



EEN HANDS-ON VISIE- EN BELEIDSPLAN LOKALE ECONOMIE

VOOR DE GEMEENTE ZEDELGEM

PERSVOORSTELLING
DINSDAG 08 MAART - 20U00
SALONS DEN OTTER

Zedelgem

— VERBINDT . ONDERNEEMT . BELEEFT

Inleiding

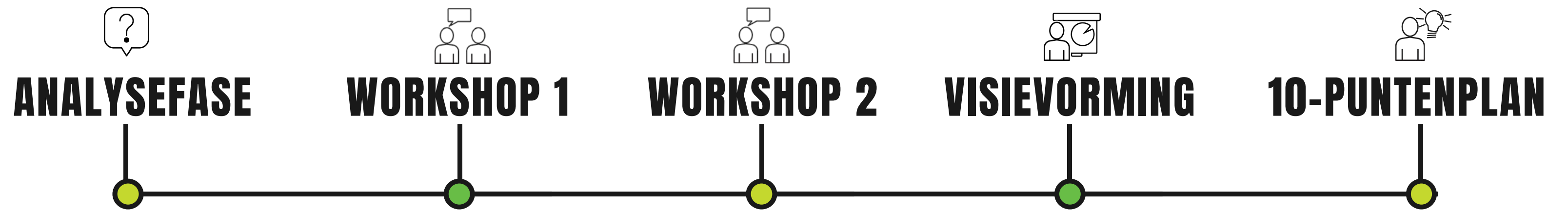
BELEIDSDOMEIN 3: Burger & overheid, veiligheidszorg

BD 3.3 Verder werk maken van een klantgerichte en effectieve dienstverlening

AP 3.3.2 De dienstverlening lokale economie optimaliseren

Actie 3.3.2.1 We brengen de huidige **sterktes, zwaktes, kansen en opportuniteiten** van onze lokale economie-beleid in kaart en formuleren **visie, doelstellingen en acties** voor onze dienstverlening lokale economie

Actie 3.3.2.2 We evalueren de huidige werking van het **loket lokale economie** en enten de werking op vernieuwde visie, doelstellingen en acties



Zedelgem



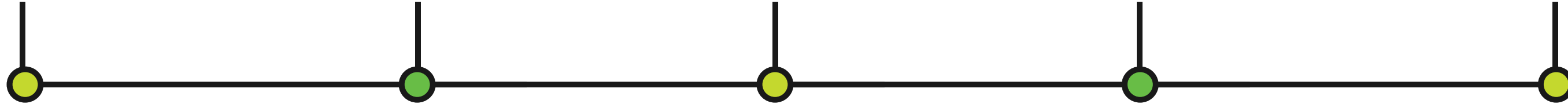
ANALYSEFASE

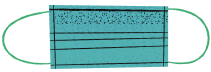
WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

10-PUNTENPLAN



- Opmaak van een omgevingsanalyse
- Inwoners - en ondernemersbevraging
 - Dialoog & interactie in volle pandemie 
 - 668 enquêtes
 - opmaak van een kernSWOT als basis voor de workshops



Zedelgem

ANALYSEFASE

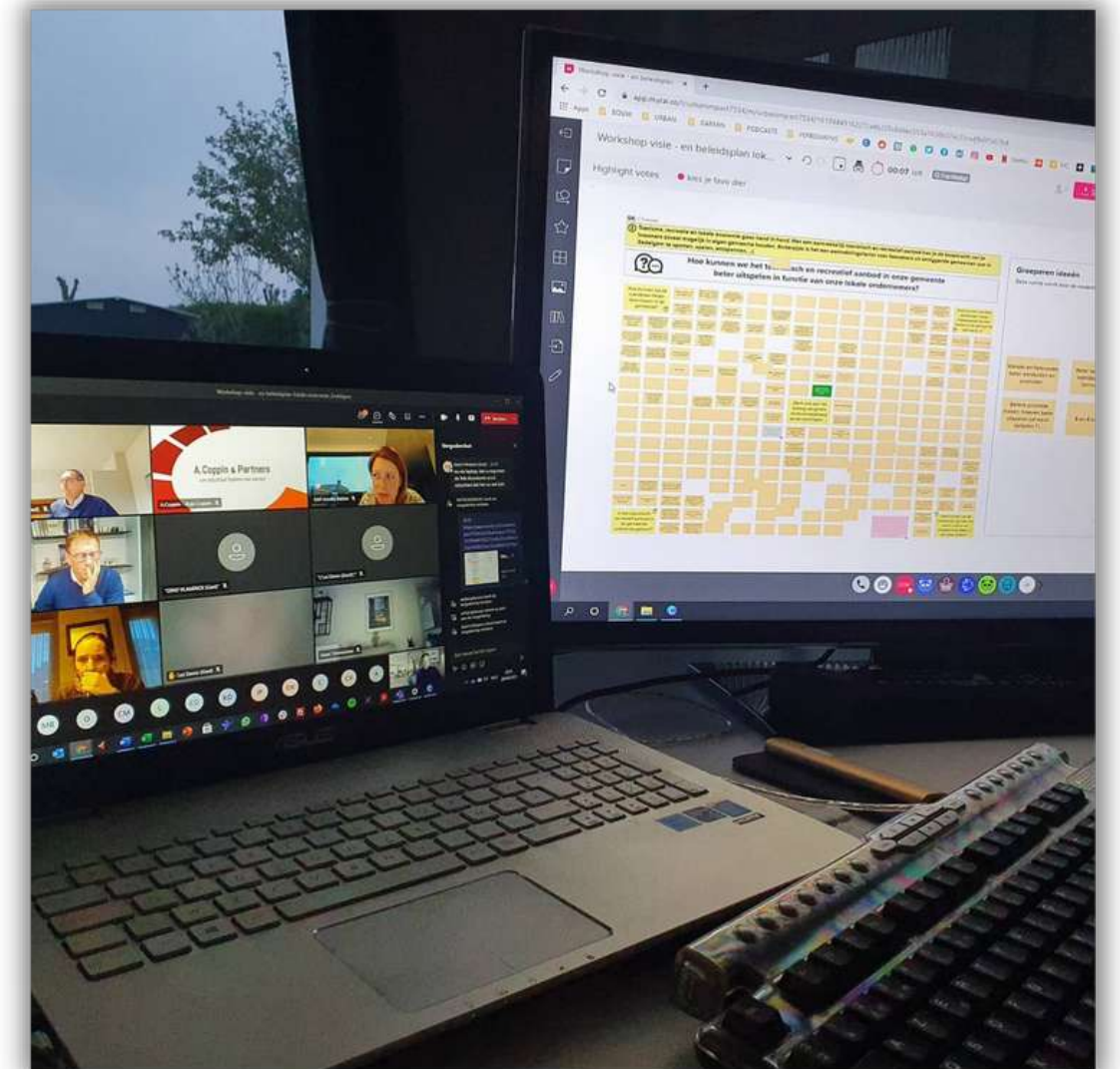
WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

