



Schema van commerciële en economische handelsontwikkeling van de gemeente Anderlecht



Inhoudsopgave

Inhoudstafel.....	1
I. Voorwoord	3
II. Inleiding	4
III. Diagnose.....	5
A. Handel.....	5
1. Sociaal-economische indicatoren	5
2. Indicatoren voor de commerciële structuur.....	11
3. Indicatoren van commerciële dynamiek	22
4. Prestatie-indicatoren van de handelskernen	55
B. Klanten.....	58
1. Analyse van de persoonlijke bevraging:	59
Enquêteprofiel	59
i. Koopgedrag van de klanten van de handelskernen in Anderlecht.	67
2. Analyse per handelskern	94
1) Westland Shopping Center	94
2) Centrum – Wayez	95
3) Wijk Het Rad - Bizet	96
4) Wijk Scheut – Ninoofsesteenweg	97
5) Wijk Kuregem - Slachthuis	98
6) Zuidwijk	99
7) Wijk Goede Lucht	100
8) Shopping Cora	101
9) Markten	102
3. Consumententypes	104
1) Typologische analyse van de interactie tussen de kernen	104
2) Segmentatie van de klanten van het centrum	106
3) Segmentatie van de klanten van het Westland Shopping Center	109
4) Verzorgingsgebieden.....	112
C. Economie	119
1. Analysemethode	119
2. Gegevensanalyse.....	119
D. Mobiliteit en toegankelijkheid	124
1. Toegankelijkheid op macroniveau.....	124

2.	Toegankelijkheid op microniveau	132
3.	Aanbevelingen op vlak van mobiliteit	139
E.	Kader en stadsplanning	140
1.	Voornaamste stedenbouwkundige uitdagingen	140
2.	Stedenbouwkundige, culturele en commerciële projecten.....	205
IV.	De identiteiten van de gemeente Anderlecht.....	215
A.	SWOT-analyse	215
B.	Specifieke kenmerken en innovaties	217
V.	Aanbevelingen.....	218
VI.	Bijlagen	223

I. Voorwoord

Handelskernen worden steeds talrijker en concurreren onderling, shoppingcenters en industriezones aan de rand van de stad worden steeds aantrekkelijker ... Het commerciële aanbod lijkt jaar na jaar meer verzadigd. Deze zorgwekkende evolutie leidt tot vragen: Welke toekomst is er voor bestaande handelskernen? Hoe kunnen ze aantrekkelijk blijven? Het is dus aan de overheid om een positie in te nemen met betrekking tot de toekomst van de handel en handelskernen. Voor de vitaliteit van de gemeente is het essentieel dat ze aangepakt en nieuw leven ingeblazen worden.

De gemeente Anderlecht is zich bewust van haar zwakke punten, maar ook van haar mogelijkheden. Via haar verschillende ontwikkelingsprojecten zoals het Kanaalplan en het schema voor commerciële ontwikkeling, wil de gemeente een compleet programma op touw zetten voor een commerciële opleving.

Het schema voor commerciële ontwikkeling is een nauwkeurig beslissingsmiddel voor optimalisatie van de toekomstige ontwikkeling. Het biedt de mogelijkheid om een samenhangend en prospectief beleid te bepalen voor commerciële vestigingen.

Deze schema's vormen samen geen universele oplossing die van toepassing is voor alle stadscentra. Elke gemeente heeft haar eigen specifieke kenmerken en een eigen commerciële omgeving. Er moet een precieze diagnose gesteld worden om tot concrete en realistische acties te komen.

De vele handelskernen, de positionering tussen historische bekendheid en multiculturele samenleving verlenen Anderlecht haar eigen specifieke kenmerken. Dit schema moet deze naar voren brengen en de ontwikkeling ervan sturen.

Wayez - het kloppend hart van de gemeente - moet zich verder ontwikkelen naast de andere kernen, waarbij concurrentie vermeden moet worden ten voordele van synergie tussen de handelskernen. Het schema voor commerciële ontwikkeling laat toe om deze banden naar voren te brengen, evenals de acties die noodzakelijk zijn om een globaal en evenwichtig aanbod te brengen.

De gemeente verbindt zich ertoe om het centrum aantrekkelijker te maken door het commerciële aanbod te verbeteren, en door de stadsplanning en de mobiliteit te optimaliseren. Het schema voor commerciële ontwikkeling leidt uiteindelijk tot de opstelling van concrete en operationele actiefiches op korte en lange termijn voor alle geanalyseerde handelskernen.

Men kan een gebied pas duurzaam ontwikkelen als men er de realiteit van kent. Het schema laat toe om deze realiteit onder ogen te zien door analyse van de commerciële structuur, de behoeften van de bevolking en de innoverende acties die ze nieuw leven kan inblazen.

II. Inleiding

Dit rapport stemt overeen met de volledige versie van het schema voor commerciële ontwikkeling van de gemeente Anderlecht, een tweede document bevat de bijlagen die er niet in zijn opgenomen. De samenvatting vormt een vereenvoudigde versie van dit rapport en bevat alleen de algemene conclusies van elk hoofdstuk.

Dit rapport vormt in eerste instantie een eerste stap van de commerciële diagnose van het schema voor ontwikkeling. Het geeft een beeld van de huidige toestand van de handel en analyseert de verschillende handelskernen van de gemeente. Elke analyse wordt in context geplaatst aan de hand van verschillende kwantitatieve vergelijkingen.

Het rapport probeert verder ook te bepalen wat de commerciële behoeften van de gemeente zijn en welke ontwikkelingsmogelijkheden diverse methoden bieden. Deze analyse geeft meer inzicht in de sterke en zwakke punten van de commerciële structuur van Anderlecht en laat toe om concrete aanbevelingen te formuleren voor het grondgebied.

De aanbevelingen worden voorgesteld op het einde van de documenten en uitgewerkt in specifieke actiefiches voor elke handelskern.

III. Diagnose

A. Handel

1. Sociaal-economische indicatoren

De commerciële diagnose van de gemeente Anderlecht begint met een algemene sociaal-demografische analyse om de sociaal-economische realiteit van Anderlecht in kaart te brengen met precieze indicatoren. Deze indicatoren worden vergeleken met de gemiddelden van het gewest en het land.

In dit stadium wordt de analyse uitgevoerd op twee ruimtelijke niveaus: van de gemeente en van de handelszone. Het winkelgebied wordt berekend op basis van de duur om per auto naar het centrum van Anderlecht te gaan. Deze analyse laat toe om ook aandacht te schenken aan de potentiële handelaars buiten de grenzen van de gemeente.

De volgende tabel verzamelt de voornaamste sociaal-economische indicatoren. Globaal genomen onderscheidt Anderlecht zich vooral van de gewestelijke en nationale gemiddelden door haar aanzienlijk hogere demografische evolutie, de lagere rijkdomindex en de hogere werkloosheidsgraad. Anderlecht behoort tot de drie Brusselse gemeenten met de hoogste demografische groei.

