

Schema van economische en commerciële ontwikkeling van de gemeente Anderlecht

ACTIE SHEETS



samenvatting

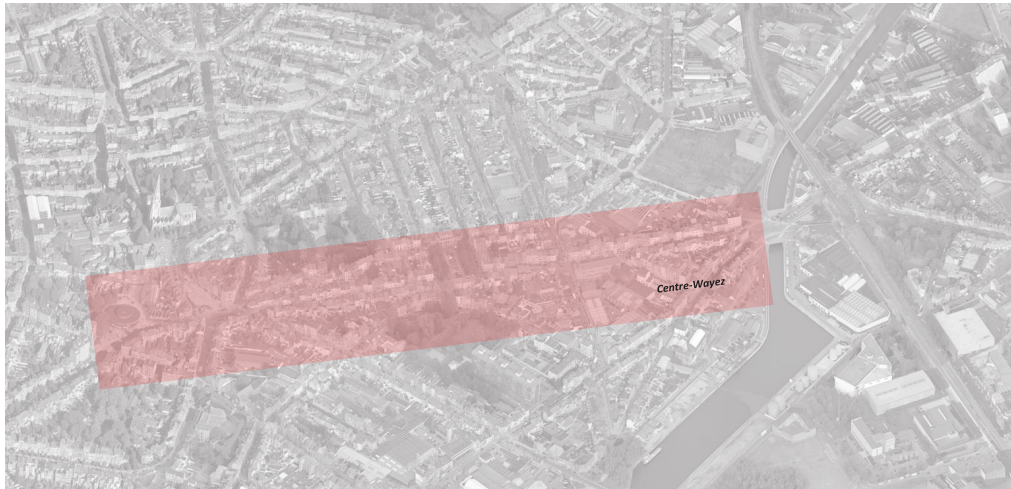
FICHES:

- 1 - Pool Wayez
- 2 - Pool Cureghem
- 3 - Pool Midi
- 4 - Pool Chaussée de Mons
- 5 - Pool La Roue - Bizet
- 6 - Pool Chaussée de Ninove - Scheut
- 7 - Pool Westland
- 8 - Pool Cora
- 9 - Schematische kaarten

Fiche 1 - Centrum Woyez



Localisatie



Photo

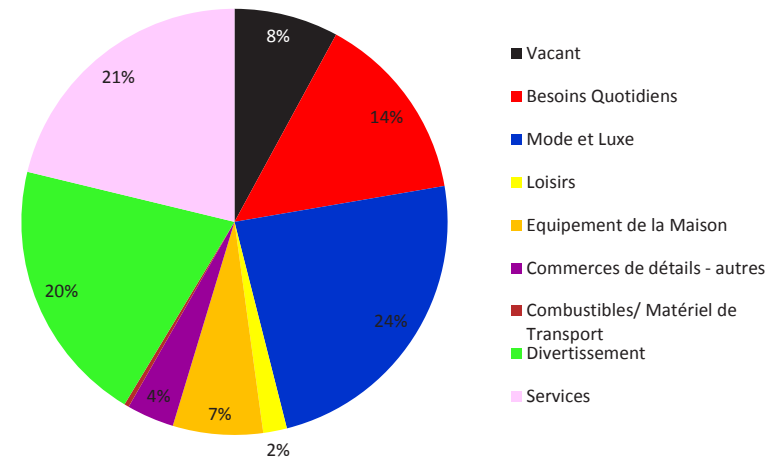


Indicatoren

Cellules	278
% Enseignes	12%
Surface moyenne (m ²)	93
% de cellules vides	8%
Surfaces vacantes (m ²)	1375



Commerciële mix



Fiche 1 - Centrum Wayez

Actieplan

Context

- ▶ Historisch commercieel hart van de stad.
- ▶ Multiculturele wijk en een loyaal en gevarieerde klantenkring.
- ▶ Weinig internationale enseignes, sterke vertegenwoordiging van etnische handel.
- ▶ Weinig handelaars werken tijdens het weekend.
- ▶ Commerciële verschillen tussen de boven- en onderkant van de Wayezstraat.
- ▶ Er wordt weinig belang gehecht aan de voetgangers.

Doelstellingen

- ▶ Verhoging v/d commerciële dynamiek van de pool.
- ▶ De ontwikkeling van de stedelijke omgeving (gebouwen, plaatsen, erfgoed).
- ▶ Het bevorderen van de voetgangerszone in de stedelijke ruimte en het verbeteren van de mobiliteit. Het suprimeren van parkeerplaatsen langs de wegen maar een ondergrondse parking voorzien in de omgeving.
- ▶ Een coherent en aantrekkelijke handelsroute voorstellen.
- ▶ De specifieke historische en culturele kenmerken v/h gebied meer in het daglicht te stellen.

Acteurs

- Gemeente Anderlecht
- Brussels Hoofdstedelijke Gewest
- Handelaarsvereniging
- MIVB
- Atrium
- Parkingbeheerder
- Eigenaar v/d commerciële cellen

Type enseignes

- Personenuitrusting:
- H&M, C&A, Bershka
 - Damart, Cassis-Paprika

- Vrije tijd:
- Club, Hema



Tijdelijk

middellange termijn

Huidige identiteit

Winkelstraat met weinig commerciële diversiteit

Toekomstige iden.

Cultuurhistorisch winkelgebied.
Het hart van de stad.

