

Commissie 2: lokale economie en interne organisatie

Verslag van: 27 juni 2022

Agenda: punten GR/RMW/AGB 19 mei 2022

Verslaggever: Lucia Dewolfs

Voorzitter: Lucia Dewolfs

Aanwezig: Gijsbrecht Huts, Eddy Poffé, Rudi Hendrickx, Lucia Dewolfs, Daniël Vanluyten, Bart Maes, Jean Defau, Nicky Martens, Helena Kinnaert, John Vankeijenberg

Verontschuldigd: Joël Dereze, Helena Kinnaert, Werner Thomas, Christophe Hendrickx

Het verslag van de vorige vergadering wordt goedgekeurd

Agendapunt schepen Huts: Organisatiebeheersrapportering:

Organisatiebeheersingsrapportering 2022 is een jaarlijks decretale verplichting (die in juni gebracht wordt) – wordt voorgesteld door de alg. dir. Patricia Willems

Klachtenbehandeling

ICT Security

Digitaal paspoort

beveiligingstraject

zelfevaluatie MAT

inspectie POD (jaarlijks) = programmatorische overheidsdienst

veiligheid en preventie (o.m. globaal preventieplan)

Agendapunt schepen Poffé: Citymanager:

voorstelling van de werkzaamheden gedurende de afgelopen 2 jaar van de citymanager door een vertegenwoordiger (Lies Vandamme) van het kantoor (gezien citymanager Chris Baekelandt zelf nog steeds met ziekteverlof is)

cfr bijlage ppt

Besluit : Contract met bureau wordt niet verlengd - geen opzeg - einde in september

Agendapunt schepen Poffé: Planning:

Planning tweede jaarhelft 2022: 1 week 1 camera ter beschikking (in bruikleen vanuit provincie) die aan passanten-telling doet

Provincie beloofde analyse van die gegevens.

Bevragen aan provinciale dienst of de gegevens van alle deelnemende steden/gemeenten van VI-Brabant niet samen in een vergelijkende studie kunnen bekomen/gepubliceerd worden

Agendapunt schepen Poffé: Suikerrock 2022:

Er werden reeds 15000 tickets (gratis) gedownload (4 tickets/ gezin) voor toegang tot de partyzone van de Suikerrock; kan dienen voor 1 à 4 dagen maximaal.

Varia/vragenronde:

FFH: Foodport: profilering rond voeding – samenwerking met POM

Historische band met voedingsindustrie: TSuiker, Citrique en Ses

Citric (nieuwe fermentatiehal) – heet voortaan Citribel

De uitbreiding van SES is op de campus van de Foodport gebeurd, waar ook Jodoco en Marma gekomen zijn en waar Paleo gaat bouwen (nam optie op laatste open terrein).

Foodport zit intss vol

Besluit: nood aan bijkomende opp aan ind. terrein

Bestaande terreinen zijn momenteel voor 84% bezet
(sommige bedrijven hebben nog reservegrond, maar wel in functie van mogelijke uitbreiding van hun eigen bedrijf)

Onderzoek naar voorstel spoor aansluiting (ontsluiting) van T.S. ism andere bedrijven
(waaronder Citribel, inbev, ...) om vrachtwagens van de weg te halen (goederenvervoer)

Er is regelmatig een economisch overleg tussen de stad en een afvaardiging /vertegenwoordigers van Voka en de Tiense bedrijfswereld.

Men moet niet meer zoeken naar start ups maar naar scale-ups

Er leefde een piste om startups naar Tienen te halen (er was bvb ruimte hiervoor bij Bosch en ook in het voormalig gebouw van Photovoltech (hierin vestigden zich recent 2 spinoffs van Imec) maar ondertussen weten we dat we beter kunnen uitkijken scale ups.

Vraag van uit comm.leden: Is er info over de nog bruikbare ruimte voor economie: grond/gebouw?

Schepen Poffé vraagt info op

Is belangrijk in functie van het nog nieuw te ontwikkelen industriegebied.