Wanneer we de economische kenmerken van Anderlecht en haar potentiële winkelgebied vergelijken, blijkt dat deze laatste een zwakkere demografische groei vertoont, maar over een hoger levensniveau beschikt dan het gemeentelijke en gewestelijke gemiddelde. Hieruit blijkt het belang om de commerciële aantrekkingskracht uit te breiden tot buiten de grenzen van de gemeente. Dit potentiële winkelgebied breidt zich uit tot in Vlaanderen. We zullen verder zien welke rol de taalgrens speelt voor het winkelgebied en welk aandeel van de handelaars de gemeente kan aanspreken.

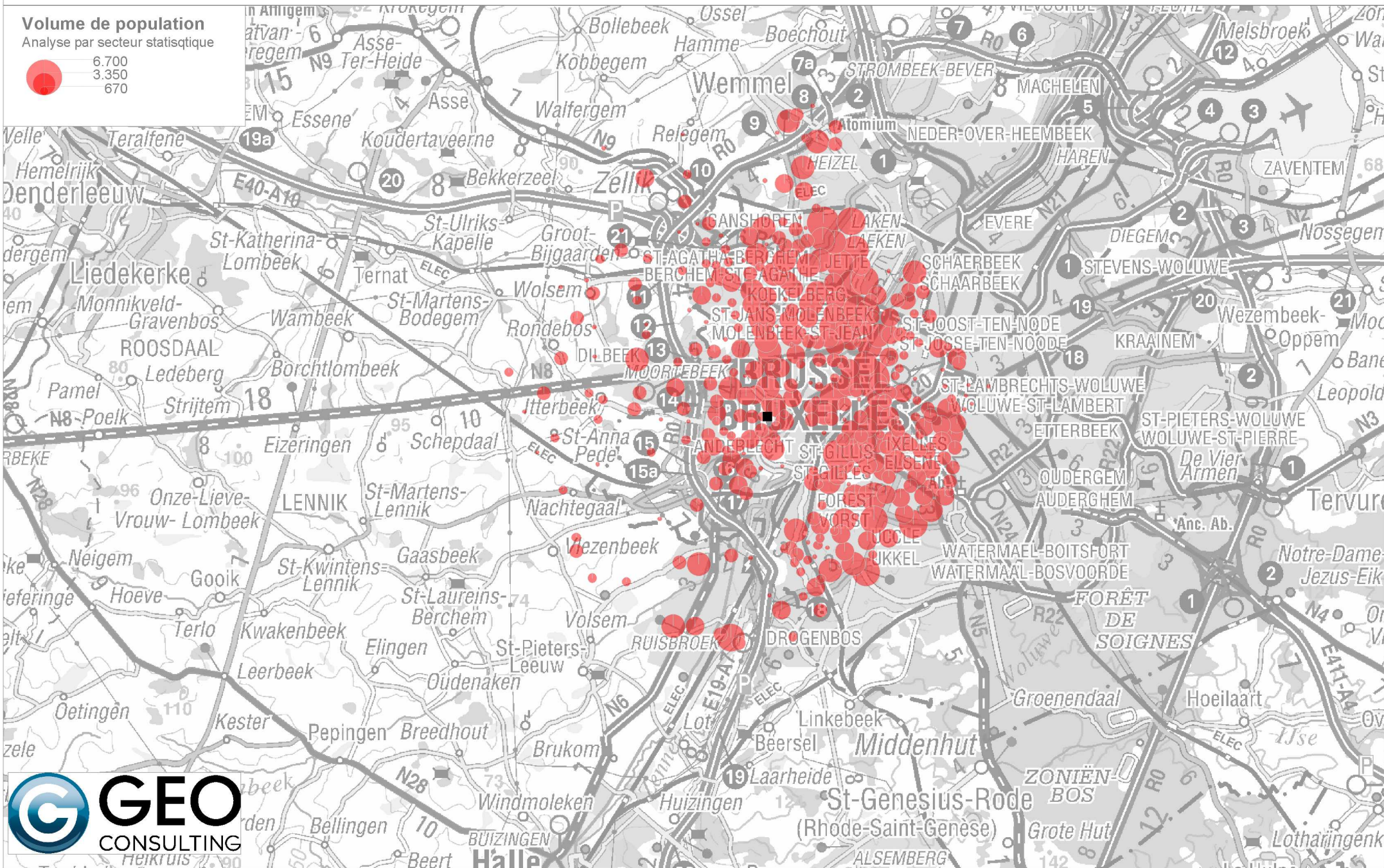
De volgende kaarten geven de sociaal-economische indicatoren weer voor het winkelgebied.

	België	Wallonië	Brussels Hoofdstedelijk Gewest	Anderlecht	Verzorgingsg ebied
Bevolking	10 647 834	3 449 855	1 382 341	98 679	291 438
Oppervlakte	30.528 km ²	16.844 km ²	161,38 km ²	17,74 km ²	152,8 km ²
Dichtheid	348,78 hab/km ²	204,82 hab/km ²	8565,7 hab/km ²	5562 hab/km ²	1907,3 hab/km ²
Demografisc he evolutie over 10 jaar (%)	6,68	6,245	8,04	13,2	9,98
Gemiddeld inkomen per inwoner	€ 15 228,91	€ 14 266,67	€ 13 311,00	€ 11 260,00	€ 14 353,00
Rijdomsinde x 2009	100	97	80	67,63	
Werklooshei dsgraad (%)	8,3	12,6	22,05	25,29	
Gezinsgroot te (2008)	2,31	2,3	2,1	2,2	
Diploma hoger onderwijs (%) (2010)	28,01	28,56			

Tabel met sociaal-economische indicatoren (bronnen ADS 2010)