Fiche 1 - Centrum Wayez

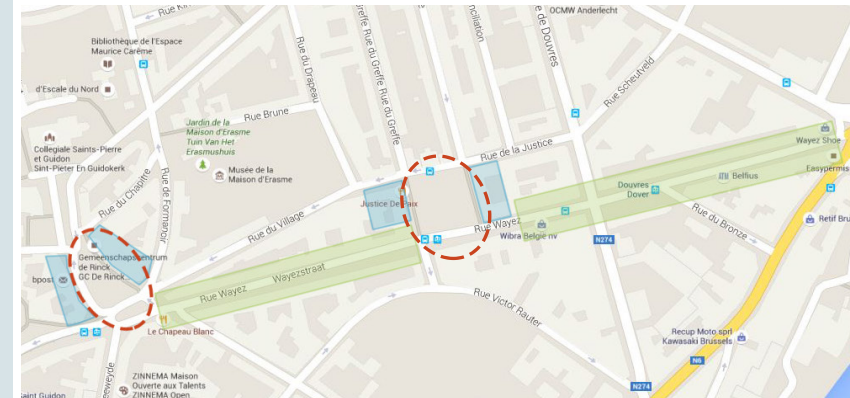
Uitvoering en aanbevelingen

Acties

- ▶ Versterking v/d personenuitrusting aan de bovenzijde v/d Wayezstraat.
- ▶ Het bevorderen van commerciële locomotieven (internationale enseignes, concept stores, speciaalzaken).
- ▶ De commerciële concentratie rond «Place de la Vaillance» bevorderen, Wayezstraat en «Place de la Résistance». Het bevorderen van diensten naar «Saint-Guidon».
- ▶ Het creëren van een handelsroute in de vorm v/e lus in de Wayezstraat. Verbinding creëren tussen: «Place de la Vaillance en Place de la Résistance». Het creëren v/e aantrekkelijke, coherente handelsroute. Stedelijke ontwikkeling gewijd aan zwakke weggebruikers zoals: voetgangers, fietsers.
- ▶ Profiteren van de nabijheid van de universiteiten om aan de studenten diensten en uitgaansplaatsen voor te stellen: Fast Food, type Quick op de «Place de la Vaillance».
- ▶ De her kwalificering van het «Wayez pool», als het zenuwcentrum van de gemeente Anderlecht. Het benadrukken van zijn identiteit en zijn specifieke kenmerken. Cultureel en commercieel centrum. « De ontmoeting van geschiedenis - culturen».

Communication

De sterke punten van het handelspool naar voren brengen aan de users en non-users. Marketing integreren voor de revitalisering van het centrum (culturele en commerciële evenementen). Multiculturele en intergenerationale winkels voor een divers publiek.



- Woonruimte
- Handelszaken
- HoReCa



Fiche 2 - Cureghem



Localisatie



Photo

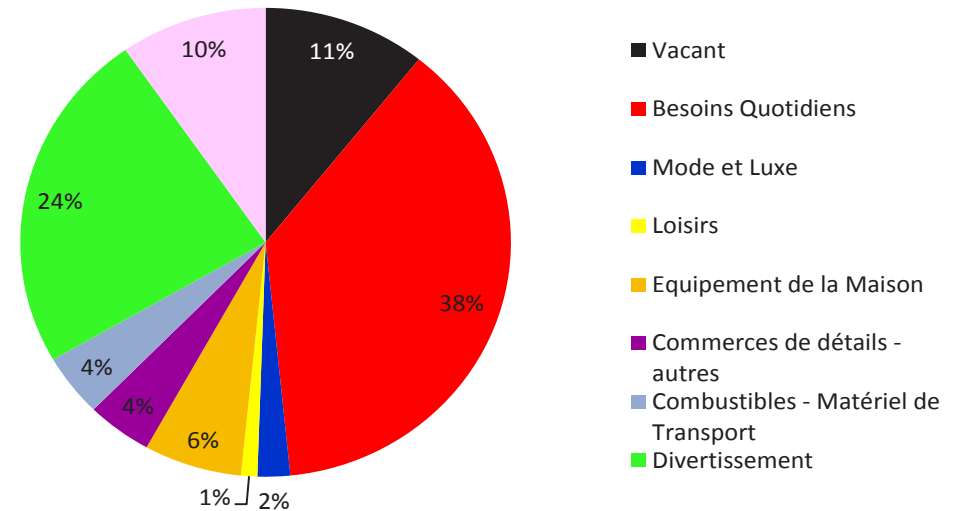


Indicatoren

Cellules	93
% Enseignes	3%
Surface moyenne (m ²)	84
% de cellules vides	11%
Surfaces vacantes (m ²)	690



Commerciële mix



Fiche 2 - Cureghem

Actieplan

Context

- ▶ Populaire en karakteristieke wijk van Brussel.
- ▶ Historische troef maar privé: «Les Abattoirs»
- ▶ Wekelijkse evenementen die voor belangrijke voetgangersstromen zorgen (markten, afterwork, enz,...).
- ▶ Wijk met veel etnische winkels en handelszaken die gepecialiseerd zijn in horeca.
- ▶ Vervallen wijk, beïnvloed door verschillende stedelijke projecten

Doelstellingen

- ▶ De voetgangersstroom en de attractiviteit v/d «Abattoirs» herverdelen naar andere delen v/d wijk en naar de aanwezige handelaars.
- ▶ Stedelijke vernieuwing: het erfgoed meer in het daglicht stellen.
- ▶ Het verbeteren van het voetgangersverkeer.
- ▶ Profiteren v/d aanwezigheid van stedelijke projecten rondom de wijk, algemene cohesie behouden (Les Abattoirs, RER, Biestebroeck, enz, ...).

Acteurs

- Abattoirs (slachthuis)
- Gemeente van Anderlecht
- Projectontwikkelaars
- Brussels Hoofdstedelijke Gewest
- Handelaarsvereniging
- MIVB

Type enseignes

- Gespecialiseerde winkels voor Horeca.



Tijdelijk

Korte termijn

Huidige identiteit

Bouwwallige populaire wijk
Ruptuur tussen «Les Abattoirs» (privé) en de wijk (publiek)

Tijdelijke splitsing
Begin v/d week: semi-gros
Eind v/d week: markten

Toekomstige iden.

Aantrekkelijke supra regionale wijk
Unique plaats
gespecialiseerd in
dagelijkse behoeften en
horeca diensten.

Fiche 2 - Cureghem

Uitvoering en aanbevelingen

Acties

- ▶ Aanpassing en specialisatie van het commercieel aanbod: Dagelijkse behoeften en horeca diensten.
- ▶ (her)Aanleg van wegen, verbetering van voetgangersverkeer.
- ▶ Renovatie en het gebouwde erfgoed meer in het daglicht stellen. Totstandbrenging van GemSV enseignes en gevels.
- ▶ Profiteer van de talrijke projecten rondom de buurt, het behouden v/d algemene samenhang met betrekking tot de identiteit v/d buurt (wijk).
- ▶ Klanten uitnodigen om andere buurten en winkels te ontdekken buiten de site «Abattoirs».
- ▶ Het mogelijk potentieel van de kelders van Cureghem meer naar voren brengen.
Idee: innovatief restaurant, wijnhandel, delicatessen.

Communicatie

Communiceren over de unieke kenmerken van de buurt. Emblematische plaats voor de cultuur van Anderlecht alsook voor de Brusselse cultuur. Samenhang tussen de acties die worden uitgevoerd door de «Abattoirs» en die van de gemeente (voor de buurt/wijk).



