

2019

KORTRIJK HANDELT

Deel II: cijfers en analyse



INHOUDSOPGAVE	2
HOOFDSTUK 1 BEKNOPTE ANALYSE	3
A. Algemene socio-economische positionering	3
I. Economische kerncijfers.....	4
B. Algemene beleidsmatige context	5
I. Vlaams niveau	5
II. Provinciaal niveau	6
III. Gemeentelijk beleid	7
C. Vraag & aanbod	9
I. Vraag	9
II. Aanbod	10
D. Trends & ontwikkelingen	11
I. Trends aan aanbodzijde	11
II. Trends aan vraagzijde.....	12
E. SWOT-analyse	13
HOOFDSTUK 2 UITGEBREIDE ANALYSE	15
A. Algemene socio-economische positionering	15
I. Geografische schets met economische aantrekkingskracht	15
II. Bereikbaarheid vanuit de regio en verder	16
III. Analyse van de bevolking	17
IV. Economische kerncijfers	32
B. Algemene beleidsmatige context	38
I. Vlaams niveau	38
II. Provinciaal niveau	44
III. Gemeentelijk niveau	47
C. Vraag & Aanbod	53
I. Vraag	53
II. Aanbod	59
III. Leegstand	70
IV. Aanbod in de pipeline	73
D. Trends & ontwikkelingen	73
I. Trends aan de aanbodzijde	73
II. Trends aan de vraagzijde.....	76

HOOFDSTUK 1 BEKNOPTTE ANALYSE

In de beknopte analyse geven we enkel de belangrijkste conclusies weer. Voor de uitgebreide analyse en meer gedetailleerd cijfermateriaal verwijzen we naar pagina 3.

A. ALGEMENE SOCIO-ECONOMISCHE POSITIONERING

Stad Kortrijk is een **centrumstad** die de regio **Zuid-West-Vlaanderen** verzorgt. De stad is rijk aan allerhande instellingen zoals het beurzencomplex Kortrijk XPO, universiteiten, hogescholen en scholen voor volwassenonderwijs, een supra regionaal ziekenhuis, rust- en verzorgingscentra.

De stad heeft heel wat toeristische troeven: een uitgebreide culturele infrastructuur met een schouwburg, muziekcentrum en het Buda-eiland, een **historisch stadscentrum** met de alom gekende Broeltorens met de recent verlaagde Leieboorden, de Onze-Lieve-Vrouwe- en Sint-Maartenskerk, het historisch stadhuis, en UNESCO werelderfgoed: het Belfort en het Begijnhof. Bovendien is de stad sinds 2017 opgenomen in het **UNESCO Creative Cities Network**, categorie Design.

De stad biedt met haar **drie grote recreatieve shoppingcentra** heel wat winkelmogelijkheden: K in Kortrijk is gelegen middenin de openlucht **winkelwandelzone in het centrum van de stad**, Ring Shoppingcenter Kortrijk-Noord bevindt zich noordelijk aan de R8 en nabij Marke vinden we het Handelscentrum Pottelberg.

In de stad valt **altijd iets te beleven**: Horeca is sterk vertegenwoordigd, de stad organiseert zelf evenementen en ondersteunt derden die initiatief nemen. Met **Beleef Kortrijk** komt er één slagkrachtige organisatie die met een aanzienlijk budget inzet op de organisatie en promotie van activiteiten in onze stad.

Kortrijk behoort tot de **Eurometropool Lille-Kortrijk-Tournai**, die een regio beslaat van 3.550 km² en 2,1 miljoen inwoners telt. De stad grenst aan het Waalse Gewest en ligt vlakbij de grens met Frankrijk. De stad ligt ook in de **nabijheid van grotere steden** zoals Rijsel (30 Km), Gent (50 Km), Brugge (60 Km), Antwerpen (100 Km), Brussel (100 Km), Parijs (250 Km), Londen en Keulen (300 Km).

Dankzij de nabijheid van **3 belangrijke autosnelwegen** (E17, E403 en A19) is de stad erg vlot bereikbaar met de wagen. Vanuit het **station** verzorgt de NMBS vlotte verbindingen binnen België, vanuit Rijsel zijn er snelle connecties met de grote steden in het buitenland.

Kortrijk trekt de kaart van fietsstad om de leefbaarheid in het centrum te verbeteren. In het centrum van de stad is er een **fietszone** en de stad voorziet allerhande faciliteiten voor de fietser. De stad blijft voorzien in **voldoende en betaalbare parkeermogelijkheden**. Langparkeerders worden naar de ondergrondse parking geleid, terwijl snelparkeren gratis bovengronds kan via Shop&Go plaatsen.

I. ECONOMISCHE KERNCIJFERS

Kortrijk telde in 2016 **7.454 BTW plichtige ondernemingen**, 56% hiervan waren van het type rechtspersoon, 44% gaat om natuurlijke personen (eenmanszaken). Dit ligt in de lijn van het gemiddelde van het Vlaams Gewest. Bij de centrumsteden zien we dat de rechtspersonen een groter aandeel uitmaken van de BTW plichtige ondernemingen: 60%.

Het **oprichtingsratio** ligt in **Kortrijk iets lager dan in het Vlaams Gewest** en een **stuk lager dan in de centrumsteden**.

Het **stopzettingsratio** ligt **iets lager dan bij de centrumsteden en iets hoger dan in het Vlaams Gewest**.

Het **nettogroeiratio** ligt in Kortrijk **lager dan in het Vlaams Gewest en lager dan in de centrumsteden**.

Hierbij merken we wel op dat het **aantal BTW plichtige ondernemingen per 1.000 inwoners in Kortrijk (98,7)** een **stuk hoger ligt** dan in de centrumsteden (81,5) en dan in het Vlaams Gewest (84,5).

Bijna **16% van de Kortrijkse zelfstandigen zijn actief in de detailhandel**, bijna **10% zijn actief in de Horecasector**.

Voor wat de Horecasector betreft is dit wat lager dan in de centrumsteden.

Van de **loontrekkenden is bijna 5% tewerkgesteld in de detailhandel en bijna 3% in de horeca**, dit is iets lager dan in de centrumsteden.

Zowel bij het aantal zelfstandigen als bij het aantal loontrekkenden zien we een **lichte toename van het aantal in de horecasector**. Het aantal **zelfstandigen in de detailhandel neemt echter af**. Ook bij het aantal loontrekkenden in de detailhandel zien we in 2016 een toename ten opzichte van 2010, maar een lichte afname ten opzichte van 2014.

I. VLAAMS NIVEAU

A. DECREET INTEGRAAL HANDELSVESTIGINGENBELEID

Het Decreet IHB beoogt een beleid zowel op visie-, plan- en vergunningsniveau en is gebaseerd op **vier basisdoelstellingen met basisprincipes**:

- 1. Het creëren van duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel, met inbegrip van het vermijden van kleinhandelslinten**
 - a. Maximale concentratie van activiteiten
 - b. Maximaal hergebruik van ruimte
 - c. Vermijden van ongewenste kleinhandelslinten
 - d. Vermijden van kleinhandel in specifiek voor economische activiteiten bestemde ruimte
- 2. Het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor de consumenten**
 - a. Alle burgers moeten toegang hebben tot een voldoende aanbod om te voorzien in hun behoeften, de nabijheid en bereikbaarheid van kleinhandelsbedrijvigheid tot bevolkingsconcentraties staat hierbij centraal waarbij de noodzaak om zich per auto te verplaatsen vermindert.
- 3. Het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu, met inbegrip van het versterken van de kernwinkelgebieden**
 - a. Complementariteit tussen het perifere kleinhandelsaanbod en het handelaanbod in de kern
 - b. Breed en gevarieerd kleinhandelsaanbod in de kern
 - c. Verweving van kleinhandel met andere functies in de kern
 - d. Daling van de winkelleegstand in de kern
- 4. Het bewerkstelligen van een duurzame mobiliteit**
 - a. Bereikbaarheid met het openbaar vervoer en individuele transportmiddelen
 - b. Rekening houden met de beschikbare wegencapaciteit
 - c. Minimale toename van de parkeerdruk
 - d. Maximale verkeersveiligheid

Het decreet laat toe om via **stedenbouwkundige verordeningen** of **ruimtelijke uitvoeringsplannen** winkelkerngebieden, detailhandelszones en winkelarme gebieden af te bakenen. Bovendien kan men sturen in het winkelaanbod op oppervlakte en op kleinhandelscategorie:

- A) Categorie A: Verkoop van **voeding**
- B) Categorie B: Verkoop van **goederen voor persoonsuitrusting**
- C) Categorie C: Verkoop van **planten, bloemen en goederen voor land- en tuinbouw**
- D) Categorie D: Verkoop van **andere producten**

I. HANDELSCONVENANTEN

Bovendien krijgen steden en gemeenten de mogelijkheid om **handelsconvenanten** af te sluiten. Via deze convenanten kunnen afspraken gemaakt worden met ontwikkelaars en handelaars rond bijvoorbeeld kernversterkende maatregelen, parkeervoorzieningen ...

II. OMGEVINGSVERGUNNING VOOR KLEINHANDEL - KLEINHANDELSVERGUNNING

Vanaf 1 augustus 2018 werd de geregionaliseerde **socio-economische vergunning** (vergunning voor handelsvestigingen) **geïntegreerd in de omgevingsvergunning**. De **kleinhandelsvergunning** geeft aan welke oppervlaktes aangewend worden voor welke categorieën. De vergunning kan worden verleend voor een combinatie van verschillende categorieën: een **assortiment**. Er dient een **omgevingsvergunning voor kleinhandelsactiviteiten** worden aangevraagd vanaf een **netto handelsoppervlakte van 400 m²**, als een bestaande handelsvestiging **uitbreidt met meer dan 300m² of meer dan 20%** en bij **wijzigingen tussen de verschillende categorieën** zoals bepaald in het decreet. **E-commerce afhaalpunten** vallen onder het decreet.

Dienstverlenende bedrijven (horeca, sport en ontspanningscentra, culturele instellingen, groothandelsbedrijven) **vallen niet onder het decreet IHB**.

B. RUIMTELIJK AFWEGINGSKADER VOOR GROOTSCHALIGE DETAILHANDEL

De Vlaamse Regering voert een kernversterkende beleid en een actief aanbodbeleid voor ruimte behoevende grootschalige detailhandel. De omzendbrief (RO/2011/01) biedt ruimtelijke afwegingsinstrumenten teneinde een gestructureerd afwegingstraject te bieden voor de inplanting en/of groei van grootschalige detailhandel.

C. BESLUIT VAN DE VLAAMSE REGERING VAN 14 APRIL 2000 TOT BEPALING VAN DE VERGUNNINGSPLICHTIGE FUNCTIEWIJZIGINGEN

Dit besluit geeft aan dat er een omgevingsvergunning voor stedenbouwkundige handelingen noodzakelijk is als de hoofdfunctie van een gebouw wordt gewijzigd. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen 10 verschillende hoofdfuncties: wonen, verblijfsrecreatie, dagrecreatie (met inbegrip van sport), land- en tuinbouw in de ruime zin, detailhandel, hoRECA (dancing, restaurant en café), kantoorfuncties (dienstverlening en vrije beroepen), industrie en bedrijvigheid, gemeenschapsvoorzieningen en openbare voorzieningen en tenslotte militaire functie.

I. BESLUIT VAN DE VLAAMSE REGERING TOT BEPALING VAN STEDENBOUWKUNDIGE HANDELINGEN WAARVOOR GEEN OMGEVINGSVERGUNNING NODIG IS (VRIJSTELLINGSBESLUIT)

Via het vrijstellingsbesluit is een tijdelijke wijziging van de hoofdfunctie van een bestaand vergund gebouw vrijgesteld van de omgevingsvergunning voor stedenbouwkundige handelingen voor zover deze tijdelijke functiewijziging een maximale periode van dertig aaneengesloten dagen per kalenderjaar niet overschrijdt en voor zover de functiewijziging niet in strijd is met andere regelgevingen zoals (G)RUP's, stedenbouwkundige verordeningen, regelgeving inzake monumenten ...

II. PROVINCIAAL NIVEAU

De vijf provincies maakten in 2014 samen een visie detailhandel op die in 2018 geactualiseerd werd. De visie zet in op 7 krachtlijnen:

1. Kernversterking als basis voor vitale steden en gemeenten
2. Een selectief locatiebeleid voor nieuw aanbod
3. Herstructureren en verdichten, eerder dan het creëren van nieuwe concentraties van detailhandel
4. Een toegankelijk basisaanbod in buurten en kernen
5. Detailhandelsbeleid vraagt om een geïntegreerde en integrale aanpak
6. Een structurele aanpak van het detailhandelsbeleid
7. Detailhandelsbeleid op maat van de gemeente

III. GEMEENTELIJK BELEID

A. BESTUURSAKKOORD “KORTRIJK, BESTE STAD VAN VLAANDEREN”

Het bestuursakkoord van de stad Kortrijk werd als ontwerpplan opgemaakt door het bestuur en daarna voorgelegd aan deskundigen, middenveldorganisaties en andere instellingen die waardevolle input gaven. Daarna kreeg de bevolking via De Grote Bevraging de mogelijkheid om suggesties, opmerkingen en bedenkingen door te geven. Na deze inspraakrondes werd het definitief plan “Kortrijk, beste stad van Vlaanderen” (BSV) goedgekeurd tijdens de zitting van de gemeenteraad van 11 maart 2019.

Het plan bevat 10 onderdelen waarbij het vierde onderdeel ‘De centrumstad van Vlaanderens bedrijvigste regio’ een specifiek hoofdstuk bevat over detailhandel en horeca en over ondernemers in het algemeen. Het plan bestaat vooral uit een beschrijving van verschillende acties:

B. DETAILHANDEL EN HORECA

- We vernieuwen het winkelwandelgebied en de kernen van de deelgemeenten.
- We maken de winkelwandelstraten groener, aangenamer en uitnodigender om te vertoeven: we voorzien geveltuintjes en veel meer bloemen, meer zitbanken, speelelementen en publieke fonteintjes met gratis drinkwater.
- We zetten in op kwaliteit: LED-verlichting, kwaliteitsvolle zaken, geen beachvlaggen of andere verrommeling.
- We zetten in op kwaliteit en verbinding met shopping, toerisme en stadsmarketing. We vormen een slagkrachtige, nieuwe stadsorganisatie Beleef Kortrijk die de vele vzw’s en verenigingen hergroepeert en een stevig budget krijgt. Zo stroomlijnen we het evenementieel en winkelbeleid van de stad.
- We voorzien middelen om de beleving in de stad nog beter te promoten via o.a. themaweekends, stadsfestivals en (thema)markten.
- We schaffen de terrastaks af in ruil voor mooie, kwaliteitsvolle en propere terrassen.
- De horeca gaat volop voor kindvriendelijkheid.
- We bekijken de oprichting van een kinderatelier in het winkelwandelgebied voor shoppende ouders.
- We zetten in op culinair toerisme: onze horeca en (streek)producten zijn de beste ambassadeurs voor de stad.
- Cruisedeelnemers die in Zeebrugge aanmeren, proberen we naar Kortrijk te lokken.
- De Kortrijkse Cadeaubon moet bij elke Kortrijkse handelaar kunnen gebruikt worden. De stad kan de bon ook zelf gebruiken als relatiegeschenk en geschenk bij jubilea en huwelijken.
- We worden de stad van de glimlach, van in het stadhuis tot bij de handelaars. We organiseren creatieve acties.
- Tegen 2030 willen we het aantal hotelovernachtingen optrekken tot 500.000, onder meer door de hoteltaks deels te laten terugvloeien naar Beleef Kortrijk.
- Toeristen zijn welkom in de ontsloten Sint-Maartenstoren, we bekijken of we ook één van onze watertorens toegankelijk kunnen maken.
- We maken een weekend Kortrijk gemakkelijker door het aanbieden van een 48-uren-pas.
- We creëren een online planner voor de bezoeker: adhv een korte vragenlijst berekent de tool welke adresjes en evenementen voor de bezoeker interessant zijn.
- We breiden het aantal plaatsen op het kampeerautoterrein uit en onderzoeken of er aan de rand van de stad ruimte is voor een echt kampeerterrein.
- We versoepelen de taks op reclaimedrukwerk voor Kortrijkse starters en zelfstandige ondernemers. Tegelijk stimuleren we de initiatiefnemers om zoveel als mogelijk digitaal te communiceren.
- Zelfstandigen en bedrijven die werken zonder hinder uitvoeren in de binnenstad, moeten sneller een vergunning kunnen krijgen. We zorgen ervoor dat een spoedvergunning tegen extra betaling in 1 dag kan.

C. ONDERNEMERS

- We maken Kortrijk XL:
 - o door de leegstand sneller vast te stellen, de heffing te verhogen en deze sneller op te leggen;
 - o door de panden breder in te vullen als incubatieruimte, vitrines, co-working, ateliers voor kunstenaars, indoor speelruimte... .
- We werken mee aan het project KISS van Leiedal dat strijdt tegen leegstand.
- We betrekken de ondernemers bij het beleid van de stad door de oprichting van een ondernemersraad waarin de diverse ondernemers van Kortrijk vertegenwoordigd zijn.
- We organiseren een dag van de nieuwe ondernemers.
- Om de twee jaar organiseren we samen met de Kortrijkse ondernemers 'Doe zaken met stad Kortrijk'.
- De stad maakt afspraken met de hogescholen en universiteiten over welke acties in de komende jaren samen kunnen worden opgezet.
- We steunen ondernemers op een gerichte manier, zoals een ondernemingswedstrijd zoals Topzaak.
- Startende ondernemers hebben 1 toegangspoort: het ondernemingsloket. In samenwerking met UNIZO en Voka helpen ze fouten in het ondernemingsplan vroegtijdig op te sporen, zorgen ze voor begeleiding als het mis loopt en leidt ze desgevallend naar Dyzo. Zij die dat wensen, krijgen een peter of een meter en brengen we in contact met de businesscoaches van SPURT of Hangar K.

I. VRAAG

A. KOOPSTROMEN

Dagelijkse goederen

De inwoners van gemeente Kortrijk besteden 57,0% van het budget dagelijkse goederen in de eigen gemeente (koopbinding = 57,0%) en 43,0% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht = 43,0%). De inwoners van gemeente Kortrijk die (een deel van) hun budget dagelijkse goederen elders spenderen, gaan voornamelijk naar Kuurne, Wevelgem, Zwevegem, Harelbeke en Menen.

De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van Wevelgem, Harelbeke, Zwevegem, Menen en Kuurne.

Periodieke goederen

De inwoners van gemeente Kortrijk die (een deel van) hun budget periodieke goederen elders spenderen, gaan voornamelijk naar Wevelgem, Kuurne, Roeselare, Waregem en Gent. De inwoners van gemeente Kortrijk besteden 58,5% van het budget periodieke goederen in de eigen gemeente (koopbinding=58,5%) en 41,5% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht=41,5%).

De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van Harelbeke, Moeskroen, Wevelgem, Zwevegem en Menen.

Bruin- en witgoed

De inwoners van gemeente Kortrijk besteden 52,9% van het budget bruin- en witgoed in de eigen gemeente (koopbinding=52,9%) en 47,1% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht=47,1%). De inwoners van gemeente Kortrijk die (een deel van) hun budget bruin- en witgoed elders spenderen, gaan voornamelijk naar Kuurne, Wevelgem, Anzegem, Waregem en Roeselare.

De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van Zwevegem, Moeskroen, Harelbeke, Wevelgem en Menen.

Doe-het-zelf

De inwoners van gemeente Kortrijk besteden 49,0% van het budget doe-het-zelf in de eigen gemeente (koopbinding=49,0%) en 51,0% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht=51,0%). De inwoners van gemeente Kortrijk die (een deel van) hun budget doe-het-zelf elders spenderen, gaan voornamelijk naar Kuurne, Wevelgem, Menen, Harelbeke en Deerlijk.

De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van Wevelgem, Zwevegem, Moeskroen, Harelbeke en Menen.

In en om woning

De inwoners van gemeente Kortrijk besteden 30,0% van het budget in en om de woning in de eigen gemeente (koopbinding=30,0%) en 70,0% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht=70,0%). De inwoners van gemeente Kortrijk die (een deel van) hun budget in en om de woning elders spenderen, gaan voornamelijk naar Kuurne, Deerlijk, Zwevegem, Wevelgem en Izegem.

De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van Wevelgem, Moeskroen, Harelbeke, Zwevegem en Menen.

B. PENDELBEWEGINGEN

Ongeveer 30.000 mensen komen werken op het grondgebied van de stad en besteden er een deel van hun koopkracht. Ongeveer 15.000 mensen die wonen in Kortrijk, werken er niet.

De inkomende pendel ligt in Kortrijk een stuk hoger dan in de selectie van centrumsteden, de uitgaande pendel ligt iets lager.

C. TOERISME

In 2017 waren er ongeveer 120.000 aankomsten en 240.000 overnachtingen door toeristen in onze stad. De verhouding tussen het aantal overnachtingen tov het aantal aankomsten ligt een stukje hoger dan in Mechelen en Hasselt. Ook het aantal overnachtingen ten opzichte van het aantal inwoners ligt in Kortrijk hoger dan in Mechelen en Hasselt. Ten opzichte van België en het Vlaams Gewest, scoort onze stad iets lager. Ten opzichte van West-Vlaanderen een heel stuk lager, onder andere door het kusttoerisme en het toerisme in steden zoals Brugge.

II. AANBOD

A. AANTAL HANDELSPANDE EN WVO

In Kortrijk was er in **2010**, bij de komst van K in Kortrijk een **grote toename** in zowel aantal panden als in winkelvloeroppervlakte. **Vanaf 2014 daalde het aantal panden en de WVO**. Na een kleine toename in 2018, zien we terug een daling in 2019.

Kortrijk heeft **heel veel commerciële panden**: in 2019 was dit 28,24 per 1.000 inwoners (selectie centrumsteden: 22,79), waarvan 24,90 niet-leegstaande panden (selectie centrumsteden: 20,36). Kortrijk heeft samen met Oostende het hoogst aantal handelspanden per 1.000 inwoners. **Op vlak van WVO scoort Kortrijk lager** dan gelijkaardige centrumsteden: 195.000 m² tov 220.000 m². Hiermee heeft Kortrijk 2.566 m² WVO per 1.000 inwoners, in de selectie van centrumsteden ligt dit een stuk hoger: 2.792 m² WVO per 1.000 inwoners. Op vlak van WVO per 1.000 inwoners bevindt Kortrijk zich in de middenmoot van de centrumsteden.

Bij de panden die meer dan 400 m² netto handelsoppervlakte hebben en dus volgens het decreet IHB onderworpen zijn aan een omgevingsvergunning voor kleinhandel, zien we heel gelijkaardige cijfers zoals in de geselecteerde centrumsteden. Uitzondering hierop is de categorie 'andere producten' en de niet IHB panden (kleinere panden), waarvan Kortrijk er heel wat heeft. Dit wordt bevestigd als we de panden analyseren naar oppervlakteklasse toe en dit vergelijken met gelijkaardige steden: **Kortrijk heeft veel meer kleine panden dan de gelijkaardige steden.**

B. KETENS EN ZELFSTANDIGEN

72% van de handelszaken in Kortrijk worden uitgebaat door een zelfstandige. 28% zijn onderdeel van een keten/franchise. Ten opzichte van vergelijkbare centrumsteden ligt het **percentage zelfstandigen voor Kortrijk een stukje (5%) hoger**. De **ketens** bevinden zich **voornamelijk in de deelgemeente Kortrijk**, daar zien we een percentage van 34%. De ketens zijn het **sterkst vertegenwoordigd** in de branches **Bruin- en witgoed** en **Kleding en Mode**.

C. DETAILHANDELSAANBOD NAAR FUNCTIE/PRODUCTGROEP

Ongeveer **40%** van de commerciële panden worden gebruikt voor **horeca en diensten**, in vergelijkbare steden is dit min of meer hetzelfde percentage. Bijna **12%** van de panden huisvesten handelszaken in de branche **levensmiddelen** en hetzelfde percentage voor **kleding en mode**. Deze percentages liggen iets hoger dan in vergelijkbare steden. In aantal panden betekent dit dat er in Kortrijk een stuk meer panden gebruikt worden voor die branches.

Op vlak van WVO zien we dat ongeveer **25% van de WVO gebruikt wordt voor de verkoop van kleding en mode**, wat een stuk hoger ligt dan in vergelijkbare steden, ook in aantal m² WVO, voor de deelgemeente Kortrijk ligt het percentage WVO dat gebruikt wordt voor kleding en mode op bijna 30%. 16% wordt aangewend voor levensmiddelen en 16% voor In en Om woning, dit laatste is een stuk lager dan in vergelijkbare steden.

Bijna de **helft van alle panden** (46,1%) zijn **gelegen in de afgebakende kernwinkelgebieden**. Op vlak van **WVO** is dit percentage een stuk lager: 33,0%, **één derde van de WVO** bevindt zich in kernwinkelgebieden.

D. LEEGSTAND

De leegstand in Kortrijk is in **2019 licht gedaald** ten opzichte van 2018, zowel in panden als in WVO. Er staan in 2019 255 panden leeg (11,85%) en 27.576 m² WVO (14,11%). Dit is een **hoger leegstandspercentage** dan het gemiddelde van **vergelijkbare steden**, maar **bij die steden zien we gemiddeld wel een stijging** van het leegstandspercentage.

De leegstand situeert zich **vooral in de afgebakende winkelkernegebieden** (60% van alle leegstand) en in de **deelgemeente Kortrijk** (+- 80% van alle leegstand).

72 panden (28,2% van de leegstaande panden) staan minder dan één jaar leeg (frictieleegstand). **De structurele** (67 panden of 26,3%) en **vooral de langdurige leegstand** (116 panden of 45,5%) **neemt echter verder toe**. Op vlak van langdurige leegstand hebben we een veel hoger percentage dan de vergelijkbare steden.

We zien vooral leegstand in kleine panden: **186 panden of 72,9% van de leegstaande panden zijn minder dan 100 m² groot**, 39 panden of 15,5% van de leegstaande panden zitten in de oppervlakteklasse 101-200m². Hetzelfde fenomeen zien we in de vergelijkbare steden. In de **grotere panden** zien we **erg weinig leegstand**, zo is er geen leegstand bij panden van meer dan 1600 m² en zijn er slechts drie vrijstaande panden van de oppervlakteklasse 801 – 1600 m², waarvan 1 beschikbaar voor verhuur: dit pand ligt in K in Kortrijk, de overige panden hebben een bestemming (Delhaize Loofstraat en ex-Bio-Planet). De toekomstige ontwikkeling op de Blekerij kan hier een antwoord aan bieden.

