



Vlaams
Parlement

ingediend op **216** (2014-2015) – Nr. 1
19 januari 2015 (2014-2015)

Voorstel van resolutie

van Hermes Sanctorum-Vandevoorde, An Moerenhout,
Ingrid Pira, Wouter Vanbesien en Björn Rzoska

betreffende een daadwerkelijke integratie
van het handelsvestigingsbeleid
en het mobiliteitsbeleid
in Vlaanderen

TOELICHTING

Inleiding

De indieners van dit voorstel van resolutie hebben kennis genomen van het voorontwerp van decreet van de Vlaamse Regering betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid. Dat voorontwerp bouwt voort op de Winkelnota's (1.0 en 2.0) van de vorige Vlaamse Regering. In beide teksten wordt sterk aangedrongen op een duurzaam mobiliteitsbeleid in het kader van een handelsvestigingsbeleid. De belangrijkste principes en nieuwe instrumenten (kernversterking – kernwinkelgebieden – winkelarme gebieden – kleinhandelsreglementen) krijgen ook de nodige aandacht in het Vlaamse regeerakkoord. De discussie over dat belangrijke ontwerp van decreet zal in het parlement gevoerd worden. Maar in de tussenperiode kunnen allicht nog een aantal belangrijke beslissingen genomen worden in verband met de locatie van grote handelsvestigingen in Vlaanderen. Daarom is het belangrijk dat al enkele principes worden benadrukt vanuit het parlement, voordat het nieuwe decreet ingang kan vinden in het beleid. Een greep uit projecten die op stapel staan in Vlaanderen, werd opgenomen als bijlage.

Hierbij willen de indieners expliciet verwijzen naar twee belangrijke studies die recent verschenen zijn en waar ze, in afwachting van de goedkeuring van het ontwerp van decreet, de nodige aandacht voor vragen:

- 1° het recente interprovinciale onderzoek over de detailhandel en leegstand, uitgevoerd in opdracht van de vijf Vlaamse provincies en het Agentschap Ondernemen (AO) en uitgevoerd door Idea Consult, Geo-Intelligence en Mas Research, dat tijdens de indiening van dit initiatief in de verschillende provincies wordt toegelicht;
- 2° het rapport van het Steunpunt Ruimte, 'Winkelcentra en de vervoerswijze van hun bezoekers: de invloed van de bestemming' van december 2013.

Het interprovinciale onderzoek over leegstand

De interprovinciale studie over de detailhandel werd de voorbije twee jaar uitgevoerd bij de 308 gemeenten die deel uitmaken van het Vlaamse Gewest.

Uit dat onderzoek blijkt dat de leegstand van winkelpanden in Vlaanderen, uitgedrukt in oppervlakte, met zeventig procent is toegenomen tussen 2008 en 2014. In totaal staat 930.000 vierkante meter winkelvloeroppervlakte leeg. Dat komt overeen met 7,4 procent van de totale winkelloppervlakte in Vlaanderen. De leegstand neemt vooral toe in de winkelkernen van de steden en gemeenten. Dat lijkt de stelling te bevestigen dat veel winkels de binnenstad verlaten en naar bijvoorbeeld shoppingcenters in de periferie trekken. Voorts blijkt uit het onderzoek dat de Vlaamse winkelpanden steeds groter worden. Gemiddeld is een winkel 230 vierkante meter groot, een toename met 17,4 procent op vijf jaar tijd. Die evolutie doet zich evenwel vooral voor bij de baanwinkels en in de shoppingcenters, waar de gemiddelde winkelloppervlakte ongeveer 665 vierkante meter bedraagt.

Ook maken steeds meer winkels in Vlaanderen deel uit van een keten, zo toont het onderzoek nog aan. In 2008 maakte 15,3 procent van de winkels in Vlaanderen deel uit van een keten, in 2014 is dat al toegenomen tot 23,1 procent.