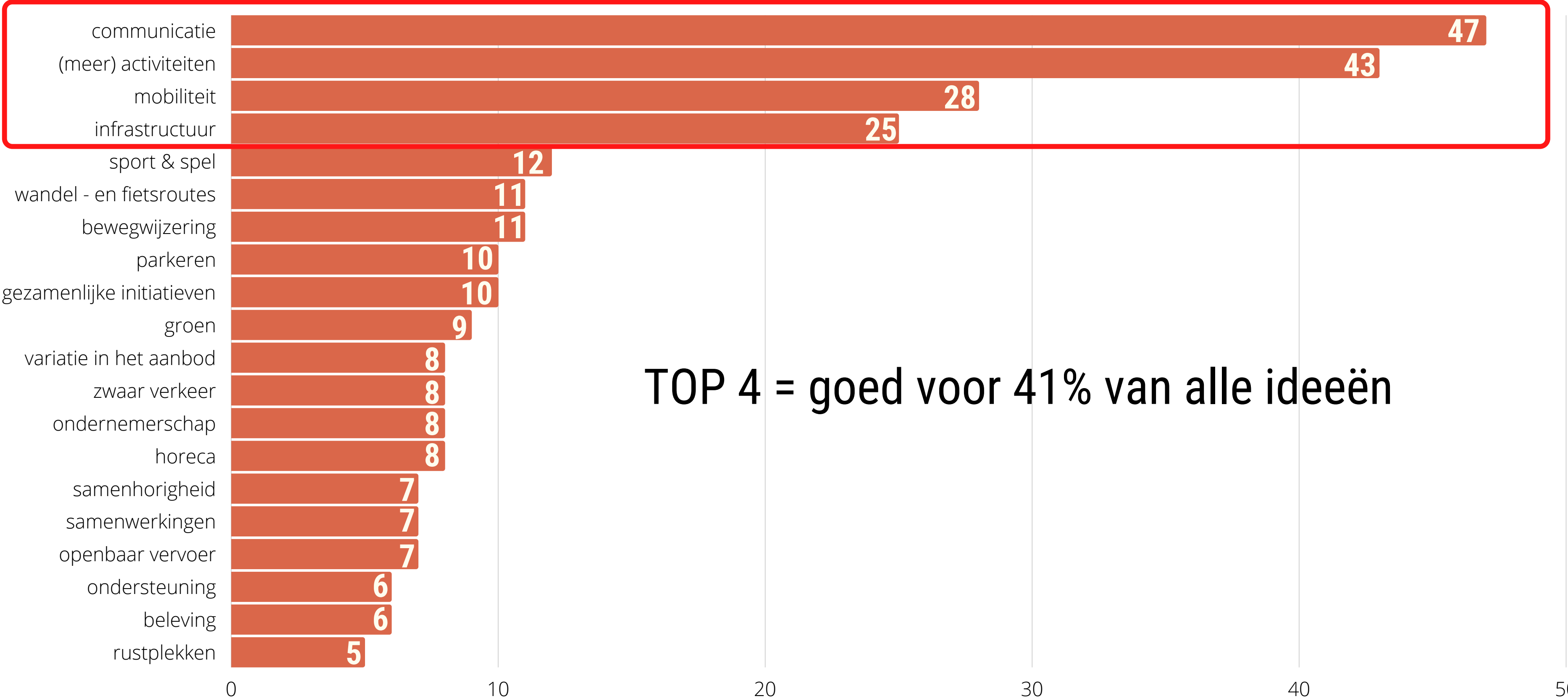
10-PUNTENPLAN

- Digitale workshop
- 54 inschrijvingen > 40 aanwezigen
- Interactief werkbord waar ideeën, acties, initiatieven verzameld werden
- Resultaten werden gecodeerd en in thema's gegoten
- TOTAAL = 346 ideeën = vertrekpunt voor eerste visieontwerp