Verslaggever

Lucia Dewolfs

Voorstel actie Scan en Win Stad Tienen – ter ondersteuning lokale handel

Binnen de regio Hageland werk momenteel een LEADER-samenwerkingsproject met de Regio midden Kempen, met als titel **“helemaal van hier”**

De Doestelling van dit project is het testen en uitwerken van diverse acties om:

1. Inwoners te stimuleren meer lokaal te komen

2. De lokale handelaren in de kijker te zetten en promotie voor hen te voeren.

Het achterliggende idee is dat lokale handelaren een heel belangrijke schakel zijn om een stad of plattelandsgemeente aantrekkelijk en leefbaar te houden.

Eén van de acties die werden uitgewerkt is een **“scan en win” actie**, binnen de bestaande app Happy Hageland.

Deze campagne werd dit voorjaar in Zoutleeuw gedurende 4 maanden succesvol uitgetest. (dec 2021- april 2022)

Resultaat campagne :> 70 deelnemende handelaars; >4.500 scans; hoge klantentevredenheid (90%) over de campagne; hoge tevredenheid om de actie terug uit te voeren bij de handelaren (89%); en 55% van de klanten geeft aan dat de campagne hen heeft aangespoord om meer lokaal te kopen. De handelaars en de stad hebben beslist om de campagne te herhalen vanaf oktober 2022 voor een periode van 6 maand.

Wat is het concept ?

- Klanten scannen QR-code bij de deelnemende handelaar
- De app Happy Hageland wordt hierdoor geopend en
- De klant wordt gevraagd om deel te nemen aan de wedstrijd en het wedstrijdreglement goed te keuren.
- De klant wordt automatisch geregistreerd op basis van inloggegevens (éénmalig in te geven) binnen de app
- Geautomatiseerde maandelijkse trekking van winnaars aan de wedstrijd
- Actieve deelnemende handelaren krijgen de contactgegevens van hun klanten wat hen de mogelijkheid geeft om aan klantenbinding te doen. (GDPR -proof opgevangen in het wedstrijdreglement).

Voordelen van een digitale promocampagne :

- Alle data zijn van de stad of van de deelnemende handelaren
- Alle deelnemers kunnen bereikt worden via e-mail voor opvolging of evaluatie
- Ondernemers kunnen gegevens verkrijgen om zo aan klantenbinding te doen
- Op basis van de postcode van de klanten kunnen we nagaan vanwaar klanten komen
- Geen kosten van drukken van briefjes, minder afval
- Maandelijkse statistieken verloop van de campagne
- Maandelijkse opvolging van de campagne en mogelijkheid tot snelle bijsturing
- Zet handelsbeleid van de stad in de kijker door heel de communicatie over deelnemende handelaars en winnaars

Binnen het project helemaal van hier is er ruimte om tot het einde van 2022 nog bijkomende pilotacties te ondersteunen en gedeeltelijk te financieren. Vanaf het begin van de ontwikkeling van de scan en win tool werd de City-manager (Dhr. Chris Baeckelandt) van de stad Tienen betrokken, waardoor de stad Tienen hiervoor zeker in aanmerking komt.

Taakverdeling en workload voor de projectpartners bij het opzetten van een campagne :

- **Stad Tienen :**
 - Communicatie naar ondernemers
 - verdeling QR-codes naar ondernemer, verdelen affiches, opzetten communicatie campagne
 - maandelijks opvolgen van ondernemers
 - Promotie en bekendmaking van de campagne bij de inwoners en mensen die in Tienen komen shoppen
 - Facebook, meldingen in de app Happy Hageland, communicatie via stadsmagazine en website,
 - Inzetten van stadsprijzen die klanten kunnen winnen per maand

- Kan door het inzetten van T-bonnen
 - Maandelijkse bekendmaking van winnaars
 - Opmaken communicatieplan in functie van de resultaten tijdens de loop van de campagne.
 - Campagne in de kijker plaatsen.
- **Ondernemers :**
 - De campagne mee bekend maken bij hun klanten (facebook, affiche in de zaak,...)
 - Klanten aansporen om na aankoop te scannen
 - Prijzen ter beschikking stellen voor eigen klanten
 - Deelname in de kosten van de T-bonnen die gratis verloot worden

Ondernemers die prijzen wensen te verloten onder hun klanten en /of deelnemen in de kosten van de T-bonnen krijgen in ruil de contactgegevens van hun klanten (naam, emailadres, geslacht, leeftijd en postcode)

