Netwerkevenementen
 - o Advies op maat

- ...
- Infrastructuur: professionele werkplekken, ateliers of flex-kantoren om in een professionele omgeving te werken en naar kruisbestuivingen te gaan zoeken met andere ondernemers

Elke inschrijver krijgt daartoe 1.000 credits vanuit de Provincie (staat gelijk aan 1.000 euro opleidingsbudget), de stad kan daar 200 credits per ondernemer aan toevoegen. Afspraak is daar dat eerst de 1.000 credits worden opgebruikt en daarna pas de 200 credits. Het laat de stad toe om aan te haken bij al bestaande, krachtige initiatieven met een schaalvoordeel die wij als stad zelf onmogelijk kunnen bieden.

Met het wegvallen van de mogelijkheid om startende ondernemers te huisvesten in het bedrijvencentrum, kan dat ook naar infrastructuur een oplossing bieden, naast bestaande initiatieven in Harelbeke als Stede51.

Een co-hub moet ook heel centraal voorzien in een mogelijke werkplaats voor creatievelingen en ze alle kansen geven om zich te ontwikkelen, ontplooiën en te groeien tot ze kunnen uitvliegen naar een eigen stek of locatie (zie ook doelstelling 4). Mogelijk kan daar bijvoorbeeld het stationsgebouw toe fungeren – maar moet verder bekeken worden in een werkgroep.

Actie 7: organisatie van netwerkevents in samenwerking met partners UNIZO, Voka, bedrijventerreinen, POM,...

Er worden op vandaag heel wat events en sessie georganiseerd vanuit verschillende partners. Die activiteiten samenbrengen in **één overzichtelijke kalender en de hiaten erin gaan ontdekken** en opvullen in samenwerking met die partners, lijkt een taak voor de dienst economie van de stad.

Ook het **breder trekken van bepaalde ingerichte sessies door ruimer te communiceren** via de kanalen van de stad richting de ondernemer moeten door de dienst economie worden opgevolgd.

Enkele activiteiten die nu verspreid worden ingericht moeten door de stad zelf worden opgenomen, zoals de nieuwjaarsreceptie voor de ondernemers. Het biedt een zekere uitstraling aan de ondernemers en het is voor zowel de politiek als het stadsmanagement belangrijk om op dat evenement vinger aan de pols te kunnen houden over wat er reilt en zeilt bij de lokale ondernemers.

Gepoogd wordt om een drietal events te organiseren met telkens een 100-tal aanwezigen.

Actie 8: deelname aan ROT's, ateliers, intergemeentelijke overlegorganen

Het spreekt voor zich dat er een actieve deelname van de dienst economie is aan intergemeentelijke overlegorganen. Het zorgt immers voor:

- Een **uitgebreid en breed netwerk van contacten** binnen het werkveld van economie en ondernemen om op terug te vallen bij opportuniteiten of problemen die zich stellen;
- **Ervaringsuitwisselingen** bij specifieke problematieken (leegstand,...);
- **Kruisbestuiving** van concepten, acties en/of evenementen voor ondernemers;
- Een **actuele kennis** van wat er reilt en zeilt binnen het werkdomein van de lokale economie.

Voorbeelden daarvan zijn:

- Regionale Overleg Tafels vanuit de VVSG;
- Ateliers lokale economie vanuit OC West;
- Overleg detailhandelsbeleid vanuit POM West-Vlaanderen;
- ...

Actie 9: Periodieke informatie & ontmoetingssessies voor (pre-) starters in samenwerking met UNIZO en POM

In het kader van onder meer 'Start&Go' wordt vanuit de Provincie West-Vlaanderen gevraagd om **lokale informatiesessies** te organiseren om pre-starters te gaan verzamelen voor een concrete en laagdrempelige informatiesessie over de formaliteiten en mogelijkheden om te starten als zelfstandig ondernemer.

De opvolging van de aanwezigen kan eventueel mee gebeuren door het ondernemersloket, zowel naar locatie toe als inhoudelijk op weg zetten, in samenwerking met de POM West-Vlaanderen.

Doelstelling 3: het ondersteunen van het huidige handels- en horeca-apparaat

Actie 1: een dynamische database van handel en horeca

Het **belangrijkste instrument voor de dienst economie wordt een goeie database met de contactgegevens van elke ondernemer op het grondgebied Harelbeke.**

Het biedt immers alleen maar voordelen om de ondernemer snel te kunnen bereiken. De bedrijvengids van Leiedal slaagt daar gedeeltelijk in door de basisgegevens van een ondernemer op te halen uit de VKBO, maar daar blijft de informatie beperkt tot naam, adres en eventuele verwijzing naar de vestiging. Ondernemers kunnen weliswaar zelf hun gegevens gaan verrijken, maar doen dat veelal niet omdat er voor hen geen meerwaarde aan gekoppeld wordt.

Verwijzend naar actie 5 onder doelstelling 2 kan een intranet-platform voor ondernemers daar wél die meerwaarde bieden door actieve communicatie tussen ondernemers enerzijds en met de stadsdiensten anderzijds. Ondernemers hebben er dan immers alle belang bij om op het platform aanwezig te zijn met de juiste contactgegevens of – bij stopzetting van de activiteit – de communicatie niet langer te ontvangen (~spam). In Nederland werkt de tool al in verschillende winkelomgevingen en ook steden als Brussel en Roeselare zijn inmiddels met de tool aan de slag om te implementeren. Harelbeke moet die stap ook durven zetten. Temeer omdat de tool ook een hele resem andere voordelen biedt die de dienst economie als professioneel kunnen neerzetten bij de ondernemer: bestandendatabase, organisatie van werkgroepen om digitaal informatie uit te wisselen of praktische afspraken te maken,...

Actie 2: digitaliseren van de cadeaubon

Gemeentelijke geschenkbonnen zijn meer dan ooit in trek. Voor veel consumenten vormt het een makkelijke oplossing naar een onvindbaar cadeau en voor de stad is het een dankbaar instrument om de lokale economie te ondersteunen. Immers, elke euro aan verkochte cadeaubonnen wordt integraal besteedt bij de lokale handel en horeca.

Harelbeke heeft reeds zo'n cadeaubon, maar het proces erachter is vrij arbeidsintensief en niet zo ondernemersvriendelijk. Het drukt op het succes van de cadeaubon en dus ook op het aantal deelnemers en omzet. Het digitaliseren van de bon en het proces kan daarin soelaas bieden.



Digitaliseren van het cadeaubon-systeem biedt verschillende voordelen:

- Cadeaubonnen blijven **onbeperkt geldig** en belasten dus noch de kost van het drukker ervan noch het milieu;

- Een digitale bon kan (bij de meeste aanbieders) **opgeladen en ontwaard worden met een bedrag naar keuze**. Op die manier wordt de bon ook interessant voor bijvoorbeeld bakkers, slaggers, krantenwinkels,... waar het gemiddelde bestedingsbedrag lager ligt;
- Het proces erachter wordt gedigitaliseerd, wat de **arbeidskost doet dalen** en de kans op fouten naar beneden haalt;
- **Handelaars moeten geen handelingen meer uitvoeren** naast het accepteren van de bon: het geld aan aanvaarde bonnen wordt automatisch uitbetaald;

Het college gaf reeds de principiële goedkeuring voor een onderzoek naar de mogelijkheden van de digitalisering van de bon, wat de zoektocht deed uitkomen bij mogelijke leverancier CCV. Het voordeel van te kiezen voor een software-partner als CCV is de duurzaamheid van het software-model, waar de cadeaubon later kan uitgroeien tot een echte stadskaart of zelfs betaalkaart – eigen aan de stad (de zogenaamde 'virtuele munt').