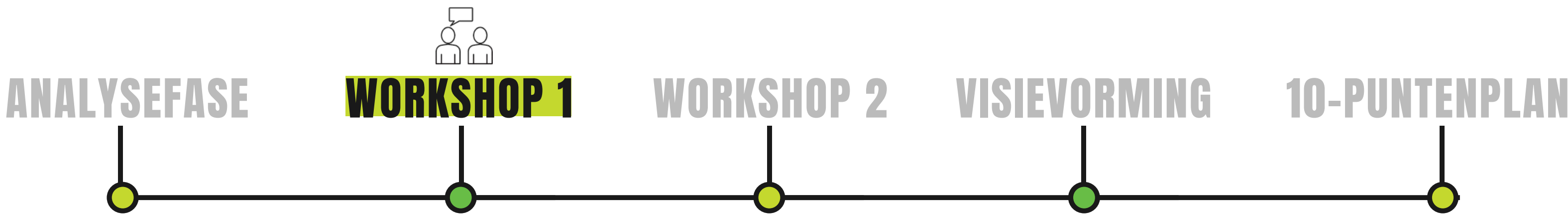


Zedelgem

TOP 20 - 346 suggesties



TOP 4 = goed voor 41% van alle ideeën



ANALYSEFASE

WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

10-PUNTENPLAN

1.Communicatie (**47 ideeën – 13,6%**)

"Er is duidelijk nood aan een betere communicatie, zowel naar ondernemers als naar de buitenwereld toe."

2.(Meer) activiteiten (**43 ideeën – 12,4%**)

3.Mobiliteit (**28 ideeën – 8,1%**)

4.Infrastructuur (**25 ideeën – 7,2%**)

Zedelgem

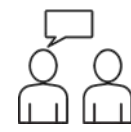
ANALYSEFASE

WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

10-PUNTENPLAN



1.Communicatie (**47 ideeën – 13,6%**)

"Er is duidelijk nood aan een betere communicatie, zowel naar ondernemers als naar de buitenwereld toe."

2.(Meer) activiteiten (**43 ideeën – 12,4%**)

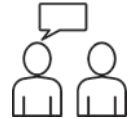
" De gemeente moet samen met z'n ondernemers meer inzetten op (vernieuwende) activiteiten voor diverse doelgroepen."

3.Mobiliteit (**28 ideeën – 8,1%**)

4.Infrastructuur (**25 ideeën – 7,2%**)

Zedelgem

ANALYSEFASE


WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

10-PUNTENPLAN

1.Communicatie (**47 ideeën – 13,6%**)

"Er is duidelijk nood aan een betere communicatie, zowel naar ondernemers als naar de buitenwereld toe."

2.(Meer) activiteiten (**43 ideeën – 12,4%**)

" De gemeente moet samen met z'n ondernemers meer inzetten op (vernieuwende) activiteiten voor diverse doelgroepen. "

3.Mobiliteit (**28 ideeën – 8,1%**)

" Een vlotte bereikbaarheid, voldoende parkeergelegenheid en een veilige dorpskern staan voorop!"

4.Infrastructuur (**25 ideeën – 7,2%**)

Zedelgem

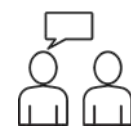
ANALYSEFASE

WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

10-PUNTENPLAN



1.Communicatie (**47 ideeën – 13,6%**)

"Er is duidelijk nood aan een betere communicatie, zowel naar ondernemers als naar de buitenwereld toe."

2.(Meer) activiteiten (**43 ideeën – 12,4%**)

" De gemeente moet samen met z'n ondernemers meer inzetten op (vernieuwende) activiteiten voor diverse doelgroepen. "

3.Mobiliteit (**28 ideeën – 8,1%**)

" Een vlotte bereikbaarheid, voldoende parkeergelegenheid en een veilige dorpskern staan voorop! "

4.Infrastructuur (**25 ideeën – 7,2%**)

" De infrastructuur voor fietsers – en voetgangers werd vaak op de korrel genomen. Goed uitgeruste fiets – en wandelpaden zijn volgens de deelnemende ondernemers een belangrijke randvoorwaarde voor een bloeiend handelsapparaat."