- **LEADER-Hageland :**
 - Opzetten van de wedstrijd in de app Happy Hageland
 - Wedstrijdreglement
 - Gepersonaliseerde QR-codes
 - Looptijd instellen
 - Instellen digitale boodschappen die aan de klant getoond worden bij deelname aan de wedstrijd
 - Uitwerken en leveren van de toogdisplays voor handelaars met unieke QR-codes
 - Begeleiding van de communicatie op basis van voorafgaande ervaring met het concept
 - Beheer van de data in opdracht van de stad Tienen (GDPR-proof)
 - Opmaken van maandelijkse statistieken voor opvolging en bijsturing campagne
 - Organiseren van de digitale trekking van winnaars
 - Adviesverlening tijdens het verloop van de campagne
 - Ondersteuning bij lancering (bv inzetten promoteteam tijdens een event)

Voor de uitwerking van een communicatiecampagne door de stad Tienen is er de mogelijkheid om subsidies te vragen bij de provincie voor handelskernversterking. De Deadline voor het indienen van een dossier is 15 oktober 2022. Hiermee kunnen spandoeken, affiches voor bushokjes, eventueel radioslots, inzet promoteteams voor 50% gefinancierd worden. <https://www.vlaamsbrabant.be/nl/premies-en-subsidies/versterking-handelskernen>

De stad Tienen gebruikt de app Happy Hageland reeds actief voor toeristische acties (audiotours) en voor communicatie naar de burger. Deze actie zal het gebruik van en app en dus de zichtbaarheid van de reeds lopende acties versterken voor de stad.

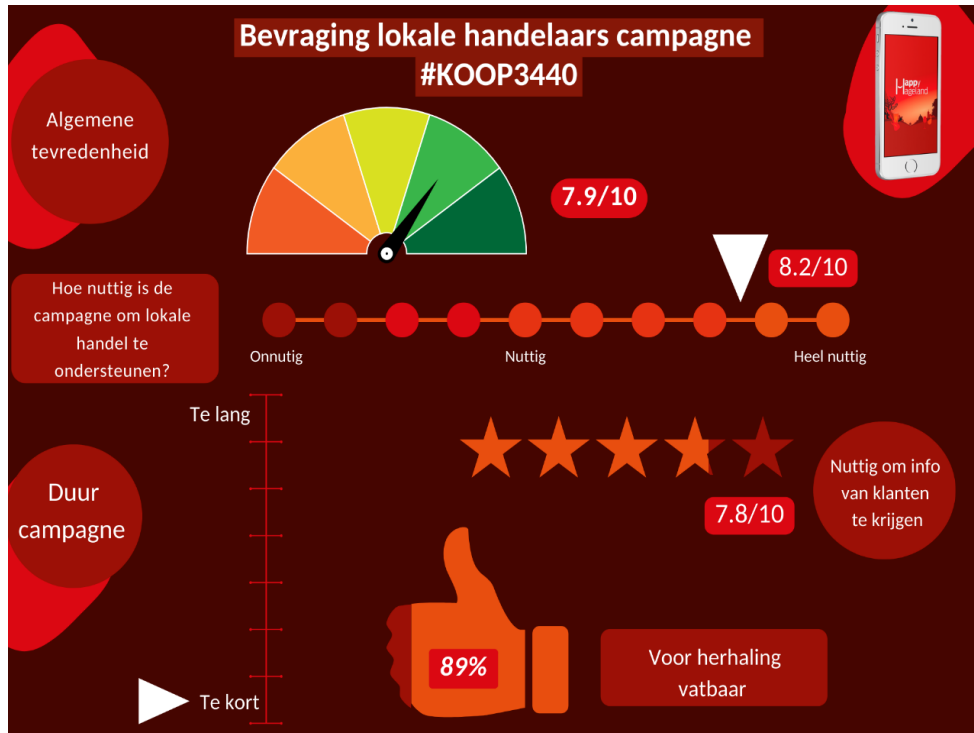
Aanvullingen naar aanleiding van het overleg van 20/06/2022 (online)

- De campagne is bedoeld om het lokaal kopen te stimuleren. Dit is ruimer dan de korte keten.
- Deze campagne is gefinancierd door Europa. Hier hangen geen licentiekosten aan vast. De ontwikkelde tool is vrij te gebruik door de Hagelandse gemeenten.
- Er is geen exclusiviteit voor Tienen, ook de andere Hagelandse gemeenten zetten deze campagne in.
- De kosten die er zijn, zijn de kosten van communicatie en de bonnen die verloot worden onder de deelnemers aan de Scan en Win actie.
- De campagne kan langlopend zijn en kan in de volgende jaren herhaald worden.
- Voor de opstart van de campagne dient een werkgroep opgestart te worden met vertegenwoordigers van de ondernemers, de stad Tienen en de provincie.
- Als we eind augustus / begin september starten met een werkgroep is het realistisch om tegen eind oktober begin november te starten met de campagne zelf.