Inhakend op het initiatief vanuit citymarketing, krijgt de kaart een 'Oarelbeke weireldstad' lay-out mee zodat ook voor het brede publiek de link kan worden gelegd tussen de kaart, evenementen en handel & horeca (zie verder ook bij 'doelstelling 4').

Actie 3: opmaak van een detailhandelsplan

Het Nederlandse bedrijf BRO maakte in 2011 een strategisch commercieel plan op, in opdracht van het departement WOL van de stad. Er werden een aantal analyses uitgevoerd, zoals een SWOT-analyse, demografische analyse, analyse van het toenmalige aanbod van detailhandel in Harelbeke, en die werden samengelegd met een aantal trends en ontwikkelingen op het vlak van economie. De 60 bladzijden tellende studie besloot met een voorstel tot visie voor de komende 10 jaar, samengevat op... 2 bladzijden. De **enige aanbeveling was toen om het marktplein nieuw leven in te blazen naar aanleiding van het beeldkwaliteitsplan**.

Toenmalig departementshoofd Martin Vandebuerie legde in het najaar van 2014 een nieuw voorstel tot visie voor met een aantal concrete aanbevelingen:

- Oprichten van een handelscomité voor en door handelaars: op vandaag is dat handelscomité er, maar is er nood aan een nieuwe dynamiek;
- Afbakening van het kernwinkelgebied: alle pogingen ten spijt is het op vandaag nog steeds onduidelijk wat dat kernwinkelgebied is en waarom het er is. Een nieuwe poging maakt deel uit van deze visie (zie doelstelling 1).
- Visie vertalen in stedenbouwkundige regelgeving: waar er gemikt werd op het ontmoedigen van handel en horeca in de periferie en gestimuleerd binnen het kernwinkelgebied. De uitwerking daarvan is er nooit gekomen en een nieuwe poging staat beschreven in deze visie (zie doelstelling 1).
- Werkbare toelage voor het handelscomité: een stijgende toelage om het handelscomité toe te laten zelfstandig te fungeren. Die toelage beslaat op vandaag 30.000 euro om initiatieven op te zetten ter ondersteuning van de handel en horeca. De visie gaat daar dieper op in onder actie 4 van deze doelstelling.
- Promotie van het handelsapparaat versterken: een extra budget uittrekken om het toenmalige handelsapparaat meer in de verf te zetten.
- Afstemmen met andere beleidsdomeinen
- Winkelpanden in het kernwinkelgebied promoten en winkelpanden buiten de kern ontmoedigen: loopt mijns inziens vrij gelijklopen met het vertalen van een kernwinkelgebied in stedenbouwkundige regelgeving.

Er is anno 2020 **veel veranderd in Harelbeke**: toegenomen mobiliteit, vraagstukken over baanwinkels in de periferie, tweeverdienersgezinnen die flexibiliteit van de handel vragen,... . De vorige detailhandelsvisie is verouderd, en de conclusies hadden enkel betrekking op Harelbeke-centrum. Een nieuwe studie moet een antwoord bieden op een aantal vragen die er op vandaag spelen in Harelbeke-centrum (zoals 'gebruik maken van

de passage-functie', 'nood aan ketens als trekker?', 'parkeermogelijkheden',...), maar ook in de deelgemeenten die de voorbije jaren wat werden vergeten in de verschillende studies en waar een pak uitdagingen rijzen (zoals het ontbreken van handel in Bavikhove, het behoud van de handelskern in Hulste,...).

Actie 4: verder ondersteunen van het handelscomité

Het handelscomité werd in 2015 opgericht, naar aanleiding van een nota van het toenmalige departementshoofd. Er werd een toelage voorzien van 10.000 euro, elk jaar te verhogen met 5.000 euro tot het bedrag van 30.000 euro is bereikt – in 2019. Het laat het comité toe om een aantal ondersteunende maatregelen te initiëren voor handel en horeca in Harelbeke.

Er zijn echter nog een aantal **werkpunten**:

- **Dynamiek**: het aantal actieve leden in het handelscomité is laag in verhouding met het totale aantal handelaars en horeca-uitbaters in de zaak. Het comité heeft als fundament dat het acties moet genereren die gedragen worden door de doelgroep.
- **Aandacht voor de deelgemeenten**: een aantal keer werd de roep naar meer aandacht voor de deelgemeenten opgepikt tijdens de gesprekken met handelaars uit de andere kernen. De acties en de promotie ervoor situeren zich nogal vaak in het centrum van Harelbeke.
- **Innovatief karakter van evenementen en acties**: het comité teert op een aantal succesnummers, maar mist wat de innovatieve impuls om nieuwe acties uit te proberen. Het dreigt op die manier te vervallen in het voormalige winkelcomité die door het achterhaalde karakter van acties uitdoofde.

Desalniettemin **bereikt het comité wel zijn doelstellingen**: het promoot het handelsapparaat door de organisatie van een aantal evenementen en acties. De jaarlijkse modeshow wordt fel gesmaakt onder de handelaars en bij het publiek – of dat bewijst toch de telkens terugkerende jacht op een plaatsje. Ook de eindejaaractie, weliswaar toe aan een digitalisatie om de duurzaamheid te verzekeren (ook ecologisch), kan elk jaar rekenen op een vast aantal deelnemers.

Een aantal **aanbevelingen**:

- **Nieuwe oproep naar leden en samenstelling van het bestuur** van het comité, zoals een secretaris en penningmeester. Ook het voorzitterschap zou kunnen georganiseerd worden met verkiezingen.
- **Digitaliseren van een aantal vaste acties** zoals de eindejaaractie: zowel naar duurzaamheid als ecologisch aspect moeten de papieren kaarten plaats maken voor digitale spaarkaarten (zie ook actie 2 onder deze doelstelling)
- **Werkgroepen** voor activiteiten en evenementen: wat nu al gedeeltelijk zo is, maar verder kan worden uitgebouwd
- **Innovatief karakter nastreven**: waar een taak is weggelegd voor de dienst economie van de stad om de continue veranderende markt van de economie te monitoren en via intergemeentelijke overlegorganen nieuwe ideeën of acties te gaan voorleggen aan het comité.
- **Bekijken welke scenario's er mogelijk zijn voor de uitleendienst van het handelscomité**: onderbrengen bij facility, het evenementenloket of in een aparte afdeling?
- **Toespitsen van een aantal acties op de deelgemeenten.**

Met de komst van een nieuw marktcentrum kan op termijn bekeken worden om de toelage van de stad afhankelijk te maken van de bijdrage van de aanwezige handel en horeca in het kernwinkelgebied om nog meer acties en evenementen te kunnen ondersteunen. Die stap is afhankelijk van het succes van het implementeren van het kernwinkelgebied en kan worden geëvalueerd vanaf 2021. Verwacht wordt dat er ook méér handel en horeca zal aanwezig zijn in de kern waardoor er een mogelijke druk komt

op het budget – vandaar de verhoging tot 40.000 euro vanaf 2023 die ook kan worden opgevangen door inkomsten vanuit de handel.

Actie 5: zorgen voor lokaal verzorgende kernen in de deelgemeenten

Harelbeke heeft 4 winkelkernen: Harelbeke-centrum, Hulste, Bavikhove en Stasegem. De roep van de nog aanwezige handel en horeca in die laatste drie kernen naar erkenning en ondersteuning is groot. In elk van die kernen moet gestreefd worden naar een **lokaal verzorgende kernen** zonder te mikken op het groot publiek.