D.TRENDS & ONTWIKKELINGEN

I. TRENDS AAN AANBODZIJDE

Ontwikkelingen aan aanbodzijde zijn voortdurend in verandering. De sector past zich aan, zoniet dreigt het voortbestaan in gedrang te komen. Concentraties van winkels in de handelskernen, met als trigger beleving, moet voor aantrekking zorgen. Een hele uitdaging gezien het hoge aantal m² WVO, vaak buiten de kern. Positieve noot, voor het eerst sinds lange tijd is de WVO in Kortrijk gedaald.

We zien ook verschillen in het aanbod van winkels. Beleving speelt een grote rol en daarom wordt er vaak ingezet op een totaalconcept, met branchevervaging als gevolg.

Digitalisering is reeds een tijdje ingeburgerd. De situatie is geëvolueerd naar het feit dat het bijna abnormaal is dat een fysieke winkel geen online verkoop heeft. Door nieuwe technologieën en regelgeving is ook de E-sector genoodzaakt te anticiperen. Klanten hebben grote verwachtingen, zowel online als offline.

II. TRENDS AAN VRAAGZIJDE

De digitalisering is een noodzaak voor detailhandel vanwege de consument. Het internet is een basisbehoefte, wat tegelijk ook kansen biedt: de afzetmarkt is grenzeloos. Zo'n 8,9 miljoen Belgen alleen al deden in 2016 een internetaankoop, in vele gevallen buitenlandse webshops. Dat betekent dat veel geld naar het buitenland vloeit, en in België minder ruimte nodig is voor distributie van producten en diensten.

De online aanwezigheid brengt met zich mee dat de consument doorgaans beter geïnformeerd is. Het koopproces duurt langer, bepaalde producten worden nauwkeurig onderzocht op vlak van prijs en kwaliteit. Klanten ervaren ook dat hun verwachtingspatroon alsmaar toeneemt. Een product moet meteen leverbaar zijn, gratis levering, eindeloze betalingsmogelijkheden... Daarnaast zorgt de vergrijzing ervoor dat service en bereikbaarheid nog belangrijker zullen worden in de toekomst.

De deeleconomie leeft op. Meer en meer consumenten gaan gebruikmaken van deelsystemen, in plaats van een permanente, vaak dure aankoop te doen. Ook in Kortrijk zien we dat hierop duchtig wordt ingespeeld. Het aantal Airbnb logies is de laatste jaren sterk gestegen.

E.SWOT-ANALYSE

STERKTES	ZWAKTES
<ul style="list-style-type: none">- Centrumstad in de bedrijvige regio Zuid-West-Vlaanderen, onderdeel van de Eurometropool- Centrumstad met “Alles in Huis”:<ul style="list-style-type: none">o historisch stadscentrum met toeristisch en cultureel aanbodo ruim en gevarieerd winkel- en horecaaanbod met K in Kortrijk als retailmotor in het centrumo beurzencomplex, onderwijsinstellingen, supra regionaal ziekenhuis- Vlot bereikbaar met alle vervoersmodi en goede pakeervoorzieningen- Altijd iets te beleven: veel evenementen, gespreid over het jaar- Openbare ruimtes van hoge kwaliteit, winkelwandelgebied is een openlucht shopping centrum- Vele investeringen in stadsvernieuwing, zowel privaat als openbaar- Onderscheidend vermogen: UNESCO Design Region, muziekstad, gaming, fietsstad- Kortrijkse bevolking is welvarender dan gemiddeld in de centrumsteden, de welvaart neemt iets meer toe dan in het Vlaams Gewest- De Kortrijkse bevolking is ondernemend	<ul style="list-style-type: none">- Veel leegstand, vooral in kernwinkelgebied Kortrijk centrum en in kleine panden- Winkelgebied werd afgebakend, maar blijft ruim- Heel veel kleine handelspanden, kwetsbaar voor leegstand- Winkelgebied is te ruim- Te weinig publiekstrekkers- Centrumfuncties buiten de stad- Kost om een pand te huren (huur + onroerende voorheffing) valt voor sommige panden veel te hoog uit- Beeldkwaliteit bepaalde toegangsroutes- Bevolking groeit traag aan en vergrijst

KANSEN	BEDREIGINGEN
<ul style="list-style-type: none"> - Bestuursakkoord Beste stad van Vlaanderen geeft heel wat acties aan die een boost kunnen geven aan de handel en de horeca in de stad - Kleine panden bieden kansen voor startende ondernemers - Leegstand biedt mogelijkheden om bepaalde functies te huisvesten in het centrum (kinderopvang, indoor speelplein, lockers, openbare toiletten) - Reorganisatie stad Kortrijk waardoor op vlak van handel geïntegreerd zal gewerkt worden - Project KISS dat ondermeer de leegstand bestrijdt en een regionaal kader zou opmaken voor retailontwikkelingen - Oprichting Beleef Kortrijk voor integrale aanpak evenementen, toerisme, shoppingmomenten en citymarketing - Nog groot online potentieel voor zelfstandigen - We beschikken over meer en meer bruikbare data (Graydon City Dashboard, passanten, bestedingen ...) - Decreet IHB biedt mogelijkheden om meer te sturen op vlak van detailhandel 	<ul style="list-style-type: none"> - Verdere groei van de E-commerce ten koste van stenen winkels - Aanbod aan baanwinkels in omliggende gemeenten - Ontwikkelingen buiten de stadsgrenzen - Openbare en private werken kunnen de bereikbaarheid tijdelijk verminderen

I. GEOGRAFISCHE SCHETS MET ECONOMISCHE AANTREKKINGSKRACHT

Stad Kortrijk is een **centrumstad**, zij verzorgt de **regio Zuid-West-Vlaanderen**.

Dankzij deze functie is de stad rijk aan allerhande instellingen. Zo is er het beurscomplex Kortrijk XPO, zijn er verschillende opleidings-, zorg- en overheidsinstellingen actief. De stad is ook erg rijk aan culturele en toeristisch interessante aandachtstrekkers. De stad is in de ruime regio gekend als shoppingstad die veel inzet op beleving en heel wat evenementen organiseert.

- **Kortrijk XPO** is een middelgroot **beurzencomplex** met internationale faam. Enkele voorbeelden hiervan zijn Matexpo, Interieur Biënnale, Velofollies, Volare. Deze genereren op hun beurt heel wat zakentoeerisme in onze stad. De site geniet van ideale ontsluitingsmogelijkheden gezien de directe ligging aan het knooppunt van autosnelwegen.
- De verschillende opleidingsmogelijkheden zijn talrijk vertegenwoordigd in Kortrijk. **Universiteiten, hogescholen en instituten voor volwassenonderwijs** brengen heel wat jongeren en leergierigen naar onze stad. Dit wordt in de toekomst alleen maar sterker door de nog concretere concentraties binnen vernieuwende projecten.
- In Kortrijk zijn er heel wat **rust- en verzorgingscentra** aanwezig. Aan de Kennedylaan bouwt **AZ Groeninge** verder aan een supraregionaal ziekenhuis, een fusie van de verschillende kleinere ziekenhuizen die aanwezig waren in de stad.
- Als centrumstad heeft de stad Kortrijk zichzelf ontplooid op vlak van **dienstverlening naar bewoners, ondernemers, werkmensen en bezoekers**. De diensten liggen verspreid in de binnenstad, maar ook in de deelgemeenten wordt hier volop aandacht aan besteed.
- De stad Kortrijk heeft heel wat **toeristische troeven**. Naast de **culturele voorzieningen** heeft de stad een **historisch stadscentrum** met de alom gekende Broeltorens, de Onze-Lieve-Vrouwekerk, de Sint-Maartenskerk, het historisch stadhuis ... De stad staat ook twee keer vermeld op de lijst van **UNESCO werelderfgoed**: zowel het Begijnhof als het Belfort staan vermeld op deze lijst. Daarnaast mag Kortrijk trots zijn op het **volwaardig logiesaanbod** dat het te bieden heeft aan zijn gasten, van luxe gamma tot jeugdherberg. Elk type gast, die hier voor zaken of vakantie is, kan hier zijn gading vinden. Ook bezoekers met een kampeerauto zijn welkom op het specifiek voorzien terrein in de historische binnenstad. Een unieke plek in de stad is het **Buda-eiland**. Dit is een vruchtbare plek voor kunstenaars en creatieve, ondernemende personen en organisaties. Sinds 2017 is de stad eveneens opgenomen in het **UNESCO Creative Cities Network**, binnen de categorie **Design**.
- De stad Kortrijk biedt heel wat **shopping mogelijkheden**. Er zijn drie grote recreatieve Shopping centra: **K in Kortrijk** is gelegen in het hart van de stad omgeven door een openlucht **winkelwandelzone**, **Ring Shoppingcenter Kortrijk-Noord** bevindt zich noordelijk aan de R8, tegen de grens met Kuurne. Op de grens tussen Kortrijk en Marke vinden we het **handelscentrum Pottelberg**. Hier is heel wat detailhandelsoppervlakte die zich vooral concentreert in de sectoren bouw, wonen en doe-het-zelf.
- Het **belevingsaspect** wordt in Kortrijk hoog in het vaandel gedragen. **Horeca** is alom vertegenwoordigd en evenementen worden structureel zelf georganiseerd (Sinksenfeesten, PLAY ...), verenigingen en derden organisaties worden gestimuleerd. Verschillende (semi-) stedelijke verenigingen, actief op vlak van citymarketing, evenementen en beleving (Fest in Kortrijk vzw, vzw Citymarketing & Toersime en Handelsdistrict Kortrijk centrum vzw) zijn momenteel bezig aan een samensmelting, waardoor één slagkrachtige vzw ontstaat met een aanzienlijk budget die volop kan inzetten op de **organisatie en promotie van activiteiten in onze stad**.

Kortrijk behoort tot de **Eurometropool** Lille (Rijsel) – Kortrijk – Tournai (Doornik), een gebied met een oppervlakte van 3.550 km² met 2,1 miljoen inwoners dat zich strekt over de regio Lille Métropole, zeven Belgische arrondissementen (Moeskroen, Doornik, Ath, Kortrijk, Ieper, Roeselare en Tielt) en de Belgische gemeenten Silly, Enghien en Lessines. Kortrijk, Rijsel en Doornik vormen samen de centrumsteden binnen deze grensoverschrijdende ruimte. De Eurometropool is gelegen in de driehoek Brussel-Parijs-Londen.

Kortrijk ligt **in de nabijheid van enkele grote steden**, namelijk:

- Rijsel: 30 Km
- Gent: 50 Km
- Brugge: 60 Km
- Antwerpen: 100 Km
- Brussel: 100 Km
- Parijs: 250 Km
- Londen: 300 Km
- Keulen: 300 Km

De stad Kortrijk **grenst** aan het **Waaals Gewest** en ligt vlakbij de grens met **Frankrijk**. Deze grenzen hebben natuurlijk impact op de sociaal-economische situatie van de stad. Heel wat mensen werken en kopen over de landsgrenzen heen en dit in beide richtingen.

II. BEREIKBAARHEID VANUIT DE REGIO EN VERDER

Kortrijk is vlot toegankelijk door de nabijheid van 2 grote internationale luchthavens: Brussel Nationaal fungeert als belangrijke hub binnen Europa & Lille Lesquin biedt internationale vluchten op slechts 30 km verwijderd. De Schengen luchthaven Kortrijk-Wevelgem is eerder gericht op zakentoeerisme en kan door zijn kleinschaligheid uitpakken met een uiterst flexibele en efficiënte service.

Kortrijk ligt aan 3 belangrijke autosnelwegen:

- E17: Antwerpen – Gent – Kortrijk – Rijsel – Cambrai – Reims - Beaune
- E403: Zeebrugge – Doornik met knooppunt in Brugge met E40
- A19: Ieper – Menen – Kortrijk

Kortrijk zet in op ondergronds parkeerbeleid in combinatie met snelparkeren bovengronds (Shop&Go) en extra alternatieven zoals Park&Ride, Park&Bike met als doel de bereikbaarheid én leefbaarheid van de stad te bevorderen.

Om toeristisch bereik te bevorderen is er ingezet op parking voor bussen, kampeerwagens en aanlegsteiger voor vaartoerisme.

Fietsers krijgen specifieke aandacht door de invoering van een fietszone in Kortrijk centrum, fietsstraten en voldoende veilige fietsstallingen.

Het station in Kortrijk is dé draaischijf van ons openbaar vervoer. De stationsomgeving krijgt een grondige heraanleg waardoor in de toekomst het openbaar vervoer nog meer uitstraling en kansen krijgt.

De NMBS verzorgt vanuit Kortrijk en vlotte verbinding binnen België, maar ook met onze buurlanden, met Rijsel als belangrijke split. Vanuit Rijsel bestaan snelle treinconnecties met oa Amsterdam, Londen, Keulen en Parijs.

Bovendien is de stad gelegen aan de Leie. Het kanaal Kortrijk-Bossuyt maakt de verbinding tussen de Leie en de Schelde en biedt alsmear meer opportuniteiten op vlak van import, export en beleving.

III. ANALYSE VAN DE BEVOLKING

Voor de analyse van de bevolking maken we gebruik van de laatste editie van de Gemeentelijke Profielschets (editie 2018). Hierin wordt de stad telkens vergeleken met het Vlaams Gewest en met andere steden binnen cluster V15 (Grote en Regionale steden) van de Belfius klassering. De andere steden binnen deze cluster staan vermeld in onderstaande tabel. Concreet bevat cluster V15 de centrumsteden van het Vlaams Gewest.

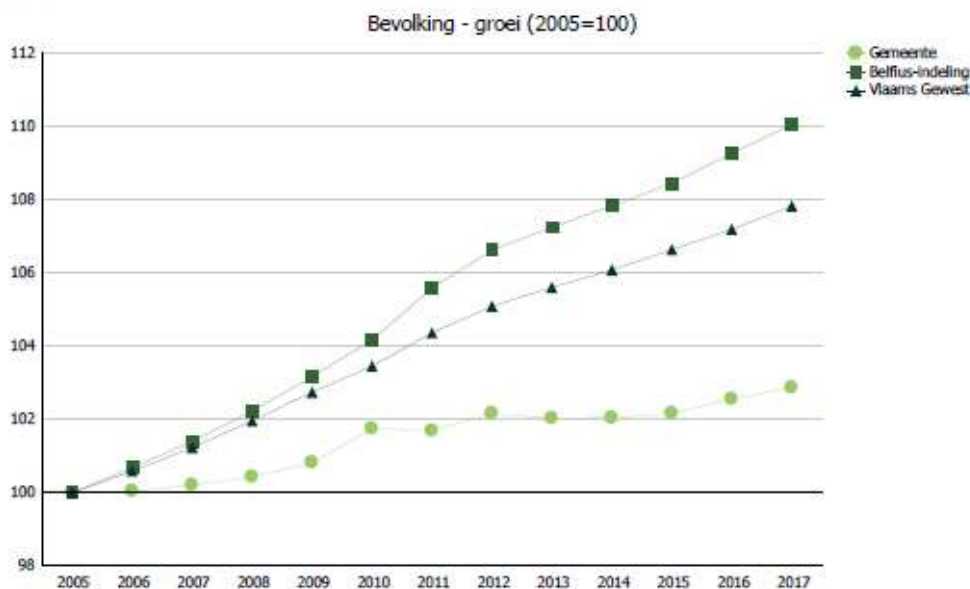
A. STAND EN EVOLUTIE VAN DE BEVOLKING

I. EVOLUTIE TOTALE BEVOLKING

1 januari	Kortrijk												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Aantal inwoners	73.625	73.657	73.777	73.941	74.229	74.911	74.868	75.219	75.120	75.128	75.219	75.506	75.736
Groei (2005=100)	100,0	100,0	100,2	100,4	100,8	101,7	101,7	102,2	102,0	102,0	102,2	102,6	102,9

1 januari	BELFIUS-Grote en regionale steden (V15)												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Aantal inwoners	1.489.811	1.499.875	1.510.678	1.522.892	1.537.029	1.551.858	1.572.982	1.588.483	1.597.702	1.606.456	1.615.567	1.627.918	1.639.581
Groei (2005=100)	100,0	100,7	101,4	102,2	103,2	104,2	105,6	106,6	107,2	107,8	108,4	109,3	110,1

1 januari	Vlaams Gewest												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Aantal inwoners	6.043.161	6.078.600	6.117.440	6.161.600	6.208.877	6.251.983	6.306.638	6.350.765	6.381.859	6.410.705	6.444.127	6.477.804	6.516.011
Groei (2005=100)	100,0	100,6	101,2	102,0	102,7	103,5	104,4	105,1	105,6	106,1	106,6	107,2	107,8



Bron: Jouw gemeente in cijfers Kortrijk | STATBEL, verwerking Statistiek Vlaanderen

II. EVOLUTIE VAN HET BEVOLKINGSAANTAL PER LEEFTIJDSCATEGORIE

1 januari	Kortrijk												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Aantal inwoners (0-19j)	16.068	16.076	15.940	15.970	16.029	16.162	16.220	16.146	16.065	16.062	16.008	16.118	16.117
Groeï (2005=100)	100,0	100,0	99,2	99,4	99,8	100,6	100,9	100,5	100,0	100,0	99,6	100,3	100,3
Aantal inwoners (20-64j)	42.507	42.504	42.769	42.884	43.049	43.394	43.177	43.306	43.170	43.060	43.102	43.236	43.351
Groeï (2005=100)	100,0	100,0	100,6	100,9	101,3	102,1	101,6	101,9	101,6	101,3	101,4	101,7	102,0
Aantal inwoners (65j en ouder)	15.050	15.076	15.067	15.086	15.151	15.355	15.470	15.767	15.885	16.006	16.109	16.152	16.268
Groeï (2005=100)	100,0	100,2	100,1	100,2	100,7	102,0	102,8	104,8	105,5	106,4	107,0	107,3	108,1

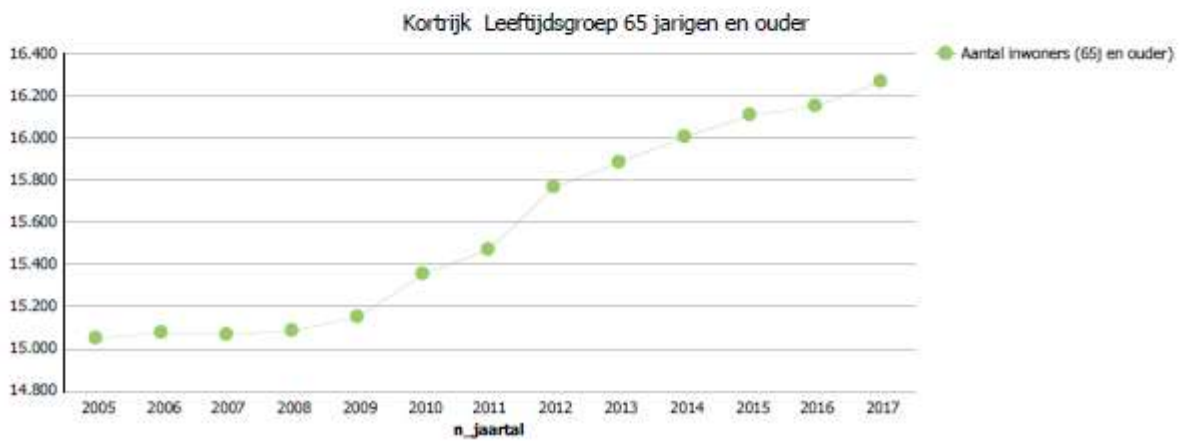
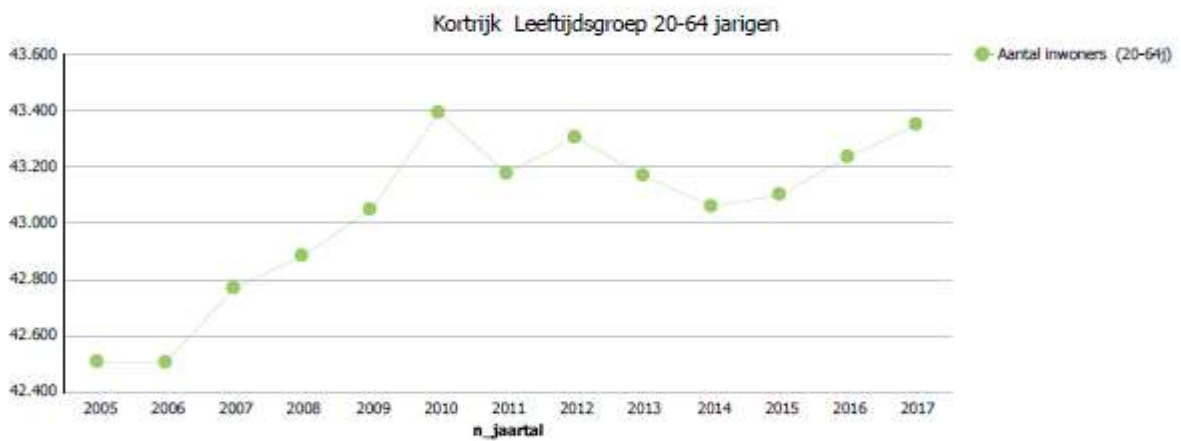
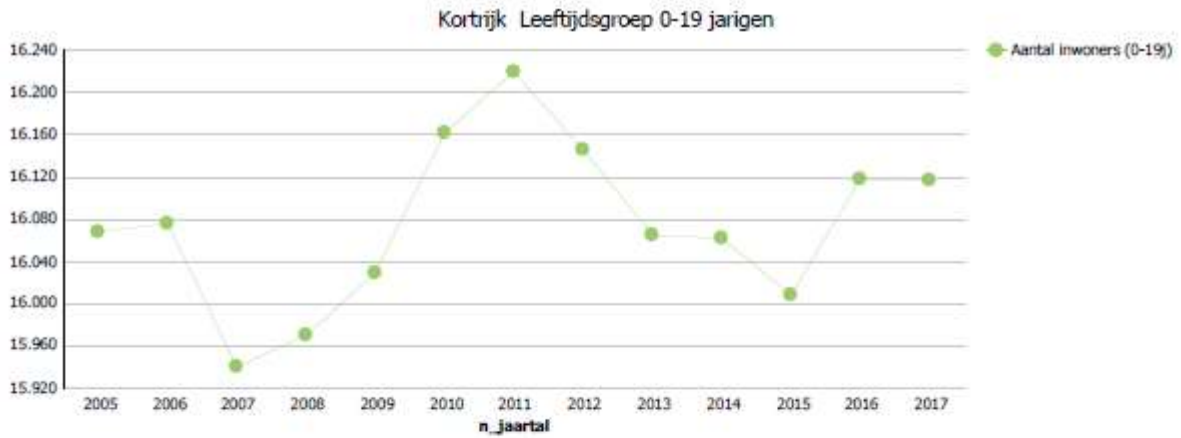
1 januari	BELGIÛS.Grote en regionale steden (V15)												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Aantal inwoners (0-19j)	318.154	321.058	323.754	326.278	330.213	335.106	340.868	344.711	347.378	350.312	352.902	356.773	360.646
Groeï (2005=100)	100,0	100,9	101,8	102,6	103,8	105,3	107,1	108,3	108,2	110,1	110,9	112,1	113,4
Aantal inwoners (20-64j)	887.802	894.576	903.629	913.129	921.684	929.457	942.921	950.465	955.105	958.808	962.579	969.005	974.504
Groeï (2005=100)	100,0	100,8	101,8	102,9	103,8	104,7	106,2	107,1	107,6	108,0	108,4	109,1	109,8
Aantal inwoners (65j en ouder)	283.855	284.240	283.294	283.484	285.131	287.294	289.191	293.307	295.219	297.336	300.086	302.140	304.431
Groeï (2005=100)	100,0	100,1	99,8	99,9	100,4	101,2	101,9	103,3	104,0	104,7	105,7	106,4	107,2

1 januari	Vlaams Gewest												
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Aantal inwoners (0-19j)	1.342.718	1.348.899	1.354.371	1.360.229	1.369.455	1.376.385	1.384.082	1.387.666	1.388.218	1.390.045	1.394.647	1.399.834	1.406.625
Groeï (2005=100)	100,0	100,5	100,9	101,3	102,0	102,5	103,1	103,3	103,4	103,5	103,9	104,3	104,8
Aantal inwoners (20-64j)	3.626.563	3.645.455	3.673.762	3.701.177	3.723.015	3.740.553	3.769.208	3.783.287	3.792.676	3.798.307	3.804.014	3.812.304	3.822.351
Groeï (2005=100)	100,0	100,5	101,3	102,1	102,7	103,1	103,9	104,3	104,6	104,7	104,9	105,1	105,4
Aantal inwoners (65j en ouder)	1.073.880	1.084.245	1.089.306	1.100.193	1.116.406	1.135.044	1.153.345	1.179.812	1.200.965	1.222.353	1.245.466	1.265.666	1.287.035
Groeï (2005=100)	100,0	101,0	101,4	102,5	104,0	105,7	107,4	108,9	111,8	113,8	116,0	117,9	119,8

Bron: Jow gemeente in cijfers Kortrijk | STATBEL, verwerking Statistiek Vlaanderen

BEVOLKINGSAANTAL PER LEEFTIJDSCATEGORIE 2017

	Kortrijk		Centrumsteden		Vlaanderen	
0-19	16.117	21,3%	360.646	22,0%	1.406.625	21,6%
20-64	43.351	57,2%	974.504	59,4%	3.822.351	58,7%
65+	16.268	21,5%	304.431	18,6%	1.287.035	19,8%
Totaal	75.736		1.639.581		6.516.011	



Bron: Jouw gemeente in cijfers Kortrijk | STATBEL, verwerking Statistiek Vlaanderen