Zedelgem

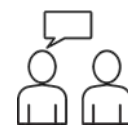
ANALYSEFASE

WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

10-PUNTENPLAN



- Fysieke (!) actieworkshop! (strategie in de praktijk)
- 25 ondernemers
- 4 cases uitgewerkt
- Engagement dat gemeente effectief aan de slag wil met de elementen uit de cases
- Alle opmerkingen, ideeën, suggesties, .. werden tijdens een collectief discussiemoment besproken en gedocumenteerd



Zedelgem

ANALYSEFASE

WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

10-PUNTENPLAN

CASE 1 ”Aanstelling van een (nieuwe) beleidsmedewerker lokale economie ”

"De juiste communicatieskills"

"Op de hoogte van alle activiteiten van ondernemers "

"Niet bang om de baan op te gaan "

"Een open communicatie"

"Kort op de bal spelen"

"Moet 100% achter Zedelgemse ondernemers staan"

"Frequent in dialoog met ondernemers"

A horizontal timeline with five stages: ANALYSEFASE, WORKSHOP 1, WORKSHOP 2, VISIEVORMING, and 10-PUNTENPLAN. Each stage has a vertical line connecting it to a colored dot on a horizontal line. The dots for ANALYSEFASE, WORKSHOP 2, and 10-PUNTENPLAN are yellow, while the dots for WORKSHOP 1 and VISIEVORMING are green. An icon of two people with a speech bubble is positioned above the WORKSHOP 2 label.

ANALYSEFASE

WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

10-PUNTENPLAN

CASE 2 ” Naar een Strategisch Economische Adviesraad Zedelgem (SEAZ) ”

CONSENSUS OVER

- Onafhankelijk orgaan voor ALLE ondernemers uit de gemeente
 - Een evenwichtige samenstelling vanuit verschillende sectoren
 - Niet legislatuur gebonden
 - Advies moet nageleefd worden
 - Voldoende werkingsbudget vanuit de gemeente
 - Geen plaats voor politieke spelletjes
 - Geen praatbarak - acties moeten uitgevoerd worden!
 -
- 
- A stylized illustration of a group of people sitting around a long table, engaged in a meeting or discussion. The people are represented by simple, colorful shapes in various colors (pink, blue, green, grey). The table is a simple brown line.

A horizontal timeline with five stages: ANALYSEFASE, WORKSHOP 1, WORKSHOP 2, VISIEVORMING, and 10-PUNTENPLAN. Each stage has a vertical line connecting it to a colored dot on a horizontal line. The dots for ANALYSEFASE, WORKSHOP 2, and 10-PUNTENPLAN are yellow, while the dots for WORKSHOP 1 and VISIEVORMING are green. An icon of two people with a speech bubble is positioned above the WORKSHOP 2 label.

ANALYSEFASE

WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

10-PUNTENPLAN

CASE 3 ” Een gezamenlijk initiatief of activiteit, voor en door ondernemers ”

CASE 4 ” Zedelgem op de kaart! ”

- Heel wat suggesties rond jaarlijkse initiatieven om verbondenheid tussen ondernemers te stimuleren
- Heel wat grote/kleine initiatieven om Zedelgem op de kaart te zetten.
- Ondersteuning en flexibiliteit vanuit de gemeente is belangrijk!

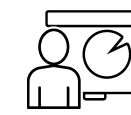
ANALYSEFASE

WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

10-PUNTENPLAN



- Met de bouwstenen van de omgevingsanalyse, de inwoners- en ondernemersbevraging, workshop 1 + 2 werd een **visie** uitgewerkt
- Vertrekpunt = Zedelgem - verbindt.onderneemt.beleeft
- Gelinkt aan de meest prominente thema's die naar voor kwamen tijdens de analysefase nl.:
 - Dienstverlening
 - Detailhandel
 - Bedrijvigheid
 - Mobiliteit en bereikbaarheid
 - Toerisme en recreatie

Zedelgem

Zedelgem wil zich profileren als een aantrekkelijke gemeente voor iedereen die er woont, werkt, leeft en consumeert.

1

VISIE



Zich profileren als een gezellige en aantrekkelijke woon-, werk- en ontspanningsgemeente gekenmerkt door een divers aanbod detailhandel en sterke KMO's.

+



De bedrijvigheid en het ondernemerschap nadrukkelijk meer tot uiting laten komen.

+



Het winkelaanbod in de deelgemeenten bestendigen en laten mee evolueren met de bevolkingsgroei + werken aan een evenwicht tussen de dorpskernen en de baanwinkels.

+



De aantrekkelijkheid van de handelskernen verhogen door in te zetten op de nodige voorzieningen voor de lokale consument én de potentiële bezoeker.



Zedelgem wil zich profileren als een aantrekkelijke gemeente voor iedereen die er woont, werkt, leeft en consumeert.

1

van VISIE

naar

STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN

2



Zich profileren als een gezellige en aantrekkelijke woon-, werk- en ontspanningsgemeente gekenmerkt door een divers aanbod detailhandel en sterke KMO's.

+



De bedrijvigheid en het ondernemerschap nadrukkelijk meer tot uiting laten komen.

+



Het winkelaanbod in de deelgemeenten bestendigen en laten mee evolueren met de bevolkingsgroei + werken aan een evenwicht tussen de dorpskernen en de baanwinkels.

+



De aantrekkelijkheid van de handelskernen verhogen door in te zetten op de nodige voorzieningen voor de lokale consument én de potentiële bezoeker.