Volume de population au sein de la zone d'attraction

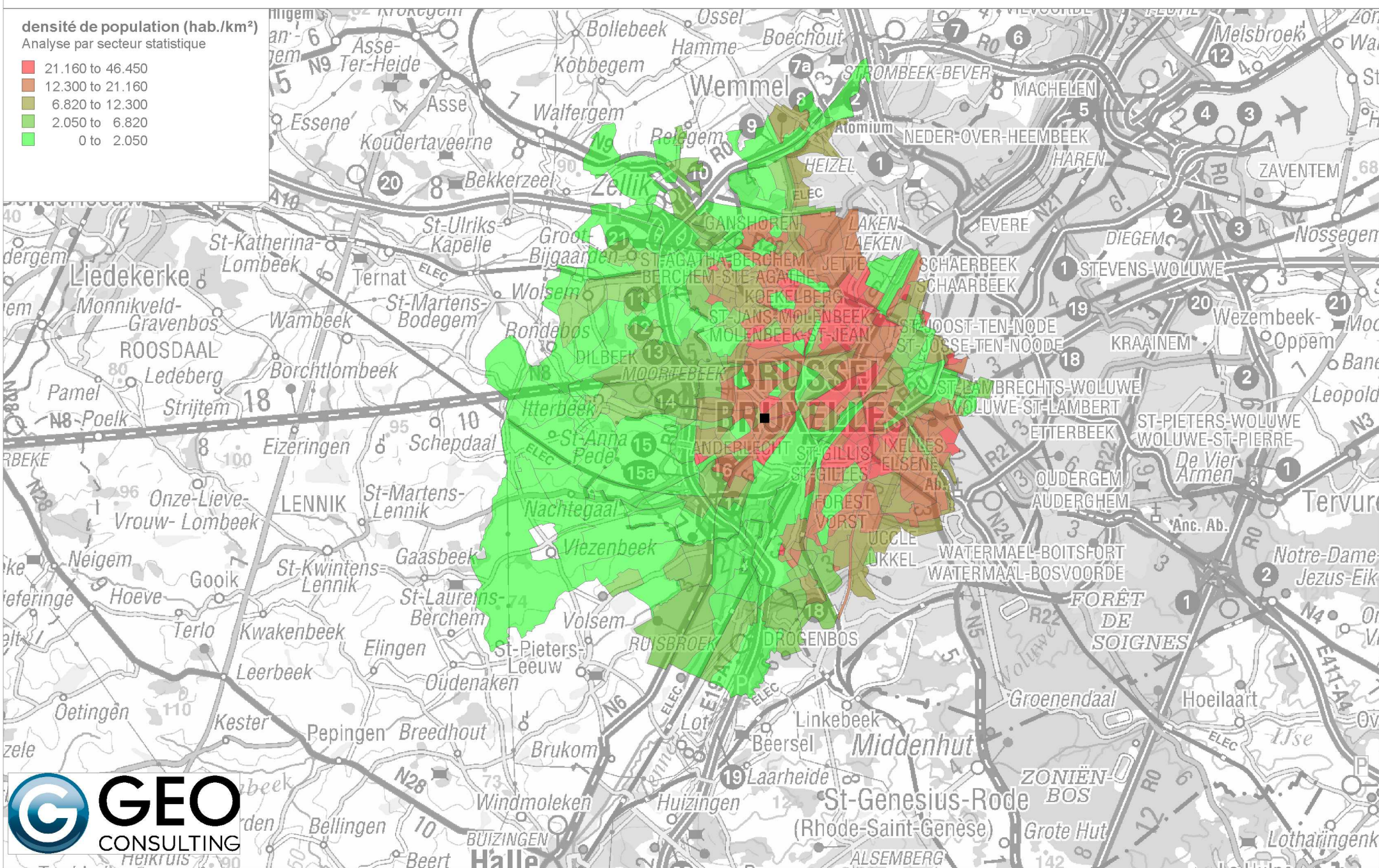
Volume de population
Analyse par secteur statistique



Densité de population au sein de la zone d'attraction

densité de population (hab./km²)
Analyse par secteur statistique

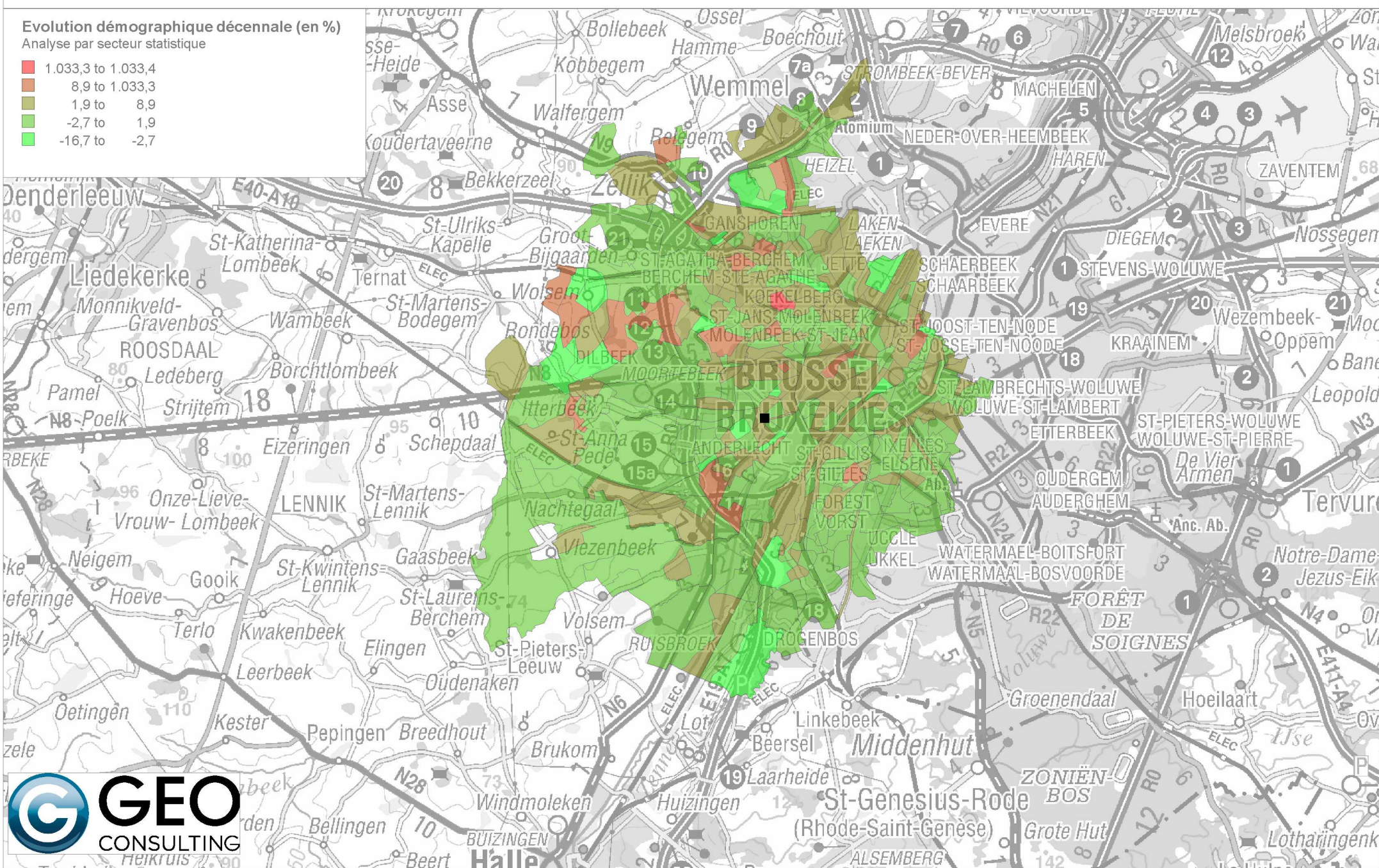
- 21.160 to 46.450
- 12.300 to 21.160
- 6.820 to 12.300
- 2.050 to 6.820
- 0 to 2.050