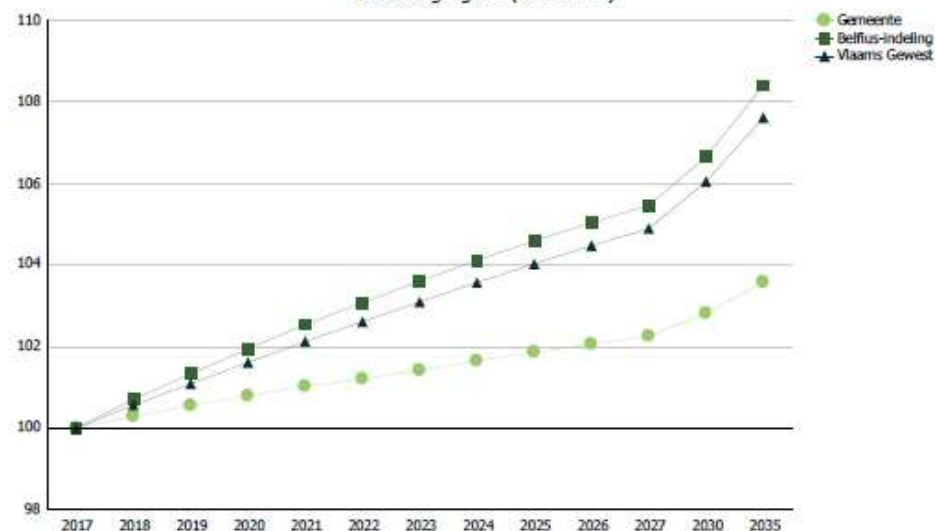
III. VOORUITBEREKENING VAN DE BEVOLKING

1 januari	Kortrijk												
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2030	2035
Aantal inwoners	75.736	75.957	76.158	76.335	76.513	76.651	76.811	76.987	77.148	77.300	77.445	77.870	78.446
Groei (2017=100)	100,0	100,3	100,6	100,8	101,0	101,2	101,4	101,7	101,9	102,1	102,3	102,8	103,6

1 januari	BELFIUS.Grote en regionale steden (V15)												
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2030	2035
Aantal inwoners	1.639.581	1.651.173	1.661.511	1.671.480	1.681.239	1.690.050	1.698.702	1.707.064	1.714.902	1.722.274	1.729.236	1.748.681	1.777.377
Groei (2017=100)	100,0	100,7	101,3	101,9	102,5	103,1	103,6	104,1	104,6	105,0	105,5	106,7	108,4

1 januari	Vlaams Gewest												
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2030	2035
Aantal inwoners	6.516.011	6.552.971	6.587.211	6.621.004	6.654.415	6.686.296	6.717.747	6.748.985	6.778.698	6.807.702	6.834.986	6.910.317	7.012.515
Groei (2017=100)	100,0	100,6	101,1	101,6	102,1	102,6	103,1	103,6	104,0	104,5	104,9	106,1	107,6

Bevolking - groei (2017=100)



Bron: Jouw gemeente in cijfers Kortrijk | Statistiek Vlaanderen, Vlaamse gemeentelijke demografische vooruitzichten 2018-2035

IV. EVOLUTIE VAN HET AANTAL PERSONEN MET EEN BELGISCHE GEBOORTENATIONALITEIT EN PERSONEN MET EEN NIET-BELGISCHE GEBOORTENATIONALITEIT

KORTRIJK											
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Belgische geboortenationaliteit	67466	67130	67091	66691	66662	66445	66177	65991	65785	65481	65340
% Belgische	90,4%	89,8%	89,1%	88,7%	88,1%	87,8%	87,6%	87,3%	86,8%	86,2%	85,5%
niet-Belgische geboortenationaliteit	7192	7645	8243	8515	8975	9201	9369	9564	10046	10510	11101
% niet-Belgische	9,6%	10,2%	10,9%	11,3%	11,9%	12,2%	12,4%	12,7%	13,2%	13,8%	14,5%
TOTAAL	74658	74775	75334	75206	75637	75646	75546	75555	75831	75991	76441
Nederlandse geboortenationaliteit	284	281	292	315	320	333	378	400	411	431	469
%Nederlandse	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%
Franse geboortenationaliteit	949	972	987	964	925	942	939	909	925	920	931
%Franse	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%	1,2%
Noord/West-Europese (EU) geboortenationaliteit	182	187	212	183	187	197	184	183	183	182	190
%Noord/West-Europese (EU)	0,2%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
Oost-Europese (EU) geboortenationaliteit	341	460	547	470	546	541	545	657	736	773	821
%Oost-Europese (EU)	0,5%	0,6%	0,7%	0,6%	0,7%	0,7%	0,7%	0,9%	1,0%	1,0%	1,1%
Zuid-Europese (EU) geboortenationaliteit	274	299	318	289	307	321	327	344	374	406	398
%Zuid-Europese (EU)	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Afrikaanse geboortenationaliteit	880	901	943	1024	1138	1189	1259	1299	1414	1508	1625
%Afrikaanse	1,2%	1,2%	1,3%	1,4%	1,5%	1,6%	1,7%	1,7%	1,9%	2,0%	2,1%
Aziatische geboortenationaliteit	1043	1087	1179	1239	1358	1390	1432	1491	1641	1857	2107
%Aziatische	1,4%	1,5%	1,6%	1,6%	1,8%	1,8%	1,9%	2,0%	2,2%	2,4%	2,8%
Centraal/Zuid-Amerikaanse geboortenationaliteit	101	97	121	122	134	146	146	141	164	174	177
%Centraal/Zuid-Amerikaanse	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%

Oost-Europese (niet-EU) geboortenationaliteit	998	1111	1277	1486	1599	1634	1574	1513	1500	1505	1524
%Oost-Europese (niet-EU)	1,3%	1,5%	1,7%	2,0%	2,1%	2,2%	2,1%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
Maghreb geboortenationaliteit	1887	1989	2096	2153	2189	2233	2312	2326	2374	2425	2499
%Maghreb	2,5%	2,7%	2,8%	2,9%	2,9%	3,0%	3,1%	3,1%	3,1%	3,2%	3,3%
Turkse geboortenationaliteit	146	155	161	160	158	152	149	154	163	160	161
%Turkse	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%
ander rijk OESO land geboortenationaliteit	78	78	82	75	67	69	72	90	83	87	93
%ander rijk OESO land	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
onbekende geboortenationaliteit	29	28	28	35	47	54	52	57	78	82	106
%onbekende	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%

SELECTIE CENTRUMSTEDEN											
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Belgische geboortenationaliteit	498309	498082	498494	498596	499127	498759	498772	498320	497829	497213	496138
% Belgische	85,0%	84,4%	83,8%	83,0%	82,4%	81,9%	81,5%	81,1%	80,4%	79,6%	78,9%
niet-Belgische geboortenationaliteit	87718	92289	96603	101985	106521	110075	113222	116304	121402	127358	132702
% niet-Belgische	15,0%	15,6%	16,2%	17,0%	17,6%	18,1%	18,5%	18,9%	19,6%	20,4%	21,1%
Totaal	586027	590371	595097	600581	605648	608834	611994	614624	619231	624571	628840
Nederlandse geboortenationaliteit	6552	7007	7376	7647	7964	8270	8662	8931	9368	9679	9874
%Nederlandse	1,1%	1,2%	1,2%	1,3%	1,3%	1,4%	1,4%	1,5%	1,5%	1,5%	1,6%
Franse geboortenationaliteit	1819	1864	1888	1893	1903	1873	1922	1888	1896	1930	1951
%Franse	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%
Noord/West-Europese (EU) geboortenationaliteit	3878	4080	4080	4146	4178	4086	4113	4104	4130	4233	4299
%Noord/West-Europese (EU)	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%	0,7%
Oost-Europese (EU) geboortenationaliteit	4561	5124	5624	6460	7433	8402	9313	10416	11506	12406	13456
%Oost-Europese (EU)	0,8%	0,9%	0,9%	1,1%	1,2%	1,4%	1,5%	1,7%	1,9%	2,0%	2,1%
Zuid-Europese (EU) geboortenationaliteit	13773	14069	14167	14398	14457	14628	14930	15082	15308	15592	15958
%Zuid-Europese (EU)	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%	2,4%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%
Afrikaanse geboortenationaliteit	5548	6315	6900	7496	8153	8718	9255	9631	10216	10944	11753
%Afrikaanse	0,9%	1,1%	1,2%	1,2%	1,3%	1,4%	1,5%	1,6%	1,6%	1,8%	1,9%
Aziatische geboortenationaliteit	9700	10438	11512	12845	14016	14979	15635	16455	18424	21017	22812
%Aziatische	1,7%	1,8%	1,9%	2,1%	2,3%	2,5%	2,6%	2,7%	3,0%	3,4%	3,6%
Centraal/Zuid-Amerikaanse geboortenationaliteit	1274	1445	1559	1727	1725	1786	1824	1930	2001	2069	2183
%Centraal/Zuid-Amerikaanse	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%

Oost-Europese (niet-EU) geboortenationaliteit	8087	8686	9391	10502	11300	11546	11533	11594	11838	12042	12254
%Oost-Europese (niet-EU)	1,4%	1,5%	1,6%	1,7%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%	1,9%
Maghreb geboortenationaliteit	16476	16872	17415	17894	18335	18555	18731	18862	19044	19316	19431
%Maghreb	2,8%	2,9%	2,9%	3,0%	3,0%	3,0%	3,1%	3,1%	3,1%	3,1%	3,1%
Turkse geboortenationaliteit	13414	13579	13693	13812	13851	13932	13863	13810	13819	13853	13827
%Turkse	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,3%	2,2%	2,2%	2,2%	2,2%
ander rijk OESO land geboortenationaliteit	1521	1651	1780	1871	1885	1872	1898	1928	1962	1997	2065
%ander rijk OESO land	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%
onbekende geboortenationaliteit	1115	1159	1218	1294	1321	1428	1543	1673	1890	2280	2839
%onbekende	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,5%

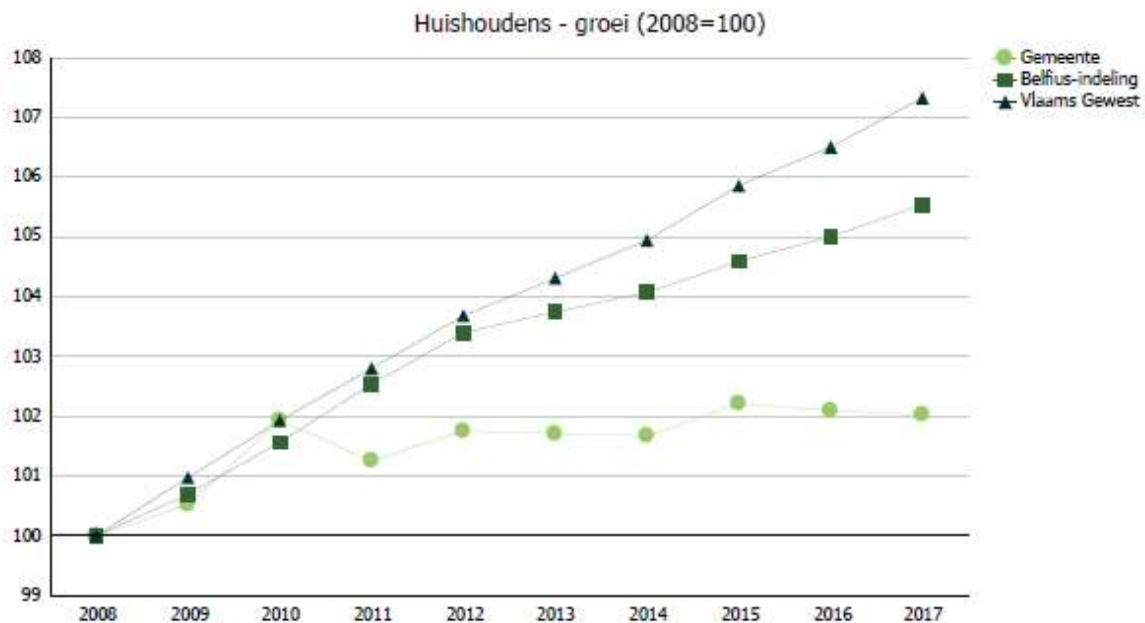
Bron: Kortrijk in Cijfers, verwerking Team Ondernemen en Hoger Onderwijs

V. EVOLUTIE EN STAND VAN HET AANTAL HUISHOUDENS

1 januari	Kortrijk									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Aantal huishoudens	32.105	32.271	32.724	32.508	32.667	32.652	32.641	32.815	32.777	32.755
Groei (2008=100)	100,0	100,5	101,9	101,3	101,8	101,7	101,7	102,2	102,1	102,0

1 januari	BELFIUS.Grote en regionale steden (V15)									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Aantal huishoudens	700.563	705.391	711.505	718.327	724.382	726.807	729.116	732.748	735.641	739.417
Groei (2008=100)	100,0	100,7	101,6	102,5	103,4	103,7	104,1	104,6	105,0	105,5

1 januari	Vlaams Gewest									
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Aantal huishoudens	2.580.049	2.605.076	2.629.733	2.652.271	2.675.085	2.691.319	2.707.723	2.731.319	2.748.019	2.769.259
Groei (2008=100)	100,0	101,0	101,9	102,8	103,7	104,3	104,9	105,9	106,5	107,3



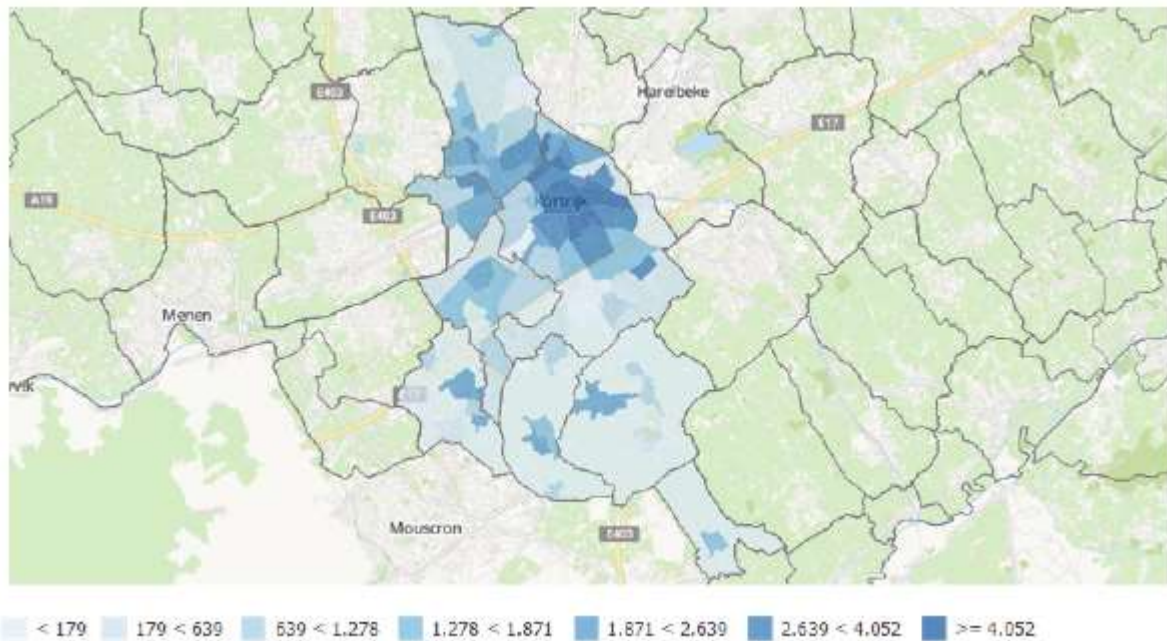
Bron: Jouw gemeente in cijfers Kortrijk | STATBEL, verwerking Statistiek Vlaanderen

VI. GEMIDDELDE HUISHOUDENSGROOTTE

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Genk	2,65	2,63	2,62	2,6	2,59	2,58	2,56	2,54	2,53	2,51	2,5
Mechelen	2,31	2,32	2,32	2,33	2,34	2,35	2,36	2,35	2,35	2,36	2,36
Sint-Niklaas	2,33	2,32	2,33	2,33	2,33	2,33	2,33	2,33	2,33	2,33	2,33
Roeselare	2,34	2,34	2,34	2,33	2,33	2,32	2,31	2,29	2,29	2,28	2,27
Kortrijk	2,27	2,26	2,25	2,26	2,26	2,26	2,26	2,25	2,26	2,26	2,25
Aalst	2,22	2,22	2,22	2,22	2,22	2,23	2,24	2,23	2,24	2,24	2,24
Turnhout	2,21	2,21	2,21	2,2	2,21	2,21	2,21	2,21	2,22	2,22	2,23
Antwerpen	2,09	2,1	2,11	2,12	2,14	2,15	2,16	2,17	2,19	2,2	2,21
Hasselt	2,24	2,22	2,21	2,2	2,19	2,18	2,18	2,17	2,17	2,17	2,16
Gent	2,06	2,07	2,08	2,09	2,1	2,12	2,12	2,13	2,14	2,14	2,15
Brugge	2,22	2,21	2,2	2,19	2,18	2,18	2,18	2,17	2,16	2,15	2,15
Leuven	1,99	1,98	1,97	1,98	1,99	1,99	2	2,01	2	1,99	1,99
Oostende	1,95	1,94	1,94	1,94	1,94	1,94	1,93	1,93	1,93	1,93	1,94
Vlaams Gewest	2,37	2,36	2,36	2,35	2,35	2,35	2,34	2,34	2,33	2,33	2,32
Provincie West-Vlaanderen	2,33	2,32	2,3	2,3	2,29	2,28	2,27	2,26	2,25	2,24	2,24

VII. BEVOLKINGSDICHTHEID

BEVOLKINGSDICHTHEID PER STATISTISCHE SECTOR OP KAART (INWONERS/KM², 2018)



Bron: Rapport Feitenfiche Detailhandel – Kortrijk 2019

BEVOLKINGSDICHTHEID PER WIJK (INWONERS/KM², 2018)

Wijk	2012	2014	2016	2018	Groei 2012 - 2018
Kortrijk Centrum	5524	5385	5439	5607	1,5%
Kortrijk Oost	2917	2938	2938	2977	2,1%
Kortrijk Noord	2883	2895	2909	2966	2,9%
Heule Watermolen	1707	1738	1803	1863	9,1%
Bissegem	1623	1621	1589	1571	-3,2%
Kortrijk West	1575	1546	1550	1558	-1,1%
Heule Centrum	1060	1084	1126	1164	9,8%
Marke	963	947	941	917	-4,8%
Kortrijk Zuid	576	565	552	537	-6,8%
Aalbeke	405	409	406	404	-0,2%
Heule Sente	315	314	326	323	2,5%
Rollegem	282	282	284	284	0,7%
Bellegem	271	271	270	273	0,7%
Kooigem	158	161	162	166	5,1%

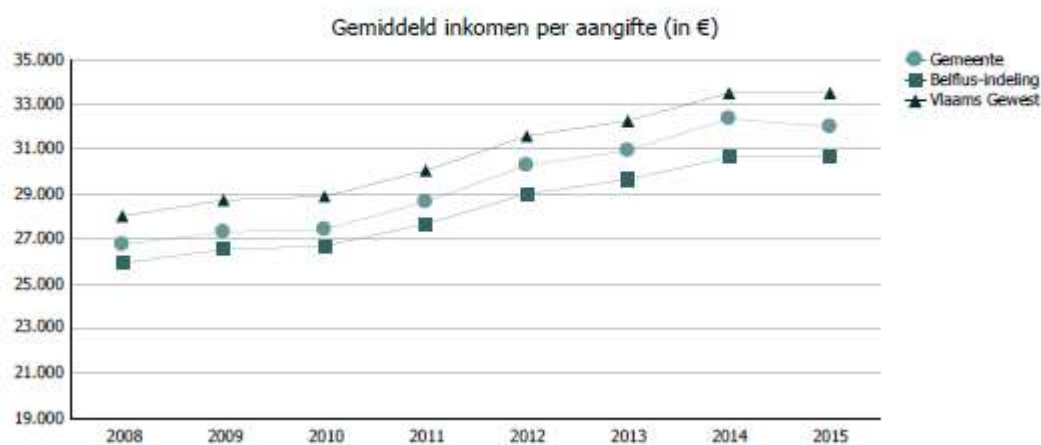
B. INKOMEN EN WELVAART VAN DE BEVOLKING

I. GEMIDDELD INKOMEN PER AANGIFTE (IN €)

	Kortrijk							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Netto belastbaar inkomen (x 1 miljoen)	1.170,133	1.190,629	1.206,424	1.260,078	1.310,485	1.344,225	1.419,338	1.400,131
Totaal aantal aangiften (zonder nulaangiften)	43.743	43.598	43.992	43.967	43.265	43.441	43.843	43.748
Gemiddeld inkomen per aangifte (in €)	26.750	27.309	27.424	28.660	30.290	30.944	32.373	32.004

	BELFIUS.Grote en regionale steden (V15)							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Netto belastbaar inkomen (x 1 miljoen)	23.838,702	24.360,720	24.658,968	25.592,910	26.610,321	27.271,048	28.533,610	28.693,305
Totaal aantal aangiften (zonder nulaangiften)	919.778	918.058	924.038	925.047	917.103	919.460	931.011	936.118
Gemiddeld inkomen per aangifte (in €)	25.918	26.535	26.686	27.667	29.016	29.660	30.648	30.651

	Vlaams Gewest							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Netto belastbaar inkomen (x 1 miljoen)	100.576,997	103.191,442	104.680,991	108.888,022	113.374,497	116.437,984	122.107,466	122.885,872
Totaal aantal aangiften (zonder nulaangiften)	3.589.172	3.591.381	3.621.888	3.622.583	3.588.650	3.607.684	3.642.974	3.666.095
Gemiddeld inkomen per aangifte (in €)	28.022	28.733	28.902	30.058	31.593	32.275	33.519	33.520



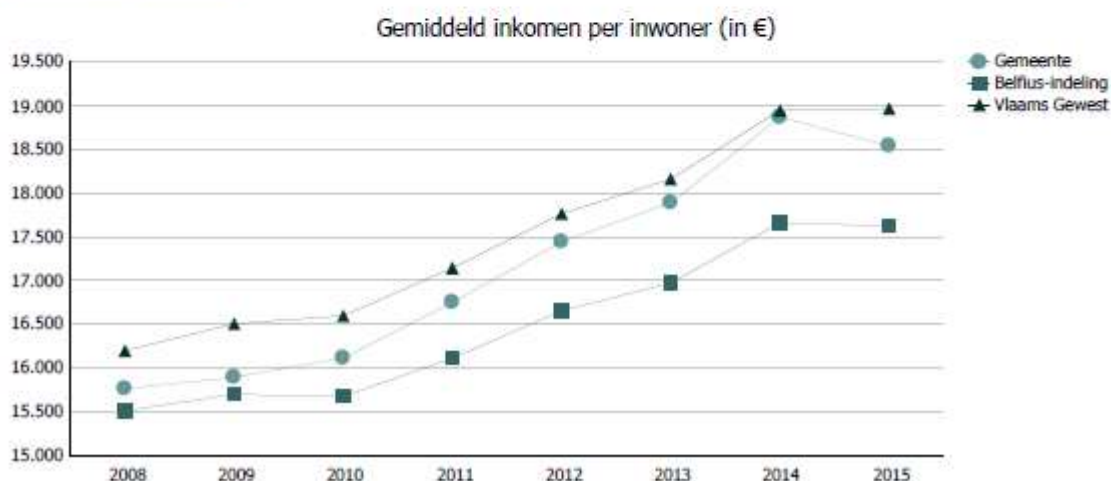
Bron: Jouw gemeente in cijfers Kortrijk | STATBEL, verwerking Statistiek Vlaanderen

II. GEMIDDELD INKOMEN PER INWONER (IN €)

	Kortrijk							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Netto belastbaar inkomen (x 1 miljoen)	1.170,133	1.190,629	1.206,424	1.260,078	1.310,485	1.344,225	1.419,338	1.400,131
Totale bevolking in jaar x+1	74.229	74.911	74.868	75.219	75.120	75.128	75.219	75.506
Gemiddeld inkomen per inwoner (in €)	15.764	15.894	16.114	16.752	17.445	17.892	18.869	18.543

	BELFIUS.Grote en regionale steden (V15)							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Netto belastbaar inkomen (x 1 miljoen)	23.838,702	24.360,720	24.658,968	25.592,910	26.610,321	27.271,048	28.533,610	28.693,305
Totale bevolking in jaar x+1	1.537.029	1.551.858	1.572.982	1.588.483	1.597.702	1.606.456	1.615.567	1.627.918
Gemiddeld inkomen per inwoner (in €)	15.510	15.698	15.677	16.112	16.655	16.976	17.662	17.626

	Vlaams Gewest							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Netto belastbaar inkomen (* 1 miljoen)	100.576,997	103.191,442	104.680,991	108.888,022	113.374,497	116.437,984	122.107,486	122.885,872
Totale bevolking in jaar x+1	6.208.877	6.251.983	6.306.638	6.350.765	6.381.859	6.410.705	6.444.127	6.477.804
Gemiddeld inkomen per inwoner (in €)	16.199	16.505	16.599	17.146	17.765	18.163	18.949	18.970



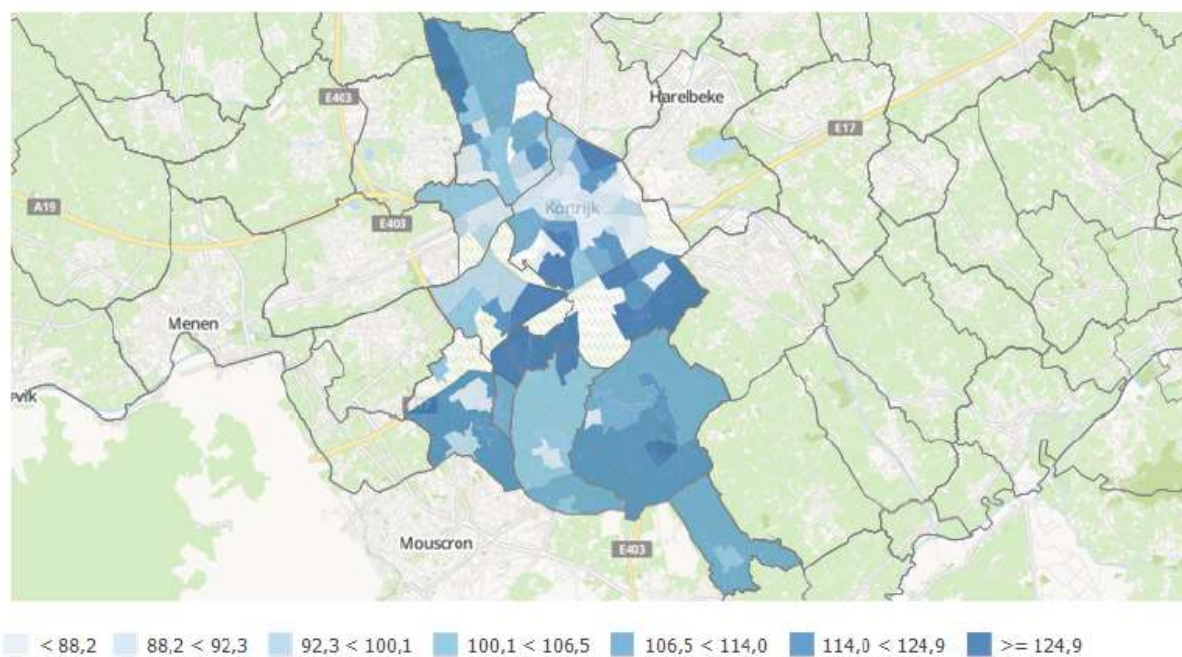
Bron: Jouw gemeente in cijfers Kortrijk | STATBEL, verwerking Statistiek Vlaanderen

