

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 588
van **GRETE REMEN**
datum: 5 mei 2015

aan **PHILIPPE MUYTERS**
VLAAMS MINISTER VAN WERK, ECONOMIE, INNOVATIE EN SPORT

Lokale overheden - Gemeentelijk strategisch commercieel plan

In 2012 publiceerde het Agentschap Ondernemen een leidraad voor de opmaak van een gemeentelijk strategisch commercieel plan. Dat plan kan een belangrijk hulpmiddel zijn voor het voeren van een sterk detailhandelsbeleid. Het geeft inzicht in de feitelijke situatie en evolutie van de detailhandel in een gemeente. Daarnaast beschrijft het ook de wenselijke toekomstige situatie, én de acties die ondernomen kunnen worden om die situatie te bereiken. Een dergelijk plan kan de basis vormen voor de beoordeling van inplantingsvragen, het biedt een krachtige argumentatie bij deze beoordeling en het vereenvoudigt de besluitvorming.

Comeos was anno 2012 heel enthousiast over de oproep aan de gemeenten om een doordachte visie rond detailhandel uit te werken in strategisch commerciële plannen.

In een strategisch commercieel plan komen doorgaans drie hoofdonderdelen aan bod: de analysefase, de visievorming en het actieplan. Elk onderdeel heeft een zekere rol en draagt bij tot een onderbouwd en samenhangend geheel. In de brochure worden twee types onderscheiden: een generiek plan en een specifiek plan. In een generiek plan komen de drie hoofdonderdelen uitgebreid aan bod. Bij een specifiek plan wordt meer focus gelegd op een van de hoofdonderdelen.

De nieuwe beleids- en beheerscyclus verplichtte de gemeenten om in 2013 - bij de aanvang van de nieuwe legislatuur - een meerjarenplan op te maken voor een periode van zes jaar. Het lijkt logisch het strategisch commercieel plan te integreren of minstens af te stemmen op het nieuwe meerjarenplan.

1. Welke gemeenten beschikken over een generiek strategisch commercieel plan? Graag opsplitsing per provincie.
2. Welke gemeenten beschikken over een specifiek strategisch commercieel plan? Graag opsplitsing per provincie.
3. Worden gemeenten financieel ondersteund bij de opmaak van een dergelijk strategisch commercieel plan? Zo ja, hoeveel bedraagt deze subsidie?
4. Welke gemeenten hebben hun strategisch commercieel plan geïntegreerd of afgestemd op het nieuwe meerjarenplan?

ANTWOORD

op vraag nr. 588 van 5 mei 2015

van **GRETE REMEN**

- 1-2. Er bestaat momenteel geen overzicht van de generieke en de specifieke commercieel strategische plannen van de Vlaamse gemeenten. De lokale besturen zijn niet verplicht te rapporteren over de stand van zaken met betrekking tot hun visie op detailhandel. Een dergelijke rapporteringsplicht zou de administratieve last voor de gemeenten verhogen.

Om subsidie te kunnen ontvangen binnen de oproepen van het programma 'Handelskernversterking', met name de oproepen 'Kernversterkende maatregelen', 'Renovatie handelspanden' en 'Aankoop handelspanden' dienden de lokale besturen een kleinhandelsvisie te kunnen voorleggen. Alle gemeenten die hebben ingediend voor deze oproepen en subsidie ontvingen voor het uitvoeren van hun projecten beschikken dus op zijn minst over een kleinhandelsvisie waarin de huidige situatie wordt geschetst, de doelstellingen van het handelsbeleid worden vastgelegd en de acties beschreven worden die zij zullen ondernemen om de doelstellingen te bereiken.

Indien gemeenten nog geen kleinhandelsvisie of commercieel strategisch plan hadden op het moment van de oproepen, konden zij binnen de oproep kernversterkende maatregelen ook subsidie aanvragen voor het opmaken van een commercieel strategisch plan. 12 gemeenten vroegen hiervoor subsidie aan en verkregen deze ook waardoor 30% van de studiekosten door de Vlaamse overheid terugbetaald zullen worden. Voor de verdieping of uitwerking van het bestaande plan vroegen nog zes gemeenten 30% subsidie aan.

In bijlage 1 wordt een overzicht gegeven van de gemeenten die binnen deze oproep subsidie ontvangen hebben met een beschrijving van hun project en het subsidiebedrag dat zij hiervoor zullen ontvangen (altijd 30% van de geraamde kost).

Naar aanleiding van deze vraag werd ook een rondvraag gedaan bij de provinciale verantwoordelijken voor detailhandel. Niet alle medewerkers waren ter beschikking om onze vraag te kunnen beantwoorden, maar voor drie provincies werd via deze weg een overzicht verkregen (zie bijlage 2).

3. Zoals aangehaald onder bovenstaand antwoord op deelvraag 1 en 2 werden onder de oproep kernversterkende maatregelen in totaal 12 gemeente gesubsidieerd voor de opmaak van een generiek commercieel strategisch plan en nog eens 6 gemeenten voor de uitwerking van een specifiek deel van een commercieel strategisch plan (zie bijlage 1). Deze oproep stond open voor alle 308 gemeenten. Elke gemeente die nog geen commercieel strategisch plan had kon dus beroep doen op deze subsidies.

Binnen het Kennisnetwerk Detailhandel werd in het kader van een interprovinciaal EFRO-project voor iedere gemeente een feitenfiche en een SWOT-analyse gemaakt. Deze gegevens vormen de basis voor de opmaak van een strategisch commercieel plan en het verzamelen van deze gegevens betekent een groot deel van de studiekosten. Op die manier worden alle 308 gemeenten ondersteund. De lokale

besturen hebben via de provincies nog minstens tot 2018 vrije toegang tot de actuele data van Locatus waardoor zij hun gegevens kunnen updaten.

4. Het Agentschap Ondernemen beschikt niet over gegevens om deze vraag te kunnen beantwoorden.

BIJLAGEN

1. Programma Handelskernversterking
2. Overzicht provincies