Fiche 3 - Midi



Localisatie



Photo

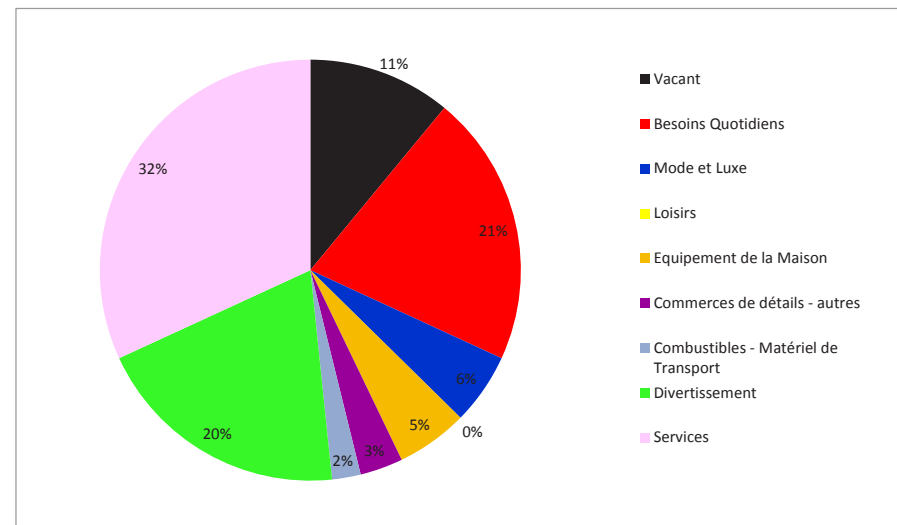


Indicateuren

Cellules	91
% Enseignes	8%
Surface moyenne (m ²)	51
% de cellules vides	11%
Surfaces vacantes (m ²)	515



Commerciële mix



Fiche 3 - Midi

Acties

Context

- ▶ Wijk (randgemeente), in de buurt van het Zuidstation, maar geniet niet echt van de aantrekkingskracht van het station.
- ▶ Buurt van diensten (32% van de commerciële mix)
- ▶ Weinig commerciële enseignes en kleinere oppervlakten voor de commerciële cellen.
- ▶ Commerciële leegstand (11%)
- ▶ Vage afbakening v/d periferie van het gebied.

Doelstellingen

- ▶ Lokale pool. Zich niet langer focussen op enkel en alleen de passage van het station. Maar zich ook concentreren op het bestaande potentieel.
- ▶ Enseignes en diensten voorstellen die gewijd zijn aan de inwoners en werknemers van de buurt.
- ▶ Het Bara Plein verbinden met het gemeenteplein.
- ▶ Het in daglicht stellen van het stedelijk kader en het gebouwde erfgoed.

Acteurs

- Inwoners en werknemers
- Gemeente Anderlecht
- Projectontwikkelaars
- Brussels Hoofdstedelijke Gewest
- Handelaarsvereniging

type enseignes

- Nabije handelszaken
- Voeding winkel
- HoReCa voor de werknemers v/d buurt



Tijdelijk

Korte termijn

Huidige ident.

Buurt zonder identiteit (specifiek karakter)
Vage positionering vanwege zijn geografische ligging.

Toekomstige ident.

Lokale buurt
Winkels en lokale diensten voor bewoners en werknemers.

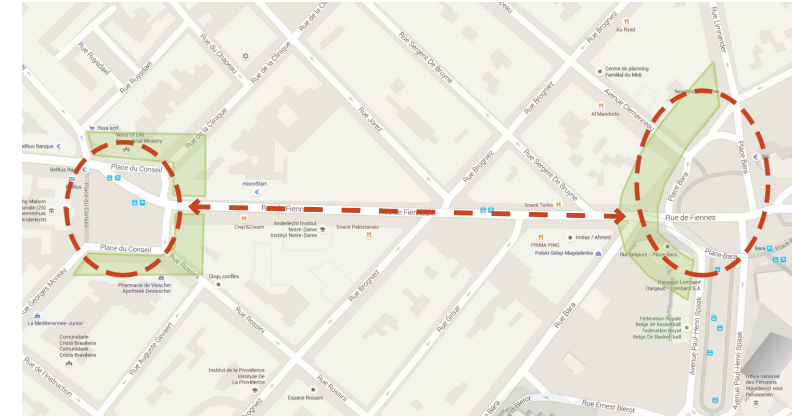
Uitvoering en aanbevelingen

Acties

- ▶ Aanpassing en specialisatie van het commercieel aanbod: dagelijkse behoeften en lokale diensten.
- ▶ (her)aanleg van wegen, optimalisatie van het voetgangersverkeer.
- ▶ Het Bara en gemeenteplein meer naar voren brengen. Transformeer deze pleinen in een soort van ontspanning/ontmoetingsplaats. Organiseren van evenementen: animatie, markten, brocante, ...
- ▶ Renovatie en het gebouwde erfgoed meer in het daglicht stellen. Totstandbrenging van GemSV enseignes en gevels.
- ▶ Beperken van stedelijke en commerciële onenigheden in de stadswijk. De commerciële concentratie nabij de pleinen bevorderen, alsook, de transformatie van afgelegen handelscellen in logementen.

Communicatie

Communiceren over de mogelijkheden van het nabije handelspotentieel, om de commerciële invasie te beperken. Handelszaken en diensten meer in het daglicht stellen voor de werknemers van de buurt.



Fiche 4 - Chaussée de Mons



Localisation



Photo

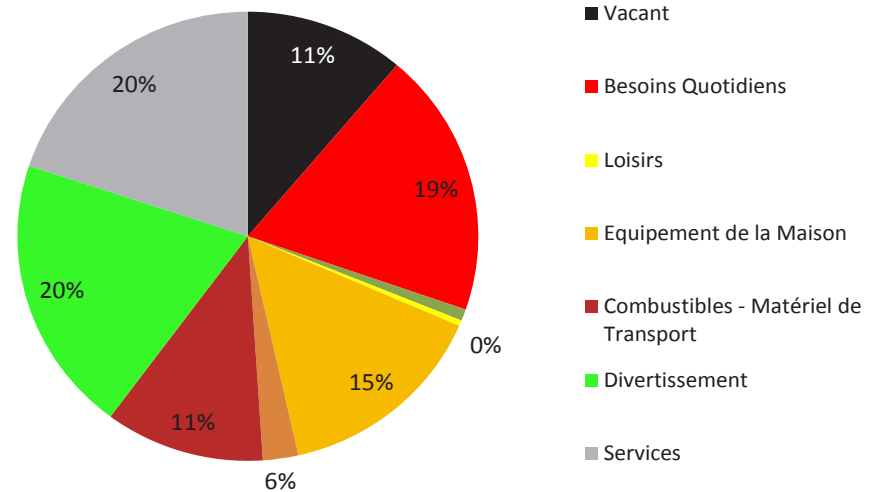


Indicateurs

Cellules	241
% Enseignes	15%
Surface moyenne (m ²)	499
% de cellules vides	11%
Surfaces vacantes (m ²)	2.523



Commerciële mix



Fiche 4 - Chaussée de Mons

Acties

Context

- ▶ Structurerende verkeer as, heterogeen en gefragmenteerd commercieel landschap.
- ▶ Aanwezigheid van nationale en internationale enseignes (Ikea, Plan It, Colruyt, Delhaize).
- ▶ Generende verkeersas (passage)
- ▶ Hoog percentage leegstaande cellen (11%).
- ▶ Goede toegang via het openbaarvervoer, maar weinig ruimte voor de voetgangers.