Zedelgem

VERBINDT . ONDERNEEMT . BELEEFT



Zedelgem wil zich profileren als een aantrekkelijke gemeente voor iedereen die er woont, werkt, leeft en consumeert.

1

van VISIE

naar

STRATEGISCHE DOELSTELLINGEN

2



Zich profileren als een gezellige en aantrekkelijke woon-, werk- en ontspanningsgemeente gekenmerkt door een divers aanbod detailhandel en sterke KMO's.

+



De bedrijvigheid en het ondernemerschap nadrukkelijk meer tot uiting laten komen.

+



Het winkelaanbod in de deelgemeenten bestendigen en laten mee evolueren met de bevolkingsgroei + werken aan een evenwicht tussen de dorpskernen en de baanwinkels.

+



De aantrekkelijkheid van de handelskernen verhogen door in te zetten op de nodige voorzieningen voor de lokale consument én de potentiële bezoeker.

SD 1: DIENSTVERLENING EN BETROKKENHEID ONDERNEMERS

Zedelgem profileert zich meer als ondernemings – en ondernemersvriendelijke gemeente

SD 2: LOKALE HANDEL IN DE DEELGEMEENTEN

Zedelgem werkt aan vitale deekernen en zet in op de promotie van de kernwinkelgebieden van iedere deelgemeente

SD 3: MOBILITEIT

Zedelgem werkt aan de bereikbaarheid en verkeersveiligheid van een aantal belangrijke sleutelpunten in de gemeente

SD 4: TOERISME & RECREATIE

Zedelgem zet in op het versterken van recreatie en toerisme in de gemeente



ANALYSEFASE

WORKSHOP 1

WORKSHOP 2

VISIEVORMING

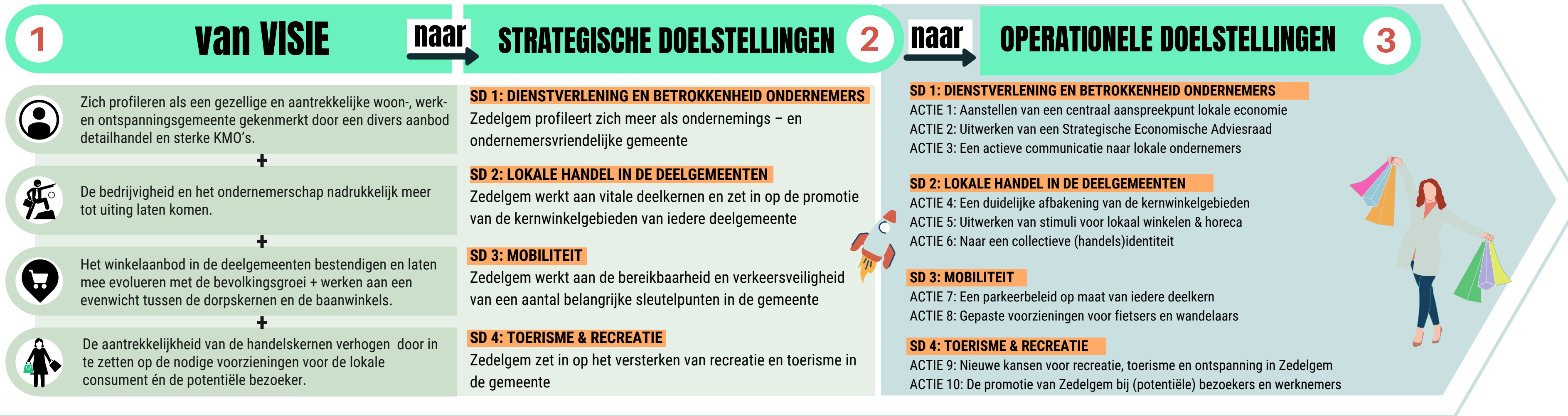
10-PUNTENPLAN



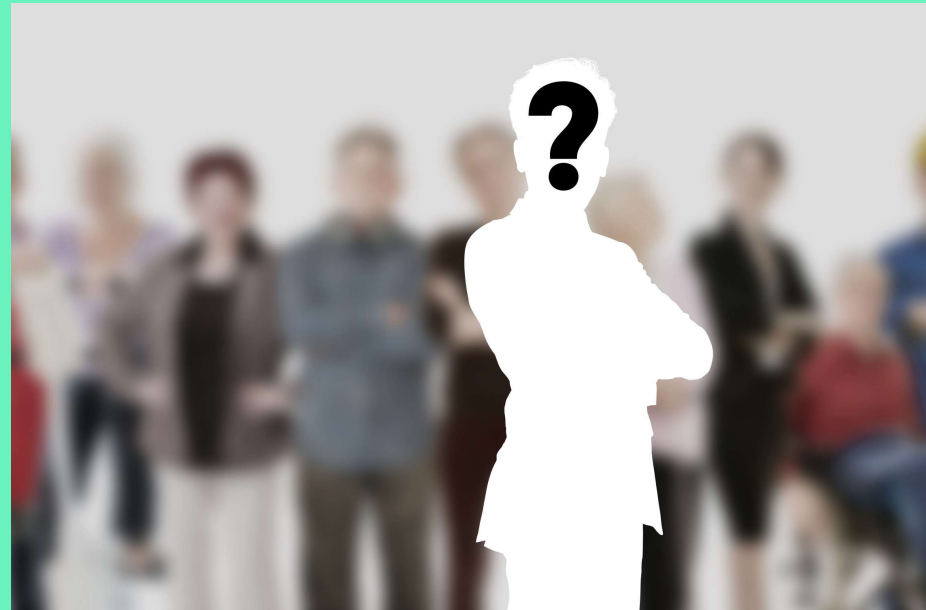
- Met de uitwerking van een afgelijnd 10-puntenplan zetten we de strategische doelstellingen voor de gemeente Zedelgem om in de praktijk
- De gemeente engageert zich om de huidige legislatuur de nodige stappen te zetten om iedere actie aan te vatten
- De realisatie van acties 1 en 2 zijn prioritair en vormen als het ware twee belangrijke randvoorwaarden voor de uitvoering en implementatie van het verdere actieplan.