De handel in de kern van **Bavikhove** is nagenoeg volledig verdwenen de laatste jaren. Er is geen plaatselijke bakker of slager meer en ook de plaatselijke supermarkt (Spar) is er verdwenen. De lokale markt op maandagnamiddag (14u tot 17u) moet de plaatselijke bevolking voorzien van een aantal basisproducten en is daarin succesvol, maar het moet de bedoeling zijn om opnieuw leven en dynamiek te krijgen in het centrum met het aantrekken van een bakker en/of slager (mogelijk moet zelfs de stad daar op middellange termijn durven faciliteren). Ook de acties van zowel de stad als de partners moet zich durven oriënteren naar de nog aanwezige horeca in de kern. Ideeën als een stempel-kroegentocht waarbij consumenten zich richting Bavikhove moeten verplaatsen, een stempelactie, een pop-up shop van bestaande handelaars in de andere kernen, een win-je-winkel actie in één van de leegstaande panden of een co-hub moet nieuw leven brengen. Niet te vergeten dat Bavikhove de troef heeft als passage-centrum te fungeren voor bewoners die van Kortrijk richting Wielsbeke willen en waarop met dergelijke concepten kan ingespeeld worden.

Voor Bavikhove betekent dit concreet volgende handelszaken in de kern:

NAAM	STRAAT	HUISNR	POSTCODE	DEELGEMEENTE
Immo Rosa	Bruyelstraat	5	8531	Bavikhove
Leegstand	Bavikhoved	2	8531	Bavikhove
Chasse Patate	Bavikhoved	1	8531	Bavikhove
De Gilde	Bavikhoved	23	8531	Bavikhove
Juwelier Yves	Bavikhoved	20	8531	Bavikhove
Binnenspeeltuin Ratatouille	Bavikhoved	17	8531	Bavikhove

Bron: Locatus; 23/09/2019

Hulste heeft wél nog een aanwezig handelsapparaat, maar lijkt ook onder druk te staan. Het wordt een aandachtspunt om de aanwezige handel en horeca ook met acties te ondersteunen en de lokale bevolking te wijzen op het belang van lokaal te kopen. Concreet heeft Hulste (anno oktober 2019) volgende handelszaken in de kern:

NAAM	STRAAT	HUISNR	POSTCODE	DEELGEMEENTE
Lingerie Mieke	Hulstedorp	17	8531	Hulste
Paveke	Hulstedorp	16	8531	Hulste
Bakkerij Klaas	Hulstedorp	15	8531	Hulste
Leegstand	Hulstedorp	14	8531	Hulste
't Kloefke	Hulstedorp	13	8531	Hulste
Oud Gemeentehuis	Hulstedorp	20	8531	Hulste
Leegstand	Hulstedorp	18	8531	Hulste

Bron: Locatus; 23/09/2019

Stasegem heeft een levendig centrum met aandacht voor verschillende sectoren en heeft het voordeel om als passage-centrum te fungeren van het industrieterrein richting Zwevegem. De overtuiging is dat het afschaffen van die mogelijkheid tot passage ook de

kleinhandel zou pijn doen. Ook hier opnieuw de boodschap om acties te gaan toespitsen op de lokale kern met een klein promotiebudget.

Dat betekent voor Stasegem concreet:

NAAM	STRAAT	HUISNR	POSTCODE	DEELGEMEENTE
Verto	Stasegemdorp	6	8530	Stasegem
La Campagna	Stasegemdorp	12	8530	Stasegem
De Gilde	Stasegemdorp	14	8530	Stasegem
Centrum	Stasegemdorp	18	8530	Stasegem
Hoste	Stasegemdorp	20	8530	Stasegem
Victor	Stasegemdorp	24	8530	Stasegem
Frituur	Stasegemdorp	31	8530	Stasegem
Fotohuis Griet	Stasegemdorp	11	8530	Stasegem
ecodomo	Stasegemdorp	21	8530	Stasegem
't Charcuterietje	Stasegemdorp	5	8530	Stasegem
't Wasseretje	Stasegemdorp	23	8530	Stasegem
Leegstand	Stasegemdorp	25	8530	Stasegem
Miel & Marth	Generaal Depre	147	8530	Stasegem

Ook voor deze drie kernen zou geopteerd moeten worden voor **een starters- of verhuispremie** van 10.000 euro volgens de voorwaarden van het premiereglement.

Actie 6: aanpakken van leegstand door een actieve database en voldoende acties

Het structureel bestrijden van leegstand kwam al aan bod bij de eerste doelstelling, later ook nog in doelstelling 4 door een duurzame oplossing zoals het creëren van een co-hub. Een **aantal lapmiddelen kunnen voor maskering van de leegstand** zorgen of suggestief een aantal potentiële investeerders of starters gaan aantrekken. Heel wat steden en gemeenten worstelen met dezelfde problematiek (of opportuniteit?) waaruit succesverhalen te putten zijn.

Torhout ging (met behulp van Europese subsidies) aan de slag met een volledige win-je-winkel formule. Er kwam een website met een database van alle leegstaande handelspanden en de mogelijkheden ervan (www.torhouthandelt.be), een win-je-winkel wedstrijd waarbij de winnaar met een prijzenpot van 10.000 euro (verdeeld over gratis huur, begeleiding en inrichting) aan de haal ging en een bestickeringsactie met suggestieve inrichtingen van handelszaken die Torhout nog miste (vishandel, kapper,...). Het geheel werd gedragen door de Torhoutse Maaïke Cafmeyer die in een ludieke videoboodschap de potentiële starters aanmoedigde om een concept in te dienen. De actie bracht geen winnaar naar voor – geen van de concepten bleek rijp genoeg om direct te gaan implementeren. Het bracht echter wel een serieuze dynamiek teweeg en leidde uiteindelijk tot 18 (!) nieuwe handelszaken in groot-Torhout.

Ook in Aalst, Poperinge en Beveren werden gelijkaardige initiatieven opgezet.

Alles begint uiteraard met een goeie inventaris van leegstaande panden – zowel de panden die beschikbaar zijn op de markt (te huur of te koop) of de ruimtes die in aanmerking zouden kunnen komen om in te vullen met handel en/of horeca vanwege hun ligging. **Eerste prioriteit is dus, in overleg met de dienst Woonwijs en aan de hand van veldwerk, die lijst gaan samenstellen.**

Tweede stap is het **aan tafel krijgen van al die eigenaars en/of immobiliën** om een aantal maskerende acties te gaan opzetten.

Derde stap is het gaan **uitvoeren van een aantal concepten tegen leegstand** – parallel of afwisselend om de aandacht blijvend er op te vestigen. Creatieve oplossingen zijn:

- **Win-je-winkel concept:** zoals hierboven omschreven in het voorbeeld van Torhout: een prijzenpakket gaan vasthangen aan een wedstrijd om het meest innovatieve/succesvolle/duurzame/... handels- of horecaconcept te lanceren. Een

combinatie van financiële tegemoetkomingen en inhoudelijke begeleidingen is meestal de sleutel tot een duurzaam concept.



- **Bestickeringsactie** van de leegstaande panden: het aanbrengen van suggestieve bestickering met ontbrekende of complementaire winkelconcepten in de stad (naar het voorbeeld van Torhout).



- **Bestickeringsactie:** bestickeren van de leegstaande panden met een call-to-action om te ondernemen in het desbetreffende pand.



- **Pop-up concepten:** bestaande handelaars de kans geven om op een andere locatie in de stad (of van buiten de stad) hun producten of diensten te gaan aanbieden.



- **Etalage in de kijker:** het invullen van de leegstaande etalages met producten van andere handelaars, van bedrijven in Harelbeke, met kunst of met creatieve werken van de omliggende scholen. Filosofie erachter is dat je een ander doelpubliek aanspreekt (bijvoorbeeld kunstliefhebbers die het centrum intrekken, of ouders die de kunstwerken van hun kinderen willen zien en zo (andere) handels- of horecazaken ontdekken).
- **Participatieve bestickering:** de passanten de kans geven te noteren (online of op de sticker) welke winkelconcepten ze missen op de locatie.
- **Tijdelijke invulling** via een co-hub: zie doelstelling 4.