Doelstellingen

- ▶ Commerciële verspreiding voorkomen.
- ▶ (Her)indeling 'Chaussée de Mons' in specifieke handelspolen
Beneden de steenweg: binnenhuisinrichting
La Roue-Biset: nabije handelspool
Kruispunt A.Briand: Dagelijkse behoefte (GSA) en Diensten.
- ▶ Profiteer van de stromen (passage), door ze aan te moedigen om de handelszaken te gaan bezoeken.
- ▶ Aantrekkelijke parkeerprijzen voorstellen, of eventueel de eerste 15-20 minuten gratis parking, om zo meer klanten aan te trekken om te gaan shoppen.

Acteurs

- Inwoners en pendelaars
- Gemeente Anderlecht
- Projectontwikkelaars
- Brussels Hoofdstedelijk Gewest
- Handelaarsvereniging
- Enseignes (IKEA, Plan It, enz)

Type enseignes

- Onderkant van de steenweg (Zuiden):
- Binnenhuisinrichting
Maisons du Monde, Ixina, enz
- Bovenaan de steenweg (A.Briand):
- Dagelijkse behoeften voldoende aanbod



Tijdelijk

Middel lange ter.

Huidige ident.

Weinig coherent, geen structurele verkeersas - commerciële dispersie

Toekomstige ident.

- Segmentatie per pool:
1. pool: binnenhuisinrichting
 2. nabije handelspool (dagelijkse behoeften; slagerij, kleine supermarkt,...)
 3. Pool met grotere oppervlakten.

Fiche 4 - Chaussée de Mons

Uitvoering en aanbevelingen

Acties

- ▶ Commerciële concentratie om de dispersie van handelszaken te beperken. De verwijderde handelscellen transformeren in woningen.
- ▶ De mobiliteit voor de zwakke weggebruikers optimaliseren. Het oversteken van wegen toegankelijker maken, dit zal de veiligheid voor de zwakke weggebruikers bevorderen.
- ▶ Specialisatie van de handelspolen:

Aan de onderkant van «Chaussée de Mons» (Zuid - Ikea naar La Roue):

Gespecialiseerd in binnenhuisinrichting.

Doelstelling: de referentie worden voor de categorie 'binnenhuisinrichting' in BxL.
Mobiliteit: toegankelijkheid met het openbaar vervoer, leveringsdiensten, nabije parking voorzien voor nieuwe winkels.

La Roue-Bizet: zie volgende fiche.

Croisement A. Briand (Pôle Delhaize, Colruyt):

Zijn huidige specialisatie behouden: voedingsketens met een grote oppervlakten, diensten en brandstoffen/transport. Handelszaken priviligieren die grote oppervlakten zoeken en die zich niet kunnen installeren langs de «Rue Wayez».

Chaussée de Mons= ondersteuningspool voor het pool Wayez.

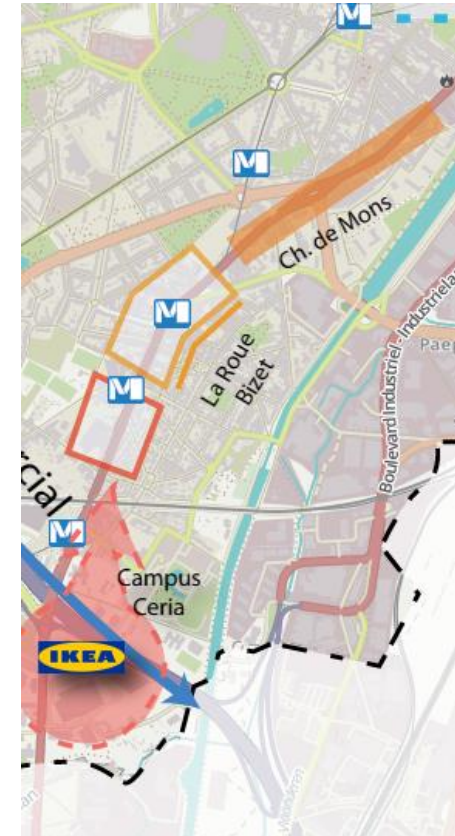
Communicatie

Communiceren over de specifieke kenmerken van elke handelspool.

Onderkant van de Steenweg: regionale attractiviteit

La Roue-Bizet: lokale attractiviteit

Kruispunt A. Briand : communale attractiviteit



Fiche 5 - La Roue - Bizet



Localisation



Photo

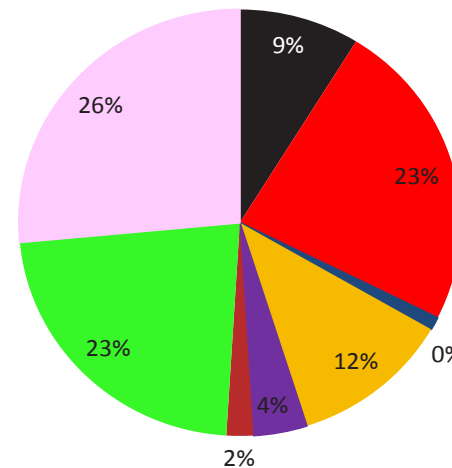


Indicateurs

Cellules	102
% Enseignes	10%
Surface moyenne (m ²)	85
% de cellules vides	9%
Surfaces vacantes (m ²)	605



Commerciële mix



- Vacant
- Besoins Quotidiens
- Mode et Luxe
- Loisirs
- Equipement de la Maison
- Commercies de details - autres
- Combustibles - Matériel de Transport
- Divertissement
- Services

Fiche 5 - La Roue - Bizet

Acties

Context

- ▶ Lokale handelspool doorkruist een belangrijke weg met veel passage
- ▶ Lokale handelzaken : dagelijkse behoeften, HoReCa, diensten kleine commerciële oppervlakten, weinig dynamisch
- ▶ Onafhankelijk pool: weinig connecties met andere handelspolen.
- ▶ Rekening houden met de commerciële verspreiding v/d handelzaken (zoals leegstaande cellen, verder verwijderde handelscellen)
- ▶ Goede toegankelijkheid met het openbaar vervoer

Objectief

- ▶ Commerciële concentratie
- ▶ Het behouden van de lokale en vriendelijke dimensie van het handelspool, dit als een pluspunt gebruiken ten opzichte van andere handelspolen.
- ▶ Profiteren van de passage, en het aanmoedigen van commerciële haltes (om te shoppen, boodschappen te doen, ...).
- ▶ De bekendheid van de handelzaken en zelfstandige ambachtsslieden verhogen.