III. WELVAARTSINDEX

	Kortrijk	Gemiddelde centrumsteden	West- Vlaanderen	Vlaams Gewest
2005	100,5	100,9	98,8	104,2
2006	101,3	101,2	98,6	104,5
2007	101,2	100,8	98,2	104,5
2008	100,8	100,8	98,3	104,5
2009	100,3	100,7	98,5	104,7
2010	101,1	101,1	99,6	105,1
2011	101,8	101,0	99,9	105,1
2012	102,2	100,7	100,2	105,1
2013	102,2	100,8	100,6	105,2
2014	103,9	101,2	101,2	105,7
2015	102,5	100,9	101,1	105,7
2016	102,7	100,6	101,4	105,8

Bron: Kortrijk in Cijfers - Statbel - Fiscale inkomens | provincies.incijfers.be

IV. WELVAARTSINDEX PER STATISTISCHE SECTOR OP KAART (2016)



Bron: Rapport Feitenfiche Detailhandel – Kortrijk 2019

IV. ECONOMISCHE KERNCIJFERS

A. ONDERNEMINGEN: AANTAL EN EVOLUTIE BTW-PLICHTIGE ONDERNEMINGEN (NATUURLIJKE PERSONEN EN RECHTSPERSONEN)

		Kortrijk								
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
BTW-plichtige Natuurlijke Personen	Aantal	3.031	3.010	2.966	2.973	2.973	2.933	3.175	3.251	3.245
	Totaal	6.357	6.435	6.487	6.650	6.729	6.719	7.037	7.247	7.454
	Aandeel	47,68%	46,78%	45,72%	44,71%	44,18%	43,65%	45,12%	44,86%	43,53%
BTW-plichtige Rechtspersonen (in de aard van handelsondernemingen)	Aantal	3.326	3.425	3.521	3.677	3.756	3.786	3.862	3.996	4.209
	Totaal	6.357	6.435	6.487	6.650	6.729	6.719	7.037	7.247	7.454
	Aandeel	52,32%	53,22%	54,28%	55,29%	55,82%	56,35%	54,88%	55,14%	56,47%

		BELGIÛS.Grote en regionale steden (V15)								
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
BTW-plichtige Natuurlijke Personen	Aantal	44.996	44.529	44.336	44.597	45.039	45.230	48.794	50.001	52.185
	Totaal	108.940	110.242	112.108	114.850	117.089	117.990	123.037	126.332	132.648
	Aandeel	41,30%	40,39%	39,55%	38,83%	38,47%	38,33%	39,66%	39,58%	39,34%
BTW-plichtige Rechtspersonen (in de aard van handelsondernemingen)	Aantal	63.944	65.713	67.772	70.253	72.050	72.760	74.243	76.331	80.463
	Totaal	108.940	110.242	112.108	114.850	117.089	117.990	123.037	126.332	132.648
	Aandeel	58,70%	59,61%	60,45%	61,17%	61,53%	61,67%	60,34%	60,42%	60,66%

		Vlaams Gewest								
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
BTW-plichtige Natuurlijke Personen	Aantal	224.699	222.438	222.337	222.507	223.584	223.980	234.479	239.418	246.948
	Totaal	456.669	462.694	472.853	483.962	493.260	497.550	511.288	524.615	547.504
	Aandeel	49,20%	48,07%	47,02%	45,98%	45,33%	45,02%	45,86%	45,64%	45,10%
BTW-plichtige Rechtspersonen (in de aard van handelsondernemingen)	Aantal	231.970	240.256	250.516	261.455	269.676	273.570	276.809	285.197	300.556
	Totaal	456.669	462.694	472.853	483.962	493.260	497.550	511.288	524.615	547.504
	Aandeel	50,80%	51,93%	52,98%	54,02%	54,67%	54,98%	54,14%	54,36%	54,90%

Bron: Jouw gemeente in cijfers Kortrijk | STATBEL, verwerking Statistiek Vlaanderen

B. ONDERNEMINGEN: OPRICHTINGSRATIO

Geeft de verhouding weer tussen het aantal oprichtingen in een bepaald jaar tegenover het aantal ondernemingen in dat jaar.

	Kortrijk								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Oprichtende BTW-plichtige Natuurlijke Personen (=zelfstandigen)	282	256	265	278	286	286	503	348	318
Oprichtende BTW-plichtige Rechtspersonen (in de aard van handelsondernemingen)	232	239	253	302	251	225	289	275	369
Totaal aantal oprichtingen	514	495	518	580	537	511	792	623	687
Totaal aantal ondernemingen	6.357	6.435	6.487	6.650	6.729	6.719	7.037	7.247	7.454
Aandeel	8,09	7,69	7,99	8,72	7,98	7,61	11,25	8,60	9,22

	BELFIUS.Grote en regionale steden (V15)								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Oprichtende BTW-plichtige Natuurlijke Personen (=zelfstandigen)	4.936	4.793	5.015	5.088	5.528	5.422	8.735	6.825	7.388
Oprichtende BTW-plichtige Rechtspersonen (in de aard van handelsondernemingen)	5.383	4.926	5.601	5.822	5.399	4.864	6.374	5.915	7.597
Totaal aantal oprichtingen	10.319	9.719	10.616	10.910	10.927	10.286	15.109	12.740	14.985
Totaal aantal ondernemingen	108.940	110.242	112.108	114.850	117.089	117.990	123.037	126.332	132.648
Aandeel	9,47	8,82	9,47	9,50	9,33	8,72	12,28	10,08	11,30

	Vlaams Gewest								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Oprichtende BTW-plichtige Natuurlijke Personen (=zelfstandigen)	20.250	19.510	20.388	20.603	21.721	21.392	31.322	26.239	28.235
Oprichtende BTW-plichtige Rechtspersonen (in de aard van handelsondernemingen)	18.470	16.956	19.345	20.408	18.433	15.963	19.691	19.523	25.487
Totaal aantal oprichtingen	38.720	36.466	39.733	41.011	40.154	37.355	51.013	45.762	53.722
Totaal aantal ondernemingen	456.669	462.694	472.853	483.962	493.260	497.550	511.288	524.615	547.504
Aandeel	8,48	7,88	8,40	8,47	8,14	7,51	9,98	8,72	9,81

Bron: Jouw gemeente in cijfers Kortrijk | STATBEL, verwerking Statistiek Vlaanderen

C. ONDERNEMINGEN: STOPZETTINGSRATIO

Geeft de verhouding weer tussen het aantal stopzettingen in een bepaald jaar tegenover het aantal ondernemingen in dat jaar.

	Kortrijk								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Stopzetting BTW-plichtige Natuurlijke Personen (=zelfstandigen)	235	272	287	271	278	311	242	262	296
Stopzetting BTW-plichtige Rechtspersonen (in de aard van handelsondernemingen)	133	121	130	141	173	174	230	140	154
Totaal aantal stopzettingen	368	393	417	412	451	485	472	402	450
Totaal aantal ondernemingen	6.357	6.435	6.487	6.650	6.729	6.719	7.037	7.247	7.454
Aandeel	5,79	6,11	6,43	6,20	6,70	7,22	6,71	5,55	6,04

	BELFIUS.Grote en regionale steden (V15)								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Stopzetting BTW-plichtige Natuurlijke Personen (=zelfstandigen)	4.959	5.146	4.955	4.683	4.847	5.064	5.013	5.431	5.128
Stopzetting BTW-plichtige Rechtspersonen (in de aard van handelsondernemingen)	2.758	2.915	3.233	3.153	3.409	3.850	4.697	3.644	3.262
Totaal aantal stopzettingen	7.717	8.061	8.188	7.836	8.256	8.914	9.710	9.075	8.390
Totaal aantal ondernemingen	108.940	110.242	112.108	114.850	117.089	117.990	123.037	126.332	132.648
Aandeel	7,08	7,31	7,30	6,82	7,05	7,55	7,89	7,18	6,33

	Vlaams Gewest								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Stopzetting BTW-plichtige Natuurlijke Personen (=zelfstandigen)	20.546	21.838	20.659	20.479	20.797	21.131	21.000	21.510	20.911
Stopzetting BTW-plichtige Rechtspersonen (in de aard van handelsondernemingen)	7.643	8.521	9.071	9.411	10.176	11.989	16.249	11.133	10.069
Totaal aantal stopzettingen	28.189	30.359	29.730	29.890	30.973	33.120	37.249	32.643	30.980
Totaal aantal ondernemingen	456.669	462.694	472.853	483.962	493.260	497.550	511.288	524.615	547.504
Aandeel	6,17	6,56	6,29	6,18	6,28	6,66	7,29	6,22	5,66

Bron: Jouw gemeente in cijfers Kortrijk | STATBEL, verwerking Statistiek Vlaanderen

D. ONDERNEMINGEN: NETTOGROEIRATIO

Relateert het verschil tussen oprichtingen en stopzettingen in een bepaald jaar tegenover het aantal ondernemingen in dat jaar.

	Kortrijk								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Totaal aantal oprichtingen	514	495	518	580	537	511	792	623	687
Totaal aantal stopzettingen	368	393	417	412	451	485	472	402	450
Netto-groeiratio	146	102	101	168	86	26	320	221	237
Totaal aantal ondernemingen	6.357	6.435	6.487	6.650	6.729	6.719	7.037	7.247	7.454
Aandeel	2,30	1,59	1,56	2,53	1,28	0,39	4,55	3,05	3,18

	BELGIÛS: Grote en regionale steden (V15)								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Totaal aantal oprichtingen	10.319	9.719	10.616	10.910	10.927	10.286	15.109	12.740	14.985
Totaal aantal stopzettingen	7.717	8.061	8.188	7.836	8.256	8.914	9.710	9.075	8.390
Netto-groeiratio	2.602	1.658	2.428	3.074	2.671	1.372	5.399	3.665	6.595
Totaal aantal ondernemingen	108.940	110.242	112.108	114.850	117.089	117.990	123.037	126.332	132.648
Aandeel	2,39	1,50	2,17	2,68	2,28	1,16	4,39	2,90	4,97

	Vlaams Gewest								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Totaal aantal oprichtingen	38.720	36.466	39.733	41.011	40.154	37.355	51.013	45.762	53.722
Totaal aantal stopzettingen	28.189	30.359	29.730	29.890	30.973	33.120	37.249	32.643	30.980
Netto-groeiratio	10.531	6.107	10.003	11.121	9.181	4.235	13.764	13.119	22.742
Totaal aantal ondernemingen	456.669	462.694	472.853	483.962	493.260	497.550	511.288	524.615	547.504
Aandeel	2,31	1,32	2,12	2,30	1,86	0,85	2,69	2,50	4,15

Bron: Jouw gemeente in cijfers Kortrijk | STATBEL, verwerking Statistiek Vlaanderen

E. ONDERNEMINGEN: TURBULENTIE

In termen van de actieve populatie ondernemingen is de som van de oprichtingsgraad en de stopzettingsgraad.

	Kortrijk								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Totaal aantal oprichtingen	514	495	518	580	537	511	792	623	687
Totaal aantal stopzettingen	368	393	417	412	451	485	472	402	450
Turbulentie	882	888	935	992	988	996	1.264	1.025	1.137
Totaal aantal ondernemingen	6.357	6.435	6.487	6.650	6.729	6.719	7.037	7.247	7.454
Aandeel	13,87	13,80	14,41	14,92	14,68	14,82	17,96	14,14	15,25

	BELFIUS-Grote en regionale steden (V15)								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Totaal aantal oprichtingen	10.319	9.719	10.616	10.910	10.927	10.286	15.109	12.740	14.985
Totaal aantal stopzettingen	7.717	8.061	8.188	7.836	8.256	8.914	9.710	9.075	8.390
Turbulentie	18.036	17.780	18.804	18.746	19.183	19.200	24.819	21.815	23.375
Totaal aantal ondernemingen	108.940	110.242	112.108	114.850	117.089	117.990	123.037	126.332	132.648
Aandeel	16,56	16,13	16,77	16,32	16,38	16,27	20,17	17,27	17,62

	Vlaams Gewest								
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Totaal aantal oprichtingen	38.720	36.466	39.733	41.011	40.154	37.355	51.013	45.762	53.722
Totaal aantal stopzettingen	28.189	30.359	29.730	29.890	30.973	33.120	37.249	32.643	30.980
Turbulentie	66.909	66.825	69.463	70.901	71.127	70.475	88.262	78.405	84.702
Totaal aantal ondernemingen	456.669	462.694	472.853	483.962	493.260	497.550	511.288	524.615	547.504
Aandeel	14,65	14,44	14,69	14,65	14,42	14,16	17,26	14,95	15,47

Bron: Jouw gemeente in cijfers Kortrijk | STATBEL, verwerking Statistiek Vlaanderen

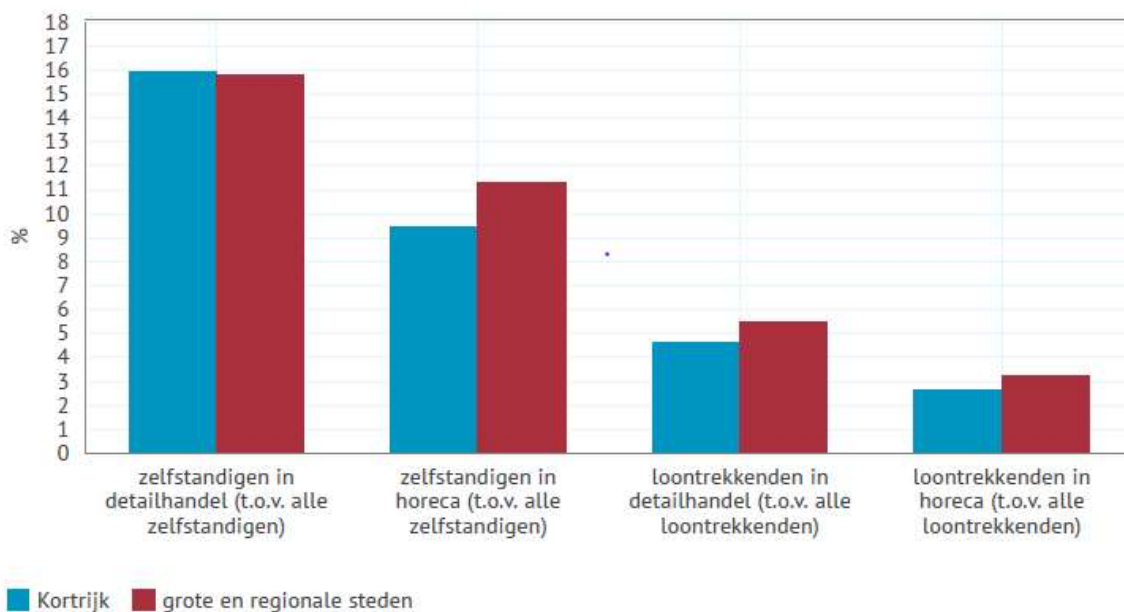
F. AANTAL ONDERNEMINGEN PER 1.000 INWONERS

	Kortrijk	Centrumsteden	Vlaanderen
Aantal ondernemingen	7454	132648	547504
Aantal inwoners	75506	1627918	6477804
Aantal ondernemingen per 1.000 inwoners	98,7	81,5	84,5

G. WERKGELEGENHEID IN DETAILHANDEL EN HORECA

Het aandeel zelfstandigen en loontrekkenden, tewerkgesteld in detailhandel en horeca geeft het relatieve belang van deze sectoren weer in de totale tewerkstelling in Kortrijk.

I. DETAILHANDEL EN HORECA ALS ONDERDEEL VAN HET TOTAAL AANTAL ARBEIDSPLAATSEN IN KORTRIJK EN GROTE EN REGIONALE STEDEN (2016)



Bron: Rapport Feitenfiche Detailhandel – Kortrijk 2019

II. EVOLUTIE VAN DE TOTALE TEWERKSTELLING DETAILHANDEL EN HORECA IN KORTRIJK

	2010	2014	2016
zelfstandigen in horeca	610	611	618
loontrekkenden in horeca	1.041	1.042	1.119
zelfstandigen in detailhandel	1.228	1.084	1.047
loontrekkenden in detailhandel	1.783	2.022	1.994

Bron: Rapport Feitenfiche Detailhandel – Kortrijk 2019

I. VLAAMS NIVEAU

A. DECREET INTEGRAAL HANDELSVESTIGINGENBELEID MET 4 BASISDOELSTELLINGEN

Het detailhandelsbeleid van Vlaanderen werd verankerd in het decreet Integraal Handelsvestigingenbeleid (IHB) dat in werking trad op 29 juli 2016. Het decreet werd voorafgegaan door de nota's "Winkelen in Vlaanderen" (23 juli 2010) en "Winkelen in Vlaanderen 2.0" (21 december 2012).

Het 'Integraal Handelsvestigingsbeleid' beoogt een beleid op zowel visie-, plan- en vergunningenniveau gebaseerd op vier overkoepelende basisdoelstellingen:

I. DOELSTELLING 1: HET CREËREN VAN DUURZAME VESTIGINGSMOGELIJKHEDEN VOOR KLEINHANDEL, MET INBEGRIJ VAN HET VERMIJDEN VAN ONGEWENSTE KLEINHANDELSLINTEN.

Het integraal handelsvestigingsbeleid beoogt het creëren van een ruimtelijk, duurzaam aanbod aan locaties waar handelsvestigingen kunnen worden ontwikkeld. Deze ontwikkelingen beantwoorden aan de noden van de consumenten, de winkeluitbaters en de ontwikkelaars. Om een kwalitatief gebruik van bebouwde ruimte en een maximaal behoud van open ruimte na te streven worden - bij de bepaling van het aanbod - volgende basisprincipes in acht genomen:

- **maximale concentratie van activiteiten:** er wordt ingezet op de clustering van activiteiten op een ruimtelijk doordachte manier, rekening houdend met de principes van intensief, meervoudig en omkeerbaar ruimtegebruik. Nieuwe solitaire handelsvestigingen worden vermeden en bestaande solitaire kleinhandel wordt geoptimaliseerd of afgebouwd.
- **maximaal hergebruik van ruimte:** het integraal handelsvestigingsbeleid stuurt aan op een maximaal behoud van open ruimte. De ingebruikname van 'greenfields' moet worden vermeden. Hergebruik van ruimte wordt aangemoedigd ten opzicht van nieuwbouw (greenfields). 'Vernieuwbouw' impliceert eveneens hergebruik van ruimte en wordt dus ook aangemoedigd, indien gelegen op een goede locatie.
- **vermijden van ongewenste kleinhandelslinten:** de verdere 'verlinting' in Vlaanderen wordt tegengegaan. De term ongewenst werd toegevoegd aangezien, met het oog op efficiënt ruimtegebruik, het aangewezen kan zijn een lege ruimte in een kleinhandelslint alsnog op te vullen, veeleer dan op een andere plaats het kleinhandelsbedrijf te vestigen (tenzij op deze plaats een gemengde ontwikkeling wenselijk zou zijn). Het opvullen van kleinhandelslinten is niet mogelijk wanneer een uitdoofbeleid van een kleinhandelslint wordt gevoerd, op dat moment wordt er beter gekeken naar een locatie waar het kleinhandelsbedrijf zich in de toekomst wel verder kan ontwikkelen.
- **vermijden van kleinhandel in specifiek voor economische activiteiten bestemde ruimte:** kleinhandel op bedrijventerreinen moet worden afgebouwd. Er wordt op toegekeken dat er geen groei is van autonome kleinhandelsbedrijven op bedrijventerreinen. Enkel winkelruimten, beperkt in oppervlakte, die behoren tot een bedrijf zijn toegestaan (bijvoorbeeld showroom van een garage).

II. DOELSTELLING 2: HET WAARBORGEN VAN EEN TOEGANKELIJK AANBOD VOOR CONSUMENTEN.

Alle burgers moeten toegang hebben tot een voldoende aanbod om te voorzien in hun behoeften. In deze doelstelling staan de noden van de consument centraal. Om deze doelstelling te realiseren staat de afstand en bereikbaarheid van kleinhandelsbedrijvigheid ten opzichte van de bevolkingsconcentraties centraal:

- **de nabijheid en bereikbaarheid van kleinhandelsbedrijvigheid tot bevolkingsconcentraties** vermindert de noodzaak tot verplaatsingen per auto zodat iedereen in zijn basisaanbod goederen, in bijzonder voeding, kan voorzien en beperkt de druk op open ruimte.

III. DOELSTELLING 3: HET WAARBORGEN EN VERSTERKEN VAN DE LEEFBAARHEID IN HET STEDELIJK MILIEU, MET INBEGRIIP VAN HET VERSTERKEN VAN KERNWINKELGEBIEDEN.

De leefbaarheid van het stedelijk milieu is een belangrijk uitgangspunt van het integraal handelsvestigingsbeleid. Stedelijk milieu verwijst naar een woonkern die een ruimtelijk samenhangend geheel vormt van woongelegenheden, werkplekken en basisvoorzieningen die samen een kernfunctie vervullen. Een breed en gevarieerd winkelaanbod verhoogt de aantrekkingskracht en versterkt andere kernfuncties zoals dienstverlening, recreatie en tewerkstelling. Kleinhandel draagt zo bij tot het functioneren van de kernen in Vlaanderen. Negatief geformuleerd draagt een verminderd of verschaald winkelaanbod, met fenomenen als een aanzienlijke winkelleegstand, bij tot de verloedering van de woonkernen en een ondermijning van de kernfuncties en zodoende tot een verminderde leefbaarheid van het stedelijk milieu.

Het versterken van kernen en kernwinkelgebieden staat centraal binnen het integraal handelsvestigingsbeleid aangezien zij een positieve impact hebben op de andere drie doelstellingen van het decreet. De concentratie van activiteiten in de kernen heeft een positieve impact op het ruimtebeslag (doelstelling 1) en op het aantal verkeersbewegingen (doelstelling 4). Daarnaast hebben kernen een maatschappelijke rol aangezien ze een toegankelijk aanbod aan kleinhandel en andere functies garanderen voor stads- en dorpskernbewoners (doelstelling 2), ze hebben ook een belangrijke sociale functie te vervullen. Om de kernen in Vlaanderen te versterken wordt gestreefd naar:

- **complementariteit tussen het perifere kleinhandelsaanbod en het handelaanbod in de kern:** nieuwe 'perifere' kleinhandelsontwikkelingen, zowel in stedelijk gebied als in buitengebied, mogen het breed en gevarieerd winkelaanbod in de kernen niet structureel bedreigen.
- **breed en gevarieerd kleinhandelsaanbod in de kern:** een breed en gevarieerd aanbod aan winkels verhoogt de aantrekkingskracht van de kern en heeft bijgevolg een positieve impact op de leefbaarheid van de kern. Een toename van het kleinhandelsaanbod in de kern is positief, een goede mix versterkt het aanbod en bijgevolg de aantrekkingskracht van de kern.
- **verweving van kleinhandel met andere functies in de kern:** de aanwezigheid van andere functies in de kern zoals dienstverlening, recreatie, tewerkstelling en wonen heeft eveneens een positieve impact op het functioneren van de kleinhandel. De verweving van functies stimuleert combinatiebezoeken en een langere verblijfsduur. Bovendien daalt het aantal gemotoriseerde verplaatsingen.
- **daling van winkelleegstand in de kern:** leegstand heeft een negatieve impact op de uitstraling, aantrekkingskracht en de leefbaarheid van de kern. Winkelleegstand wordt bestreden.

Om dit te bewerkstelligen is het belangrijk om binnen de kernen te streven naar een concentratie van kleinhandel. Daarom stuurt het integraal handelsvestigingsbeleid binnen deze doelstellingen ook specifiek aan op de versterking van de kernwinkelgebieden waarin kleinhandel en andere publiekstrekkende functies elkaar positief beïnvloeden.

IV. DOELSTELLING 4: HET BEWERKSTELLIGEN VAN EEN DUURZAME MOBILITEIT.

Zowel in de visie-, plannings- als vergunningsfase moet rekening gehouden worden met de bereikbaarheid en de mobiliteitsimpact. Een visie, plan of project mag geen significant negatieve impact hebben op de bestaande mobiliteitssituatie. De mobiliteitsproblemen mogen niet van het ene gebied naar het andere verschoven worden. Daarom wordt er in elke fase rekening gehouden met:

- **bereikbaarheid met het openbaar vervoer en individuele transportmiddelen:** er wordt maximaal gestreefd naar een multimodale personenbereikbaarheid van (concentraties van) kleinhandelsactiviteiten. De aanwezigheid van knooppunten van het openbaar vervoer, fietsroutenetwerk, ... zijn positieve elementen.
- **bijkomende verkeersstromen zijn kleiner dan de beschikbare wegecapaciteit (restcapaciteit):** de te verwachten bijkomende verkeersstromen kunnen gedragen worden door het huidige verkeersnet, ze veroorzaken geen verzadiging van verkeerspunten. Deze bijkomende verkeersstromen zijn meer dan enkel de bijkomende consumentenstromen maar hierbij dient ook rekening gehouden te worden met de verkeersstromen gekoppeld aan de beleving van de winkels, de verkeersstromen van personeel, etc.
- **minimale toename van de parkeerdruk:** de toename van de parkeerbehoefte (op openbaar domein) is kleiner dan de beschikbare parkeercapaciteit. Er wordt maximaal gestreefd naar combinatiebezoeken enerzijds en dubbel gebruik van parkings anderzijds. De perifeer geplande kleinhandelsactiviteiten voorzien in voldoende eigen parkeervoorzieningen op een ruimtelijk duurzame manier.
- **maximale verkeersveiligheid:** hierbij wordt rekening gehouden met het profiel van de weggebruikers en de categorisering van de wegen die bepaalt welke functie de weg heeft. De bijkomende verkeersbewegingen hebben geen negatieve impact op de verkeersveiligheid.

Om deze doelstellingen in de praktijk te kunnen realiseren reikt de Vlaamse overheid met het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid verschillende instrumenten aan.

B. STEDENBOUWKUNDIGE VERORDENINGEN OF RUIMTELIJKE UITVOERINGSPLANNEN

Via stedenbouwkundige verordeningen of ruimtelijke uitvoeringsplannen creëert het decreet de mogelijkheid om kernwinkelgebieden, detailhandelszones en winkelarme gebieden af te bakenen alsook om het winkelaanbod te sturen waar dit nodig is voor het waarborgen van de vier doelstellingen. Deze sturing kan gebeuren op minimale en maximale winkelvloeroppervlakten voor vier (in het decreet bepaalde) kleinhandelscategorieën.