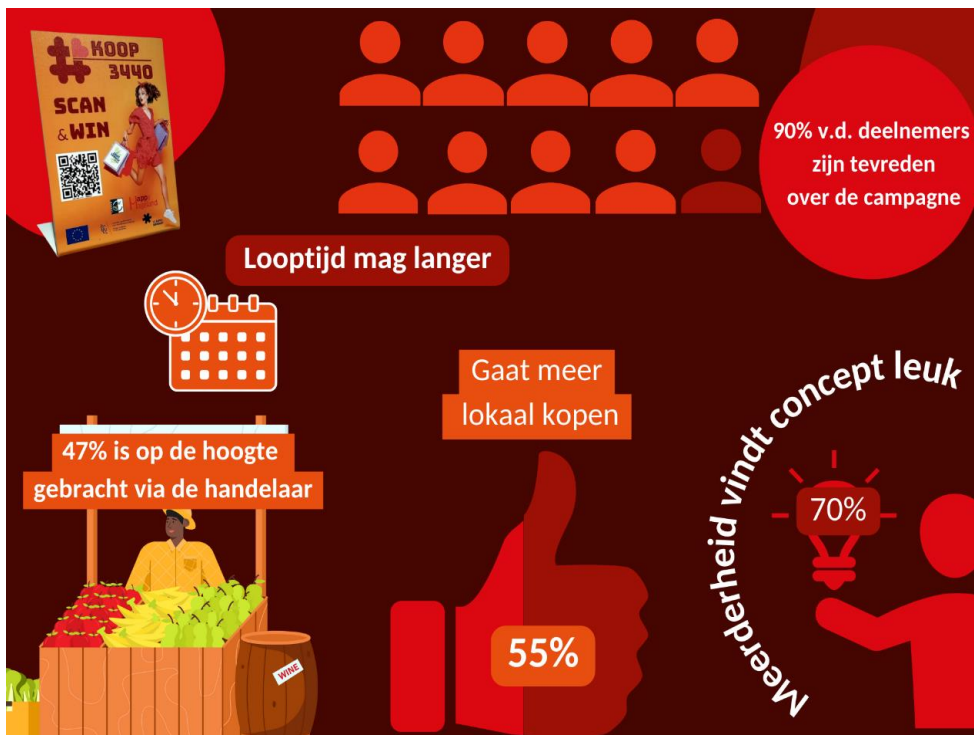
Bijlages:

- 1) Infographic bevraging deelnemende handelaars campagne #koop3440 in Zoutleeuw
- 2) Infographic deelnemers (klanten) aan de campagne #koop3440 in Zoutleeuw

Bevraging deelnemende handelaars aan campagne #koop3440



Bevraging deelnemers (klanten) aan campagne #koop3440



Promotool lokale handel en korte keten in Happy Hageland

LAB LEADER-HAGELAND+



Promotool Scan & Win

- ❖ Inzetbaar voor markten, campagnes ter ondersteuning korte keten en lokale handel
- ❖ Loopt via de app Happy Hageland – portaal app van de regio
- ❖ Concept :
 - ❖ Klant scant QR-code bij handelaar
 - ❖ Keurt wedstrijdreglement goed
 - ❖ Automatische registratie klant op basis van inloggegevens binnen de app
 - ❖ Geautomatiseerde trekking van winnaars aan de wedstrijd
 - ❖ Actieve deelnemende handelaren krijgen de contactgegevens van hun klanten (klantenbinding)