Acteurs

- Inwoners en pendelaars
- Handelaarsvereniging
- Gemeente van Anderlecht
- Brussels Hoofdstedelijk Gewest
- MIVB

Type enseignes

- Het bevorderen van lokale handelzaken
- handelzaken accepteren zoals: Press shop, 5àsec, Panos, enz.



Tijdelijk

Korte term

Huidige ident.

Handelspool gelegen langs een structurerende weg

Toekomstige ident.

De huidige identiteit behouden
De kwaliteit van de handelzaken meer naar voren brengen.
Aantrekken van pendelaars

Fiche 5 - La Roue - Bizet

Uitvoering en aanbevelingen

Acties

- ▶ Commerciële focus om te toename van de stadsuitbreiding te voorkomen. De focus meer richten naar het Bizet Plein.
- ▶ De legge handelscellen transformeren in huisvesting. Doelstelling: toename van de bevolkingsgroei en toename van het clientele.
- ▶ De huidige identiteit behouden van de handelspool. De inwoners en pendelaars inlichten over de aanwezigheid en de kwaliteit van de handelszaken.
- ▶ Het behouden van voldoende parkeeraanbod om de commerciële haltes te bevorderen. De parking «Metro Bizet» behouden. Aantrekkelijke prijzen voorstellen voor korttermijn parkeren (langs de weg), de prijzen pas verhogen na 30/60 min.
- ▶ Het bevorderen van de diversiteit van het commercieel aanbod.
- ▶ Optimalisering van een gebruiksvriendelijke en efficiënte stedelijke ontwikkeling gericht naar de voetgangers en zwakke weggebruikers.

Communicatie

Communiceren over de kwaliteit en het belang van de handelszaken.
Specifieke diensten voorstellen voor de pendelaars: service traiteur, leveringen, online bestellingen, vermelding van parkeerplaatsen via de handelaars.
Optimalisatie van buurt evenementen zoals: braderie, rommelmark, enz.



Fiche 6 - Chaussée de Ninove - Scheut



Localisation



Photo

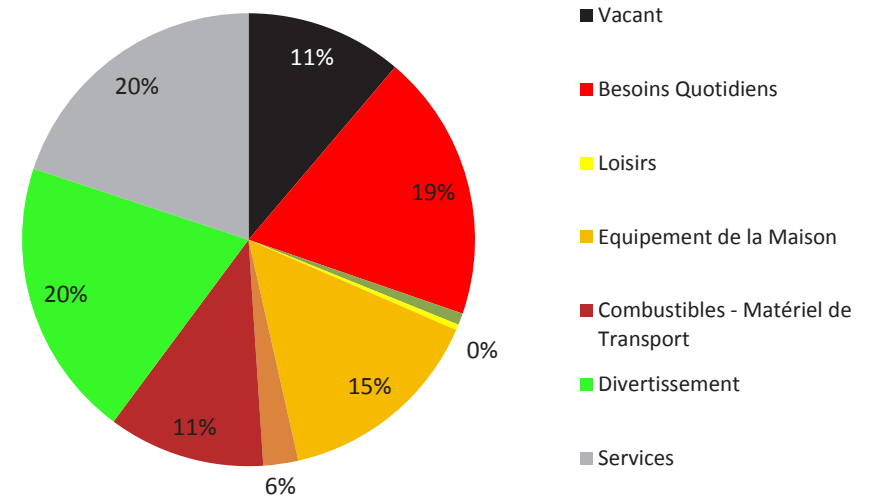


Indicateurs

Cellules	241
% Enseignes	15%
Surface moyenne (m ²)	499
% de cellules vides	11%
Surfaces vacantes (m ²)	2.523



Commerciële mix



Fiche 6 - Chaussée de Ninove - Scheut

Acties

Context

- ▶ Structurele weg met een hoog passage niveau.
- ▶ Aanwezigheid van belangrijke enseignes (C&A, Match, Delhaize, enz.) Belangrijke commerciële oppervlakten. Enseignes met een «winkelbestemming», die interessant zijn voor andere eventuele commerciële doeleinden.
- ▶ Commerciële verspreiding, veel leegstaande handelscellen.
- ▶ Druk wegenverkeer, onveilig voor voetgangers(moeilijk oversteken).
- ▶ Parkeren en leveringen zijn moeilijk voor de handelszaken.

Doelstellingen

- ▶ Het beperken van commerciële verspreiding van de handelszaken.
- ▶ Het behouden van de lokale handelszaken voor de bewoners.
- ▶ Profiteren van de passage die geleid wordt dankzij de Steenweg.
- ▶ Regelingen/wijzigingen toepassen op het niveau van de wegen (belangrijk voor commerciële doeleinden).
- ▶ Concurrentie vermijden met andere gemeentelijke handelspolen.
- ▶ De ontwikkeling v/d personenuitrusting beperken.

Acteurs

- Inwoners en pendelaars
- Handelaarsvereniging
- Gemeente Anderlecht
- Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Type enseignes

- Dagelijkse behoeften
- Brandstoffen/transport

Behouden van lokale handelszaken voor de bewoners



Tijdelijk

Korte termijn

huidige identiteit

Structurele weg
Frequente stops van automobilisten
+
Nabije handelszaken

Toekomstige identiteit

Behouden van de huidige identiteit
Differentiatie ten opzichte van andere polen:
oriëntatie discount

Fiche 6 - Chaussée de Ninove - Scheut

Uitvoering en aanbevelingen

Acties

- ▶ Het beperken van stadsuitbreiding en de commerciële concentratie promoten. De lege handelscellen die verder gelegen zijn transformeren in huisvesting. Een duidelijk onderscheid maken tussen commerciële handelscellen en woningen (markeringen op de grond, bewegwijzering parkeren).
- ▶ Maatregelen treffen om het verkeer op sommige gebieden (waar veel commerciële concentratie aanwezig is) te vertragen.
- ▶ Bevestiging van de oriëntatie van de steenweg: discount, om zich te onderscheiden ten opzichte van de andere gemeenschappelijke handelspolen.
- ▶ Korte parkeertermijnen voorstellen om het commercieel belangen aan te moedigen. Parkeerplaatsen voorstellen die beschikbaar zijn voor leveringen tijdens specifieke perioden.
- ▶ Tot stand brengen van een GemSV voor gevels om zo de stedenbouwkundige coherentie te bevorderen.
- ▶ Het aanbod van lokale winkels behouden, om blijven te voldoen aan de behoeften, i.v.m. de hoge bevolkingsdichtheid van de buurt.
- ▶ De concurrentie beperken met andere commerciële handelspolen (vermijd de mix personenuitrusting, of sectoren die oververtegenwoordigd zijn in de gemeenten).