Zedelgem

Zedelgem wil zich profileren als een aantrekkelijke gemeente voor iedereen die er woont, werkt, leeft en consumeert.



Dienstverlening & betrokkenheid



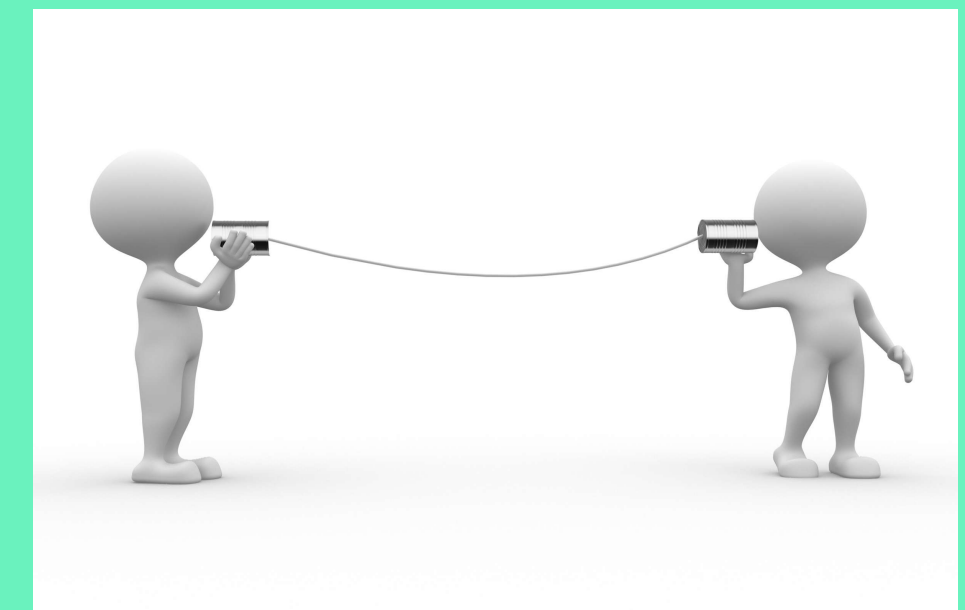
ACTIE 1

Aanstellen van een centraal
aanspreekpunt 'Lokale
Economie'



ACTIE 2

De oprichting van een
Strategische Economische Adviesraad



ACTIE 3

Inzetten op
een actieve communicatie
naar lokale ondernemers

ACTIE 1

De aanstelling van een aanspreekpunt 'Lokale Economie'

"EEN DUIDELIJK AANSPREEKPUNT
LOKALE ECONOMIE"

- Grote nood aan brugfiguur 'lokale economie' bij ondernemers
- Iemand die inzet op een geoptimaliseerde dienstverlening
- Iemand die voeling heeft met ondernemerschap en detailhandel
- Gaat de acties en doelstellingen uit het meerjarenplan én het beleidsplan lokale economie coördineren, plannen en uitvoeren

NEXT STEPS

- ★ Vacature uitgeschreven begin 2022
- ★ Gepubliceerd feb 2022

ACTIE 2

De oprichting van een STRATEGISCH ECONOMISCHE ADVIESRAAD

"DE SEAZ
ALS STURENDE KRACHT"

- Heel wat lokale handelsverenigingen in de deelgemeenten, veeleer actief op eigen 'grondgebied'
- Uit de studie is gebleken dat er draagvlak is voor een overkoepelende samenwerking, over deelgemeenten heen
- Permanent overleg / periodieke samenkomsten = belangrijk om tot een betere samenwerking te komen
 - Tussen het bestuur en ondernemers
 - Maar ook tussen ondernemers onderling

NEXT STEPS

- ★ Werving van leden voor de raad start vandaag!
- ★ Interesse? Spreek ons aan!
- ★ Eerste ondernemersraad na de Paasvakantie (+ na aanstelling ambtenaar lokale economie)

ACTIE 3 Een actieve communicatie naar lokale ondernemers

"EEN COMMUNICATIESTRATEGIE
OP MAAT"

- Uit de studie is gebleken dat er soms wat ruis zit op de communicatie tussen lokale bestuur vs. ondernemers
- Nieuwe beleidsmedewerker + adviesraad spelen een belangrijke rol in de uitvoering van deze actie
 - nieuwsbrief
 - gemeentelijke website
 - overlegmomenten
 - face-2-face
 - social media
 - ...