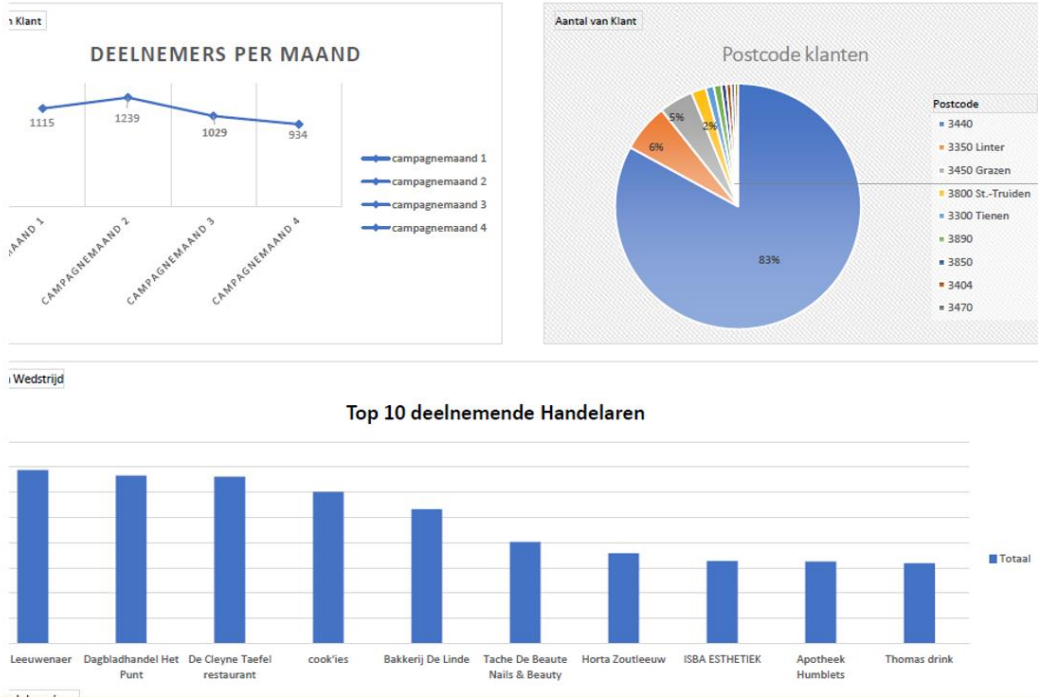


Uitgewerkte digitale campagnes

Voorbeelden van campagnes :

- Op de zomermarkt in Bierbeek juni 2021
- Op de markt van de smaak op 10 november 2021
- Zoutleeuw campagne #koop3440 (dec 21 – april 22)
- Geetbets tijdens de week van de korte keten

Resultaten campagne #koop3440
15 december 2021 tot 16 april 2022



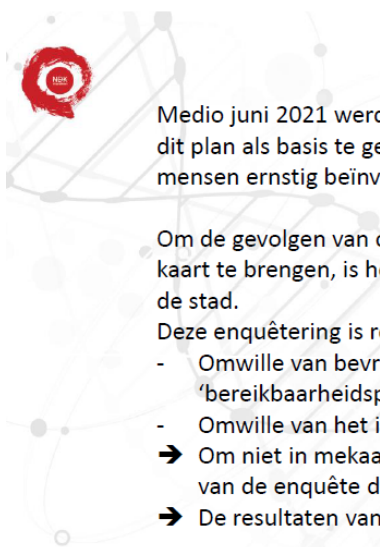
Presentatie Citymanagement:

Citymanagement

Status quaestionis

27/6/2022





Strategisch-commercieel plan

Medio juni 2021 werd een ontwerp strategisch commercieel plan overgemaakt. Bedoeling is om dit plan als basis te gebruiken voor verdere verfijning. Zo heeft corona de (koop)gewoontes van mensen ernstig beïnvloed (blijkt uit resultaten huishoudbudgetenquête 2020).

Om de gevolgen van corona op (de uitstraling van) het Tiense handelsapparaat en middenstand in kaart te brengen, is het de bedoeling om een digitale enquêtering te organiseren bij inwoners van de stad.

Deze enquêtering is reeds 2x uitgesteld geweest:

- Omwille van bevraging die stad Tienen deed van inwoners ihkv de opmaak 'bereikbaarheidsplan stadscentrum Tienen'.
- Omwille van het imago-traject van stad Tienen ihkv citymarketing
- ➔ Om niet in mekaars vaarwater te komen en een voldoende bereidheid te hebben tot invullen van de enquête door de inwoners was uitstel noodzakelijk.
- ➔ De resultaten van deze enquête dienen als basis voor het verdere participatietraject.