Communicatie

Bewegwijzering v/d parkeerplaatsen en communiceren over de aantrekkelijke prijzen voor korte parkingstops.



Fiche 7 - Pôle Westland



Localisatie



Photo

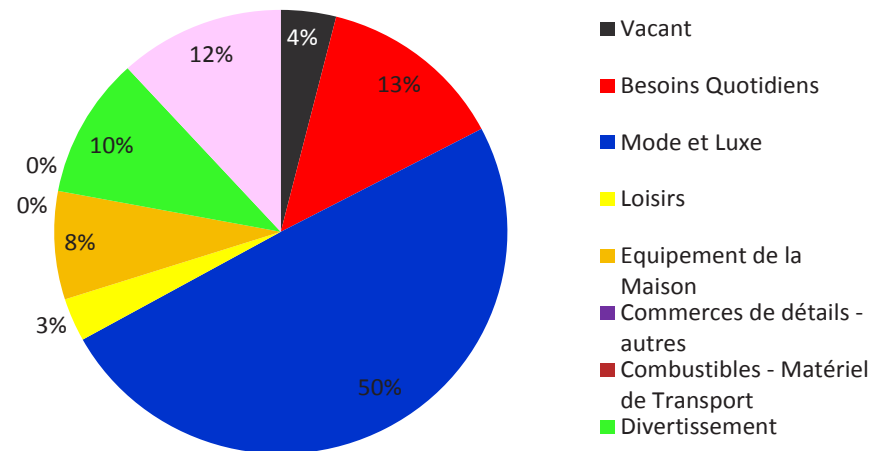


Indicateuren

Cellules	127
% Enseignes	69%
Surface moyenne (m ²)	227
% de cellules vides	4%
Surfaces vacantes (m ²)	515



Commerciële mix



Fiche 7 - Pôle Westland

ACTIES

Context

- ▶ Aanwezigheid van het Westland Shopping, beschikt over een grote aantrekkingskracht (supra-communaal).
- ▶ Aantrekkelijke commerciële mix (50% bestaat uit personenuitrusting).
- ▶ Zelfstandig handelspool, niet veel connecties met andere handelspolen.
- ▶ Aanwezigheid van enseignes alsook de aanwezigheid van zelfstandige handelaars.
- ▶ Ontwikkeling van omliggende enseignes, die wil

Doelstellingen

- ▶ De aanwezige enseignes nabij het Westland Shopping begeleiden bij hun ontwikkeling.
- ▶ De handelspool in verbinding brengen met andere commerciële handelspolen van Anderlecht.
- ▶ Het uitzicht van de site optimaliseren.
- ▶ Verbinding/contact van de shopping met haar omgeving

Acteurs

- Devimo (Westland)
- Inwoners en pendelaars
- Handelaarsvereniging
- Gemeente Anderlecht
- Brussels Hoofdstedelijk Gewest

Type enseignes

- Het behouden van de diversiteit van de nationale en internationale enseignes, en de onafhankelijke speciaalszaken in de shopping.



Tijdelijk

Lange termijn

Actuele identiteit

Aantrekkelijk shopping centrum, die de ontwikkeling van omliggende handelszaken beïnvloed

Toekomstige identiteit

Shopping Center dat geopend is voor de buurt en de commerciële ontwikkeling.
Positionering van de standing: middel - hoog

Fiche 7 - Pôle Westland

Uitvoering en aanbevelingen

Acties

- ▶ De toegang tot de shopping en de parking optimaliseren.
- ▶ Het behouden van de aantrekkelijkheid van de handelspool, maar voorkomen dat de shopping andere gemeenschappelijke handelspolen niet beïnvloed.
- ▶ Alert blijven voor stedenbouwkundige aanvragen van de omliggende enseignes van de shopping. Meer gefocust blijven op de aanwezige enseignes in de shopping, en voorkomen dat de concurrentie toeneemt tussen de verschillende handelspolen.
- ▶ Het cliënteel van de Shopping aansporen de andere commerciële centra van de stad te bezoeken.
- ▶ Herstructurering van het gebouw: het stedelijk model van het winkelcentrum herbekijken, een meer hedendaagse architectuur toepassen die ook de omgeving (buurt) integreert in de nieuwe structuur.

Communicatie

De sterke punten van de gemeente meer naar voren brengen.
Dit door middel van (info)borden/banners te plaatsen in de shopping om het cliënteel v/d shopping aan te sporen ook andere handelspolen te bezoeken.