Evolution démographique au sein de la zone d'attraction

Evolution démographique décennale (en %)
Analyse par secteur statistique

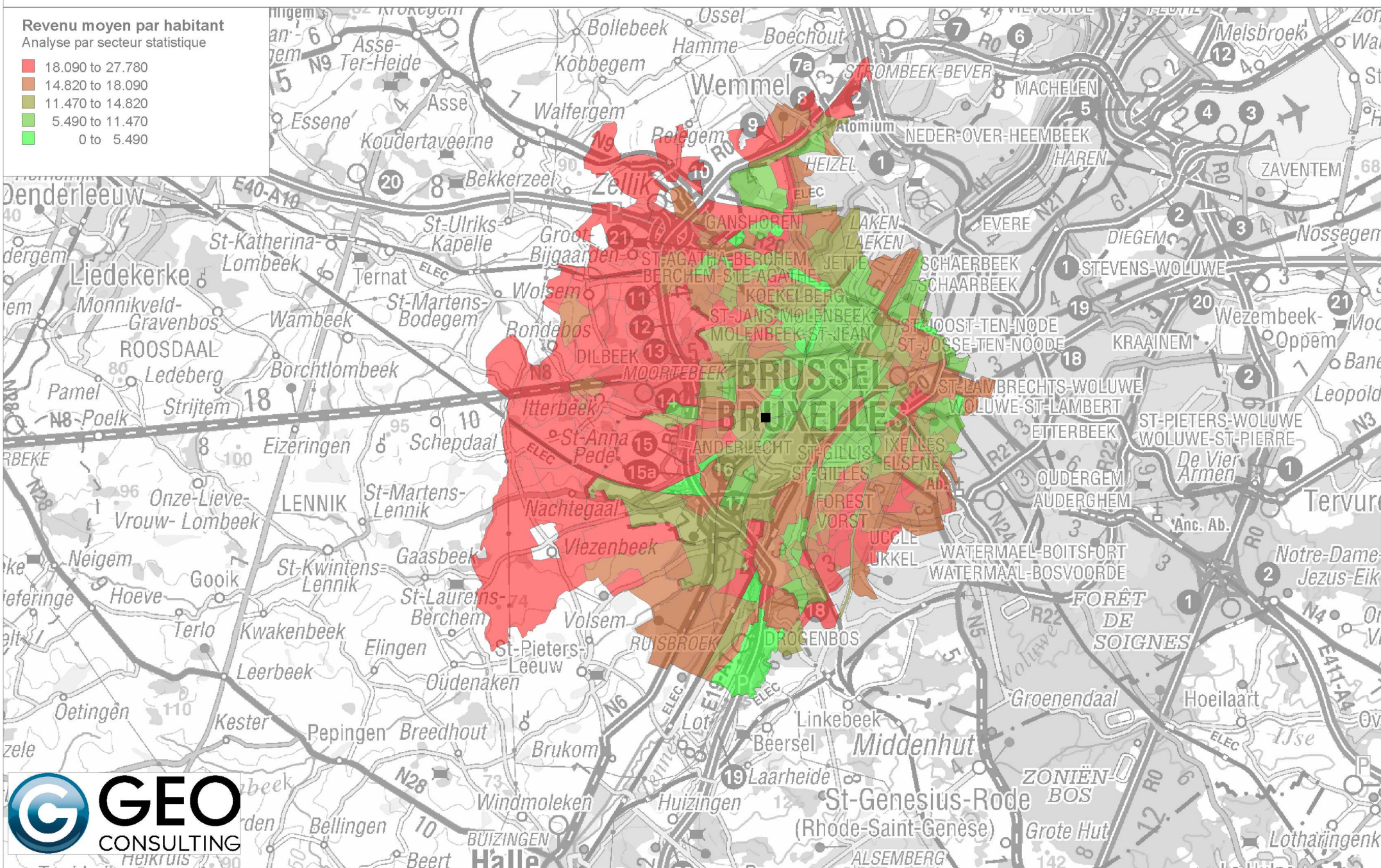
- 1.033,3 to 1.033,4
- 8,9 to 1.033,3
- 1,9 to 8,9
- 2,7 to 1,9
- 16,7 to -2,7



Niveau de vie au sein de la zone d'attraction

Revenu moyen par habitant
Analyse par secteur statistique

- 18.090 to 27.780
- 14.820 to 18.090
- 11.470 to 14.820
- 5.490 to 11.470
- 0 to 5.490



2. Indicatoren voor de commerciële structuur

De indicatoren voor de commerciële structuur laten toe om de huidige situatie van de handelsstructuur van Anderlecht te analyseren. Ze bieden de mogelijkheid om te bepalen welke sectoren het meest vertegenwoordigd zijn, hoe de handelszaken verspreid zijn, waar de handelskernen beginnen/eindigen en welke sectoren en oppervlakten er ontwikkeld moeten worden in de toekomst.

a) Commerciële mix

Op basis van een meting van de handelszaken door Locatus¹ kon de commerciële mix geanalyseerd worden op verschillende niveaus. Dit rapport brengt in eerste instantie een analyse van de mix op gemeentelijk niveau, vervolgens een meer nauwkeurige analyse van het centrum (de wijk vanaf het Dapperheidsplein en de Wayezstraat), en uiteindelijk een analyse van de verschillende handelskernen van de gemeente.