Voor de opmaak van het strategisch-commercieel plan is een participatietraject voorzien met handelaars/horeca/ondernemers/pandeigenaars enerzijds en het lokaal bestuur anderzijds. Dit participatietraject is onontbeerlijk voor het fine-tunen van het DNA van Tienen. Na de verwerking van de digitale enquêtering worden de voorziene participatieve sessies georganiseerd om het DNA verder te verfijnen.

Op basis van de bekomen resultaten uit de digitale enquêtering en het participatieproces kan de eindversie van het strategisch-commercieel plan Tienen afgerond worden.



Activiteiten

- **Aanpak leegstand**
 - Bizlocator
 - Bestickering leegstaande handelspanden
- **Week/maand van de markt**
- **Handelaarsoverleg**
- **Ondersteuning stadsdiensten**
 - Vb. subsidie-aanvragen provincie

Activiteiten

- Organisatie van online-sessies voor ondernemers, horeca en retail mbt 'sociale media' (op 17/11/2020) en 'het opzetten van webshop' (op 19/11/2020)
- Organisatie eindejaarsacties
- Individueel advies en ondersteuning van handelaars
- Deel van adviesgroep voor de ontwikkeling van een promotool binnen de Happy Hageland app om lokale handelaars te ondersteunen vanuit de stad

Activiteiten

- Betrekken van de handelaars in de evenementenkalender
- Organisatie braderieën
- Organisatie outletbeurzen
- Wrapping (kerst)bus met foto's ondernemers
- Koopweekends
- Voorbereiding, overleg en begeleiding bij de introductie van de T-bon

Activiteiten

- Haas't je i.s.m. Unizo THB
- Deelname citymanagement aan klankbordgroep i.k.v. bereikbaarheidsplan, aan webinar VLAIO m.b.t. bijkomende kernversterkende maatregelen, lente-event Unizo
- Begeleiding door Profploeg

Activiteiten

- EK Voetbalplatform
- 'Ombudsman' gezien het ontbreken van een direct aanspreekpunt bij de stad
- Andermans Zaken
- Subsidies bekomen ihkv kernversterking
 - € 5.206,20 op 17/6/2021 voor de bestickering van leegstaande handelspanden in het kernwinkelgebied in samenwerking met We Are Tienen
 - € 5.000 op 19/8/2021 voor de full-wrapping van een elektrische bus – We Are Tienen.

Profploeg

- Project voorziet in begeleiding “op maat” van steden & gemeenten op basis van de expertise die zij nodig hebben
- Op 21/10/2021 kwam de bevestiging dat Tienen werd geselecteerd voor een begeleiding door de ‘Profploeg’
- Voorwerp van de begeleiding is om op zoek te gaan naar een flexibele samenwerkingsvorm van stad Tienen met de Tiense handelaars in het algemeen en met initiatieven als Weartienen in het bijzonder (ook juridisch)
- Op 13/06/2022 werd een eerste bijeenkomst georganiseerd door de Profploeg

Profploeg

→ Tussentijdse conclusies profploeg

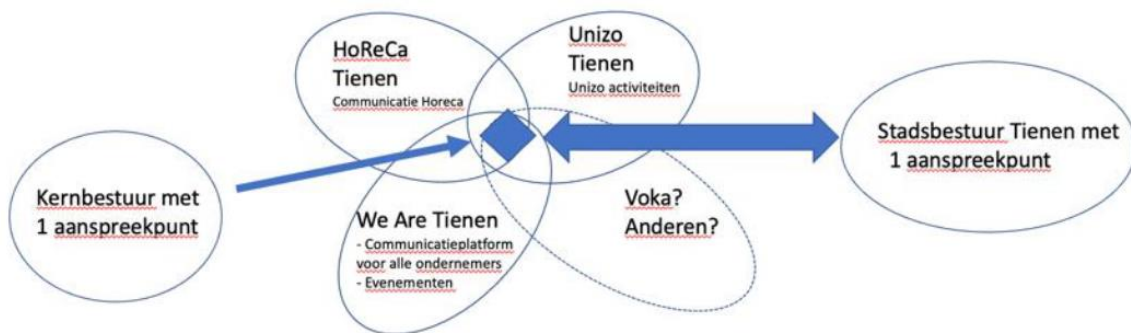
- Identificatie bouwstenen voor goede samenwerking
 - Structureel overleg
 - Vast aanspreekpunt/tussenpersoon bij stad en handelaars
 - Informatie- en communicatiebeheer verbeteren
- Inhoudelijke samenwerking over thema’s:
 - Activiteiten
 - Activiteitenkalender
 - Afsprakenkader bij uitvoering activiteiten
 - Detailhandelsbeleid
 - Ruimtelijke ordening, mobiliteit, leegstandsbeleid, netheid,

...