NEXT STEPS

★ Communicatiestroom richting ondernemers wordt op gang getrokken bij de indiensttreding van de nieuwe beleidsmedewerker lokale economie

Lokale handel in de deelgemeenten



ACTIE 4

Een duidelijke afbakening van de kernwinkelgebieden



ACTIE 5

Uitwerken van stimuli voor lokaal winkelen en horeca



ACTIE 6

Naar een collectieve (handels)identiteit

ACTIE 4 Een duidelijke afbakening van de kernwinkelgebieden

"AFBAKENING ALS BASIS
VOOR HET VERDERE BELEID"

- Geeft de gemeente de juiste tools in handen om het verdere detailhandelsbeleid aan op te hangen
- Belangrijk om een gericht beleid te kunnen voeren
 - waar zijn bijkomende winkels wenselijk?
 - waar zit het economisch potentieel in de gemeente?
 - waar kunnen stimulerende maatregelen uitgewerkt worden? (=strategie voor aanpak leegstand)
 - ruimtelijke ordening (bv. functiewijzigingen)

NEXT STEPS

- ★ **Interne denkoefening rond de afbakening** (hoe worden huidige handelskernen vandaag ervaren?)
- ★ **Aftoetsen aan een reeks objectieve criteria**
- ★ **Aftoetsen aan stakeholders (>> raad lokale economie)**
- ★ **Uitwerken ondersteunen maatregelen binnen kernwinkelgebied**

ACTIE 5

Uitwerken van stimuli voor lokaal shoppen en horeca

"KOOPBINDING & KOOPATTRACTIE
VOOR ZEDELIGHEID VERHOGEN"

- Inspanningen rond detailhandel en lokale economie worden frequenter onder de aandacht gebracht
- Uitwerken van concrete acties, nieuwe/creatieve initiatieven...
- ...onder impuls van de beleidsmedewerker en de adviesraad!
- De gemeente faciliteert, ondernemers voeren uit

BUY
LOCAL

NEXT STEPS

- ★ **Evaluatie bestaande acties**
- ★ **Uitwerken nieuwe (creatieve) acties**
- ★ **Verder bouwen op de ideeën uit de workshops**
- ★ **Communicatieve rol van handelaars versterken door de juiste tools aan te reiken**

ACTIE 6 Naar een collectieve (handels)identiteit

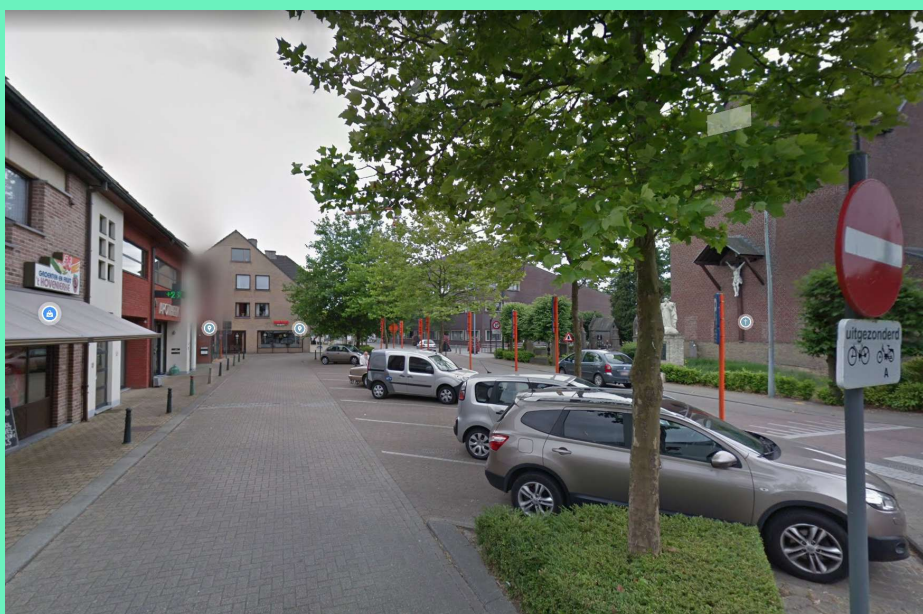
"VAN EIGEN DNA NAAR 1 IDENTITEIT"

- We moeten de slogan 'Zedelgem VERBINDT' in de praktijk omzetten
- Het DNA-paspoort voor iedere deelgemeente wordt in kaart gebracht - per deelkern wordt nagedacht over een gewenste ontwikkeling voor de toekomst
- Participatie en co-creatie staan centraal, met de focus op het potentieel en de positieve krachten van Zedelgem en z'n deelgemeenten
- Er wordt een communicatiestrategie en campagne uitgewerkt om het handelsapparaat en de troeven van iedere deelgemeente frequent in de kijker te plaatsen

