

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 670
van **GRETE REMEN**
datum: 22 juni 2015

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

Steunmaatregel ontworpen zones - Communicatie-initiatieven

De steunzones Limburg en Kempen zijn sinds 1 mei 2015 actief. In de ontworpen zone Limburg is Mobis Partis Europe de eerste onderneming die gebruik maakt van deze steunmaatregel. Meer specifiek gaat het over het distributiecentrum van Hyundai en Kia dat zich in Beringen zal vestigen.

Als we de politieke geschiedenis van de ontworpen zones bekijken, merken we toch een zekere haast bij de Vlaamse Regering om deze steunmaatregel uit te voeren. Hije is er nu uiteindelijk, een dikke maand al. Of de Kempense en Limburgse kmo's daarvan op de hoogte zijn, weet ik niet.

Vertegenwoordigers van de Vlaamse overheid en de FOD Financiën hebben in de tweede helft van april 2015 twee infosessies gepland voor de bedrijven en de gemeenten. De minister gaf ook eerder in de commissie aan dat het Agentschap Ondernemen de coördinatie van de maatregel op het niveau van de Vlaamse overheid op zich zal nemen. Ik neem aan dat de communicatie naar de bedrijven daar ook onder valt. De minister beloofde tevens in de commissie dat de maatregel voldoende bekendgemaakt zal worden. Hij verwees daarbij naar allerlei kanalen, zoals websites, nieuwsbrieven, infosessies... "Mensen zullen moeite moeten doen om hier niets over terug te vinden".

1. Het systeem van ontworpen zones is exact een maand oud.

Wat heeft de Vlaamse overheid al concreet gedaan om deze steunmaatregel onder de aandacht te brengen bij de bedrijven?

2. Is de Vlaamse overheid van plan om in de komende maanden met een communicatiestrategie naar buiten te komen om de bedrijven en de gemeenten in te lichten over deze nieuwe steunmaatregel?
3. Wanneer mogen we een eerste tussentijdse evaluatie verwachten van het systeem van de ontworpen zones?

ANTWOORD

op vraag nr. 670 van 22 juni 2015

van **GRETE REMEN**

1. Er werden twee infosessies (één in Genk en één in Turnhout) georganiseerd bij de opstart van de maatregel. Dit was een gezamenlijke organisatie van de FOD Financiën en Agentschap Ondernemen.

In april waren er twee nieuwsbrieven van Agentschap Ondernemen, waarin de maatregel prominent werd aangekondigd, evenals de infosessies.

Verder zijn de lokale accountmanagers van het Agentschap Ondernemen sterk betrokken bij het uitdragen van de maatregel naar ondernemingen toe.

De maatregel wordt op de website van het Agentschap Ondernemen aangekondigd bij de subsidies met een link naar de relevante webpagina van de FOD Financiën. Enkel de FOD Financiën kan immers geldige uitspraken doen over de regelgeving.

De maatregel werd ook opgenomen in de subsidiedatabank van het Agentschap Ondernemen.

Organisaties als VVSG, UNIZO, Voka, VKW Limburg hebben spontaan een grote rol opgenomen in het uitdragen van de maatregel. Er werd door UNIZO bijvoorbeeld een handig filmpje gemaakt dat de maatregel uitlegt en dat het Agentschap Ondernemen ook heeft mogen gebruiken tijdens de infosessies.

2. Erop gelet dat de fiscale tegemoetkoming an sich een zuiver federale maatregel is, is het aan het federale niveau om te communiceren over de concrete toepassingsmodaliteiten. In de algemene bekendmaking van de maatregel heeft de Vlaamse overheid haar rol reeds sterk gespeeld. Ook de komende maanden zullen de Vlaamse bedrijven, in samenwerking met de vernoemde partners, worden gewezen op het bestaan van de maatregel.
3. Gelet op het pas recent in werking treden van de maatregel, is een evaluatie nog niet meteen aan de orde.