Essentieel daarbij is:

- een correcte en up-to-date database van de daartoe in aanmerking komende panden;
- een constructief en periodiek overleg met de eigenaars van de panden;
- een opvolging van de bestickering zodat ze niet als verwaarloosd wordt gepercipieerd door passanten.

Actie 7: aantrekken van nieuwe handels- en horecaconcepten

Met de creatie en actieve verspreiding van een nieuwe **troevenbrochure** moet voor potentiële investeerders duidelijk worden welke troeven de stad Harelbeke uniek maken. De opportuniteiten van de stad worden nog te weinig uitgespeeld richting mogelijke nieuwe handels- of horecazaken. Het huidige handelsapparaat in Harelbeke heeft nood aan een aantal trekkers die dan voornamelijk ketenwinkels zijn zoals Kruidvat, Hema, Standaard Boekhandel, Carrefour Express,... Het zorgt voor een aantrek aan consumenten die complementaire zelfstandige kleinhandelzaken ontdekken in het kernwinkelgebied.

De complementariteit van de handelszaken moet daarbij bewaakt worden om geen ééntonig handelsapparaat te creëren. De dienst economie moet continu inspelen op mogelijke opportuniteiten door het bezoeken van bijvoorbeeld een retailbeurs, actief uitreiken naar retailers en beluisteren naar de hiaten in het handelsapparaat.

Actie 8: verder ondersteunen van het marktcomité

De wekelijkse markt in Harelbeke werd (volgens krantenartikels in het archief) reeds geïnstalleerd in 1264. Onnodig te zeggen dat de noden van de bezoekers aan die markt, als de noden van de marktkramers zelf, sinds die tijd fel zijn geëvolueerd. Het blijft echter één van de belangrijkste trekkers voor de stad en brengt een hoge concentratie aan mensen op een korte tijd naar Harelbeke.

Het marktcomité (onder leiding van Bart Smislaert als voorzitter) bekomt sinds enkele jaren een beperkte toelage van de stad (ten belope van 7.500 euro per jaar) om acties en evenementen op poten te zetten om de interesse in de markt op zijn minst te stabiliseren en bij voorkeur te gaan uitbreiden. Zo wordt er sterk ingezet op de **kindvriendelijkheid** tijdens de schoolvakanties en wordt er gepoogd om via **win-acties** een jonger publiek warm te maken voor een bezoek aan de markt.

Alle acties en inspanningen van dat comité ten spijt, blijkt **het aantal marktkramers te dalen** en blijft het publiek verouderen. De – noodzakelijk – continue verschuiving van de wekelijkse markt qua locatie zal uiteraard ook een negatieve impact gehad hebben op zowel de motivatie van de marktkramers als bezoekers.

Andere steden en gemeenten worstelen met dezelfde **problematieken**. Zij proberen, naast het bottom-up stimuleren van acties via een comité en beperkte financiële tegemoetkoming, ook een aantal structurele zaken in het verloop van de markt te wijzigen.

Even kijken naar **Gistel**, waar de wekelijkse markt door werken onder druk leek komen te staan en een bonte samenhang werd van een harde kern senioren op zoek naar wat gezelschap. De focus verschoof van enkel 'aanbod' naar 'aanbod en **beleving**'. De terugkomst van de markt naar hun vaste stek (eind augustus 2019) werd aangevuld met **de installatie van een aantal zitbanken** om mensen toe te laten op de markt te consumeren en er werd geïnvesteerd in **ecologische, milieuvriendelijke verpakkingen om de afvalberg te verminderen**. De uren van de markt werden verlengd en er werd gemikt op werknemers van handel, horeca en industrie.



Over naar **De Panne**, waar ook daar de wekelijkse markt volledig werd her-aangepakt. De plaatsing werd volledig herbekeken en na (lange) dialogen met de marktkramers werd geopteerd voor een **herschikking** waarbij de **wandelpaden breder** werden en de samenhang tussen de kramen werd bevorderd. Naar buitenlandse voorbeelden werden zo **sfeergebieden** gecreëerd: voeding werd bij voeding geplaatst, kleding bij kleding,... . De bezoeker kreeg een sfeervolle beleving en bleef langer ter plaatse. Bijkomende investeringen in straatmeubilair zorgden voor een aantrekkelijke, hedendaagse markt – klaar voor de toekomst.



Een **herschikte markt** lijkt me dus noodzakelijk voor Harelbeke, om ook hier te zorgen dat bij de terugkeer van de markt een aantal sfeergebieden kunnen worden aangeboden. De vernieuwde marktplaats zal – vermoedelijk – beschikken over **straatmeubilair** die consumenten aan de markt toelaat om te consumeren, in alle complementariteit met de aanwezige handel en horeca.

Het **verder ondersteunen** van het comité om heel lokaal voor de markt een aantal acties te kunnen ondernemen naar zowel beleving als aanbod toe lijkt me dan ook een evidente keuze, niet alleen voor Harelbeke, maar ook voor de markt in Bavikhove. Die laatste vangt succesvol het (tijdelijk?) ontbreken van enige aanbieders van basisproducten in de kern. Indien eenzelfde problematiek zich zou stellen in kernen als Stasegem of Hulste moet onderzocht worden of een beperkte markt daar ook doeltreffend kan zijn.

Stempelactie verdwijnt na 12 jaar... omdat mensen de actie niet kennen

05/04/2016 om 06:59 door Karen Verhulst - [Print](#) - [Corrigeer](#)



■ Bart Smissaert stopt na twaalf jaar met zijn spaarkaartenactie. "Sommigen wisten na al die jaren nog niet dat er een actie was."

(FOTO: LOH)

Belangrijk aandachtspunt bij de voortzetting van de ondersteuning is **de samenstelling van het comité** zelf. Dit lijkt op vandaag voornamelijk en voor quasi 100% te steunen op de schouders van één persoon die dicht bij een pensioengerechtigde leeftijd zit. Het samenroepen van de marktkramers om dat comité nieuw leven in te blazen en toekomstbestendig te maken is dus – wat mij betreft – de voorwaarde om de toelage te behouden en de doelstelling ervan te realiseren.

Voor het budget wordt gekeken naar een éénmalige verdubbeling van dat budget om de promotie van de terugkeer van de markt grondig in de verf te zetten. Vanaf 2021 wordt terug een ondersteuning geboden vanuit de stad ten belope van 7.500 euro.

Actie 9: levering van producten en diensten door Harelbeekse bedrijven

In een beleid waar actief promotie wordt gevoerd om lokaal te gaan shoppen en in te spelen op de korte keten lijkt het **evident dat er wordt uitgereikt naar lokale handelaars om de stad te bevoorraden van diensten en producten**. Een aandachtspunt die door de dienst economie bij alle mogelijke opportuniteiten naar voor moet worden gebracht via een sensibiliseringscampagne. Uiteraard moet de markt zijn spel spelen en moet vraag en aanbod op een kwantitatieve en kwalitatieve manier worden uitgespeeld.

Actie 10: deelname en pro-actief zoeken naar subsidieprojecten voor ondernemen

Inhaken of pro-actief op zoek gaan naar mogelijke subsidie-projecten vanuit instanties als VLAIO, EFRO, OC West-Vlaanderen,... is sowieso een taak van de beleidsmedewerker economie.