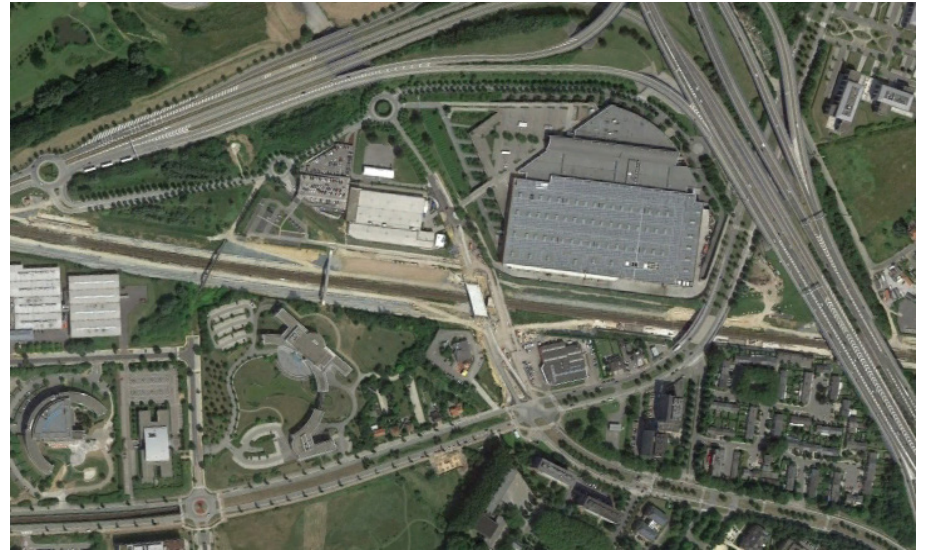
Fiche 8 - Pôle Cora



Localisation



Photo

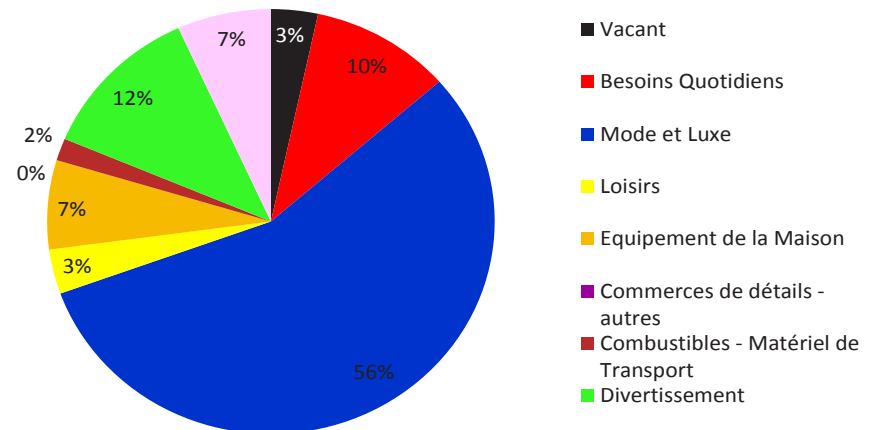


Indicateurs

Cellules	59
% Enseignes	59%
Surface moyenne (m ²)	453
% de cellules vides	3%
Surfaces vacantes (m ²)	75



Commerciële mix



Fiche 8 - Pôle Cora

Acties

Context

- ▶ Aantrekkelijke commerciële zoning met verschillende grote enseignes: Cora, Decathlon, Quick, enz.
- ▶ Beschikt over een goede toegankelijkheid via de ring en is goed bereikbaar via het openbaar vervoer.
- ▶ In de buurt van het pool vinden we de aanwezigheid van het Erasmus ziekenhuis en de campus van CERIA.
- ▶ Stedelijke ontwikkelingsprojecten (huisvesting) in de buurt van het handelspool.

Doelstellingen

- ▶ Het handhaven en versterken van de stedelijke coherentie van de polen (Erasmus en CERIA).
- ▶ Het uitzicht van de site optimaliseren.
- ▶ Het behouden van de actuele standing van het handelspool.
- ▶ De signalisatie binnen en buiten het handelspool optimaliseren.

Acteurs

- CORA
- Inwoners, studenten en werknemers.
- Handelaarsvereniging
- Gemeente Anderlecht
- Brussels Hoofdstedelijk Gewest
- MIVB
- Polen Erasmus et CERIA

Type enseignes

- De diversiteit behouden v/d nationale en internationale enseignes v/d shopping, dezelfde standing behouden.
- Concurrentie met andere polen vermijden.



Tijdelijk

Middel lange termijn

Actuele identiteit

Shopping pool Cora
Beschikt over een sterke aantrekkingskracht

Toekomstige identiteit

De huidige identiteit behouden.
Rekening houden met toekomstige projecten/ontwikkelingen (huisvesting, eventuele uitbreiding van de shopping,...).

Uitvoering en aanbevelingen

Acties

- ▶ Het handhaven van de stedelijke coherentie met het Erasmus en de connecties tussen beiden versterken.
De stedelijke coherentie versterken, alsook de signalisatie met het CERIA.
- ▶ Het (uit)zicht optimaliseren van de site.
De pool moet zich ook wenden naar de omliggende wijken.
- ▶ Het behouden van de actuele standing (gemiddeld-lage).
Een alternatief aanbieden voor het commercieel aanbod van het Westland shopping.
De concurrentie beperken tussen de polen.
- ▶ De signalisatie intern en extern optimaliseren.
Meer signalisatie platen: dicht bij de Ring, residentiële woonwijken alsook meer signalisatie binnen de zoning.
- ▶ Indien een uitbreiding van de shopping, proberen een commercieel aanbod te bieden die niet te concurrerend is met het huidige aanbod van de handelspolen in Anderlecht.