Op basis van de resultaten hebben de Vlaamse provincies een beleidsvisie opgesteld. Daarin wordt vooral de nadruk gelegd op het versterken van de kernen. Ook moet er volgens die beleidsvisie worden ingezet op een toegankelijk aanbod van detailhandelaars in kleine kernen en buurten. Uitbreidingen van winkelgebieden moeten ten slotte bij voorkeur gebeuren binnen, of onmiddellijk grenzend aan de bestaande winkelgebieden.

Die principes worden ook gedeeld door de vorige en de huidige Vlaamse Regering.

Reden te meer dus om met de ontnuchterende cijfers uit de studie echt rekening te houden.

Het rapport van het Steunpunt Ruimte

In die studie wordt aangetoond dat:

- 1° bestemmingsgebaseerde factoren (versta: de locatie) van winkelcentra de keuze van vervoerswijze van de bezoekers in sterke mate beïnvloeden;
- 2° het mogelijk is om het vervoersgedrag van bezoekers te beïnvloeden door het voeren van een gericht ruimtelijk en/of kleinhandelsbeleid.

In de studie wordt een uitgebreide analyse gemaakt van de 'modal split' van het bezoekersvervoer naar bestaande winkelcentra.

		WINKELCENTRUM	AUTO	OPENBAAR VERVOER	FIETS	TE VOET
Kleine stad	Perifeer	B-Park (Brugge)	0,91	0,05	0,03	0,00
		Les Grand Prés (Bergen)	0,87	0,11	0,01	0,01
		Ring Shopping (Kortrijk)	0,85	0,03	0,08	0,03
		Waasland (Sint-Niklaas)	0,79	0,11	0,04	0,04
	Centraal	K (Kortrijk)	0,62	0,13	0,11	0,14
		Promenade (Kapellen)	0,62	0,09	0,12	0,17
		Warande (Beveren)	0,54	0,19	0,14	0,13
		Julianus (Tongeren)	0,52	0,14	0,02	0,32
Grote stad	Perifeer	Wijnegem (Antwerpen)	0,85	0,12	0,02	0,01
		Westland (Brussel)	0,78	0,10	0,00	0,11
		Basilix (Brussel)	0,67	0,14	0,01	0,18
		Woluwe (Brussel)	0,66	0,23	0,01	0,10
	Centraal	Louizalaan (Brussel)	0,40	0,46	0,01	0,13
		Naamse Poort (Brussel)	0,23	0,52	0,02	0,23
		City2 (Brussel)	0,22	0,63	0,02	0,13
		Gent-Zuid (Gent)	0,22	0,33	0,15	0,30
		Grand Bazar (Antwerpen)	0,14	0,51	0,11	0,23

Winkelcentra en hun modal split volgens categorie

Daaruit blijkt overduidelijk dat voor winkelcentra in steden minder de auto gebruikt wordt en meer het openbaar vervoer of dat meer mensen te voet komen of met de fiets. In winkelcentra buiten de stad (perifere winkelcentra) komt de overgrote meerderheid van de bezoekers met de wagen. Die effecten zijn een stuk groter in grote steden dan in kleine.

Op basis van die analyse wordt ook voorspeld wat de effecten zullen zijn van de eventuele vestiging van de nieuwe shoppingcenters die gepland zijn in en in de buurt van Brussel. Voor Uplace wordt daarbij rekening gehouden met verschillende fasen van de realisatie van het project.

WINKELCENTRUM	AUTO	OPENBAAR VERVOER	TE VOET	REST
Neo	75,5 %	14,4 %	9,5 %	0,6 %
Docks Brussel	65,3 %	22,9 %	8,5 %	3,2 %
Uplace fase 1	94,5 %	3,6 %	3,0 %	-1,1 %
Uplace fase 2	93,7 %	3,9 %	3,2 %	-0,8 %
Uplace fase 3	85,2 %	6,5 %	5,5 %	2,7 %

De voorspelde percentages aan de hand van het logistisch model

Het is duidelijk dat het Uplaceproject het meest autoverplaatsingen genereert, ook in de laatste fase als meer geïnvesteerd is in de extra ontsluiting van het project voor het openbaar vervoer.