C. HANDELSVESTIGINGSCONVENANTEN

Complementair aan de ruimtelijke planinstrumenten biedt het decreet integraal handelsvestigingsbeleid ook de mogelijkheid aan gemeenten om handelsconvenanten af te sluiten, waarbij met ontwikkelaars en handelaars afspraken kunnen worden gemaakt rond bijvoorbeeld kernversterkende maatregelen, parkeervoorzieningen enz.

D. OMGEVINGSVERGUNNING VOOR KLEINHANDELSACTIVITEITEN

Op het vlak van de vergunningen wordt de geregionaliseerde socio-economische vergunning vanaf 1 augustus 2018 geïntegreerd in de omgevingsvergunning. De omgevingsvergunning voor kleinhandelsactiviteiten zal moeten aangevraagd worden vanaf een netto handelsoppervlakte van 400m², bij uitbreidingen van meer dan 300m² of meer dan 20% en bij wijzigingen tussen de verschillende categorieën van kleinhandel zoals bepaald in het decreet.

I. CATEGORIE A: VERKOOP VAN VOEDING

= alle kleinhandelsbedrijven die levensmiddelen verkopen.

Deze winkels voorzien in de dagelijkse behoeften van consumenten waardoor de bezoekersfrequentie veel hoger ligt dan voor andere winkels. Hierdoor heeft deze categorie andere noden naar ruimtelijke spreiding, toegankelijkheid en is hun verkeersimpact groter.

II. CATEGORIE B: VERKOOP VAN GOEDEREN VOOR PERSOONSUITRUSTING

= hieronder worden alle kleinhandelsbedrijven verstaan die textiel, kleding, modeaccessoires, schoenen, lederwaren, sieraden, reukwerk, cosmetica en andere persoonlijke verzorgingsproducten verkopen.

Consumenten bezoeken vaak meerdere winkels van deze categorie tijdens één bezoek waardoor ze idealiter ruimtelijk als één geheel kunnen worden samengebracht.

III. CATEGORIE C: VERKOOP VAN PLANTEN, BLOEMEN EN GOEDEREN VOOR LAND- EN TUINBOUW

Vanwege de grondgebondenheid van handelsactiviteiten in planten en bloemen worden tuincentra regelmatig toegelaten op locaties waar andere handelsactiviteiten planologisch niet toegelaten worden, zoals agrarisch gebied.

Vaak hebben tuincentra grote netto handelsoppervlakten waardoor ze geen plek vinden binnen het stedelijk milieu. Het is echter niet wenselijk dat tuincentra zich richten op, of omgevormd worden tot, andere categorieën.

IV. CATEGORIE D: VERKOOP VAN ANDERE PRODUCTEN

Hieronder worden alle andere kleinhandelsbedrijven verstaan, in het bijzonder maar niet limitatief winkels die huishoudartikelen, elektro (bruin & witgoed), wooninrichting, doe-het-zelf materialen, auto- & fiets artikelen en alle producten met betrekking tot vrije tijd (sport, spel, hobby, ...) verkopen.

Deze categorie heeft vaak nood aan grotere handelsoppervlakten en hebben ruimtelijk dus een andere impact.

V. ASSORTIMENTEN

De kleinhandelsvergunning kan worden verleend voor een combinatie van categorieën, een assortiment. Het aantal vierkante meter per categorie van kleinhandelsactiviteit ligt vast in de vergunning voor een kleinhandelsbedrijf groter dan 400 m².

Een wijziging in de aangeboden categorieën van meer dan 10% van de totale vergunde netto handelsoppervlakte of meer dan 300m² is vergunningsplichtig.

VI. E-COMMERCE

E-commerce afhaalpunten vallen wel onder de definitie van een kleinhandelsbedrijf en zijn dus onderhevig aan de toepassingen van dit decreet. Een kleinhandelsvergunning is ook voor deze afhaalpunten een vereiste vanaf een netto handelsoppervlakte van 400m².

VII. DIENSTVERLENING

Dienstverlenende bedrijven vallen niet onder de toepassing van het integraal handelsvestigingsbeleid. Onder dienstverlenende bedrijven wordt verstaan:

- horeca,
- sport en ontspanningscentra,
- culturele instellingen en productiecentra,
- groothandelsbedrijven.

Bij de aanvraag van een kleinhandelsvergunning wordt wel de bruto handelsoppervlakte gevraagd hetgeen een beeld geeft op de totale ontwikkeling.

E. RUIMTELIJK AFWEGINGSKADER VOOR GROOTSCHALIGE DETAILHANDEL

De Vlaamse Regering voert een kernversterkend beleid enerzijds en een actief aanbodbeleid voor ruimte behoevende, grootschalige detailhandel anderzijds. Dit uit zich zowel in het ruimtelijk als in het economisch beleid.

De Regering heeft een omzendbrief (RO/2011/01) verstuurd met daarin de toelichting bij het ruimtelijk afwegingskader voor grootschalige detailhandel. Voorliggende omzendbrief past in de verdere uitwerking van de startnota 'Winkelen in Vlaanderen'. Deze omzendbrief voegt de in de Winkelnota aangekondigde omzendingen in verband met 'Kernversterking en Winkellinten' en 'Ruimtelijk afwegingselementen voor de inplanting van grootschalige detailhandel' samen.

De omzendbrief biedt ruimtelijke afwegingselementen met het oog op een gestructureerd afwegingstraject voor de inplanting en/of groei van grootschalige detailhandel.

De basisdoelstellingen hierbij zijn het tegengaan van verdere verlinting, het voeren van een aanbodbeleid op de daarvoor geschikte locaties en het voeren van een kernversterkend beleid. Het uiteindelijk doel is de realisatie van de goede ruimtelijke ordening betreffend grootschalige detailhandel zoals bedoeld in de Codex ruimtelijke ordening (artikel 1.1.4) én een economisch leefbare en dynamische sector.

F. BESLUIT VAN DE VLAAMSE REGERING VAN 14 APRIL 2000 TOT BEPALING VAN DE VERGUNNINGSPLICHTIGE FUNCTIEWIJZIGINGEN

Voornoemd besluit geeft in artikel 2 §1 aan dat een omgevingsvergunning voor stedenbouwkundige handelingen nodig is indien de hoofdfuncties van een gebouw geheel of gedeeltelijk wordt gewijzigd in een andere hoofdfunctie. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen onderstaande hoofdfuncties:

1. wonen;
2. verblijfsrecreatie;
3. dagrecreatie, met inbegrip van sport;
4. land- en tuinbouw in de ruime zin;
5. detailhandel;
6. dancing, restaurant en café;
7. kantoorfunctie, dienstverlening en vrije beroepen;
8. industrie en bedrijvigheid;
9. gemeenschapsvoorzieningen en openbare nutsvoorzieningen;
10. militaire functie.

Deze functiewijzigingen laten toe om – los van de omgevingsvergunning voor kleinhandelsactiviteiten – beperkt te sturen bij oppervlaktes van minder dan 400 m².

G. BESLUIT VAN DE VLAAMSE REGERING TOT BEPALING VAN STEDENBOUWKUNDIGE HANDELINGEN WAARVOOR GEEN OMGEVINGSVERGUNNING NODIG IS (VRIJSTELLINGSBESLUIT)

Het voornoemd vrijstellingsbesluit geeft in artikel 7.3 aan dat een omgevingsvergunning voor stedenbouwkundige handelingen niet nodig is voor een tijdelijke wijziging van de hoofdfunctie van een bestaand, hoofdzakelijk vergund of vergund geacht gebouw, als de tijdelijke functiewijziging een maximale duur van vier periodes van dertig aaneengesloten dagen per kalenderjaar niet overschrijdt. Op de eerste dag van de functiewijziging begint de periode van dertig dagen te lopen, ongeacht of de functiewijziging de volle dertig dagen gebeurt. De periodes van dertig dagen kunnen aaneengesloten zijn, maar overlappen elkaar niet.

De algemene bepalingen, opgenomen in hoofdstuk 1 van het besluit geven aan dat deze bepalingen enkel van toepassing zijn voor zover ze niet in strijd zijn met andere regelgeving zoals regelgeving inzake monumenten ea, voorschriften van gewestelijke, provinciale of gemeentelijke stedenbouwkundige verordeningen, (G)RUP's, BPA's ...

Dit besluit opent eer mogelijkheden voor tijdelijke, pop-up invullingen.

II. PROVINCIAAL NIVEAU

Om een consistent detailhandelsbeleid te voeren, maakten de vijf Vlaamse provincies, in afstemming met elkaar in 2014 een visie detailhandel op. In 2018 actualiseerden ze die visie waarbij de zeven krachtlijnen nog steeds van toepassing zijn. De krachtlijnen worden enerzijds getoetst aan de economische realiteit en anderzijds aan het IHB dat de aansturing op vlak van ruimte en detailhandel mee bepaalt.

A. KERNVERSTERKING ALS BASIS VOOR VITALE STEDEN EN GEMEENTEN

De provincie trekt volop de kaart van kernversterking om steden en gemeenten vitaal te maken en te houden. Het doel is om duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel uit te stippelen, waarbij gestreefd wordt naar een goede balans tussen aantrekkelijke detailhandel in de kern en grootschalige detailhandel in de periferie.

Vitale steden en gemeenten zijn noodzakelijk voor een gezonde leefomgeving. In deze steden en gemeenten vind je in de kernen een toegankelijk, gevarieerd en kwalitatief aanbod op vlak van wonen, voorzieningen, ontspanning, horeca, cultuur, bedrijvigheid/ambacht en detailhandel. Deze mix leidt tot een concentratie van mensen, van beweging en daarmee ook van beleving. Nabijheid van functies creëert levendigheid en beperktere mobiliteitsbewegingen. Een gemeente zonder basisaanbod detailhandel in haar centrum leidt tot bezoekersverliezen, ook voor de andere functies, en vice versa. Bovendien zijn de inwoners genoodzaakt langere afstanden af te leggen (vaak individueel gemotoriseerd) om in hun dagelijkse behoeften te voorzien, wat een negatieve invloed heeft op zowel de omgeving als de persoonlijke tijdsbesteding.

Het aanbod in de periferie is complementair aan het aanbod in de kern. Ruimtelijk gezien dienen ongewenste kleinhandelslinten vermeden te worden. Bijkomende ontwikkelingen van baanwinkels langs invalswegen of verbindingswegen, of de inplanting van shoppingcentra buiten de binnenstedelijke woonomgevingen, worden afgeremd.

B. EEN SELECTIEF LOCATIEBELEID VOOR NIEUW AANBOD

De provincie ondersteunt een selectief locatiebeleid voor het detailhandelsaanbod op basis van een duidelijke, onderbouwde visie met betrekking tot de impact op het bestaande aanbod, de effecten op de leefomgeving, de omvang en samenstelling van de bevolking en de rol van het verzorgingsgebied van de gemeente.

Nieuwe detailhandelsvestigingen worden getoetst op hun impact op het wegennet. Aanbodlocaties in de nabijheid van knooppunten van openbaar vervoer of langsheen fietsroutes krijgen de voorkeur. De parkeerdruk op het openbaar domein moet zo minimaal mogelijk zijn en ook de veiligheid en omgevingskwaliteit van stads- en dorpskernen zijn belangrijke parameters.

Zonder aangepast beleid wordt verwacht dat baanwinkels, retailparken en shoppingcentra in de periferie nog meer aan belang zullen winnen, met een verdere toename van commerciële leegstand in de kernen en een verdere aangroei van het autoverkeer tot gevolg. Bepaalde ruimtebehoevende winkels zijn omwille van hun grootte of hun specifieke handelsaanbod niet of moeilijk in de stadskern onder te brengen. Zij vragen een specifiek beleid.

Bij nieuwe projecten waarvan het verzorgingsgebied grensoverschrijdend is, is ook afstemming met de buurgemeenten van belang. Het voeren van een integraal detailhandelsbeleid stopt niet bij de gemeentegrenzen. Dit geldt zeker voor het beleid met betrekking tot de baanwinkels langs onze Vlaamse steenwegen. Een bovengemeentelijke aanpak van retailaanbod langs steenwegen zal provinciaal en interprovinciaal ondersteund worden.

C. HERSTRUCTUREREN EN VERDICTEN, EERDER DAN CREËREN VAN NIEUWE CONCENTRATIES DETAILHANDEL

De provincie wenst een selectief aanbodbeleid te combineren met het herstructureren van detailhandel binnen bestaande winkelzones. Dit herstructureren op voorkeurslocaties moet gekoppeld worden aan uitdoofscenario's op bestaande minder gewenste locaties.

Principes van ruimtelijk rendement zoals compact bouwen (bv. in de hoogte bouwen), verweving of meervoudig ruimtegebruik en het tegengaan van verdere versnippering van de ruimte, zijn essentieel in het provinciaal detailhandelsbeleid. Vanuit het perspectief van intensief of slim ruimtegebruik krijgen projecten waarbij enerzijds sprake is van herbestemming van bestaande gebouwen en anderzijds stapeling, clustering en verweving van functies, de voorkeur. Maximaal hergebruik van ruimte primeert boven het aansnijden van open ruimtes.

Het detailhandelsbeleid draagt bij tot de verdichting van bestaande detailhandelsclusters, in plaats van het creëren van nieuwe handelsconcentraties. De maximale concentratie van activiteiten wordt nagestreefd, terwijl solitaire kleinhandelsontwikkelingen worden vermeden. Verdichting kan plaatsvinden binnen een kernwinkelgebied en/of binnen bestaande clusters. In dit kader worden de lokale besturen aangemoedigd om winkelrijke (of kernwinkelgebieden) en winkelarme gebieden – in navolging van de doelstellingen van het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid – af te bakenen.

D. EEN TOEGANKELIJK BASISAANBOD IN BUURTEN EN KERNEN

Het provinciale beleid is gericht op het behoud van een basisaanbod in kleinere gemeenten en buurten, telkens op niveau van de betreffende kern. Naast de aandacht voor het versterken van kernwinkelgebieden, wat vooral van toepassing is in grotere steden en gemeenten, is specifiek beleid nodig om het detailhandelsaanbod in kleinere (veelal landelijke) kernen en buurten te kunnen voorzien.

Hierbij kan gedacht worden aan het ontwikkelen van nieuwe vormen van het bijeenbrengen van vraag en aanbod. Alternatieve systemen van beleving tussen kleine kernen en buurten kunnen onderdeel uitmaken van de basisvoorziening.

Daarnaast leidt het principe van proximitéit (winkels in de woonkern) tot een afnemend autogebruik en dus minder milieu- en mobiliteitsproblemen.

Een basisaanbod aan bereikbare en nabije voorzieningen verzekert een betere leefbaarheid.

E. DETAILHANDELSBELEID VRAAGT OM EEN GEÏNTEGREERDE EN INTEGRALE AANPAK

De provincie stimuleert steden en gemeenten om een integraal en sectoroverschrijdend kernversterkend beleid te voeren. Deze integrale aanpak (ruimtelijke planning, mobiliteit, toerisme, economie en leefmilieu) is niet alleen nodig voor het uittekenen van het beleid en de strategie, maar is ook noodzakelijk voor de uitvoering ervan.

De instrumenten om het aanbodbeleid te sturen liggen in eerste instantie vervat in de beleidsdomeinen ruimte en mobiliteit. De implementatie van een kernversterkend beleid vraagt echter de inzet van een breder pakket aan maatregelen en instrumenten. Ter ondersteuning hiervan voorzien de Vlaamse provincies een aantal noodzakelijke instrumenten die een accurate en actuele monitoring van het winkelapparaat toelaten (zoals bijvoorbeeld de feitenfiche detailhandel).

F. EEN STRUCTURELE AANPAK VAN HET DETAILHANDELSBELEID

De provincie ondersteunt het principe dat steden en gemeenten een sterk regisserende rol opnemen en in dialoog treden met de betrokken partners en stakeholders: handelaars, projectontwikkelaars en vastgoedsector.

Steden en gemeenten willen een breed draagvlak creëren voor hun detailhandelsacties. De diverse uitdagingen en de nood aan overleg tussen lokaal beleid en private partners vragen om een eenvormige visie en een holistische aanpak.

De integratie van het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid in de omgevingsvergunning is een hefboom om meer sturend op te treden als gemeente. De Vlaamse provincies stimuleren lokale besturen om een detailhandelsvisie op te maken. Deze visie wordt afgestemd op de doelstellingen van het Integraal handelsvestigingsbeleid en de provinciale (en Vlaamse) kleinhandelsvisie.

Een gemeente kan in zo'n visie haar kernwinkelgebied(en) afbakenen waarbinnen een stimulerend beleid inzake kleinhandel wordt gevoerd. Kernwinkelgebieden kunnen juridisch verankerd worden via een gemeentelijke stedenbouwkundige verordening of een gemeentelijk ruimtelijk uitvoeringsplan. De provincie kan in overleg met de gemeenten op bovengemeentelijk vlak winkelarme zones juridisch verankeren.

I. A. 1. I. DETAILHANDELSBELEID OP MAAT VAN DE GEMEENTE

De provincie ondersteunt de ontwikkeling van detailhandel in relatie tot de omvang en de nood van het verzorgingsgebied van de gemeente of stad. Hierbij wordt uitgegaan van de hiërarchie van steden en gemeenten zoals in de ruimtelijke planning is aangegeven. Deze hiërarchie verdeelt het noodzakelijke en gewenste aanbod van retail over de verscheiden niveaus van gebieden.

Het historisch fijnmazige netwerk van winkelaanbod is niet langer houdbaar. De toenemende leegstand in met name buurtcentra, kleine kernen en kleinere gemeenten is daarvan het bewijs. De evoluties in vraag en aanbod brengen met zich mee dat de (detailhandels)voorzieningen in toenemende mate geconcentreerd worden binnen aanbodclusters die zich boven in de hiërarchie bevinden: (boven) gewestelijk en regionaal. In de praktijk betekent dit dat bestaande clusters van detailhandelsaanbod op deze niveaus zich verder zouden kunnen versterken. De aanbodclusters die lager in de hiërarchie staan (bovenlokaal, lokaal en wijkverzorgend) zouden zich eerder op consolidatie moeten richten (althans in kwalitatieve zin).

III. GEMEENTELIJK NIVEAU

A. KORTRIJK, BESTE STAD VAN VLAANDEREN

Het nieuwe bestuursakkoord van de stad Kortrijk “Kortrijk, Beste Stad Van Vlaanderen” werd als ontwerpplan opgemaakt door het bestuur. Het ontwerpplan werd voorgelegd aan deskundigen, middenveldorganisaties en andere instellingen die op deze manier hun expertise konden uitdragen en waardevolle input gaven. De Kortrijkzaan zelf kreeg via De Grote Bevraging de mogelijkheid om suggesties, opmerkingen en bedenkingen door te geven.

Na deze inspraakronde werd het plan aangevuld. Het definitief plan Beste Stad van Vlaanderen werd besproken en goedgekeurd op de gemeenteraad van maandag 11 maart 2019.

Het plan bevat 10 onderdelen:

1. de stad met het meeste talent en de grootste trots
2. de meest wandel- en fietsvriendelijke centrumstad van Vlaanderen
3. de stad met de strafste plannen voor meer biodiversiteit en minder vervuiling
4. de centrumstad van Vlaanderens bedrijvigste regio
5. een stad met de sterkste verbondenheid in diversiteit, de minste armoede en zonder eenzaamheid
6. een stad met topsport en topcultuur voor iedereen
7. een stad die de netste en (verkeers)veiligste van Vlaanderen is
8. een stad waar elke Vlaming wil komen wonen, werken en spelen
9. een stad die radicaal blijft vernieuwen
10. de best bestuurde stad van het land.

Het belangrijkste onderdeel voor detailhandel (en horeca) is “de centrumstad van Vlaanderens bedrijvigste regio” dat een specifiek hoofdstuk bevat voor detailhandel (en horeca). Ook in andere hoofdstukken staan zaken waarbij handel (en horeca) van dichtbij betrokken is.

I. KORTRIJK. KINDERRIJK.

Het bestuursakkoord start met “Kortrijk. Kinderrijk.” Het bestuur gelooft dat een stad die goed is voor kinderen goed is voor iedereen. Kortrijk kreeg in 2016 het label van kindervriendelijke stad en is daar trots op. Nu legt men de lat wat hoger en wil men van Kortrijk de leukste plek voor kinderen maken. Kortrijk wordt Kinderrijk.

II. DE MEEST WANDEL- EN FIETSVRIENDELIJKE CENTRUMSTAD VAN VLAANDEREN

KORTRIJK FIETST

Er komt een fietszone van 74 fietsstraten in het centrum (inclusief het winkel- wandelgebied) maar er komen er ook in de deelgemeenten zoals in Marke, Heule, Heule-Watermolen en Bissegem. Om de fietszone aan te geven, maken we werk van duidelijke markeringen zoals rode lopers en fietslogo's op de straat.

Uit analyses van Parko blijkt dat de fietsparkeerdruk in het centrum steeds hoger wordt. Er is nood aan een zeer zichtbare, centrale locatie waar fietsers hun fiets handig, veilig en droog kunnen parkeren. Daarom komt er een Fietscrèche in het winkel- en wandelgebied. De Fietscrèche is een “servicefietsenstalling” waar, in overleg met de lokale fietshandelaars, tegen een zeer betaalbare prijs service wordt geleverd. Met een ruimte voor eenvoudige herstellingen, verhuur van buggy's voor gezinnen, oplaadpunten voor elektrische fietsen en lockers om spullen op te bergen. De stalling kan één van de punten zijn waar fietsers volumineuze aankopen kunnen achterlaten om ze dan thuis te laten bezorgen. We willen ook de mogelijkheid bieden om een betaalbaar abonnement te nemen voor wie in de buurt werkt of woont. Zo krijgt Kortrijk er meteen ook weer een buurtfietsstalling bij.

KORTRIJK BEWEEGT

Voortaan gaan we bij grote werken onze betrokken handelaars als stad actief en vooraf informeren over de verschillende premies, subsidies en andere middelen die hen ter beschikking staan, lokaal en Vlaams. We stellen onze leegstaande en Kortrijk Zaait-panden eventueel tijdelijk ter beschikking van de ‘getroffen’ handelaars, wat een win-win oplevert.

III. DE STAD MET DE STRAFSTE PLANNEN VOOR MEER BIODIVERSITEIT EN MINDER VERVUILING

ECOLOGISCHE VOETAFDRUK

Om de plasticberg in Kortrijk in te perken, kan elk Kortrijks huishouden vragen om een herbruikbare boodschappentas via lokale handelszaken. We zien er wel op toe dat dit niet overlapt met initiatieven van andere organisaties.

Stap voor stap proberen we alle activiteiten, zoals onze markten, in de stad plasticarm te maken. De stad geeft het voorbeeld door een plasticvrije week te organiseren en door festivals en events in onze stad te laten werken met bio-afbreekbare en biodegradeerbare of herbruikbare bekertjes. We moedigen handelszaken en bedrijven aan om plastic te bannen en bekijken hoe we hen hiervoor kunnen belonen. Tegelijk steunen we starters en studenten in hun onderzoek naar alternatieven voor plastic. (...)

IV. DE CENTRUMSTAD VAN VLAANDERENS BEDRIJFVIGSTE REGIO

(...) De commerciële leegstand in de binnenstad en sommige deelgemeenten is een doorn in het oog. We vernieuwen het winkelwandelgebied en de kernen van die deelgemeenten. We vormen een slagkrachtige, nieuwe stadsorganisatie Beleef Kortrijk die de vele vzw's en verenigingen hergroepeert en een stevig budget krijgt. (...)

DETAILHANDEL EN HORECA

In 1962 was Kortrijk de eerste stad van Vlaanderen die een winkelstraat - de Korte Steenstraat - autovrij maakte. Meer dan 50 jaar later is het tijd om het winkelwandelgebied een volledige make-over te geven die de grandeur van Kortrijk als dé winkelstad van weleer, terugbrengt. Daarom maken we de winkelwandelstraten groener, aangener en uitnodigender om te vertoeven. We stellen hiervoor een landschapsarchitect aan.

We halen onze inspiratie bij het handelskwartier Fünf Höfe in München. We versterken dit groen door het winkelwandelgebied te voorzien van mooie geveltuinnetjes langs de winkels en veel meer bloemen. We voorzien ook meer zitbanken, speelelementen en publieke fonteintjes met gratis drinkwater voor de dorstige wandelaars. We zetten verder in op kwaliteit: een goede muziekinstallatie, led-verlichting, kwaliteitsvolle zaken, geen beachvlaggen of andere verrommeling.

Kortrijk is een echte winkelstad. We blijven inzetten op een vaste koopzondag in de maand en tijdens die zondag maken we de binnenstad autoluw en de ondergrondse parkings gratis. We voorzien middelen om de beleving in het centrum nog beter te promoten. Dat kan gaan over themaweekends (Halloween, Black Weekend, Valentijn, Sinterklaasweekend, de Beachtornooien,...), over stadsfestivals (zoals PLAY) tot nieuwe markten (bloemenmarkten, brocante- en antiekmarkten, voedselmarkten,...).

We schaffen de terrastaks af en in ruil vragen we mooie, kwaliteitsvolle, peukenvrije terrassen zoals op de Grote Markt, Heuleplaats en aan de verlaagde Leieboorden. De horeca gaat volop voor kindvriendelijkheid. We bekijken de oprichting van een kinderatelier in het winkelwandelgebied voor shoppende ouders. Onze Kortrijkse horeca en producten zijn de beste ambassadeurs voor het toerisme in Kortrijk. Een bezoekje aan de brouwerij van Omer - het beste bier ter wereld -, onze Kortrijkse gins, onze lokale bieren degusteren in een gezellig cafeetje, de smaken van de Kortrijkse chocolade. Geen betere manier om Kortrijk te promoten in de andere centrumsteden en in onze buurlanden. We zetten in op culinair toerisme.

Cruisedeelnemers die in Zeebrugge aanmeren, proberen we naar Kortrijk te lokken. De Kortrijkse cadeaubon wordt gedigitaliseerd en moet bij alle Kortrijkse handelaars gebruikt kunnen worden. De stad kan de bon ook zelf gebruiken als relatiegeschenk en geschenk bij jubilea en huwelijken.

We worden de stad van de glimlach. Van in het stadhuis tot bij onze handelaars worden onze klanten met de glimlach ontvangen. We organiseren creatieve acties.