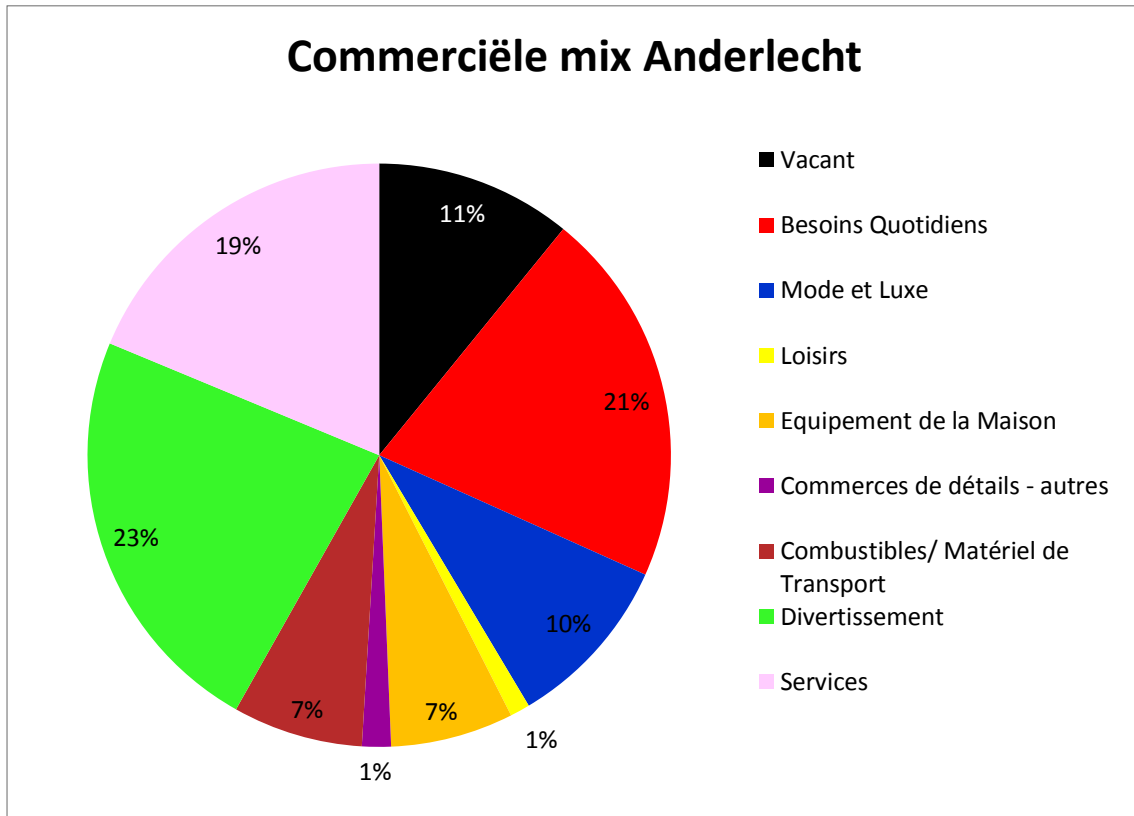
De analyse van de commerciële mix van de verschillende kernen wordt uitgedrukt in de volgende sectortypes:

- ➡ Leegstaand: lege cel
- ➡ Dagelijkse behoeften (parfumerie, drogisterij, chocolaterie, bakkerij, ...)
- ➡ Mode en luxe: persoonlijke items (kleding, schoenen, juwelen, optiek ...)
- ➡ Vrije tijd (spel, sport, cultuur, ...)
- ➡ Items voor de woning (tuin, meubelen, doe-het-zelf, decoratie, elektronische en audioapparatuur, ...)
- ➡ Detailhandel – overige: diversen (stock american, tweedehands, souvenirs, paramedisch, ...)
- ➡ Brandstof/Transportmateriaal (concessionaris, tankstation, garagist ...)
- ➡ Amusement (restaurants, hotels, cafés, bioscoop, casino, solarium, ...)

¹ Bijgewerkt in januari 2015

➡ Diensten (kapper, kleermaker, verhuur, bank, vastgoedkantoor, wassalon, ...)

- De gemeente



Aantal commerciële cellen: 1.996

Aantal leegstaande cellen: 217

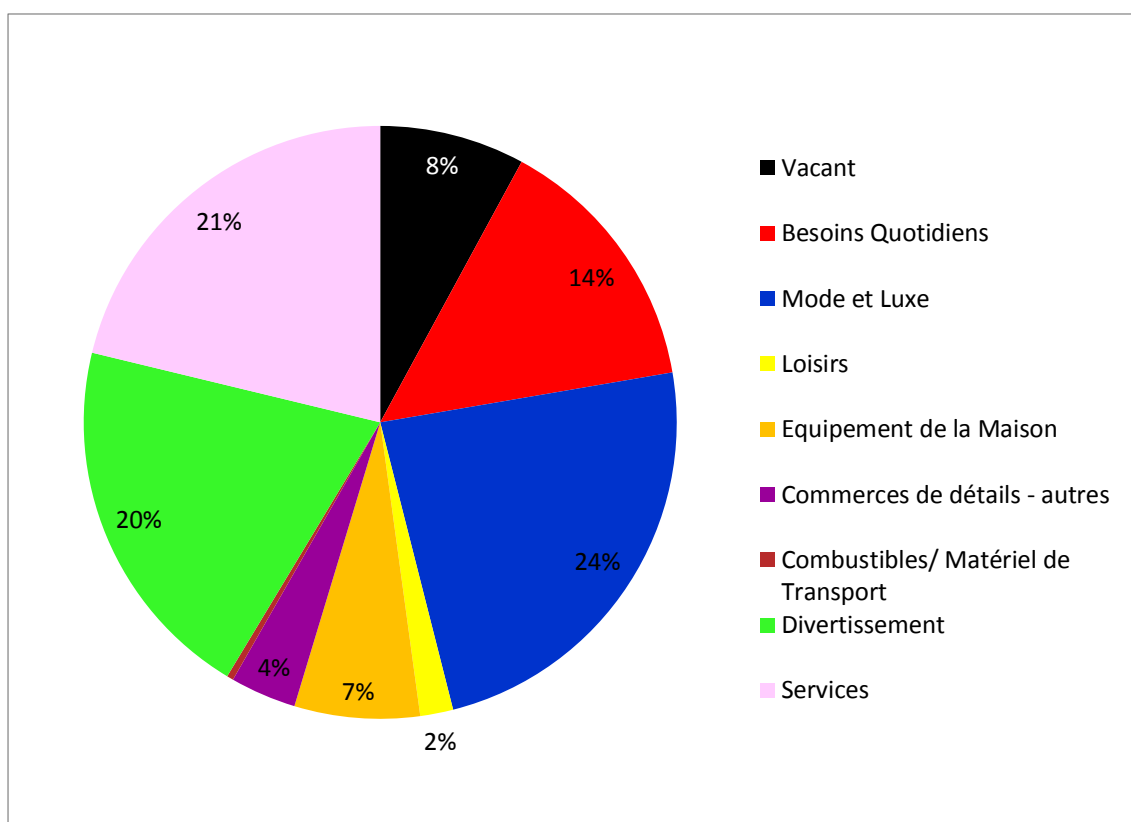
Belangrijkste merken: Cora, Decathlon, IKEA, Brico, H&M, enz.

Een analyse van de voorgaande grafiek toont een overwicht van drie handelssectoren: diensten, amusement en dagelijkse behoeften lijken enigszins belangrijker.

Het aantal leegstaande cellen² is daarentegen behoorlijk hoog (11%). De statistieken tonen aan dat een leegstand van meer dan 5% een gevaar vormt voor de commerciële gezondheid van de kernen. Deze leegstandgraad vormt dus een zwak punt waarmee rekening gehouden moet worden bij de acties voor commerciële opleving van de gemeente.