→ Voorstel Unizo, Horeca Oost-Brabant en We Are Tienen:



Samengevat is ons voorstel:



→ Focus overleg = samenwerking uitklaren

- **Prioritair:**
 1. Wie maakt afspraken (afgevaardigden stad en handelaars)
 2. Hoe wordt het overleg gestructureerd?
 - Over welke thema's?
 - Wanneer? (Periodiciteit)
 - Kerntaken?
- **Snelheid (handelaars >< stad), vergoeding voor tijdsinvestering, budget activiteiten**

Profploeg

→ Noden stad en handelaars:

- Handelaars: snelheid (angst voor vertraging door procedures), vergoeding voor tijdsinvestering, budget activiteiten, centraal aanspreekpunt
- Stad: aanspreekpunt handelaars, formele organisatie handelaars om onder andere budgetten aan toe te kennen en representatieve adviezen te krijgen
- Gedeelde belangen: duidelijke afstemming activiteiten, maar ook breder gedragen (formele) dialoog over detailhandelsbeleid en kernversterking.

Profploeg

- Juridische mogelijkheden
 - Bespreking wet op overheidsopdrachten > nood aan entiteit waar overheid budget aan kan toekennen
 - Directe financiering niet mogelijk via BV of andere vereniging met winstoogmerk
 - Nood aan andere entiteit/vehikel/afsprakenkader/raad om o.a. financiering te regelen. Kan verschillende vormen aannemen
- Aanspraakpunt stad
 - Schepen begrijpt nood aan centraal aanspreekpunt en is bereid om te herbekijken hoe deze rol ingevuld kan worden
 - Aanwerving van een ambtenaar lokale economie is mogelijk

→ Volgende stappen:

1.
 - Opmaak samenwerkingsvoorstel door de Profploeg
 - Welke inhoud wordt besproken
 - Juridische vorm
 - Werkingsafspraken > Wanneer samenkomen, agenda,
 - Taken en verantwoordelijkheden
 - ...
 - Dit voorstel wordt eerst afgetoetst bij de handelaarsvertegenwoordiging (Unizo, Horeca, ...) > mits gedragen wordt het voorgesteld aan het college. Het voorstel houdt rekening met de verwachtingen van de handelaars en stad, en de juridische mogelijkheden.

→ Volgende stappen:

2.
 - Vormgeven en plannen verdere samenwerking op basis van 1.
 - Financiering
 - (budget) Beheer
 - Prioriteiten, opmaak planning
3.
 - Mogelijkheid platform voor communicatie en informatiedoorstroming
 - Afspraken omtrent communicatie en infodoorstroming worden gemaakt in het samenwerkingsvoorstel. Pas achteraf kan bekeken worden hoe We Are Tienen betrokken kan of zou worden.

Komende activiteiten

- Herfst-outletbeurs 23/10/2022
- Sint-Denijs braderie begin oktober
- Weekend van de klant 1 en 2/10/2022
- Promocampagne Happy Hageland “scan en winactie” ter ondersteuning van lokale handel

Scan en win-actie

- “Scan en win” actie, binnen de bestaande app Happy Hageland.
- Deze campagne werd dit voorjaar in Zoutleeuw gedurende 4 maanden succesvol uitgetest (dec 2021- april 2022)
 - Resultaat campagne: >70 deelnemende handelaars; >4.500 scans; hoge klantentevredenheid (90%) over de campagne; hoge tevredenheid om de actie terug uit te voeren bij de handelaren (89%); en 55% van de klanten geeft aan dat de campagne hen heeft aangespoord om meer lokaal te kopen. De handelaars en de stad hebben beslist om de campagne te herhalen vanaf oktober 2022 voor een periode van 6 maand.