Tegen 2030 willen we het aantal hotelovernachtingen verdubbelen tot 500.000. Dat willen we onder meer doen door de inkomsten van de hoteltaks (deels) te laten terugvloeien naar het budget van Beleef Kortrijk (zie verder). Toeristen zijn welkom in de ontsloten toren van de Sint-Maartenskerk. We kijken of we één van onze watertorens ook toegankelijk kunnen maken.

We maken een weekendje Kortrijk makkelijker. We bieden een digitale 48-uren-pas aan zoals die bestaat in Hasselt. Daarmee kunnen toeristen gebruik maken van het openbaar vervoer, fietsen huren, hebben ze korting op onze musea en tentoonstellingen en in bepaalde horecazaken en hotels. We creëren een online weekendplanner voor de bezoeker: jij vertelt ons in 10 vragen wie je bent (ik heb kinderen van die leeftijd, ik hou van wijn, metal is mijn genre, Italiaans eten vind ik het lekkerste,...) en de tool berekent welke adresjes en evenementen voor jou interessant kunnen zijn op jouw data.

Kortrijk beschikt nu al over een kampeerautoterrein met 8 plaatsen voorzien van aansluitingen voor drinkwater, elektriciteit en sanitair. We breiden het aantal plaatsen verder uit. We onderzoeken of er aan de rand van de stad ruimte is voor een echt kampeerterrein. We zetten ook in op kwaliteit en verbinding met shopping, toerisme en citymarketing. We stroomlijnen het evenementieel en winkelbeleid van de stad dat nu versnipperd is tussen verschillende interne/externe diensten en organisaties. Daarom bundelen we de organisaties vzw Feest in Kortrijk, vzw Citymarketing en Toerisme en het handelsdistrict BID tot één slagkrachtige stadsorganisatie Beleef Kortrijk die met een werkingsbudget van ongeveer 800.000 euro per jaar volop kan inzetten op de organisatie en promotie van activiteiten in onze stad. Deze organisatie zal ook nieuwe partners en middelen aantrekken.

Zelfstandigen en bedrijven die werken zonder hinder in de binnenstad uitvoeren, moeten sneller vergunningen voor een tijdelijke inname van het openbaar domein kunnen krijgen. Nu moet dit meer dan 3 werkdagen op voorhand aangevraagd worden. We zorgen dat een spoedvergunning tegen extra betaling in 1 dag kan en dat de applicatie gebruiksvriendelijker wordt.

We versoepelen de taks op reclamedrukwerk voor Kortrijkse starters en zelfstandige ondernemers. Zeker voor starters is een taks van vele duizenden euro's om een nieuwe zaak in de ganse stad te promoten veel te duur. Tegelijk stimuleren we de initiatiefnemers om zoveel als mogelijk digitaal te communiceren.

ONDERNEMERS

Kortrijk Zaaït heeft heel wat gedaan om de leegstand te bestrijden. We schakelen een versnelling hoger en maken er Kortrijk Zaaït XL van. Dit doen we onder meer door leegstand sneller vast te stellen, de heffing te verhogen en deze sneller op te leggen. Zo kunnen we eigenaars van leegstaande panden stimuleren om mee te doen aan Kortrijk Zaaït. We onderzoeken ook of we de panden breder kunnen invullen. Waarom niet toestaan dat panden worden gebruikt als incubatieruimte voor nieuwe ondernemingen, vitrine voor high-tech bedrijven, co-working plaatsen, ateliers voor kunstenaars of zelfs indoor speelruimte? We werken mee aan het project KISS van Leiedal dat strijdt tegen leegstand. We betrekken de ondernemers bij het beleid van de stad door de oprichting van een Ondernemersraad waarin de diverse ondernemers van Kortrijk vertegenwoordigd zijn: handelaars, bedrijfsleiders, starters, sociale ondernemers, middel- tot grote ondernemers, ... Net zoals we al een dag van de nieuwe inwoners hebben, organiseren we een dag van de nieuwe ondernemers. Zo kunnen ze het beleid en de stadsmedewerkers leren kennen. Om de twee jaar organiseren we samen met de Kortrijkse ondernemers 'Doe

zaken met stad Kortrijk'. Op die manier worden de lokale ondernemers geïnformeerd en kunnen zij vlotter meedingen naar de aanbestedingen van de stad.

De samenwerking tussen de stad en hogescholen of universiteiten gebeurt soms nog te ad hoc. De opmaak van het nieuwe meerjarenplan kan aangegrepen worden om afspraken te maken over welke acties in de komende jaren samen kunnen worden opgezet. De instellingen kunnen daarbij de stad als proeftuin en testplatform gebruiken, de stad kan via de studenten en docenten nieuwe producten laten voorbereiden of ontwerpen.

We steunen nieuwe ondernemers op een gerichte manier, zoals een ondernemerswedstrijd als Topzaak. Startende ondernemers en zelfstandigen hebben 1 toegangspoort: het Ondernemersloket. Dat loket helpt samen met bestaande organisaties als Unizo en Voka fouten in het ondernemingsplan vroegtijdig op te sporen, zorgt voor begeleiding wanneer het misloopt en leidt ze, in samenwerking met de teams van de sociale dienst, desgevallend naar Dyzo. Zij die dat wensen, krijgen een meter of peter (een ondernemer met ervaring) en brengen we in contact met ondernemingscoaches van SPURT of van Hangar K. We voorzien ook ondersteuning voor startende culturele ondernemers. (...)

V. EEN STAD MET DE STERKSTE VERBONDENHEID IN DIVERSITEIT, DE MINSTE ARMOEDE EN ZONDER EENZAAMHEID

TOEGANKELIJKHEID

Kortrijk heeft zich als pilootgemeente geëngageerd voor de opmaak en uitvoering van het Charter "Naar een toegankelijke gemeente" van het Vlaamse Agentschap Inter. Het stadsbestuur voerde als eerste stad een structureel toegankelijkheidsadvies in. Bij de start, uitvoering en oplevering van een project gaan we systematisch na of het voldoende rekening houdt met mensen met een beperking. Kwalitatieve trottoirs blijven een belangrijk aandachtspunt. Net als de toegankelijkheid van onze overheidsgebouwen, parken, speelpleinen, sportcomplexen (zoals het nieuwe zwembad), horeca en handelszaken. We stimuleren ook de toegankelijkheid bij onze partners zoals scholen, horeca en handelszaken. (...)

ZORG KORTRIJK

(...) Als de diagnose van dementie gesteld wordt, komt de betrokkene en zijn of haar mantelzorger in een vacuüm terecht waar nauwelijks ondersteuning bestaat en waardoor men op zichzelf aangewezen is. Pas als enig incident zich voordoet, komt er een of andere vorm van ondersteuning. We kunnen hier een brug maken tussen personen met dementie en het bestaande aanbod: sport, wandelingen, rondleiding, dementievriendelijke horeca, onze dienstverlening in wijkteams en onze expertise in de Woonzorgcentra. Zo staan mensen met dementie en hun gezinnen er niet alleen voor. (...)

VI. EEN STAD MET TOPSPORT EN TOPCULTUUR VOOR IEDEREEN

CULTUUR

(...) We bieden hen ook de voordelen van ons netwerk als stad. We laten de Kortrijkse horecazaken kennis maken met de portfolio's van onze beginnende bands. Zo stimuleren we meer kleine en korte concerten op onze terrassen, in onze cafés en onder de bruggen met een aangepaste muziekinstallatie. (...)

VII. EEN STAD DIE DE NETSTE EN (VERKEERS)VEILIGSTE VAN VLAANDEREN IS

VEILIGHEID

(...) Wij willen ook prioritair inzetten op preventie van overlast, criminaliteit, gezondheidsproblemen, uithuiszettingen, uitsluiting en discriminatie. We mikken op 50 SAVE-netwerken (Samen Alert Voor Elkaar, dit zijn buurtinformatienetwerken waar burens zorgen voor elkaar met hulp van politie en de stedelijke preventiedienst/eventueel ook wijkteams), 1 Winkelinformatienetwerk en 1 Horeca-informatienetwerk. (...)

VIII. EEN STAD WAAR ELKE VLAMING WIL KOMEN WONEN, WERKEN EN SPELEN

EEN STAD MET BUURTEN OM IN THUIS TE KOMEN

(...) Kortrijk wil de identiteit van buurten en wijken versterken en netwerken helpen uitbouwen. Daarom wordt ingezet op de beeldkwaliteit van de gebouwen en een aantrekkelijke publieke ruimte, met buurtgroen op wandelafstand, een verzorgd openbaar domein dat stimuleert tot spelen en bewegen, een leefbare mobiliteit in de straat, parkeermogelijkheden nabij de woning. Ook de aanwezigheid van voortuinen, buurtwinkels en voorzieningen heeft een belangrijke impact op de beleving. (...)

EEN STAD WAAR ALTIJD IETS TE BELEVEN VALT

(...) Kortrijk is ook een echte winkelstad. Daarom blijven we inzetten op een vaste koopzondag in de maand. We voorzien middelen om de beleving in het centrum nog beter te promoten en om de handelaars te overtuigen om mee te doen. Dat kan gaan over weekends met thema's zoals Halloween, Black Weekend, Valentijn, Sinterklaasweekend, de Beachtornooien,... maar ook over stadsfestivals zoals De Grote Verleiding en PLAY.

We bouwen verder op onze sterktes. De maandagmarkt, zomermarktjes, kerstmarkt. Daarnaast hebben we aandacht voor nieuwe markten zoals een lokaalmarkt, bloemenmarkten, brocante- en antiekmarkten, voedselmarktjes,... We realiseren een overdekte markthal op de Veemarkt. We zetten in op seizoensgebonden activiteiten. Sport en spel in de zomer, sfeer en gezelligheid in de winter. Winter in Kortrijk wordt nog verbeterd. We zetten meer in op kwaliteit. Jaarlijks wisselende kerstverlichting in het centrum en in de deelgemeenten gekoppeld aan seizoensgebonden activiteiten. Zo is er heel het jaar door iets te beleven.

IX. EEN STAD DIE RADICAAL BLIJFT VERNIEUWEN

WE BLIJVEN DE STAD VERNIEUWEN

We mogen het van veel Kortrijkzanen horen. De verlaagde Leieboorden zijn op en top geslaagd. We vernieuwen de Leieboorden langs de Dolfijnkaai tot en met Kortrijk Weide en leggen de omgeving van de Vismarkt opnieuw aan met een passantenhaven.

De lelijke parkeerplekken aan de Dolfijnkaai, Reepkaai, Vismarkt en Handelskaai maken plaats voor brede trottoirs en een groene boulevard. De Leiewerken in het centrum worden eind 2020 beëindigd met de bouw van een achtste en laatste brug: de nieuwe Reepbrug. Deze voetgangersbrug verbindt Buda met Overleie. Er komt een fiets- en wandelpad tussen de nieuwe Reepbrug en de bestaande Budabrug.

Op de tip van het Buda-eiland komt er een mooie landschapstuin aan het water met een uitkijkplatform, zitbanken, speelelementen en glooiingen. De volkstuintjes blijven, maar verhuizen naar een andere plek op het eiland. Tegen 2030 komt er een nieuwe culturele landmark (zie hoofdstuk 6). In diezelfde buurt, waar ook een deel van de lokale administratie gehuisvest is, bouwen we betaalbare woonegelegenheden, een nieuw Buda-plein en zorgen we voor een nieuwe bestemming mét ontsluiting van de historische site (klooster, kloostertuin, kerk). Daardoor wordt wonen aan de Leie vanaf nu een mogelijkheid voor iedereen. Langs de Leie komen er de volgende jaren nog tal van nieuwe woonontwikkelingen. Met aandacht voor kwaliteit én voor betaalbaarheid.

De stationsomgeving is al volop in verandering. De nieuwe fiets- en bustunnel, de autotunnel en de ondergrondse parking met 900 plaatsen moeten deze bestuursperiode klaar zijn. Zo kunnen we de omliggende pleinen autovrij maken en vergroenen.

Door de verdere afbouw van bovengrondse parkeerplaatsen in het stadscentrum creëren we nog meer ontmoetingsplekken met terrassen, marktjes, groen en speelelementen. In afwachting van de start van de bouw van het nieuw stationsgebouw en een nieuw Stationsplein -de laatste fase van de werken- in 2024, treffen we de nodige voorbereidingen om ook de omliggende pleinen aan te pakken. Van het Casinoplein maken we een groen Theaterplein dat plaats voorziet voor literatuur, poëzie, boeken- of bloemenmarktjes en rustige muziek. We creëren groene boulevards van de Grote Markt tot aan het Casinoplein (de Kortrijkse Ramblas waarvan we deze bestuursperiode de inrichtingsstudie maken) en tussen de binnenstad en Kortrijk Weide. Het Conservatoriumplein wordt na 2024 aangepakt. Deze nieuwe publieke ruimtes bekijken we met een kindvriendelijke bril.

Het historisch centrum wordt heraangelegd volgens het plan van Michel Desvigne, de ontwerper van de verlaagde Leieboorden. We maken van de straatjes rond de Onze-Lieve-Vrouwekerk en het Begijnhof een idyllisch woonerf. Zo krijg je een speciale sfeer, zoals in het Patershol in Gent of Le Vieux Lille in Rijsel. Op die manier maken we de verbinding tussen het winkelwandelgebied en de verlaagde Leieboorden.

De Veemarkt wordt opgewaarderd met een overdekte markthal in samenwerking met lokale ondernemers en met respect voor de bewoners. We voorzien er plaats voor een lokale foodmarket en andere activiteiten. De Veemarkt wordt via een groene as met het Plein verbonden: de parking in de Groeningelaan verdwijnt en wordt groen. Het park rond het Groeningemonument wordt heraangelegd.

VERBONDEN STAD, VERBONDEN MENSEN

(...) Meten is weten. We gebruiken de gegevens van passantentellingen om onze stad nog beter te organiseren. De anonieme gegevens kunnen helpen om mobiliteitsstromen in kaart te brengen en een betere circulatie te organiseren (bestemmingsverkeer versus doorgaand verkeer, de looplijnen in het winkelwandelgebied, ...), bij de organisatie van events, bij citymarketing. (...)

(...) We maken de overgebleven bovengrondse parkeerplaatsen overal in de binnenstad slim. De parkeerbehoeften verschillen immers naargelang het moment van de dag. Overdag kan er bijvoorbeeld nood zijn aan plaatsen voor bezoekers, werknemers en zelfstandigen terwijl er 's avonds meer bewonersparkeerplaatsen nodig zijn. Om de circulatie te verbeteren, gaan we in gesprek met de populaire navigatie-apps zoals Google Maps en Waze via hen van de recentste data over vrije parkeerplaatsen, werken, omleidingen en evenementen tot bij de burger te brengen. De vaste bewonerszones worden indien technisch mogelijk dynamische zones zodat je steeds in een straal van een bepaald aantal meter rond je woonst kan parkeren.

B. STRATEGISCH COMMERCIEEL VOOR HANDEL EN HORECA STAD KORTRIJK

Het eerste strategisch commercieel plan van de stad Kortrijk dateert van 14 oktober 2016 en werd goedgekeurd door de gemeenteraad in zitting van 14 november 2016. Voor de opmaak van dit strategisch commercieel plan werd inspiratie gehaald uit het:

- groenboek Economie in Kortrijk (EIK);
- centrumvisie “Alles in Huis” van het Stadsontwikkelingsbedrijf Kortrijk;
- Plan Nieuw Kortrijk (Bestuursakkoord stad Kortrijk 2012 – 2018)

Dit groenboek en deze centrumvisie werden nooit officieel goedgekeurd door een bestuursorgaan van de stad.

C. VRAAG & AANBOD

I. VRAAG

A. KOOPSTROMEN

Koopstromen geven weer waar consumenten vanuit hun woonplaats voornamelijk naar toe gaan om hun aankopen te doen. De bereidheid om zich te verplaatsen hangt af van het type goederen dat men wenst aan te kopen. Voor **dagelijkse goederen** spelen de nabijheid en de bereikbaarheid de belangrijkste rol. Voor **periodieke goederen** zijn het totale aanbod en de keuzemogelijkheden dan weer belangrijker. De consument is bereid om meer tijd uit te trekken en een grotere afstand af te leggen voor de aankoop van artikelen in deze categorie.

We maken een onderscheid tussen drie types koopstromen: koopbinding, koopvlucht en koopattractie. Deze drie types van koopstromen vormen het geheel van koopstromen van en naar een gemeente of stad. Het resultaat van de koopstromen vertaalt zich in het totaal bestedingsbedrag in de gemeente als geheel voor die productcategorie.

- De **koopbinding** geeft procentueel weer in welke mate de inwoners hun aankopen verrichten in de eigen gemeente.
- De **koopvlucht** is het omgekeerde van de koopbinding. Deze koopstroom geeft procentueel weer welk aandeel van de bestedingen van de inwoners gebeuren in een andere gemeente.
- Het laatste type koopstroom is de **koopattractie**. Deze geeft procentueel weer in welke mate het aanbod in een gemeente of stad consumenten die elders wonen aantrekt. Het percentage geeft aan welk aandeel van de totale bestedingen in een gemeente afkomstig is van inwoners uit andere gemeenten.

Het koopstromenmodel houdt **geen rekening met toe- en afvloeiingen over de landsgrenzen**. Grensoverschrijdende koopstromen naar Noord-Frankrijk, Nederland worden niet op kaart weergegeven. Wat betreft de relatie met Wallonië en Brussel wordt wel rekening gehouden met het shoppinggedrag van de inwoners van deze gewesten.

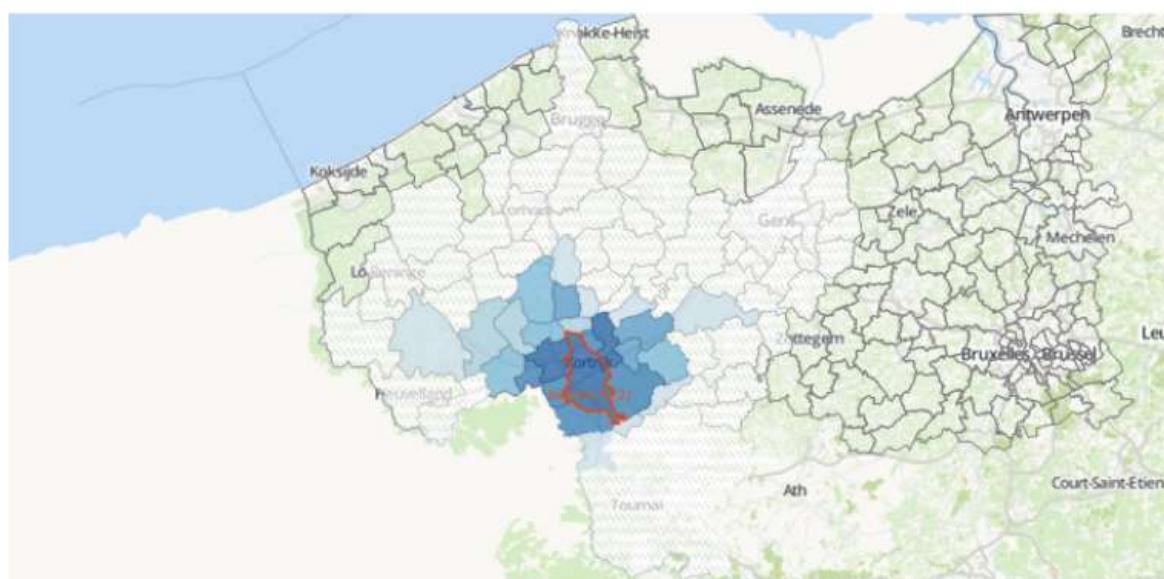
B. KOOPBINDING EN -ATTRACTIE IN TABELVORM

	Dagelijkse goederen	Periodieke goederen	Bruin- en witgoed	Doe-het-zelf	In en om woning
Koopbinding	57,0 %	58,5 %	52,9 %	49,0 %	30,0 %
Belangrijkste gemeenten koopattractie	Wevelgem, Harelbeke, Zwevegem, Menen & Kuurne	Harelbeke, Moeskroen, Wevelgem, Zwevegem & Menen	Zwevegem, Moeskroen, Harelbeke, Wevelgem & Menen	Wevelgem, Zwevegem, Moeskroen, Harelbeke & Menen	Wevelgem, Moeskroen, Harelbeke, Zwevegem & Menen
Koopvlucht	43,0 %	41,5 %	47,1 %	51,0 %	70,0 %
Belangrijkste gemeenten koopvlucht	Kuurne, Wevelgem, Zwevegem, Harelbeke & Menen	Wevelgem, Kuurne, Roeselare, Waregem & Gent	Kuurne, Wevelgem, Anzegem, Waregem & Roeselare	Kuurne, Wevelgem, Menen, Harelbeke & Deerlijk	Kuurne, Deerlijk, Zwevegem, Wevelgem & Izegem

C. KOOPBINDING EN -ATTRACTIE OP KAART

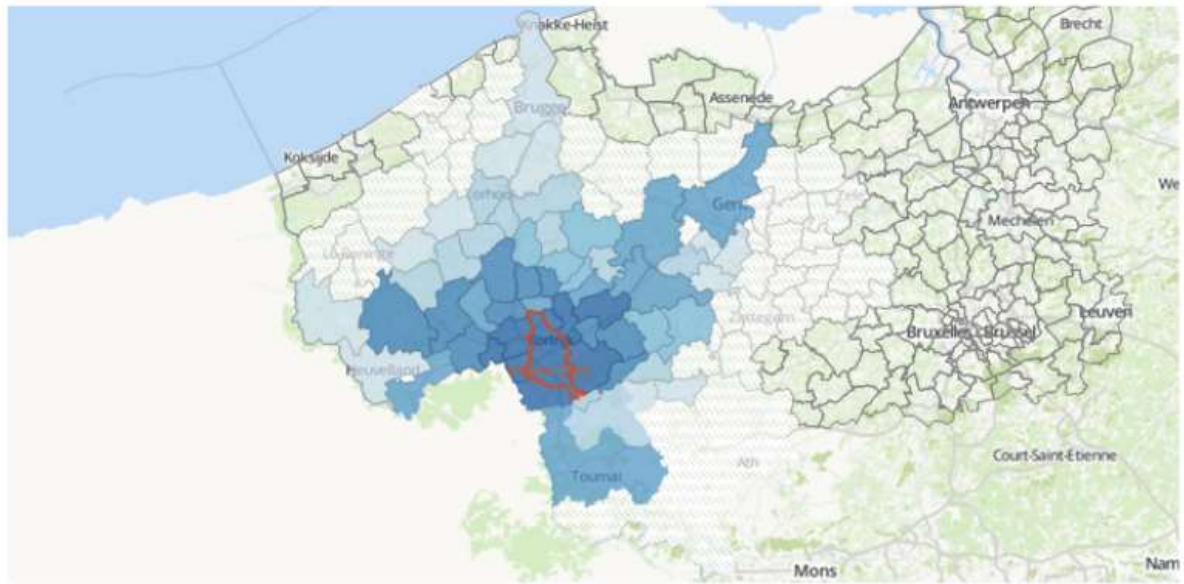
Volgende kaarten geven de koopattractie en -binding voor de verschillende types goederen van gemeente Kortrijk weer. De percentages op de kaart geven weer welk aandeel van de totale bestedingen (in Euro) in Kortrijk uit elke gemeente afkomstig is.