² Tijdelijke of langere leegstand van een handelspand

- Het centrum – Dapperheidsplein en Wayezstraat



Aantal commerciële cellen: 278

Aantal leegstaande cellen: 22

Belangrijkste merken: Carrefour Express, Panos, Kruidvat, enz.

Er lijken sectoren uit te springen, namelijk mode en luxe (24%), diensten (21%) en amusement (20%). Andere sectoren zijn veel minder vertegenwoordigd, zoals vrije tijd (3%), detailhandel (4%) en brandstoffen/transportmateriaal (0%).

Het commerciële evenwicht van deze sectoren lijkt te beantwoorden aan het traditionele schema van centrumsteden. Sectoren zoals items voor de woning, vrije tijd en brandstoffen/transportmateriaal zijn minder vertegenwoordigd, en dit valt te verklaren door het feit dat ze vaak grotere commerciële oppervlakten beslaan die voornamelijk te vinden zijn aan de rand van de stad.

Ook al is de sector mode en luxe met betrekking tot persoonlijke items (kleding, schoenen en accessoires) beter vertegenwoordigd dan in het hypercentrum (24%), blijft het vergeleken met andere steden toch minder.

Als we deze gegevens vergelijken met deze van steden die beschouwd worden als dynamisch en aantrekkelijk³, benadert het aandeel van de sector mode en luxe vaak 40% ofwel het dubbele van het centrum van Anderlecht. Deze sector houdt rechtstreeks verband met de aantrekkingskracht van het centrum. De sector mode en luxe stemt overeen met kleinere, semicourante aankopen. Deze aankopen gebeuren minder vaak, maar laten toe om klanten op een grotere afstand te bereiken en dus het winkelgebied van het hypercentrum te vergroten. Voor dit type aankopen willen consumenten in de eerste plaats keuze en diversiteit, wat wil zeggen dat hoe groter en gevarieerder het aanbod is, hoe verder ze bereid zullen zijn om zich te verplaatsen.

Sectoren zoals dagelijkse behoeften en diensten blijven echter heel belangrijk omdat ze voldoen aan de behoeften van de lokale bewoners en voorkomen dat klanten naar buiten de gemeente trekken.

Analyse van de vraag zal vervolgens toelaten om de behoeften en verwachtingen van de bewoners na te gaan. Dit zal toelaten om na te gaan of de klanten tevreden zijn met de handelszaken en om de huidige klantenvlucht te evalueren.

Voor wat betreft de leegstand bedroeg deze 11% voor de commerciële mix in de gemeente, en 8% voor het hypercentrum. Dit cijfer is hoger dan de aanbevolen 5%, maar ligt binnen het Brusselse gemiddelde. Het is niet alarmerend maar moet in het oog gehouden worden om te vermijden dat het stijgt. De aanwezigheid van leegstaande cellen heeft een rechtstreekse invloed op de dynamiek van een handelskern. Ze creëren leemten op de commerciële as en dragen bij aan het onveiligheidsgevoel door hun slecht onderhouden toestand. De aanwezigheid van leegstaande cellen kan een vertekend beeld geven van een winkelstraat in staat van verval en een ‘besmettelijk’ effect hebben.

De 8% leegstaande cellen vertegenwoordigt een leegstaande oppervlakte van 1.375 m² in totaal. Deze oppervlakten kunnen ook beschouwd worden als mogelijkheden voor ontwikkeling. Ze kunnen investeerders aantrekken. Ook al zijn sommige eerder beperkt van oppervlakte, zijn andere voldoende groot om bepaalde merken aan te trekken⁴.

Na deze eerste analyses zijn de twee prioriteiten voor de wijk centrum-Wayez:

- ❖ Ontwikkeling van persoonlijke items (mode en luxe)
- ❖ Beperking van het aantal leegstaande cellen

³ Dat is bijvoorbeeld het geval voor Waterloo, Namen en Louvain-la-Neuve.

⁴ Zo is er bijvoorbeeld een pand van 370 m² vrij in de Wayezstraat 97.

b) Commerciële spreiding

Op een kaart van de winkels in Anderlecht is de ruimtelijke spreiding ervan zichtbaar. De volgende kaarten geven de winkels weer volgens het type van de commerciële sectoren die hierboven voorgesteld werden.

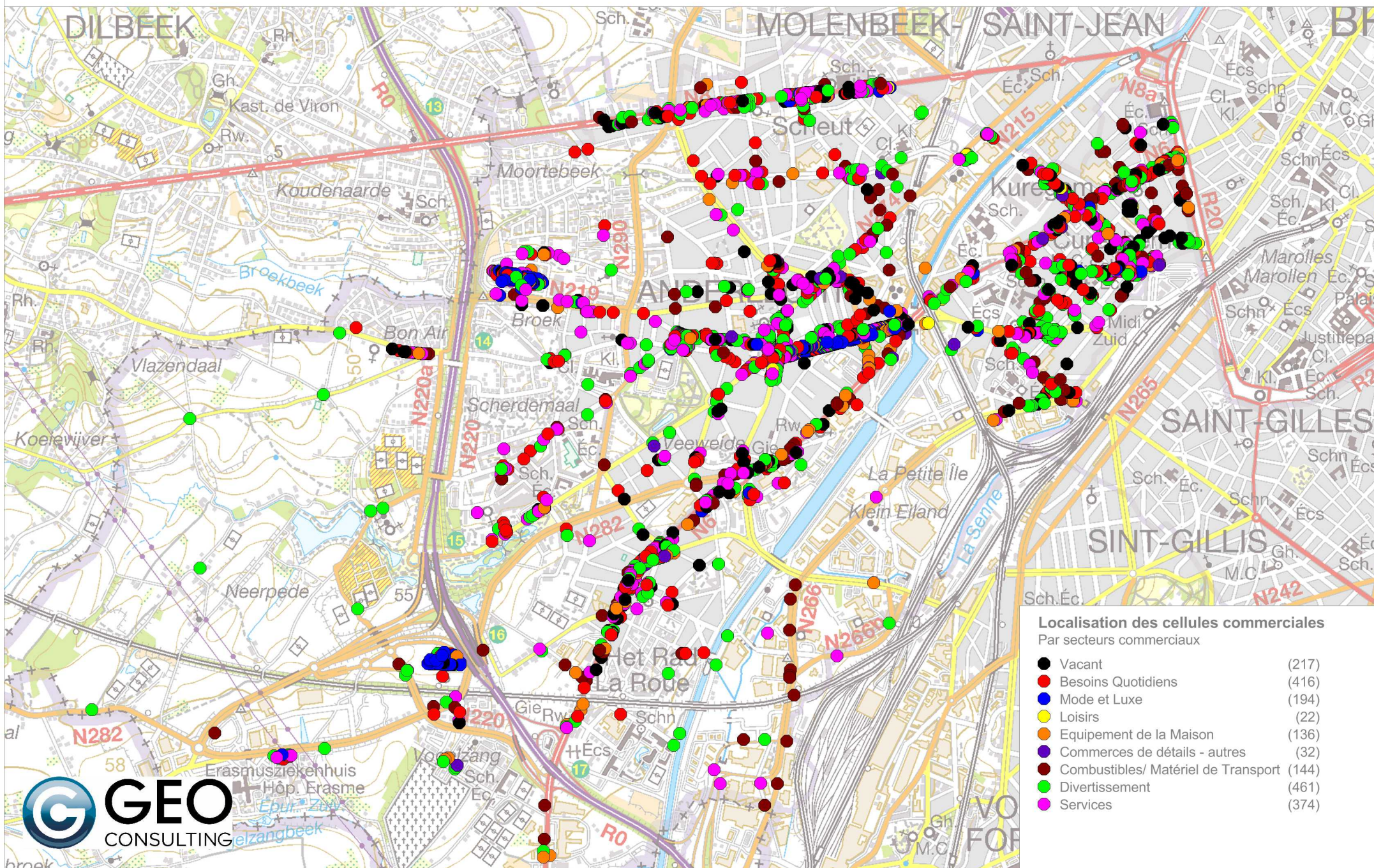
Op de eerste kaart wordt de spreidingsgraad van de winkels weergegeven. Hierbij wordt de concentratie van winkels zichtbaar en eventueel ook de afzonderlijke handelskernen.