Een actueel voorbeeld is de instap als partner voor het project KISS (Kernversterking door Innovatie: Samen Sterk in West-Vlaanderen). Het project is een EFRO-project met

als promotor OC West en co-promotoren UNIZO en Leiedal. Bedoeling van het project is om in te spelen op hedendaagse uitdagingen van de detailhandel in West-Vlaanderen met een aantal heel gerichte acties:

- **Koop lokaal:** een kleurwedstrijd waarbij kinderen tekeningen konden insturen en leuke prijzen winnen door lokaal te kopen.
- **Innovatieve projecten door en voor handelaars:** acties of evenementen die door een vereniging van handelaar (al dan niet juridisch verenigd) kunnen worden ingediend en een toelage bekomen van 50% van het totaalbedrag met een maximum van 5.000 euro.
- **Retail-safari's:** inspirerende trips in binnen- en buitenland voor ondernemers in de detailhandel.
- **Mystery shopping:** een light-versie van het EFRO-project 'Commerciële innovatie', waarbij handelaars zich kunnen opgeven om bezocht te worden door een mystery shopper die na zijn of haar bezoek een aantal concrete actiepunten oplijst.

Een andere oproep is de EFRO-oproep voor de realisatie of verdere uitbouw van mobipunten, waardoor de ecologische voetafdruk van werknemers in de stad kan verminderd worden.

De projecten geven de mogelijkheid om op korte termijn een aantal ideeën te gaan aftoetsen of uitproberen en er een draagvlak voor te creëren.

Doelstelling 4: onderzoek naar een participatief economisch beleid (SDG's)

Actie 1: onderzoek naar het draagvlak voor de implementatie van een lokale munt

Elk beleidsplan van zowat elke Vlaamse stad of gemeente bulkt van de **beleidsdoelstellingen** waarin de woorden 'minder' of 'meer' voorkomen. 'Er moet minder afval geproduceerd worden', 'er moeten meer verplaatsingen met de fiets gebeuren', 'er moet meer lokaal geshopt worden',... Steeds meer lokale besturen voeren een gemeenschapsmunt in om die beleidsdoelstellingen te gaan realiseren.

Een lokale munt moet burgers stimuleren om taken op te nemen die noch door de overheid noch door de markt kunnen worden opgenomen of waarvan het doel zo maatschappelijk breed is dat de burger móet participeren bij het uitstippelen van de acties om die doelstellingen te kunnen realiseren. Belangrijk voor de dienst economie daarin, is dat het de lokale economie kan stimuleren op een manier waar elke andere operationele actie het niet kan.

Even een aantal **voordelen** (absoluut niet volledig!) voor het invoeren van een dergelijke virtuele munt:

- Inspelen op de in beleidsnota's geformuleerde **doelstellingen**
- Aanzetten van burgers en ondernemers **tot actieve participatie** van het beleid
- **Uitgereikte munten komen automatisch terug in de eigen economie** van de stad
- Bevordering van de lokale economie
- Mogelijkheid tot **gestuurd gedrag van de burger**, toerist of passant in de stad

Het spreekt voor zich dat het invoeren een beleidsoverschrijdend item is en dat grondig moet worden nagedacht over hoe een dergelijke munt kan worden geïmplementeerd voor optimale resultaten. Een professionele begeleiding daarbij door een onafhankelijk bureau als MuntUit lijkt daarbij noodzakelijk, die telkens volgens een vast stappenplan de gedragenheid van een gemeenschapsmunt onderzoekt (zie ook www.munuit.be/start-je-eigen-munt).

Harelbeke heeft al een aantal stappen gezet richting een virtuele munt door het pionierswerk met de high-five palen (mobiliteit). Een virtuele munt kan vastgehaakt worden aan elk van de rasters van de SDG's om bepaalde beleidskeuzes te gaan maken én realiseren met gedragenheid van de burger én ondernemer.

Een aantal **voorbeelden** van mogelijkheden:

- **Meer mensen op de fiets:**
 - o Belonen van mensen die zich verplaatsen met de fiets naar de werkgever en daarvoor de auto laten staan (connectie met high-five palen en Oarelbeke weireldpas)
 - o Toelaten van mensen om zich met gehuurde fietsen te verplaatsen naar verschillende gebieden in de stad (De Gavers, stationsomgeving, centrum, industrieterrein,...)
 - o Koppelen van de high-five palen aan kortingen bij de lokale handel
 - o ...
- **Meer groen in de stad:**
 - o Het belonen van burgers die investeren in stadstuinen door het uitbetalen van een premie in virtuele munt
 - o Het belonen van mensen met virtuele munten voor het onderhoud van publieke groenvoorzieningen
 - o ...
- **Minder afval in de stad:**
 - o Door sensoren het gewicht van het afval omgekeerd evenredig te laten belonen met virtuele munten
 - o ...

Het grootste voordeel van een virtuele munt vergeten we nog: het is een munt die sowieso terug in de economie van de eigen stad terecht komt. Burgers 'belonen' of 'aanmoedigen' (via premies) in een virtuele munt-eenheid zorgt ervoor dat ze die enkel kunnen besteden in de eigen stad. Bij de plaatselijke bakker, slager, drukker, plaatselijke evenement,... . Uiteraard moet er voor gezorgd worden dat de inruilpunten in verhouding staan met het aantal uitgedeelde munten.

Het instappen op een software die breed en duurzaam is eveneens een aandachtspunt, maar daar wordt al een antwoord op geformuleerd in de tweede actie van doelstelling 3.

Referenties van geïmplementeerde gemeenschapsmunten zijn er te vinden in binnen- en buitenland:

- **Bristol (UK):** één van de meest succesvolle verhalen van een gemeenschapsmunt door de enorme gedragenheid van de lokale actoren. Zelfs de burgervader was bereid om een deel van zijn wedde te laten uitbetalen in de eigen bristol pounds.
- **Torrekes:** bestaat al sinds 2010 in het Gentse Rabot-Blasaintvest en zet in op burenen-, buurt- en milieuzorg. Er wordt door de Stad Gent bekeken om ofwel dit initiatief open te trekken naar grotere delen van de stad of te laten samensmelten met een stadsbrede virtuele munt.
- **Limbu:** de streekmunt LimbU werd in 2017 in de provincie Limburg boven de doopvont gehouden, maar mid 2019 al ten grave gedragen. Het elektronisch spaar- en betaalsysteem slaagde er niet in om een schaalgrootte voort te brengen die commercieel interessant genoeg was om te overleven. De perceptie van een 'geitenwollensok-munt' te zijn, hielp daarbij uiteraard niet echt.

Harelbeke moet durven **stapsgewijze** die weg in te slaan en resoluut te kiezen voor een innovatieve toepassing om beleidsdoelstellingen te kunnen realiseren. De dienst economie wil daarbij – vanuit de connectie met smart city en het belang voor de lokale economie – het voortouw nemen.

Actie 2: onderzoek naar het draagvlak voor een participatie-pot vanuit ondernemers voor stedelijke infrastructures

Een aantal uitdagingen die zich steeds hardnekkiger de kop opsteken voor werkgevers:

- Toegenomen mobiliteit zet een serieuze druk op de werknemers: file, vastzittend verkeer,...
- De wens vanuit verschillende overheden om geen nieuwe gronden meer aan te snijden voor bebouwing: de beton-stop
- De nood van werknemers om aan de werksituatie te ontsnappen
- ...

Allemaal opportuniteiten die tot innovatieve concepten kunnen leiden en **waarvoor de gedragenheid onder de ondernemers kan/moet gecreëerd worden** om te realiseren:

- Mobi.punten
- Fietsenstallingen met leasing-fietsen
- Groenplekjes met de mogelijkheid om groen te 'adopteren'
- ...

Vanuit Bolwerk wordt initiatief genomen op het industrieterrein Kanaalzone Kortrijk-Harelbeke een groenzone aan te leggen met de mogelijkheid om daar als ondernemer in te participeren. Dat concept gaan kopiëren naar andere industrieterreinen en aan te vullen met andere mogelijkheden kan worden onderzocht, met de dienst economie als trekker.

Concreet en snel implementeerbaar voorstel is blue-bike: het deelfiets-systeem aan NMBS-stations die al in 53 locaties wordt aangeboden in samenwerking met lokale besturen. Een gebruiker kan een deelfiets nemen, ter vervanging van verplaatsingen met de auto. Positief voor het milieu, de gezondheid en de uitstraling van de stad. Ieper, Tielt, Sint-Niklaas en Waregem zijn positief over het effect ervan.