I. DAGELIJKSE GOEDEREN



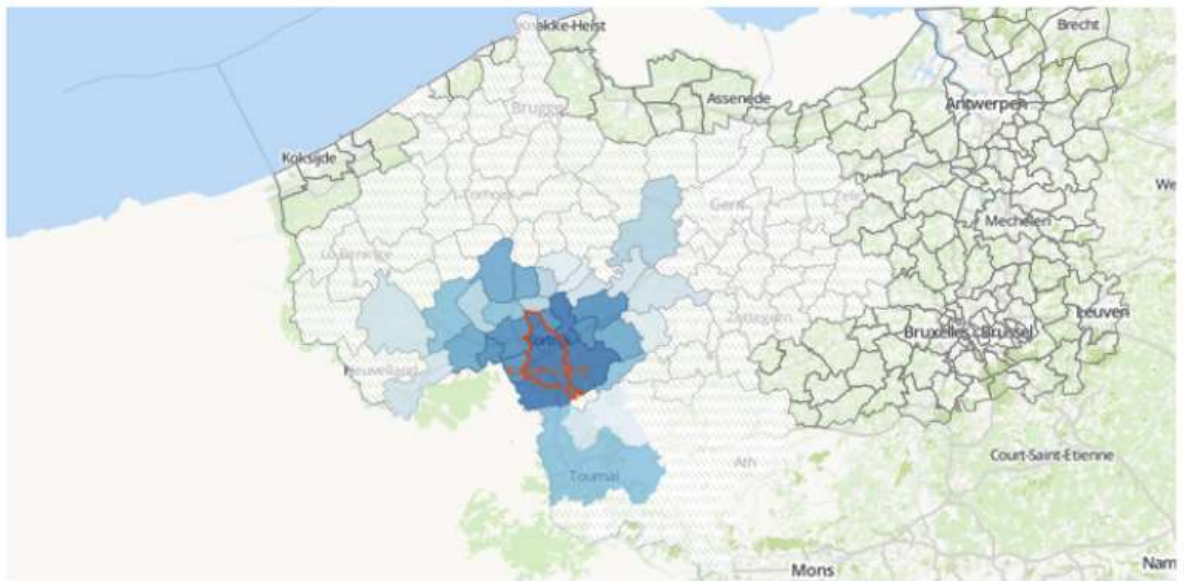
Bron: RetailSonar | provincies.incijfers.be

II. PERIODIEKE GOEDEREN



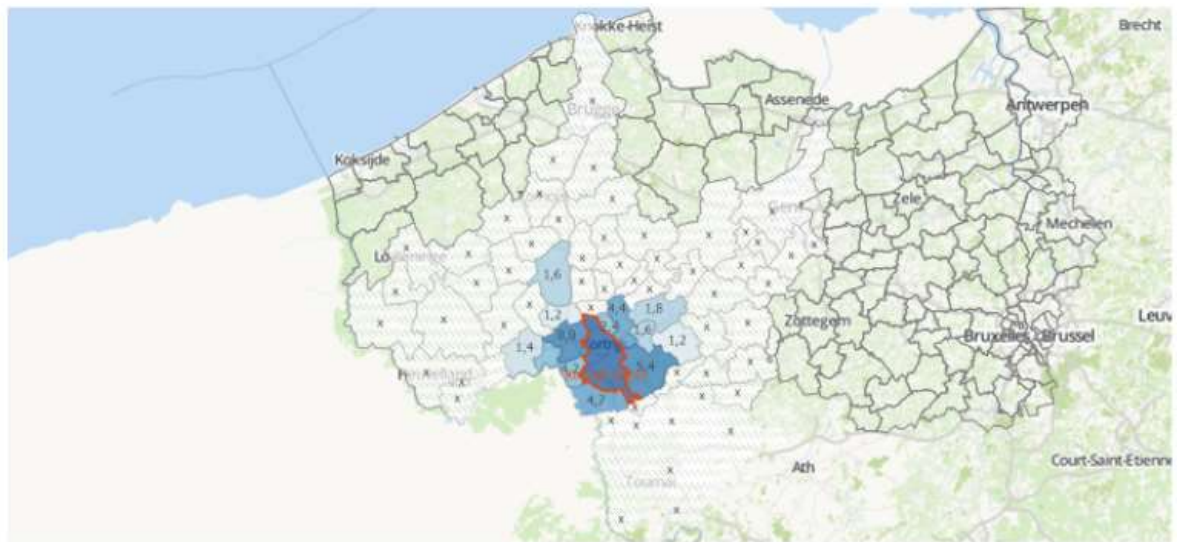
Bron: RetailSonar | provincies.incijfers.be

III. BRUIN- EN WITGOED



Bron: RetailSonar | provincies.incijfers.be

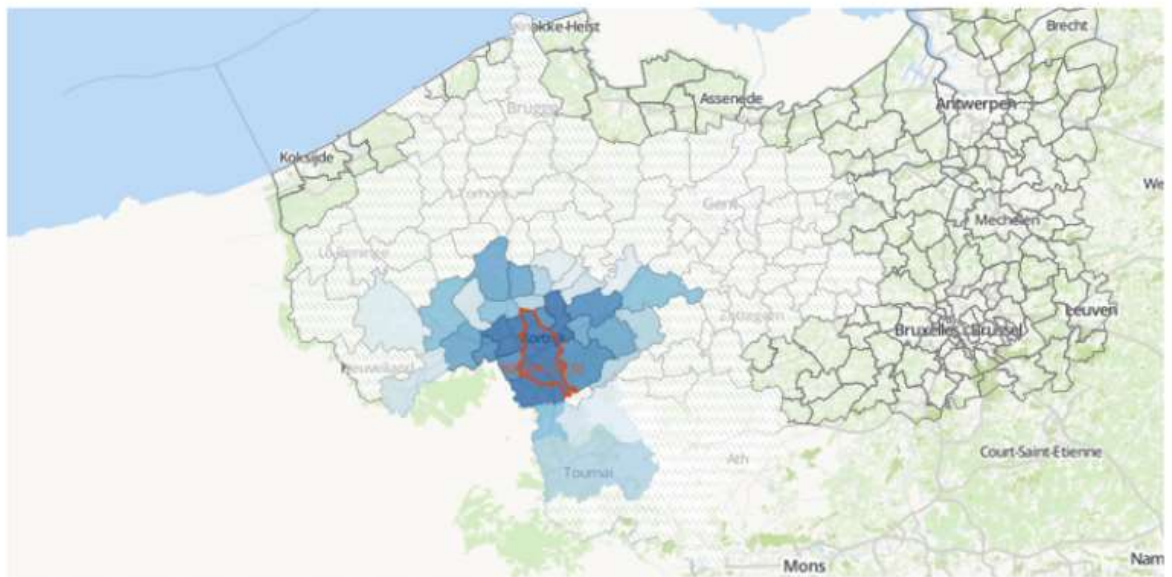
IV. DOE-HET-ZELF



< 1,4 1,4 < 1,6 1,6 < 2,4 2,4 < 4,4 4,4 < 5,4 5,4 < 50,6 >= 50,6 Kortrijk

Bron: RetailSonar | provincies.incijfers.be

V. IN EN OM DE WONING



< 0,6 0,6 < 0,7 0,7 < 1,0 1,0 < 1,4 1,4 < 3,1 3,1 < 6,6 >= 6,6 Kortrijk

Bron: RetailSonar | provincies.incijfers.be

D. PENDELBEWEGINGEN

De inkomende pendel geeft aan hoeveel mensen van buiten de gemeente voor hun werk naar de gemeente komen. Zij vormen een groep van potentiële klanten.

De uitgaande pendel bestaat uit eigen inwoners die voor hun werk buiten de eigen gemeente werken. Een deel van hun koopkracht zal besteed worden op de plaats van tewerkstelling of langs het traject van het woonwerkverkeer.

	2008	2014	2016
inkomende pendel	30.104	29.888	31.116
uitgaande pendel	14.351	14.074	14.151

Bron: Rapport Feitenfiche Detailhandel – Kortrijk 2019

2016	inkomende pendel	uitgaande pendel	aantal inwoners	inkomende pendel tov aantal inwoners	uitgaande pendel tov aantal inwoners	Vershil inkomend – uitgaand tov aantal inwoners in %
Aalst	20117	20463	84478	23,8%	24,2%	-0,4%
Genk	22674	11334	65790	34,5%	17,2%	17,2%
Hasselt	37048	14942	76812	48,2%	19,5%	28,8%
Kortrijk	31116	14151	75831	41,0%	18,7%	22,4%
Leuven	52327	19679	99368	52,7%	19,8%	32,9%
Mechelen	36002	20587	84684	42,5%	24,3%	18,2%
Oostende	15584	10580	70874	22,0%	14,9%	7,1%
Roeselare	22999	12083	61268	37,5%	19,7%	17,8%
Sint-Niklaas	17767	15544	75957	23,4%	20,5%	2,9%

E. TOERISME: AANKOMSTEN & OVERNACHTINGEN

Het aantal toeristen die een gemeente jaarlijks ontvangt kan een belangrijke boost geven aan de omzet in detailhandel en vooral in de horecasector.

Aankomsten												
	België		Vlaanderen		West-Vlaanderen		Kortrijk		Hasselt		Mechelen	
2015	15.846.926	---	9.265.307	---	3.928.200	---	122.963	---	121.553	---	125.196	---
2016	15.210.781	-4,0%	9.063.946	-2,2%	3.842.515	-2,2%	127.952	4,1%	139.071	14,4%	129.930	3,8%
2017	16.319.257	7,3%	9.510.003	4,9%	4.009.476	4,3%	121.308	-5,2%	139.414	0,2%	145.681	12,1%
Overnachtingen												
	België		Vlaanderen		West-Vlaanderen		Kortrijk		Hasselt		Mechelen	
2015	38.380.415	---	24.379.810	---	11.981.763	---	228.632	---	198.462	---	223.233	---
2016	36.855.214	-4,0%	23.894.894	-2,0%	11.651.144	-2,8%	232.184	1,6%	220.834	11,3%	217.430	-2,6%
2017	38.677.308	4,9%	24.511.335	2,6%	11.776.860	1,1%	240.516	3,6%	217.395	-1,6%	232.463	6,9%
Overnachting / aantal aankomsten												
	België		Vlaanderen		West-Vlaanderen		Kortrijk		Hasselt		Mechelen	
2015	2,4		2,6		3,1		1,9		1,6		1,8	
2016	2,4		2,6		3,0		1,8		1,6		1,7	
2017	2,4		2,6		2,9		2,0		1,6		1,6	
Aantal overnachtingen / aantal inwoners												
	België		Vlaanderen		West-Vlaanderen		Kortrijk		Hasselt		Mechelen	
2015	3,4		3,8		10,2		3,0		2,6		2,7	
2016	3,3		3,7		9,9		3,1		2,9		2,6	
2017	3,4		3,8		9,9		3,2		2,8		2,7	

Bron: StatBEL

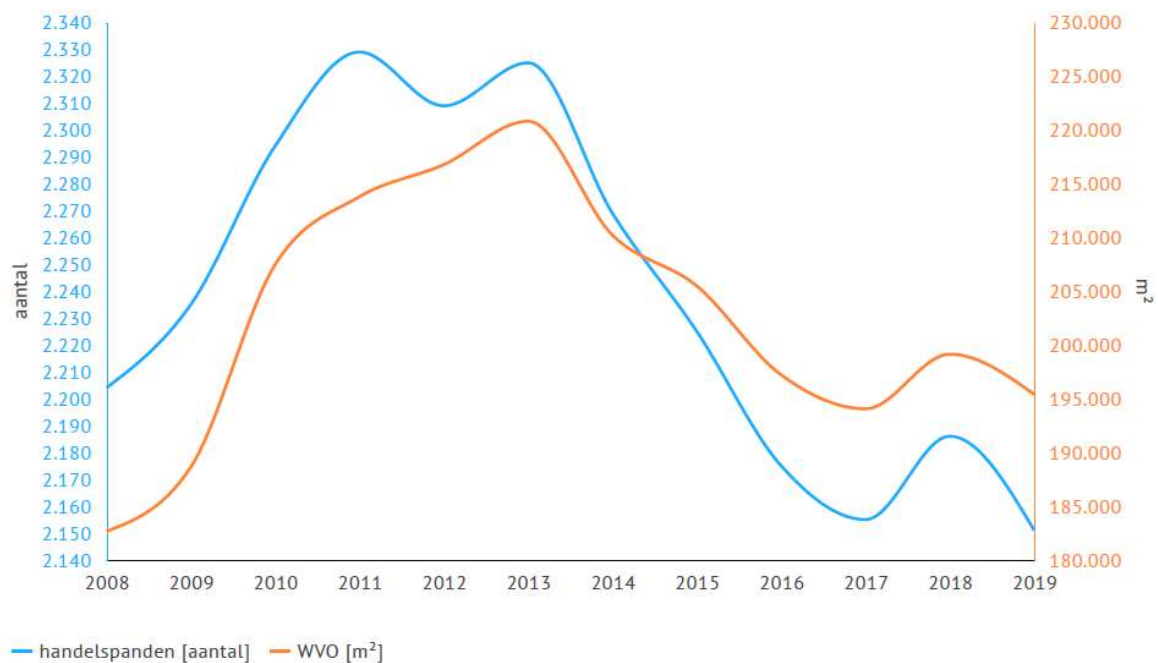
II. AANBOD

De aanbodgegevens worden deels gehaald uit de Feitenfiche detailhandel Kortrijk, deels uit provincies.in.cijfers en deels rechtstreeks uit de Locatus databank.

In de tabellen van het aanbod maken we een vergelijking met een selectie van centrumsteden. De meeste standaard classificaties van gemeenten (VRIND, centrumsteden ...) zijn immers niet altijd bruikbaar voor vergelijkingen te maken op vlak van detailhandel. Het lijkt niet aangewezen om Kortrijk te benchmarken met steden zoals Antwerpen en Gent. Brugge en Turnhout werden ook uit eigen de benchmarks gehaald: Brugge heeft door haar toeristische aantrekkingskracht en de vele inwoners een groot detailhandelsaanbod, terwijl het aanbod in Turnhout relatief klein is voor een centrumstad.

De centrumsteden waarmee vergeleken wordt zijn: Aalst, Genk, Hasselt, Leuven, Mechelen, Oostende, Roeselare en Sint-Niklaas.

A. EVOLUTIE HANDELSPANDEN EN WVO IN KORTRIJK 2008-2019



Bron: Rapport Feitenfiche Detailhandel – Kortrijk 2019

B. GLOBAAL AANBOD EVOLUTIE & BENCHMARK

	KORTRIJK				GEMIDDELDE SELECTIE CENTRUMSTEDEN			
GLOBALE AANBODGEGEVENS	2008	2013	2018	2019	2008	2013	2018	2019
Aantal commerciële panden	2204	2325	2186	2151	1879	1903	1808	1798
Aantal commerciële panden / 1000 inw	29,81	30,95	28,78	28,24	25,80	25,11	23,07	22,79
WVO	182654	220810	199136	195394	191393	210252	219650	220212
WVO / 1000 inwoners	2470	2939	2622	2566	2629	2774	2803	2792
	KORTRIJK				GEMIDDELDE SELECTIE CENTRUMSTEDEN			
NIET LEEGSTAND	2008	2013	2018	2019	2008	2013	2018	2019
Aantal gevulde commerciële panden	2018	2073	1903	1896	1746	1716	1622	1606
Aantal gevulde commerciële panden / 1000 inw	27,29	27,60	25,05	24,90	23,98	22,65	20,69	20,36
WVO gevuld	161568	176239	165932	167818	175812	185342	192133	192333
WVO gevuld / 1000 inwoners	2185	2346	2185	2204	2415	2446	2452	2438

C. COMMERCIELE PANDEN, INGEDEELD VOLGENS DE CATEGORIEËN VAN HET IHB, EVOLUTIE & BENCHMARK

	KORTRIJK				GEMIDDELDE SELECTIE CENTRUMSTEDEN			
	2008	2013	2018	2019	2008	2013	2018	2019
Categorie A – voeding	22	23	23	22	18	20	21	22
Categorie B – persoonsuitrusting	14	23	25	26	21	26	29	28
Categorie C – planten, bloemen & goederen voor land- en tuinbouw	7	8	5	5	6	6	7	6
Categorie D – andere producten	37	37	34	37	52	57	55	56
Niet-IHB (< 400 m ² of buiten A, B, C & D)	2124	2234	2099	2061	1782	1795	1698	1686

D. COMMERCIËLE PANDEN VOLGENS OPPERVLAKTEKLASSE 2019 & BENCHMARK

COMMERCIËLE PANDEN PER OPPERVLAKTEKLASSE	KORTRIJK		GEMIDDELDE SELECTIE CENTRUMSTEDEN	
	2019	2019 in %	2019	2019 in %
1-100 m²	1100	51,14%	870	48,36%
101-200 m²	257	11,95%	194	10,78%
201-400 m²	111	5,16%	102	5,67%
401-800 m²	58	2,70%	67	3,72%
801-1600 m²	33	1,53%	42	2,33%
> 1600 m²	15	0,70%	21	1,17%
Oppervlakte onbekend	577	26,82%	503	27,96%

E. KETENS EN ZELFSTANDIGE WINKELS

I. KETENS EN ZELFSTANDIGE WINKELS EVOLUTIE & BENCHMARK

Ketens en zelfstandige winkels in aantal panden	KORTRIJK				GEMIDDELDE SELECTIE CENTRUMSTEDEN			
	2008	2013	2018	2019	2008	2013	2018	2019
Ketens	174	261	227	234	181	231	220	221
Zelfstandige zaken	773	689	610	603	657	565	496	474
Ketens en zelfstandige winkels in % van het aantal panden	2008	2013	2018	2019	2008	2013	2018	2019
Ketens	18%	27%	27%	28%	22%	29%	31%	32%
Zelfstandige zaken	82%	73%	73%	72%	78%	71%	69%	68%

II. KETENS EN ZELFSTANDIGE WINKELS PER FUNCTIE

	Aantal ketens	% Ketens	Aantal zelfstandigen	% Zelfstandigen	Totaal
Auto en fiets	0	0,0%	12	100,0%	12
Bruin- en witgoed	16	64,0%	9	36,0%	25
Doe-het-zelf	6	28,6%	15	71,4%	21
Huishoudelijke artikelen	4	16,0%	21	84,0%	25
In en om woning	14	12,2%	101	87,8%	115
Kleding en mode	107	42,6%	144	57,4%	251
Levensmiddelen	42	16,7%	210	83,3%	252
Overige detailhandel	10	31,3%	22	68,8%	32
Persoonlijke verzorging	20	32,8%	41	67,2%	61
Vrije Tijd	15	34,9%	28	65,1%	43
Totaal	234	28,0%	603	72,0%	837

III. KETENS EN ZELFSTANDIGE WINKELS PER FUNCTIE EN LIGGING DEELGEMEENTE KORTRIJK 2019

	Aalbeke	Bellegem	Bissegem	Heule	Kooigem	Kortrijk	Marke	Rollegem	Totaal
Ketens	0	3	1	6	0	219	4	1	234
% Ketens	0%	12%	4%	9%	0%	34%	10%	9%	28%
Bruin- en witgoed		1				15			16
Doe-het-zelf				1		5			6
Huishoudelijke artikelen						3	1		4
In en om woning						13		1	14
Kleding en mode						107			107
Levensmiddelen		2	1	5		31	3		42
Overige detailhandel						10			10
Persoonlijke Verzorging						20			20
Vrije tijd						15			15

Zelfstandige zaken	18	22	26	58	4	427	38	10	603
% Zelfstandige zaken	100%	88%	96%	91%	100%	66%	90%	91%	72%
Auto en fiets	1	1	1	2		3	4		12
Bruin- en witgoed		2				6	1		9
Doe-het-zelf		1	2	2	1	8	1		15
Huishoudelijke artikelen				1		20			21
In en om woning	2	5	3	9	3	69	8	2	101
Kleding en mode	2	4	3	10		119	4	2	144
Levensmiddelen	10	7	12	25		136	15	5	210
Overige detailhandel	1		1	3		16	1		22
Persoonlijke Verzorging	1	2	2	6		25	4	1	41
Vrije tijd	1		2			25			28
TOTAAL	18	25	27	64	4	646	42	11	837

F. DETAILHANDELSAANBOD NAAR FUNCTIE

I. DETAILHANDELSAANBOD NAAR FUNCTIE/PRODUCTGROEP IN AANTAL PANDEN EVOLUTIE & BENCHMARK

	KORTRIJK								GEMIDDELDE SELECTIE CENTRUMSTEDEN							
	2008		2013		2018		2019		2008		2013		2018		2019	
	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>
Levensmiddelen	285	12,9%	291	12,5%	254	11,6%	252	11,7%	233	12,4%	221	11,6%	200	11,1%	195	10,9%
Persoonlijke verzorging	59	2,7%	61	2,6%	60	2,7%	61	2,8%	51	2,7%	52	2,9%	53	2,9%	53	2,9%
Kleding en mode	273	12,4%	287	12,3%	247	11,3%	251	11,7%	233	12,4%	228	12,0%	209	11,6%	202	11,2%
Huishoudelijke artikelen	23	1,0%	32	1,4%	25	1,1%	25	1,2%	26	1,4%	23	1,2%	18	1,0%	15	0,8%
Vrije tijd	59	2,7%	52	2,2%	44	2,0%	43	2,0%	66	3,5%	54	2,8%	46	2,5%	44	2,5%
In en om woning	137	6,2%	124	5,3%	115	5,3%	115	5,3%	111	5,9%	104	5,5%	93	5,1%	91	5,0%
Bruin- en witgoed	45	2,0%	33	1,4%	24	1,1%	25	1,2%	40	2,1%	36	1,9%	25	1,4%	24	1,3%
Auto en fiets	18	0,8%	15	0,6%	12	0,5%	12	0,6%	16	0,9%	14	0,7%	14	0,8%	15	0,8%
Doe-het-zelf	19	0,9%	22	0,9%	21	1,0%	21	1,0%	26	1,4%	27	1,4%	25	1,4%	23	1,3%
Overige detailhandel	29	1,3%	33	1,4%	35	1,6%	32	1,5%	35	1,9%	37	2,0%	35	1,9%	35	1,9%
Horeca	462	21,0%	471	20,3%	453	20,7%	452	21,0%	400	21,3%	393	20,7%	381	21,1%	386	21,5%
Cultuur	21	1,0%	24	1,0%	21	1,0%	20	0,9%	19	1,0%	18	0,9%	18	1,0%	18	1,0%
Transport en brandstoffen	88	4,0%	84	3,6%	90	4,1%	91	4,2%	83	4,4%	84	4,4%	85	4,7%	86	4,8%
Ontspanning	23	1,0%	30	1,3%	35	1,6%	31	1,4%	21	1,1%	29	1,5%	32	1,7%	32	1,8%
Diensten	477	21,6%	514	22,1%	467	21,4%	465	21,6%	385	20,5%	397	20,9%	390	21,5%	389	21,6%
Leegstand	186	8,4%	252	10,8%	283	12,9%	255	11,9%	132	7,0%	187	9,8%	187	10,3%	192	10,7%

II. DETAILHANDELSAANBOD NAAR FUNCTIE/PRODUCTGROEP IN M² WVO EVOLUTIE & BENCHMARK

	KORTRIJK								GEMIDDELDE SELECTIE CENTRUMSTEDEN							
	2008		2013		2018		2019		2008		2013		2018		2019	
	m ² WVO	%	m ² WVO	%	m ² WVO	%	m ² WVO	%	m ² WVO	%	m ² WVO	%	m ² WVO	%	m ² WVO	%
Levensmiddelen	38.856	21,3%	35.841	16,2%	33.590	16,9%	31.944	16,3%	32.391	16,9%	33.347	15,9%	35.649	16,2%	36.385	16,5%
Persoonlijke verzorging	3.559	1,9%	4.327	2,0%	4.952	2,5%	5.074	2,6%	3.663	1,9%	3.833	1,8%	4.329	2,0%	4.468	2,0%
Kleding en mode	34.730	19,0%	48.944	22,2%	49.564	24,9%	50.953	26,1%	40.659	21,2%	45.634	21,7%	48.772	22,2%	48.032	21,8%
Huishoudelijke artikelen	5.117	2,8%	5.171	2,3%	4.216	2,1%	3.794	1,9%	5.599	2,9%	5.385	2,6%	4.288	2,0%	3.919	1,8%
Vrije tijd	15.833	8,7%	16.786	7,6%	12.843	6,4%	12.654	6,5%	16.133	8,4%	15.615	7,4%	14.144	6,4%	13.875	6,3%
In en om woning	33.474	18,3%	31.596	14,3%	30.000	15,1%	30.736	15,7%	46.597	24,3%	49.551	23,6%	53.487	24,4%	54.490	24,7%
Bruin- en witgoed	5.920	3,2%	6.863	3,1%	6.662	3,3%	8.049	4,1%	7.638	4,0%	7.066	3,4%	6.907	3,1%	6.743	3,1%
Auto en fiets	1.157	0,6%	1.464	0,7%	1.085	0,5%	1.096	0,6%	2.178	1,1%	2.499	1,2%	2.985	1,4%	2.971	1,3%
Doe-het-zelf	17.928	9,8%	17.123	7,8%	14.015	7,0%	14.015	7,2%	15.055	7,9%	16.004	7,6%	14.672	6,7%	14.644	6,6%
Overige detailhandel	4.994	2,7%	8.124	3,7%	9.005	4,5%	9.503	4,9%	5.899	3,1%	6.407	3,0%	6.900	3,1%	6.808	3,1%
Leegstand	21.086	11,5%	44.571	20,2%	33.204	16,7%	27.576	14,1%	15.581	8,1%	24.910	11,8%	27.518	12,5%	27.879	12,7%

III. DETAILHANDELSAANBOD NAAR FUNCTIE/PRODUCTGROEP IN PANDEN VOLGENS LIGGING PER DEELGEMEENTE 2019

	Aalbeke		Bellegem		Bissegem		Heule		Kooigem		Kortrijk		Marke		Rollegem		Groot-Kortrijk	
	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Auto en fiets	1	1,6%	1	1,3%	1	1,0%	2	1,2%			3	0,2%	4	3,6%			12	0,6%
Bruin- en witgoed			3	3,9%							21	1,3%	1	0,9%			25	1,2%
Cultuur							2	1,2%			17	1,1%			1	3,3%	20	0,9%
Diensten	13	21,0%	19	25,0%	32	31,1%	49	29,0%	2	15,4%	310	19,5%	32	28,8%	8	26,7%	465	21,6%
Doe-het-zelf			1	1,3%	2	1,9%	3	1,8%	1	7,7%	13	0,8%	1	0,9%			21	1,0%
Horeca	14	22,6%	20	26,3%	19	18,4%	32	18,9%	5	38,5%	333	21,0%	22	19,8%	7	23,3%	452	21,0%
Huishoudelijke artikelen							1	0,6%			23	1,4%	1	0,9%			25	1,2%
In en om woning	2	3,2%	5	6,6%	3	2,9%	9	5,3%	3	23,1%	82	5,2%	8	7,2%	3	10,0%	115	5,3%
Kleding en mode	2	3,2%	4	5,3%	3	2,9%	10	5,9%			226	14,2%	4	3,6%	2	6,7%	251	11,7%
Levensmiddelen	10	16,1%	9	11,8%	13	12,6%	30	17,8%			167	10,5%	18	16,2%	5	16,7%	252	11,7%
Ontspanning	1	1,6%			2	1,9%	2	1,2%			25	1,6%	1	0,9%			31	1,4%
Overige detailhandel	1	1,6%			1	1,0%	3	1,8%			26	1,6%	1	0,9%			32	1,5%
Persoonlijke Verzorging	1	1,6%	2	2,6%	2	1,9%	6	3,6%			45	2,8%	4	3,6%	1	3,3%	61	2,8%
Transport en brandstoffen	6	9,7%	7	9,2%	7	6,8%	10	5,9%	1	7,7%	54	3,4%	5	4,5%	1	3,3%	91	4,2%
Vrije tijd	1	1,6%			2	1,9%					40	2,5%					43	2,0%
Leegstand	10	16,1%	5	6,6%	16	15,5%	10	5,9%	1	7,7%	202	12,7%	9	8,1%	2	6,7%	255	11,9%
Totaal	62	100,0 %	76	100,0 %	103	100,0 %	169	100,0 %	13	100,0 %	1587	100,0 %	111	100,0 %	30	100,0 %	2151	100,0 %

IV. DETAILHANDELSAANBOD NAAR FUNCTIE/PRODUCTGROEP IN M² WVO VOLGENS LIGGING PER DEELGEMEENTE 2019

	Aalbeke		Bellegem		Bissegem		Heule		Kooigem		Kortrijk		Marke		Rollegem		Groot-Kortrijk	
	M ² WVO	%	M ² WVO	%	M ² WVO	%	M ² WVO	%	M ² WVO	%	M ² WVO	%	M ² WVO	%	M ² WVO	%	M ² WVO	%
Auto en fiets	50	1,2%	110	2,0%	30	0,7%	95	1,1%		0,0%	641	0,4%	170	3,1%		0,0%	1096	0,6%
Bruin- en witgoed		0,0%	640	11,8%		0,0%		0,0%		0,0%	7339	4,4%	70	1,3%		0,0%	8049	4,1%
Doe-het-zelf		0,0%	120	2,2%	177	4,4%	1225	13,6%	500	49,8%	11883	7,2%	110	2,0%		0,0%	14015	7,2%
Huishoudelijke artikelen		0,0%		0,0%		0,0%	25	0,3%		0,0%	3719	2,2%	50	0,9%		0,0%	3794	1,9%
In en om woning	775	18,9%	2775	51,3%	816	20,4%	1238	13,7%	460	45,8%	23092	14,0%	940	16,9%	640	63,9%	30736	15,7%
Kleding en mode	135	3,3%	265	4,9%	459	11,5%	989	11,0%		0,0%	48819	29,5%	211	3,8%	75	7,5%	50953	26,1%
Levensmiddelen	399	9,7%	1130	20,9%	1059	26,4%	4091	45,3%		0,0%	22783	13,8%	2315	41,7%	167	16,7%	31944	16,3%
Overige detailhandel	35	0,9%		0,0%	100	2,5%	209	2,3%		0,0%	8979	5,4%	180	3,2%		0,0%	9503	4,9%
Persoonlijke Verzorging	70	1,7%	70	1,3%	75	1,9%	210	2,3%		0,0%	4364	2,6%	255	4,6%	30	3,0%	5074	2,6%
Vrije tijd	1685	41,1%		0,0%	100	2,5%		0,0%		0,0%	10869	6,6%		0,0%		0,0%	12654	6,5%
Leegstand	955	23,3%	300	5,5%	1189	29,7%	944	10,5%	45	4,5%	22801	13,8%	1252	22,5%	90	9,0%	27576	14,1%
Totaal	4104	100,0 %	5410	100,0 %	4005	100,0 %	9026	100,0 %	1005	100,0 %	16528 9	100,0 %	5553	100,0 %	1002	100,0 %	19539 4	100,0 %