Uit analyse blijkt dat de commerciële spreiding aanzienlijk en heterogeen is. Er zijn enkele concentraties, maar de commerciële cellen lijken verspreid te zijn over het hele grondgebied van Anderlecht. Er komen zes grote gehelen naar voren, maar de grenzen blijven vaag. Een eerste geheel ligt in het centrum van de gemeente en omvat de Wayezstraat, het Dapperheidsplein en in mindere mate ook de wijk Aumale. Een tweede groepeerde wijk Kuregem en de Zuidwijk. Een derde meer rechtlijnige groep is gelegen langs de Bergensesteenweg. Een vierde volgt hetzelfde profiel langs de Ninoofsesteenweg en de Scheutwijk. Op deze twee assen liggen eerder rechtlijnige commerciële structuren die gevoeliger zijn voor het risico op commerciële verspreiding. De twee laatste gehelen zijn Shoppingcenter Cora en Westland Shopping. Voor analytische doeleinden worden deze gehelen opnieuw gedefinieerd als handelskernen die later behandeld zullen worden.

De tweede kaart geeft de verdeling per commerciële sector weer van de winkels in de Wayezstraat. De winkels volgens ook een rechtlijnige structuur langs de Wayezstraat met aftakkingen naar het Dapperheidsplein en de straten die erop uitmonden. Het westelijke deel van de Wayezstraat is gespecialiseerd in mode en luxe (aan de kant van het Dapperheidsplein). Op het Dapperheidsplein en het Verzetsplein zijn er meer zaken voor amusement (horeca) en diensten. De commerciële dynamiek lijkt zich te concentreren binnen een beperkte omtrek, namelijk de historische commerciële as van de gemeente Anderlecht met de Wayezstraat en twee pleinen, en weinig vertakkingen in de nabij gelegen straten. Rekening houdend met de huidige commerciële structuur lijkt dit een positief feit, want een te grote spreiding van de winkels zou afdoen aan de commerciële dynamiek.

De derde kaart bewijst dat de grootste winkeloppervlakten zich aan de rand van de gemeente bevinden, hoofdzakelijk in de shoppingcenters en langs de Bergensesteenweg. In het zuiden bestaat het commerciële landschap van Anderlecht vooral uit warenhuisketens: IKEA (25.000 m²), Brico Plan-it (8.3000 m²), Cora (11.000 m²).

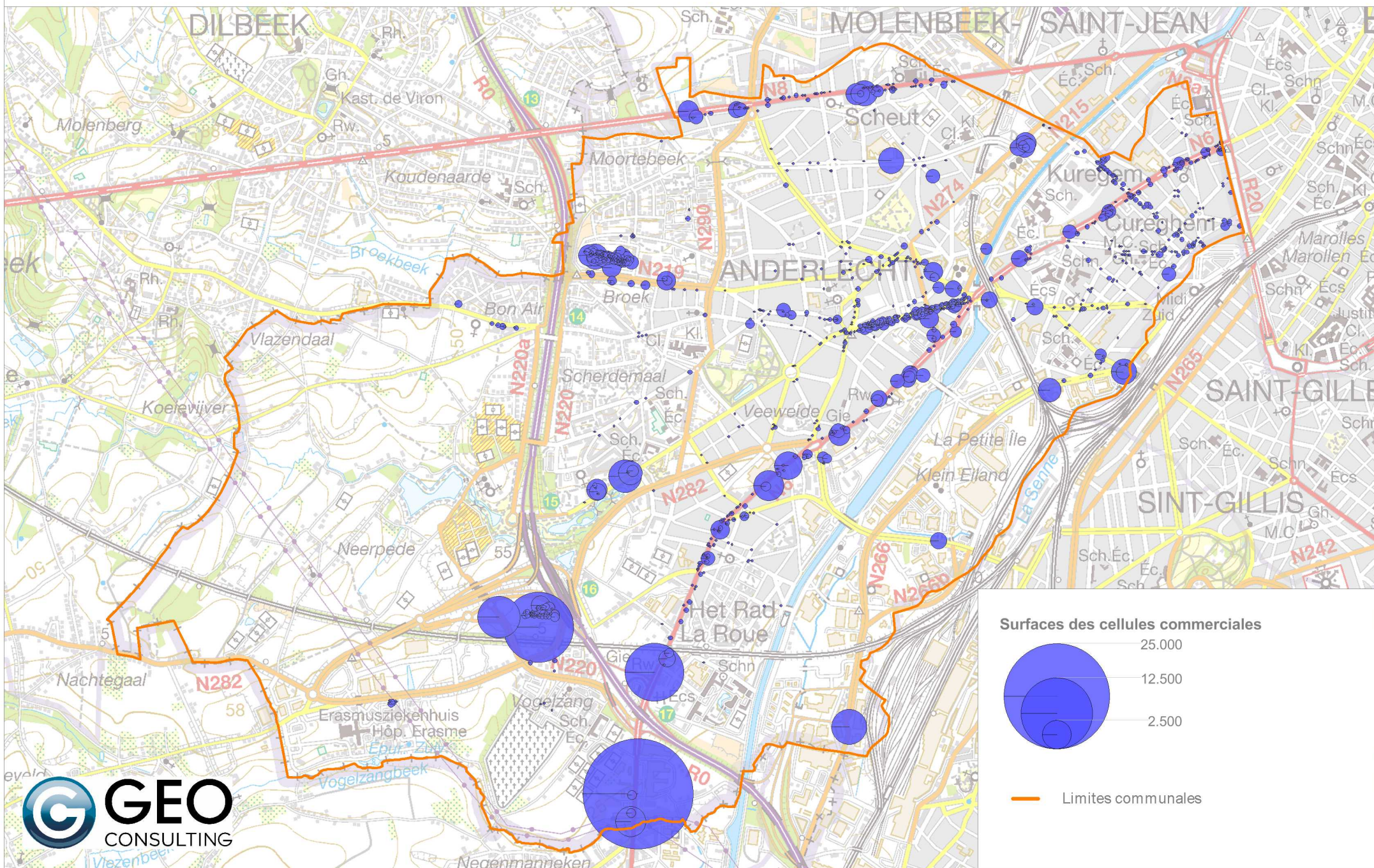
Localisation des cellules commerciales dans la commune d'Anderlecht