Kostprijs is niet min, maar kan aangeboden worden aan bedrijven om samen in te investeren. Voorstel zou zijn om de helft door de stad te laten dragen op voorwaarde dat de andere helft vanuit de bedrijven wordt bekostigd. Concreet komt dat neer op een investeringskost van € 14.000 die gedragen wordt door de stad en hetzelfde door verzamelde ondernemers en een licentie van € 7.000 voor elk.

Actie 3: onderzoek naar mogelijke participatie van burgers in stedelijke investeringen

De stad investeert elk jaar miljoenen euro's in stedelijke infrastructures. Als een deel daarvan kan worden 'gestemd' door de burger en pas wordt geïmplementeerd op het moment dat een voorwaarde is volbracht door de bevolking?

Het klinkt futuristisch, maar werd reeds toegepast door de gemeente Halle. Onder de noemer 'Idee zoekt stad' werd via een stadsapplicatie (kan evengoed een website zijn) de burger betrokken bij de opmaak van de meerjarenplanning. Burgers konden het budget die stad ter beschikking stelde fictief gaan verdelen over de verschillende beleidsdomeinen en daarbij een aantal ideeën gaan aanbrengen om in te gaan investeren in de komende jaren. Uit de meer dan 450 suggesties werd een shortlist gekozen van 8 ideeën en kon elke burger stemmen om effectief te gaan realiseren.

Stem op jouw favoriete idee met een Halle met een hart voor jou!

Geplaatst op vr 26 april

19

458! Dat is het aantal ideeën dat we de voorbije weken ontvingen voor 'idee ZKT stad'. Met deze actie wil de stad haar inwoners betrekken bij de opmaak van de meerjarenplanning en het beleid democratischer maken. Van de 458 suggesties werden er 8 op een shortlist geplaatst. Het is nu aan de inwoners om 4 ideeën aan te duiden die op korte termijn ook effectief gerealiseerd worden.

Dit zijn de genomineerde ideeën voor een Halle met een hart voor jou:

- ▶ Rap op stap-kantoor: Iedereen heeft het recht op vakantie. Daarom baat de stad samen met een aantal vrijwilligers een Rap op Stap-kantoor uit waar mensen met een beperkt budget toch een vakantie, een dagactiviteit, een sport- en cultuuractiviteit kunnen boeken. Dit is mogelijk dankzij het netwerk 'Iedereen verdient Vakantie', dat zo'n 2000 sociale en toeristisch partners telt.
- ▶ Ruilwinkel voor baby- en kinderkleding: Baby's en kinderen zijn hun kleding zo snel ontgroeid. We geven deze een tweede leven in een ruilwinkel voor baby- en kinderkleding. Dat is goed voor het milieu, voor gezinnen met een beperkter budget of voor gezinnen die een bewuste keuze willen maken om niet alles nieuw te kopen.



Dat idee gaan koppelen met de voorwaarde van de burger om er ook effectief iets voor te doen, kan leiden tot een doorgedreven participatie. Applicaties als OSA (Onze StadApp) spelen actief met het idee om een concrete actie pas te laten realiseren met fondsen van de stad wanneer een doel is bereikt – zoals 5.000 keer lokaal shoppen door gebruikers van de applicatie.

Het is de taak van de dienst economie, in samenwerking met de dienst 'participatie' en 'citymarketing', om haalbare pistes daarvoor te gaan onderzoeken en aftoetsen naar gedragenheid.

Actie 4: creatie van co-hub voor handel en horeca

Er is ruimte nodig voor startende handels- en horecazaken. Een **fysieke ruimte om concepten te gaan uittesten naar haalbaarheid en realiseerbaarheid in het kernwinkelgebied en/of één van de lokaal verzorgende kernen kan leiden tot het uitgroeien van nieuwe concepten in die kernen.**

Deinze heeft met HUP/HUB een prachtig voorbeeld: een leegstaand handelspand in de winkelstraat werd door de stad aangekocht en in de periode van leegstand (tot de nieuwe bibliotheek er zijn intrek inneemt) wordt het een verzamelplaats voor creatieve starters. De investering was niet min (1.350.000 euro) maar heeft op die manier wel een duurzaam karakter.



Ander voorbeeld, opnieuw vanuit Deinze, is Braavo, waarbij een nostalgisch aanvoelende koffie- en theebar plaats vrijmaakt voor twintig designers die er hun producten aan de man kunnen brengen – samengebracht in een 'trend store'.

Angelique opent hippe trend store Braavo en geeft 20 starters verkoophoekje in haar zaak

Anthony Status | 19 maart 2019 | 10u00



DEINZE De Tolpoortstraat in Deinze blijft jonge ondernemers aantrekken. In een nieuw pand naast het filiaal van BNP Paribas Fortis opent Angelique Deserranno uit Aalter eind april 'Braavo', een hippe trend store met nostalgische koffie- en theebar. "In de trend store krijgen twintig designers, starters en andere creatievelingen een verkoopruimte", zegt Angelique.

De tweede 'a' in Braavo is geen tikfout, maar accentueert het unieke concept dat Angelique Deserranno wil introduceren in hartje Deinze. De 38-jarige copywriter uit Aalter baatte vroeger een eigen zaak uit in Ruiselede, waar ze onder andere creatieve cursussen gaf. De trend store die eind april opent in de Tolpoortstraat in Deinze ligt daar voor een deeltje in het verlengde van.

'Gezonde' taartjes

"Al jaren droomde ik ervan om weer een winkel uit te baten", zegt Angelique. "Vorig jaar ging ik actief op zoek naar een leuke locatie in een stad met potentieel. Al snel kwam ik in Deinze terecht om dan helemaal verliefd te worden op een pand in de Tolpoortstraat. Eens die vlam was overgeslagen, is het snel gegaan. Met Braavo combineer ik twee concepten, namelijk een trend store en een koffie- en theelounge. In de koffie- en theebar trek ik de kaart van kwaliteit en niet van kwantiteit. Het zal heel hip ogen, maar ook een nostalgisch kantje hebben. Naast koffie en thee zal Braavo ook gezonde sapjes en plantaardige taartjes aanbieden. Jaren ben ik op zoek gegaan naar heerlijke taartjes die vrij zijn van geraffineerde suiker. Dat ze ook gluten- en lactosevrij zijn, is alleen maar extra meegenomen voor mensen met een intolerantie. Eigenlijk is het de bedoeling dat mensen niet doorhebben dat ze gezond aan het smullen zijn."

Het opkopen van een centraal gelegen pand met ruimte voor creatieve starters heeft twee doelstellingen:

- Het tijdelijk oplossen van leegstand in het hart van de stad door creatieve starters
- Creatieve starters een kans geven om hun concept te gaan testen

Opportunities die zich aanbieden met de stad durven overwegen om dergelijk concept te gaan opstarten, zeker na het verdwijnen van de actieve participatie in het bedrijventrum. Starters de ademruimte geven (fysiek, qua aandacht, visibiliteit) om dingen te gaan testen kan immers leiden tot een nieuwe dynamiek in de kern en werkt aanvullend op de mogelijkheid van ondernemers om zich in kantoren te vestigen die bijvoorbeeld Stede51 aanbiedt of één van de startersfaciliteiten van de Provincie West-Vlaanderen.