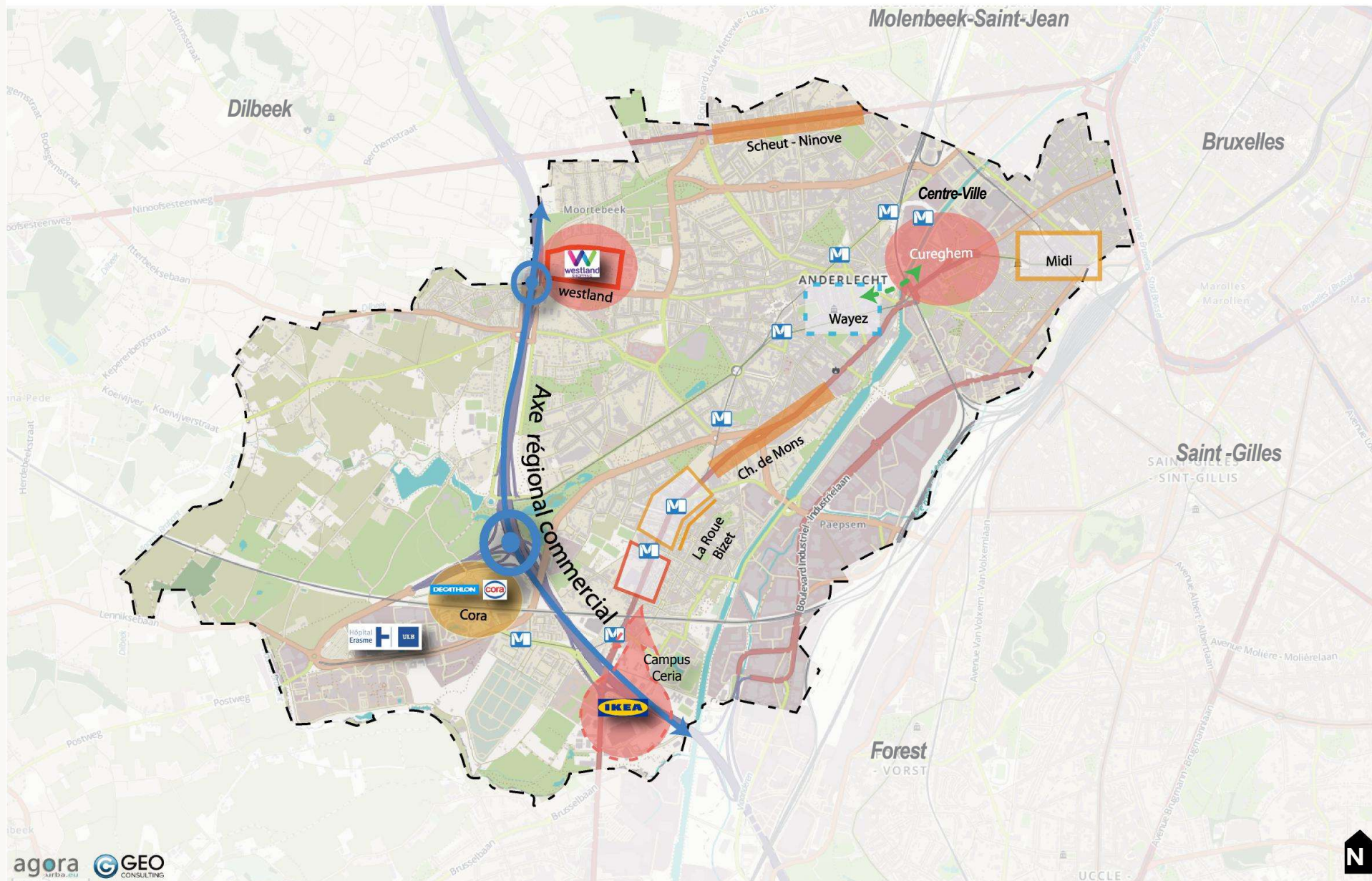
Communicatie

De interne en externe signalisatie optimaliseren.
De sterke commerciële punten v/d gemeente presenteren via indicatieve borden die aanwezig zijn in de shopping om het cliënteel attent te maken om ook andere handelspolen te bezoeken.



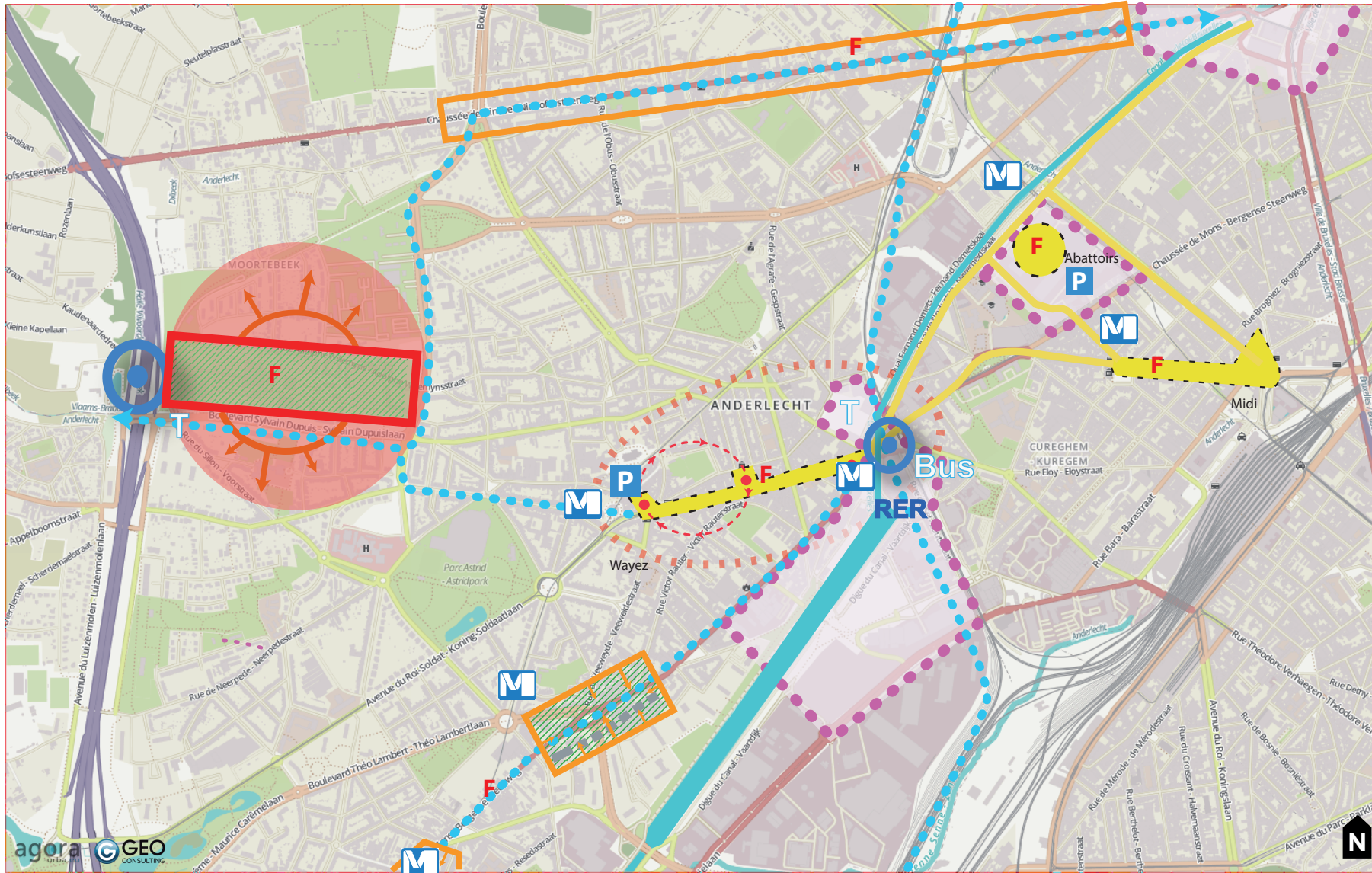
Fiche 9 - Schéma cartographique

Schéma de développement économique et commercial Commune d'Anderlecht









Fiche 9 - Schéma cartographique





Schéma de développement économique et commercial Commune d'Anderlecht










Fiche 9 - Schéma cartographique - Légende

Légende











-  Pôle commercial régional attractif
-  Pôle commercial structurant
-  Pôle commercial thématique ;
Chaussée de Mons équipement de la maison
-  Pôle de proximité
-  Centralité commerciale en développement
-  Affirmer complémentarité commerciale
entre Ikéa et le pôle chaussée de Mons
autour de l'équipement de la maison

-  Axe commercial
-  régional Axe structurant
-  Liaison à affirmer
-  Entrée de ville

-  
 -  
- Enseignes commerciales référents

-  
 - 
- Pôles régionaux Santé / Université référents

-  Gare
-  Station Métro

-  Liens entre les pôles
(Tram, , Voiries, signalétiques, événements...)
-  Intensifier les relations entre
le quartier et le westalnd (ouverture des facades
cheminements piétons...)
-  Lien entre les entités commerciales du centre ville
-  Linéaires et polarités commerciales
structurantes de l'hypercentre (Rue
Wayez, Cureghem et Midi)
-  Faciliter la circulation du piéton en centre ville -
Resserrer les itinéraires commerciaux
Développer la ballade en ville - ballade commerciale-
Piétonnisation rue
-  Lien entre les places
-  Réaménagement paysager
parkings voiries
-  Grands projets de renouvellement
urbain
-  Stationnement en centre ville
-  F4 Fiches actions