Conclusie van het onderzoek: de gemaakte analyse toont aan dat drie factoren doorslaggevend zijn in de keuze van vervoerswijze, namelijk de bevolkingsdichtheid in de nabije omgeving, de bereikbaarheid met het openbaar vervoer en het aantal parkeerplaatsen (dat gelijk opgaat met de grootte van het winkelcentrum). Op basis daarvan zijn de negatieve mobiliteitseffecten van de locatie van het Uplaceproject goed te voorspellen.

Beide studies zijn een duidelijk teken aan de wand. Bij de beslissing over de locatie, zeker van grootschalige winkelcentra, mag men niet over een nacht ijs gaan. Een grondigere afweging is nodig. Daarom is het noodzakelijk om geen beslissingen te nemen omtrent dergelijke projecten voordat het ruimere kader – bepaald door het regeerakkoord, het geplande decreet en het parlementaire debat dat daarbij zal plaatsvinden – wordt beslist in het parlement.

Hermes SANCTORUM-VANDEVOORDE
An MOERENHOUT
Ingrid PIRA
Wouter VANBESIEN
Björn RZOSKA

**Bijlage bij de toelichting:
aanvragen voor nieuwe (perifere) winkelcentra/retailcentra**

VLAANDEREN

In volgorde van grootte:

Uplace (Machelen): 190.000 m²

The Loop (Gent): 32.000 m²

Unal Shopping Center (Geraardsbergen): 23.000 m²

BE-Mine (Beringen): 15.000 m²

Winkel- en bedrijvenpark Dansaertpark (Groot-Bijgaarden/Dilbeek): 8500 m²

Retailcentrum aan N8/Brakelsesteenweg (Ninove): 8000 m²

Winkelcentrum De Blekerij (Kortrijk): 6000 m²

Pontbeek (Zellik/Asse): 4000 m²

Winkelcentrum Overpelt (Leopoldlaan): 3700 m²

Uitbreidingen:

Uitbreiding Shopping 1 (Genk) aan Europalaan/Molenstraat 59 – 101 winkels tot 30.000 m²

Nieuwe uitbreiding Wijnegem Shopping Center (derde verdieping)

Daarnaast moet ook rekening worden gehouden met plannen voor grote winkelcentra in het Brusselse Hoofdstedelijke Gewest en in Frankrijk met belangrijke effecten op Vlaanderen. We noemen enkele bekende voorbeelden:

BRUSSEL

Neo (Heizel): 72.000 m²

Docks Brussel: 50.000 m²

Uitbreiding Woluwe Shopping Center: + 10.000 m² (naar totaal 60.000 m²)

NOORD-FRANKRIJK

Promenade de Flandre (megawinkelcomplex in het Noord-Franse Roncq): 40.000 m²

VOORSTEL VAN RESOLUTIE

Het Vlaams Parlement,

- rekening houdend met:
 - 1° de Winkelnota's van de vorige Vlaamse Regering;
 - 2° de interprovinciale studie in opdracht van de vijf provincies en het Agentschap Ondernemen (AO);
 - 3° het rapport van het Steunpunt Ruimte;
- vraagt de Vlaamse Regering:
 - 1° bij alle komende beslissingen over de locatie van nieuwe handelsvestigingen terdege rekening te houden met:
 - a) de effecten voor mobiliteit en voor de leefbaarheid van de omwonenden;
 - b) het nu al bestaande aanbod aan ruimte voor handelsvestigingen en de grote leegstand van handelsruimten in lokale winkelkernen;
 - 2° voordat de geplande discussie betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid ten gronde heeft kunnen plaatsvinden in het parlement naar aanleiding van het verwachte ontwerp van decreet van de regering, geen beslissingen te treffen die de invulling en uitvoering ervan kunnen hypothekeren.

Hermes SANCTORUM-VANDEVOORDE

An MOERENHOUT

Ingrid PIRA

Wouter VANBESIEN

Björn RZOSKA