NEXT STEPS

- ★ **DNA van iedere deelgemeente wordt in kaart gebracht**
- ★ **Er worden een reeks initiatieven uitgewerkt om deelgemeenten met elkaar te verbinden**
 - **Online (storytelling via sociale kanalen)**
 - **Offline (in het straatbeeld, ontmoetingsplekken, ambassadeurs, ...)**

Mobiliteit



ACTIE 7

Een parkeerbeleid
op maat van iedere deeltoren



ACTIE 8

Gepaste voorzieningen voor
fietsers en wandelaars

ACTIE 7

Een parkeerbeleid op maat van iedere deeltoren

"PARKEERBELEID ANNO 2022"

- Bij suggesties om de handelskernen aantrekkelijker in te richten staat 'parkeren' voor iedere deelgemeente in de top 3
- Parkeerbeleid in iedere deelgemeente wordt kritisch bekeken en verder ontwikkeld i.f.v. verschillende types
 - shop & go
 - blauwe zone
 - langparkeren
 - fietsenstallingen met laadpalen
 - lang- en kortparkeren voor vrachtwagens
 - parkeerplekken voor deeltwagens

NEXT STEPS

- ★ Mobiliteitsplan wordt momenteel herzien
- ★ Verbetersuggesties uit de studie worden bekeken en meegenomen

ACTIE 8

Gepaste voorzieningen voor fietsers & wandelaars

"VEILIGE VOORZIENINGEN
IN EN ROND DE DEELGEMEENTEN"

- Goed uitgerust fiets- en wandelpaden = belangrijke randvoorwaarde om doelstellingen rond lokale handel en toerisme te realiseren
- De gemeente wil de verschillende economische kernen nog beter met elkaar verbinden
- De bestaande infrastructuur (fiets- en wandelpaden) en de belangrijkste knooppunten (handelskernen, schoolomgeving, woonomgeving, ..) voor alle deelgemeenten worden in kaart gebracht
- Er wordt bekeken welke doorsteken / routes voor langzaam verkeer gerealiseerd kunnen worden
- Signalisatie en bewegwijzering spelen een belangrijke rol!

NEXT STEPS

- ★ Analyse van de huidige situatie
- ★ Uitwerken van een visie > gewenste toekomstige situatie
- ★ Op basis van beschikbare budget worden prioritaire acties gekozen/uitgewerkt

Toerisme en recreatie



ACTIE 9

Nieuwe kansen voor recreatie,
toerisme en ontspanning



ACTIE 10

De promotie van Zedelgem bij
(potentiële) bezoekers en
werknemers

ACTIE 9

Nieuwe kansen voor recreatie, toerisme en ontspanning

"EEN KATALYSATOR VOOR
HET LOKALE HANDELSAPPARAAT"

- Het toeristische aanbod wordt verder uitgewerkt én beter in de kijker geplaatst
 - verhogen belevingsfactor
 - met aandacht voor vergroening
 - we mikken op vernieuwende concepten
 - met (beperkt-betalbare) aanpassingen aan het openbaar domein als onderscheidende factor
- Inzetten op een optimaal gebruik van openbare ruimte in de gemeente
 - bankjes, rustpunten, groene hotspots, ..

NEXT STEPS

- ★ (Nieuwe) medewerker toerisme reeds aangeworven!
- ★ In kaart brengen huidige aanbod dag(deel)recreatie
- ★ Verder inzetten op regionale samenwerking (omliggende gemeenten)

ACTIE 10 De promotie van Zedelgem bij (potentiële) bezoekers en werknemers

- Heel veel voorzieningen in Zedelgem, maar het aanbod is onvoldoende gekend buiten de gemeentegrenzen
- Communicatiestrategie met als doel het ontdekken van Zedelgem als inkoopgemeente, waar ruimte is voor ontspanning en recreatie
- De gemeente Zedelgem:
 - Ontwikkel een heldere identiteit;
 - profileert zich uitdrukkelijk als een gezellige en aantrekkelijke woon-, werk- en ontspanningsgemeente;
 - met een divers aanbod detailhandel, sterke KMO's en recreatieve mogelijkheden als voornaamste kenmerken.

NEXT STEPS

- ★ **Ontwikkelen van een heldere identiteit**
- ★ **Campagne afstemmen op specifieke doelgroepen** (gezinnen met kids, 65+, werknemers grote bedrijven, ...)
- ★ **Inzetten op media-aandacht, frequentie communicatie via diverse kanalen**

URBAN-IMPACT

Adviseert en begeleidt lokale overheden.



www.urban-impact.be



[@urban_impact_](https://www.instagram.com/urban_impact_)



[@URBANIMPACT1](https://www.facebook.com/URBANIMPACT1)



[@urbanimpact](https://www.linkedin.com/company/urbanimpact)



[@urbanimpact4](https://twitter.com/urbanimpact4)

Get to know us!

URBAN-IMPACT BV

BE 0736 377 577

Cathilleweg 20 - 8490 JABBEKE

Sint Claradreef 67- 8000 BRUGGE

stijn.de.meurisse@urban-impact.be

frederik.serruys@urban-impact.be

+32 494 03 09 67

+32 474 94 01 47



FREDERIK SERRUYS

Founder

STIJN DE MEURISSE

Founder