Relatie van de visie met het gemeentelijk ruimtelijk structuurplan (GRS 2012)

In het gemeentelijk ruimtelijk structuurplan worden volgende elementen in de gewenste economische structuur met betrekking tot ondernemen (kleinhandel, diensten,...) opgesomd. Bepaalde elementen worden verder beschreven in de gewenste ruimtelijke structuur van de deelgebieden:

- **Stadskern Harelbeke:** kerngebied voor diensten en kleinhandel met de Kortrijksestraat-Marktstraat-Gentsestraat als centrumstraat

In de stadskern wordt een duidelijk beleid gevoerd van stedelijke verdichting en van multifunctionaliteit en verwevenheid. De stadskern wordt prioritair bestemd voor stedelijk wonen, vermengd met kleinhandel en diensten. Er dient gestreefd te worden naar een grote verscheidenheid in woontypologieën, waarbij ingespeeld wordt op trends als gezinsverdunding en vergrijzing van de bevolking. Kleinhandel moet een wezenlijk deel uitmaken van het functioneren van het stedelijk gebied. De verweving moet niet alleen sterk naast elkaar verlopen, maar ook in verticale zin, waarbij wonen wordt gestapeld bovenop handelszaken. Harelbeke moet een degelijk winkelcentrum uitbouwen dat in eerste instantie haar eigen bewoners bedient.

Er wordt geopteerd om het winkelgebied zoveel mogelijk te bundelen rond de Markt en langs de as Gentsestraat-Marktstraat. Binnen deze zone moet een gevarieerd assortiment worden aangeboden. De versterking van het winkelapparaat dient in tweede instantie gekoppeld te worden aan een verdere uitbouw van gemeenschapsvoorzieningen, diensten (kantoren), toerisme en recreatie.

(...)

De stadskern omvat volgende omgeving: het gebied tussen de Leie en de Zuidstraat (spoorlijn Kortrijk-Gent) met als ruggengraat Kortrijksestraat-Marktstraat-Gentsestraat.

- **Centrumgebieden Stasegem, Bavikhove en Hulste**

*Het streven naar een gerichte verweving van harde functies in de kern van **Stasegem**. Bij de functionele uitbouw van Stasegem dient een onderscheid gemaakt te worden tussen het*

centrumgebied en het verblijfsgebied. Het centrumgebied van Stasegem wordt gevormd door de bebouwing langs Stasegedorp en de Gen. Deprezstraat. Het centrumgebied moet een denser gebied vormen, waar naast het wonen ook andere functies zich verder kunnen ontwikkelen en waar ook gestapelde woningbouw kan worden toegelaten. In dit centrumgebied moet ruimte worden geboden voor gemeenschapsvoorzieningen, wooninbreidingsprojecten en kwalitatieve openbare ruimte. Horeca- en kleinschalige handelszaken moeten er voldoende ontwikkelingsperspectieven krijgen. In de huidige BPA's wordt reeds met dergelijke invulling rekening gehouden. (...)

In functie van het gericht verweven van activiteiten in de kernen wordt een onderscheid gemaakt tussen het kerngebied en het verblijfsgebied in beide kernen.

*In **Hulste** betreft het centrumgebied de omgeving van Hulstedorp-Kapelstraat-Kerkstraat-Vlietstraat- Kasteelstraat-Min. Detaeyelaan.*

*In **Bavikhove** is het gebied gelegen tussen de Tramstatie en het kruispunt Bavikhoofsestraat-Europastraat. In deze gebieden komt naast wonen, ook een handels- en dienstenaanbod voor op het niveau van een woonkern in het buitengebied.*

- **Gemengde woongebieden Kortrijksesteenweg, Gentsesteenweg, Deerlijksesteenweg en Overleiestraat.** In deze gebieden zijn wonen en economische activiteiten als kleinhandel, diensten en ambachtelijke bedrijvigheid complementair aan elkaar.

Gemengde woongebieden

In de gemengde gebieden wordt éénzelfde beleid van stedelijke verdichting en van multifunctionaliteit en verwevenheid gevoerd. Naast wonen, kleinhandel en diensten zijn bedrijvigheid en grootschalige kleinhandel mogelijk.

*Optimaliseren van het gemengd activiteitenlint langs de Kortrijksesteenweg (N43)
Langs de Kortrijksesteenweg (N43) tussen de R8 en Groeningestraat hebben zich grootschalige kleinhandelszaken en bedrijven gevestigd langs weerszijden van de weg. De goede autobereikbaarheid speelt hierbij een belangrijke rol. In de gewenste ruimtelijke structuur van Harelbeke wordt dit deel van de Kortrijksesteenweg beleidsmatig geselecteerd als gemengd activiteitenlint voor bedrijvigheid, diensten of/ en grootschalige handelsactiviteiten. Het wonen wordt als nevenfunctie toegestaan.*

- **Gemengde activiteitenlinten langs N43 en Deerlijksesteenweg:** In deze linten komen bedrijvigheid, diensten en/of grootschalige handelsactiviteiten gemengd voor. Het wonen wordt als nevenfunctie toegestaan.

- **Kleinhandelszone langs Gentssesteenweg** voor grootschalige handelsactiviteiten complementair aan de kleinhandelsactiviteiten in de stadskern.

Langs de Gentssesteenweg (N43) zijn momenteel grootschalige kleinhandelszaken en bedrijven gevestigd langs weerszijden van de weg. In de gewenste ruimtelijke structuur van Harelbeke wordt de ontwikkeling aangeduid als een zone voor kleinhandel en ambachtelijke bedrijvigheid. Door de nabijheid tot de stadskern dient te worden gestreefd naar een onderlinge complementariteit tussen beide deelgebieden. Langs de Gentssesteenweg wordt daarom enkel grootschalige kleinhandel toegestaan, die ruimtelijk niet kan worden ondergebracht in de stadskern en geen directe concurrentie betekenen voor de speciaalzaken van de stadskern.

In de visie lokale economie wordt verder ingegaan op alle economische aspecten, waarvan een aantal doelstellingen of acties een ruimtelijke weerslag hebben. Op die vlakken is overeenstemming nodig met het gemeentelijk ruimtelijk structuurplan. Immers, *het richtinggevend gedeelte van een ruimtelijk structuurplan is het deel van het ruimtelijk structuurplan waarvan een overheid bij het nemen van beslissingen niet mag afwijken, tenzij omwille van onvoorziene ontwikkelingen van de ruimtelijke behoeften van de verschillende maatschappelijke activiteiten of omwille van dringende sociale, economische of budgettaire redenen. De uitzonderingsgronden voor een afwijking worden uitgebreid gemotiveerd. Ze mogen in geen geval een aanleiding zijn om de duurzame ruimtelijke ontwikkeling, de ruimtelijke draagkracht en de ruimtelijke kwaliteit van welk gebied ook in het gedrang te brengen.*

Concreet komt dit aan bod in onderstaande doelstellingen en/of acties:

- **Doelstelling : het creëren van een aantrekkelijk winkelgebied in het centrum van de stad**

Actie : afbakenen van een kernwinkelgebied

Actie: ondersteunend winkelgebied creëren voor baanwinkels

Het structuurplan benoemt de as van de Markt, Marktstraat en Gentstraat als de kern van het winkelgebied. Echter, dergelijke homogene ruime afbakeningen zijn achterhaald door verschillende ontwikkelingen:

- De detailhandel komt meer en meer onder druk te staan door bv. de opkomst en verdere doorzetting van de e-commerce. Steden krijgen het steeds moeilijker om hun (ruime) handelskernen in te vullen, waardoor leegstand optreedt.