V. DETAILHANDELSAANBOD NAAR FUNCTIE/PRODUCTGROEP IN PANDEN VOLGENS LIGGING RUIMTELIJKE BELEIDSKADER VOOR HANDEL KORTRIJK 2019

	Buurtcentra		Handelsgehelen		Kernwinkelgebieden		Kleinhandelslinten		Kleinhandelszones		Verwevingsgebied		Groot-Kortrijk	
	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Auto en fiets			1	2,1%	3	0,3%	6	1,6%			2	0,3%	12	0,6%
Bruin- en witgoed			1	2,1%	14	1,4%	2	0,5%	5	5,1%	3	0,5%	25	1,2%
Cultuur					10	1,0%	3	0,8%			7	1,2%	20	0,9%
Diensten	12	23,1%	5	10,6%	205	20,7%	76	20,3%	6	6,1%	161	27,4%	465	21,6%
Doe-het-zelf			3	6,4%	3	0,3%	8	2,1%			7	1,2%	21	1,0%
Horeca	6	11,5%	5	10,6%	236	23,8%	61	16,3%	7	7,1%	137	23,3%	452	21,0%
Huishoudelijke artikelen			1	2,1%	14	1,4%			3	3,1%	7	1,2%	25	1,2%
In en om woning	1	1,9%	9	19,1%	38	3,8%	27	7,2%	5	5,1%	35	6,0%	115	5,3%
Kleding en mode	2	3,8%	1	2,1%	168	16,9%	22	5,9%	48	49,0%	10	1,7%	251	11,7%
Levensmiddelen	19	36,5%	7	14,9%	81	8,2%	65	17,3%	4	4,1%	76	12,9%	252	11,7%
Ontspanning			6	12,8%	8	0,8%	4	1,1%	1	1,0%	12	2,0%	31	1,4%
Overige detailhandel			1	2,1%	12	1,2%	6	1,6%	1	1,0%	12	2,0%	32	1,5%
Persoonlijke Verzorging	6	11,5%			25	2,5%	11	2,9%	8	8,2%	11	1,9%	61	2,8%
Transport en brandstoffen	2	3,8%	4	8,5%	2	0,2%	30	8,0%	2	2,0%	51	8,7%	91	4,2%
Vrije tijd			2	4,3%	20	2,0%	10	2,7%	6	6,1%	5	0,9%	43	2,0%
Leegstand	4	7,7%	1	2,1%	153	15,4%	44	11,7%	2	2,0%	51	8,7%	255	11,9%
Totaal	52	2,4%	47	2,2%	992	46,1%	375	17,4%	98	4,6%	587	27,3%	2151	100,0%

VI. DETAILHANDELSAANBOD NAAR FUNCTIE/PRODUCTGROEP IN M² WVO VOLGENS LIGGING TYPELOCATIE RUIMTELIJKE BELEIDSKADER VOOR HANDEL KORTRIJK 2019

	Buurtcentra		Handelsgehelen		Kernwinkelgebieden		Kleinhandelslinten		Kleinhandelszones		Verwevingsgebied		Groot-Kortrijk	
	m ² WVO	%	m ² WVO	%	m ² WVO	%	m ² WVO	%	m ² WVO	%	m ² WVO	%	m ² WVO	%
Auto en fiets			351	1,3%	220	0,3%	445	1,2%			80	0,2%	1096	0,6%
Bruin- en witgoed			397	1,5%	4365	6,8%	1112	2,9%	1615	6,2%	560	1,5%	8049	4,1%
Doe-het-zelf			8939	32,7%	242	0,4%	2426	6,4%			2408	6,4%	14015	7,2%
Huishoudelijke artikelen			803	2,9%	1537	2,4%			722	2,8%	732	1,9%	3794	1,9%
In en om woning	200	12,9%	5656	20,7%	5314	8,2%	6398	16,8%	3392	13,0%	9776	25,9%	30736	15,7%
Kleding en mode	114	7,3%	375	1,4%	25722	39,8%	9658	25,3%	14224	54,5%	860	2,3%	50953	26,1%
Levensmiddelen	748	48,1%	4335	15,9%	4345	6,7%	9733	25,5%	2214	8,5%	10569	28,0%	31944	16,3%
Overige detailhandel			2000	7,3%	1328	2,1%	2239	5,9%	165	0,6%	3771	10,0%	9503	4,9%
Persoonlijke Verzorging	205	13,2%			2188	3,4%	710	1,9%	1554	6,0%	417	1,1%	5074	2,6%
Vrije tijd			4241	15,5%	3120	4,8%	650	1,7%	2060	7,9%	2583	6,9%	12654	6,5%
Leegstand	288	18,5%	250	0,9%	16174	25,1%	4752	12,5%	167	0,6%	5945	15,8%	27576	14,1%
Totaal	1555	0,8%	27347	14,0%	64555	33,0%	38123	19,5%	26113	13,4%	37701	19,3%	195394	100,0%

III. LEEGSTAND

A. EVOLUTIE & BENCHMARK

LEEGSTAND	KORTRIJK				GEMIDDELDE SELECTIE CENTRUMSTEDEN			
	2008	2013	2018	2019	2008	2013	2018	2019
Aantal leegstaande commerciële panden	186	252	283	255	132	187	187	192
% leegstaande panden	8,44%	10,84%	12,95%	11,85%	7,05%	9,80%	10,33%	10,69%
WVO leegstand	21086	44571	33204	27576	15581	24910	27518	27879
% WVO leegstand	11,54%	20,19%	16,67%	14,11%	8,14%	11,85%	12,53%	12,66%

B. LEEGSTAND VOLGENS OPPERVLAKTE EVOLUTIE EN BENCHMARK

	KORTRIJK								GEMIDDELDE SELECTIE CENTRUMSTEDEN							
	2008		2013		2018		2019		2008		2013		2018		2019	
	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>	<i>Aantal</i>	<i>%</i>
0 – 100 m²	136	73,1%	175	69,4%	204	72,1%	186	72,9%	102	77,0%	129	69,3%	131	70,3%	138	71,6%
101 – 200 m²	25	13,4%	45	17,9%	44	15,5%	39	15,3%	17	12,7%	33	17,4%	28	14,8%	28	14,7%
201 – 400 m²	17	9,1%	15	6,0%	21	7,4%	21	8,2%	10	7,2%	16	8,4%	15	8,0%	14	7,4%
401 – 800 m²	7	3,8%	8	3,2%	11	3,9%	6	2,4%	2	1,8%	6	3,2%	8	4,2%	7	3,4%
801 – 1600 m²	0	0,0%	5	2,0%	2	0,7%	3	1,2%	1	0,8%	2	1,1%	4	2,0%	4	2,1%
+ 1600 m²	1	0,5%	4	1,6%	1	0,4%	0	0,0%	1	0,5%	1	0,5%	1	0,6%	1	0,7%

C. LEEGSTAND VOLGENS DUUR IN PANDEN EVOLUTIE & BENCHMARK

LEEFTIJD LEEGSTAND	KORTRIJK			GEMIDDELDE SELECTIE CENTRUMSTEDEN	
	2013	2018	2019	2018	2019
Aantal panden frictieleegstand	---	126	72	84	76
% Frictieleegstand	51,5%	44,5%	28,2%	44,9%	39,6%
Aantal panden langdurige leegstand	---	88	116	56	67
% Langdurige leegstand	30,5%	31,1%	45,5%	30,0%	34,9%
Aantal panden structurele leegstand	---	69	67	47	49
% Structurele leegstand	18,0%	24,4%	26,3%	25,2%	25,5%

D. LEEGSTAND VOLGENS DUUR EN LIGGING PER DEELGEMEENTE KORTRIJK 2019

Deelgemeente	Aanbod en leegstand				Leegstand panden					Leegstand WVO				
	# panden	% LS	# WVO	% LS	Aanvang / frictie	Langdurig	Structureel	Totaal LS	% van LS panden	Aanvang / frictie	Langdurig	Structureel	Totaal LS	% van LS WVO
Aalbeke	62	16,1%	4104	23,3%	1	6	3	10	3,9%	255	485	215	955	3,5%
Bellegem	76	6,6%	5410	5,5%	3	1	1	5	2,0%	90	60	150	300	1,1%
Bissegem	103	15,5%	4005	29,7%	5	7	4	16	6,3%	499	495	195	1189	4,3%
Heule	169	5,9%	9026	10,5%	3	4	3	10	3,9%	160	150	634	944	3,4%
Kooigem	13	7,7%	1005	4,5%		1		1	0,4%		45		45	0,2%
Kortrijk	1587	12,7%	165289	13,8%	58	90	54	202	79,2%	5745	9706	7350	22801	82,7%
Marke	111	8,1%	5553	22,5%	1	6	2	9	3,5%	27	935	290	1252	4,5%
Rollegem	30	6,7%	1002	9,0%	1	1		2	0,8%	25	65		90	0,3%
Totaal	2151	11,9%	195394	14,1%	72	116	67	255		6801	11941	8834	27576	

E. LEEGSTAND VOLGENS DUUR EN LIGGING TYPELOCATIE RUIMTELIJK BELEIDSKADER KORTRIJK 2019

Deelgemeente	Aanbod en leegstand				Leegstand panden					Leegstand WVO				
	# panden	% LS	# WVO	% LS	Aanvang / frictie	Langdurig	Structureel	Totaal LS	% van LS panden	Aanvang / frictie	Langdurig	Structureel	Totaal LS	% van LS WVO
Buurtcentra	52	7,7%	1555	18,5%	2	2		4	1,6%	108	180		288	1,0%
Handelsgehelen	47	2,1%	27347	0,9%		1		1	0,4%		250		250	0,9%
Kernwinkelgebieden	992	15,4%	64555	25,1%	39	67	47	153	60,0%	2990	7050	6134	16174	58,7%
Kleinhandelslinten	375	11,7%	38123	12,5%	17	22	5	44	17,3%	1068	2362	1322	4752	17,2%
Kleinhandelszones	98	2,0%	26113	0,6%	1	1		2	0,8%	122	45		167	0,6%
Verwevingsgebieden	587	8,7%	37701	15,8%	13	23	15	51	20,0%	2513	2054	1378	5945	21,6%
Totaal	2151	11,9%	195394	14,1%	72	116	67	255		6801	11941	8834	27576	

IV. AANBOD IN DE PIPELINE

A. SITE BLEKERIJ

Op de site Blekerij kan een totale bruto-oppervlakte van 8.500 m² ontwikkeld worden. Indien gekozen wordt voor een (gedeeltelijke) invulling met stedelijke functies wordt kleinhandel, horeca en vrijetijdsvoorzieningen toegelaten tot een maximum van 5.500 m². Het resterende deel (maximum 3000 m²) is bestemd voor kantoren en diensten.

Binnen het maximum van 5.500 m² wordt kleinhandel toegelaten onder de vorm van:

- een supermarkt met een minimum van 1000 m² bruto-vloeroppervlakte
- voor het resterend oppervlak (na aftrek oppervlakte supermarkt)
- minimum 50% plus 500 m² speciality goederen met steeds een minimale brutohandelsoppervlakte van 500 m² per unit.
- maximum 50 % min 500 m² shopping goederen, met steeds een minimale brutohandelsoppervlakte van 750 m² per unit

Indien er geen supermarkt komt, geldt de bovenstaande verdeling speciality goederen en shopping goederen voor de volledige 5.500 m².

D. TRENDS & ONTWIKKELINGEN

I. TRENDS AAN DE AANBODZIJDE

A. HANDELSLOCATIES

Concentraties van winkels, zowel in kerngebieden als in de periferie, stimuleren beleving en trekken hierdoor consumenten aan voor recreatieve shopping of 'funshopping'. De aantrekkingskracht van grotere centra zijn ten koste van kleine centra, waar de kansen voor detailhandel gereduceerd worden tot de basisvoorzieningen. De nabijheid en het gemak spelen voor de consument een belangrijke rol.

Sedert de jaren 60' werd heel wat bijkomende ruimte voor detailhandel ontwikkeld buiten de stadscentra. Dit gebeurde en gebeurt ook in Kortrijk (Ring Shopping Center, Bouwcentrum Pottelberg, Blekerij ...). Deze winkelgebieden zijn gemakkelijk te bereiken, met gratis parking.

Tussen 2008 en 2013 is de winkelvloeroppervlakte in Kortrijk toegenomen van 182.654 m² naar 220.810 m². Ook in andere centrumsteden zagen we een gelijkaardige stijging. In 2019 zien we dat de WVO in Kortrijk ondertussen met 12% is gedaald. In de vergelijkbare centrumsteden is de totale WVO alsnog toegenomen.

B. ALLEMAAL DIGITAAL

Ondertussen zou al 92% van de zelfstandige handelaars op één of andere manier online aanwezig zijn. 46% van de handelaars zou ook online verkopen. De belangrijkste redenen om niet online te verkopen zijn het gebrek aan tijd en kennis, het niet geschikt zijn van het product voor online verkoop. Andere redenen zijn de kostprijs en de te sterke (prijs)concurrentie online. 18% van de handelaars ziet geen voordeel in de online verkoop. Retailers overbruggen stilaan de digitale kloof.

Bron: <https://www.ecommercenews.be/helpt-van-zelfstandige-handelaars-verkoopt-online/>

C. BRANCHEVERVAGING

Conceptstores duiken meer en meer op in het straatbeeld. De handelaar wil meer inspelen op beleving en combineert hiervoor verschillende assortimenten. E-commerce komt op dat vlak namelijk tekort. Denk maar aan een koffiezaak, waar je alle aanwezige interieurstukken kan kopen. Horeca, retail en diensten worden vaak gecombineerd, waarbij men dan spreekt van het fenomeen 'blurring'.

D. RETAILSECTOR BEWEEGT SNEL

De retailsector beweegt heel erg snel: we zien ook meer starters, stoppers en verplaatsingen.

E. BELGIË BEENT BUURLANDEN STILAAAN BIJ

Afgelopen jaren hinkte België achter op andere Europese landen zoals Nederland op vlak van E-commerce aanbod. Doordat heel wat KMO's op de kar van E-commerce zijn gesprongen, wordt die achterstand stilaan weggewerkt. Andere maatregelen, zoals betere betalingsmogelijkheden, stimulerende overheidsacties... zorgden eveneens voor groei. "Over een echte inhaalbeweging kan echter nog niet gesproken worden. Er wordt groei gezien overheen de hele lijn: zowel op vlak van omzet, afzet, marktpenetratie en aantal verkooppunten."

Bron: <https://www.socialeconomie.be/sites/default/files/Samenvatting%20trendstudie%20e-commerce.pdf>

F. VERANDERENDE REGELGEVING

Recent zijn enkele belangrijke veranderingen qua wetgeving ingevoerd, die een impact hebben voor de e-spelers. Denk maar aan de Brexit, de versoepeling op nachtwerk voor tewerkstelling in E-commerce en de GDPR wetgeving.

Bron: <https://www.socialeconomie.be/sites/default/files/Samenvatting%20trendstudie%20e-commerce.pdf>

G. TECHNOLOGIE

Zowel in offline als online media volgen de technologische trends zich in snel tempo op. Denk maar aan augmented of virtual reality, al lang niets nieuws meer. Ikea gebruikt het al jaren. Veel retailzaken proberen om op de trein te springen van nieuwe technologieën, anders kan het snel over zijn. Het totaalconcept en de belevingsfactor zijn belangrijke voorwaarden geworden voor de consument. "Klanten kopen niet alleen een product, maar ook een ervaring." Innovatie verhoogt de klantverwachtingen.

Bron: <https://pulse.microsoft.com/nl-nl/business-leadership-nl-nl/retail-nl-nl/fa1-technologie-biedt-grote-kansen-voor-de-retail/>

H. BELANG VAN DATA

Data is big business, ook voor de E-commerce. Personalisatie zorgt ervoor dat de consument beter gekend is, en dat daarop kan worden ingespeeld. De GDPR wetgeving zorgde er evenwel voor dat misbruik van persoonlijke data beperkt werd. Niet alles is positief, want bedrijven die volop bezig zijn met verzamelen van data, lopen meer risico op cybermisdaden.

I. DRUK OP LOGISTIEKE PROCESSEN

E-spelers zijn genoodzaakt om hun commerciële processen te automatiseren. Bij groei is vaak een magazijn nodig voor opslag, maar daar kunnen vaak logistieke problemen opduiken. Retourbeleid wordt ook steeds belangrijker doordat het een belangrijke vereiste is van de consument. Verder ontstaan er steeds meer nieuwe productinnovaties, zoals bijvoorbeeld 'same-day delivery', die de druk op het logistiek proces alleen maar vergroten.

Bron: <https://www.kmoinsider.be/logistiek/e-commerce/hoe-de-logistieke-afhandeling-van-je-e-commerce-automatiseren-descartes>

Bron: https://www.logistiek.nl/supply-chain/blog/2018/06/e-commerce-laait-een-ander-doen-wat-je-zelf-kunt-101164027?vakmedianet-approve-cookies=1&_ga=2.177903973.1735773147.1563787920-1841255768.1563787920

J. S-COMMERCE

Naast de traditionele E-commerce ontstaan er nieuwe varianten. Merken en retailers gaan via sociale media zoals Instagram & Facebook meer en meer adverteren en daar kunnen bovendien rechtstreekse aankopen worden gedaan. Foto's of 'stories' moeten inspirerend werken om te verleiden tot aankopen. Merken 'connecteren' als het ware met hun klanten. Heel wat bedrijven zetten hiervoor ook 'influencers' in. Verwacht wordt dat het zogenaamde 'S-commerce' nog meer zal groeien.

II. TRENDS AAN DE VRAAGZIJDE

A. ALLEMAAL DIGITAAL

De volledige samenleving gaat meer en meer digitaal, internettoegang is een basisbehoefte geworden. De opkomst van het internet heeft een grote impact op de detailhandel. Langs de andere kant wordt retail ook grenzeloos, want online kan je je afzetmarkt als het ware vergroten naar de andere kant van de wereld.

I. AANKOPEN VIA INTERNET

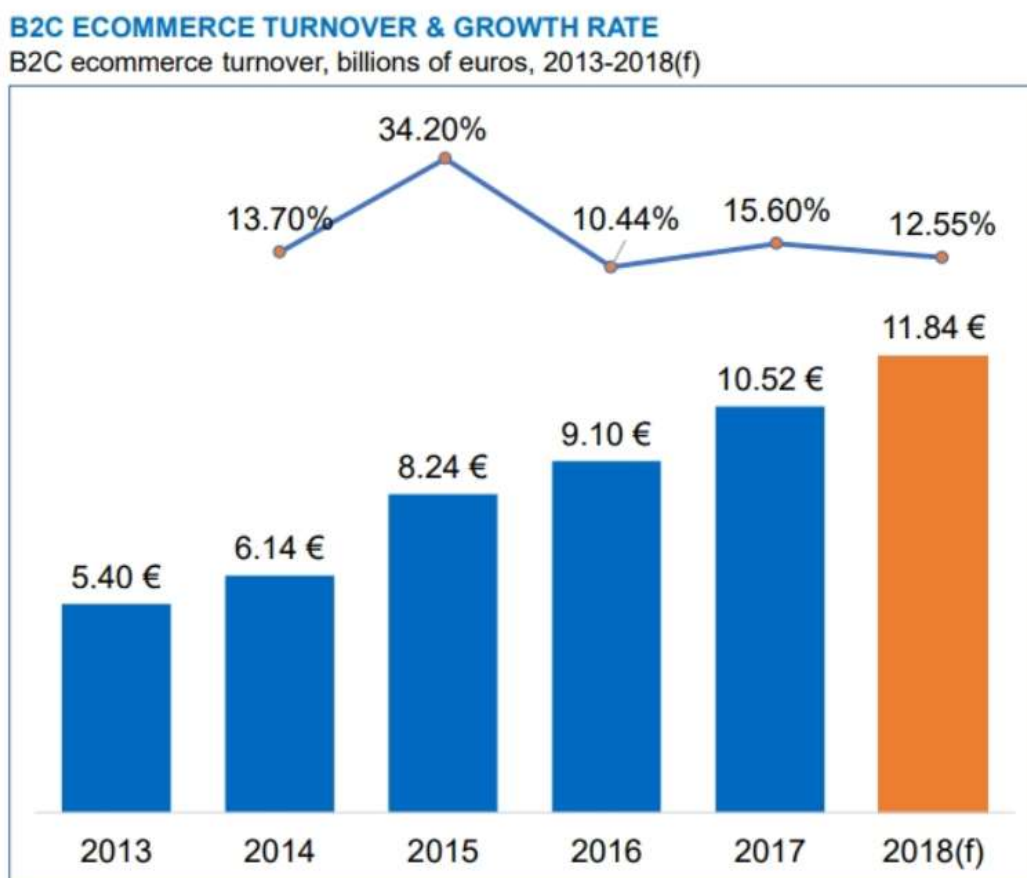
De bestedingen via internet blijven in stijgende lijn en zijn ook matuur geworden. Zo deden in 2016 8,9 miljoen Belgen aankopen via internet.

Bron: <https://www.socialeconomie.be/sites/default/files/Samenvatting%20trendstudie%20e-commerce.pdf>

Meer en meer consumenten kopen online en doen dit regelmatig: De ICT-enquête van de FOD Economie geeft aan dat het aandeel Belgen van 16 – 74 jaar dat zegt online te kopen verdrievoudigd is in 12 jaar: in 2016 ging dit om 22%, in 2018 gaat dit al om 68%. Binnen deze bevraging geeft in 2018 49% aan dat ze een aankoop deden in de laatste drie maanden, in 2016 ging dit nog om 14%.

Bron: <https://www.ubabelgium.be/nl/news-insights/detail/2019/05/06/De-cijferdans-van-de-e-commerce-in-Belgi%C3%AB>

Ook het bedrag dat online besteed wordt blijft volgens BeCommerce in stijgende lijn:



B2C Ecommerce Turnover & Growth Rate. Source: BeCommerce, 2017; Ecommerce Foundation, 2018.

Bron: <https://www.ecommercenews.be/ecommerce-in-belgie-e1184-miljard-waard-in-2018/>

Bovendien zijn de online retailers die de hoogste omzet binnen halen via E-commerce allen buitenlandse bedrijven, in de top 10 van de e-tailers in België vinden we enkel Vanden Borre en Vente-Exclusive op respectievelijk plaats 8 en 10.



Bron: <https://www.ecommercenews.be/buitenlandse-spelers-domineren-ecommerce-top-10/> & <https://www.ecommercenews.be/belg-shopt-steeds-meer-online-in-buitenland/>

Dit heeft tot gevolg dat er minder (winkelvloer)oppervlakte nodig is voor distributie van producten en diensten.

II. BETER GEÏNFORMEERDE CONSUMENT

De consument van vandaag is veel beter geïnformeerd en wordt kritischer. Potentiële klanten van vandaag hebben permanente toegang tot het internet via hun smartphone, tablet ... Op die manier kunnen zij op elk moment het net afzoeken naar de goedkoopste prijs voor een bepaald product en onder andere via sociale media en rating sites beoordelingen van andere consumenten vinden of vragen.

B. GROEIEND VERWACHTINGSPATROON VAN DE CONSUMENT

De klant is koning en dat blijkt ook in het online aankoopproces. De verwachtingen zijn hoog: de klant vereist dat een artikel op stock is, meteen leverbaar, dat er eindeloze betalingsmogelijkheden zijn, gratis retours... Er zijn ook vervagende trends op online of offline niveau. 'Webrooming' is een fenomeen waarbij de klant alle informatie op voorhand online opzoekt, en vervolgens offline koopt. Omgekeerd is er het meer gekende 'showrooming': klanten kijken offline en kopen online, meestal is de prijs de doorslaggevende factor.

Bron: <https://www.socialeconomie.be/sites/default/files/Samenvatting%20trendstudie%20e-commerce.pdf>

C. WIJZIGINGEN IN DE BEVOLKINGSSAMENSTELLING

De Kortrijkse bevolking is licht gegroeid t.o.v. vorige jaren, al is die groei minder dan in andere centrumsteden. Die trend zet zich ook voort in de prognose tegen 2030. De bevolking van Kortrijk vergrijst, maar de oudere bevolking blijft veel actiever dan voorheen. Service en bereikbaarheid zullen steeds belangrijker worden. De bevolking van Kortrijk verkleurt, de multiculturaliteit neemt toe. Ook de gezinssamenstelling verandert: alleenstaanden, nieuw samengestelde en kleine gezinnen groeien aan.

D. DEELECONOMIE

Delen is hip. Je kan je bezittingen delen met anderen of gezamenlijk gebruik maken van goederen of diensten. Alleen al in Kortrijk kunnen we verschillende aanbieders onderscheiden. Zo heb je het autodeelsysteem Cambio, de E-steps van CIRC, Airbnb... Er blijven nieuwe fenomenen ontstaan en verwacht wordt dat die trend zich zal voortzetten de komende jaren. Doordat de nieuwe devormen zich qua wetgeving in een grijze zone bevinden, zijn er vaak mankementen in het systeem. Het blijft belangrijk om de kinderziektes op termijn te laten verdwijnen. Daarnaast is het duidelijk dat de groei van de deeleconomie een grote impact zal hebben op retail. Producten die anders gekocht worden voor éénmalig gebruik, kunnen nu gewoon gedeeld worden. Het kan ook kansen bieden voor retail, zo kan bijvoorbeeld ruimte gedeeld worden door verschillende aanbieders.

Bron: <http://info.microsoft.com/rs/157-GQE-382/images/dynamics365-en-emerging-trends-changing-retail.pdf>