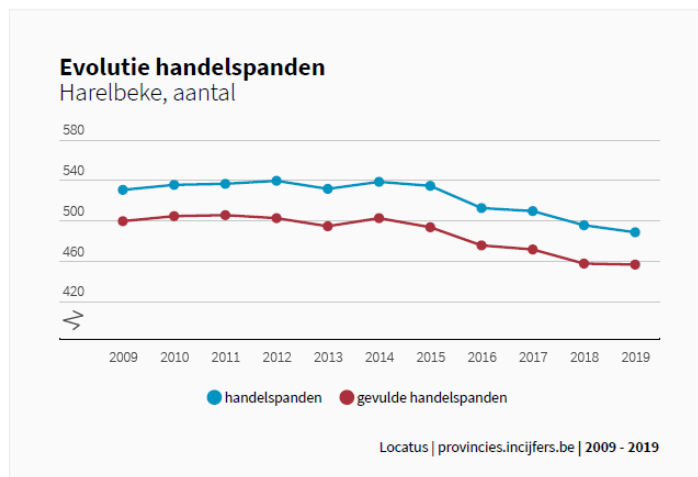
In het 'Rapport feitenfiche detailhandel West-Vlaanderen' (Locatus) wordt dit geïllustreerd door onderstaande cijfers

Tabel 5 | Evolutie handelspanden en winkelvloeroppervlakte in West-Vlaanderen (2008, 2014 en 2019)

	2008	2014	2019
handelspanden [aantal]	30.994	30.507	28.847
WVO [m ²]	2.616.505	2.881.319	2.818.701
gevulde handelspanden [aantal]	29.380	28.138	26.397
WVO gevulde handelspanden [m ²]	2.418.300	2.587.733	2.538.538
leegstaande handelspanden [aantal]	1.614	2.369	2.450
WVO leegstaande handelspanden [m ²]	198.205	293.586	280.163

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

Het aantal handelspanden is sedert 2014 tot nu sterk afgenomen, waar dit tussen 2008 en 2014 nog niet het geval was. Deze trend is ook waarneembaar in het aantal handelspanden in de kernwinkelgebieden in de provincie (zelfde rapport) of op gemeentelijk niveau:

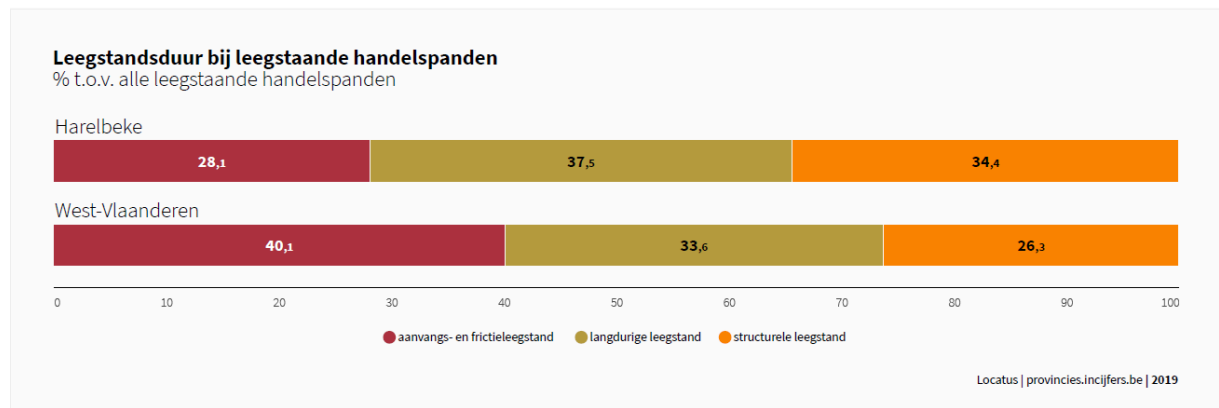


Daarenboven stijgt het aantal leegstaande handelspanden voortdurend op provinciaal niveau: van 5,2% in 2008 naar 8,5% in 2009. De leegstandsduur in Harelbeke is op gebied van langdurige en structurele leegstand hoger dan het provinciaal gemiddelde.

Tabel 6 | Evolutie gevulde en leegstaande handelspanden, % t.o.v. alle handelspanden of totale WVO in West-Vlaanderen (2008, 2014 en 2019)

	2008	2014	2019
gevulde handelspanden (t.o.v. handelspanden)	94,8	92,2	91,5
WVO gevulde handelspanden (t.o.v. WVO)	92,4	89,8	90,1
leegstaande handelspanden (t.o.v. handelspanden)	5,2	7,8	8,5
leegstand (t.o.v. WVO)	7,6	10,2	9,9

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be



De combinatie van deze cijfergegevens noopt ruimtelijke maatregelen te nemen door o.a. het kernwinkelgebied te verkleinen. De doelstellingen van het vergroten van het handelsapparaat in het algemeen moet plaats ruimen voor het gericht inzetten op handel en horeca op een kleinere, strategische locatie.

- De mobiliteitsdruk noopt ertoe nog meer in te zetten op logische wandellijnen en circuits. Een winkelroute moet ook vanuit het oogpunt van openbaar vervoer vlot toegankelijk en aantrekkelijk zijn. Vermits in het beeldkwaliteitsplan van de stad ook de dwarse verbindingen op het geheel van Leie/N43/spoor benadrukt worden en in het structuurplan een schakel van openbare ruimte van aan het station tot het Marktplaatsplein benoemd wordt, wordt het kernwinkelgebied in die richting vorm gegeven, hetzij nog altijd beperkt in omvang.

Om die reden wordt dan ook afgeweken van het structuurplan en wordt het kernwinkelgebied beperkt tot het bouwblok van het Marktplaatsplein, een beperkt deel van de Gentsestraat en de link met het station. Zodoende krijgen de doelstellingen van een vitale, bruisende en stabiele handelskern alsook een leefbare handelskern veel meer kans om tot gerealiseerd te worden. Bij deze actie wordt de link gemaakt naar de stedenbouwkundige voorschriften. Het kernwinkelgebied is volgens het decreet betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid een gebied afgebakend in een gemeentelijke stedenbouwkundige verordening of een gemeentelijk RUP waar via stedenbouwkundige voorschriften een stimulerend beleid inzake kleinhandel wordt gevoerd.

In de actie rond het kernwinkelgebied wordt beschreven enkel handel/ /horeca op het gelijkvloers toe te laten. Vermits wonen op de verdiepingen overheerst, past deze actie nog altijd in het gegeven van multifunctionaliteit en verweving, wat binnen de stadskern nagestreefd wordt. Met de afbakening van het kernwinkelgebied wordt een grotere differentiatie binnen de stadskern nagestreefd. In het resterende deel van de stadskern zijn diensten/gemeenschapsvoorzieningen e.d. nog altijd binnen de krijtlijnen van het GRS welkom.

Het inzetten op ondersteunende winkelgebieden is in overeenstemming met het GRS.

- **Doelstelling: Ondersteunen van het huidige handelsapparaat**
Actie: zorgen voor lokaal verzorgende kernen in de deelgemeenten

Het centrumgebied in Hulste, Bavikhove en Stasegem zijn redelijk ruim afgebakend in het GRS. Anders dan in de stadskern wordt in de centrumgebieden geen specifieke aanduiding van de concentratie aan handel/horeca/diensten vermeld. In het centrumgebied wordt vooral een dichtheid op maat van de kern met mogelijkheid van handel/horeca/diensten nagestreefd.

De stad wil in de visie op lokale economie op een beperktere oppervlakte een stimulerend beleid voeren via promotie- en andere acties/stimulansen. Het is voor de centrumbeleving en mobiliteitsgewijs aangewezen deze functies zoveel als mogelijk te groeperen.

Het is echter niet de bedoeling om via stedenbouwkundige voorschriften te reguleren, noch naar verplichting van commerciële functies binnen een bepaald deel van het centrumgebied of weren van commerciële functies binnen een bepaald deel van het centrumgebied.

Artikel 2:

Dit besluit zal worden bekendgemaakt overeenkomstig art. 286 DLB en treedt in werking op de dag van zijn bekendmaking.

De toezichthoudende overheid zal op dezelfde dag van de bekendmaking overeenkomstig artikel 330 van het DLB op de hoogte worden gebracht van de bekendmaking.