Rue du Broeck
Rue du Sen
Rue Erasme
Rue de l'Institut
Rue Erasme
Rue Kinet
Rue d'Aumale
Rue du Drapeau
Rue du Griffon
Rue de la Conciliation
Rue de la Justice
Rue Scheutveld
Avenue Raymond Vander Bruggen
N215
N6
Rue de la Justice
N274
Rue Wayez
Rue du Bronze
N6
Cité Gets
Rue Porselein
Rue Saint-Guidon
Métro-Saint-Guidon
Rue de Formainoir
Rue du Village
Rue Wayez
Rauterpark
Parc Rauter
Rue Victor Rauter
Chaussée de Mons
Quai de Biestebroeck
Rue de Veeweyde
Rue de la Gaîté
Rue de la Gaîté
Rue de la Démocratie
Avenue Limbourg
Rue Pierre Marchant
Rue de la Démocratie

Localisation des cellules commerciales



- Leegstaande cellen

De volgende kaart geeft de ruimtelijk spreiding weer van de leegstaande cellen volgens de oppervlakte. Er blijken dergelijke cellen aanwezig te zijn in alle kernen. De grotere oppervlakten liggen langs de Ninoofsesteenweg en bij de zone centrum/Wayezstraat. Er zijn ook veel leegstaande cellen buiten de winkelconcentraties, en dit zou men kunnen tegengaan door een herbestemming van de cellen, bijvoorbeeld voor woongelegenheid.

Er zijn verschillende oplossingen om dit fenomeen tegen te gaan of in te perken door concrete acties op touw te zetten voor opleving en gebruik van deze cellen. We komen hier later op terug.

c) Merkpercentage

Analyse van de aanwezigheid van merken in de commerciële structuur van een gemeente laat toe om de aantrekkelijkheid ervan te meten bij grote nationale en internationale merken. Het doel is niet om een totale vertegenwoordiging van de merken binnen de mix van winkels te bekomen, maar om een adequaate evenwicht te vinden. Merken laten niet meteen toe om een commercieel onderscheid te maken ten opzichte van de concurrentie, maar ze vormen sleutelementen voor de aantrekkelijkheid van handelskernen. Bepaalde onder hen spelen een rol als 'commerciële locomotief': winkels die binnen een winkelcomplex meer bezocht worden en klanten aantrekken. Deze commerciële locomotieven hebben vaak een positief effect op de winkels in de buurt. Dit is bijvoorbeeld het geval met H&M, Zara, C&A, IKEA, Fnac, Primark, enz.

Als we de vertegenwoordigingsgraad van merken binnen de commerciële structuur van de gemeente Anderlecht analyseren, blijkt dat 16% van de winkels uitgebaat worden door een merk.

Als we deze cijfers vergelijken met andere gemeenten⁵, blijkt Anderlecht slechts een laag merkpercentage te hebben ten opzichte van andere, kleinere gemeenten. Voor wat betreft de leegstaande cellen benadert het percentage dat van Bergen of Waver. Bergen kent al een tiental jaar een commerciële achteruitgang in het stadscentrum.

Steden	Leegstaande cellen	Zelfstandigen	Merken	Aantal cellen
Anderlecht	11%	84%	16%	1996
Aarlen	9%	81%	19%	619
Zinnik	5%	79%	21%	410
Bergen	11%	79%	21%	2084
Waterloo	8%	73%	27%	796
Walcourt	7%	84%	16%	173
Waver	11%	73%	27%	976

Vergelijkende tabel van het percentage merken en leegstaande cellen (bronnen: Locatus)

⁵ Gemeenten waarvan we over complete databases beschikken voor de commerciële structuur.

3. Indicatoren van commerciële dynamiek


a) *Leegstandspercentages*

Voor de gemeente is er 11% leegstand en voor de zone centrum-Wayez 8%. Het leegstandspercentage werd hiervoor uitgelegd via de commerciële mix.

b) *Commerciële evolutie*

De tabel hieronder geeft de evolutie weer van elke commerciële sector tussen 2009 en 2015. We stellen in de eerste plaats een razendsnelle evolutie vast van het aantal leegstaande cellen, met een verdriedubbeling in zes jaar. Ook in de sector van de detailhandel is er een belangrijke stijging, die echter weinig ontwikkeld blijkt in vergelijking met de andere sectoren. De sectoren mode en luxe, vrije tijd en items voor de woning zijn gedaald.

Globaal genomen zijn het aantal commerciële cellen en de totale oppervlakte relatief stabiel gebleven.


	2009 Aantal verkooppun- ten	2009 Winkelopp ervlakte	2015 Aantal verkooppun- ten	2015 Winkelopp ervlakte	Evolutie van het aantal verkooppun- ten	Evolutie van de winkelopp ervlakten
Leegstaande cellen	72	11100	217	22850	201%	106%
Dagelijkse behoeften	415	54161	417	48590	0%	-10%
Mode en luxe	217	35744	194	35309	-11%	-1%
Vrije tijd	41	11566	22	9835	-46%	-15%
Items voor de woning	158	79414	136	73092	-14%	-8%
Detailhandel - overige	17	2891	32	3598	88%	24%
Brandstof/transportm ateriaal	172	0	164	0	-5%	/
Amusement	475	0	467	0	-2%	/
Hulp-	399	0	375	0	-6%	/
Totaal met de leegstaande cellen	1966	194876	2024	193274	3%	-1%
Totaal ZONDER de leegstaande cellen	1894	183776	1807	170424	-5%	-7%

Bronnen: Locatus 2009 - 2015

Vergelijkende tabel van de commerciële evolutie en de commerciële voorzieningen

De tabel hieronder vergelijkt de evolutie van het aantal commerciële cellen met het Brussels Gewest en een andere Brusselse gemeente, Schaarbeek⁶. De meest evoluties (positief en negatief) zijn aanzienlijker in Anderlecht. Deze tabel bevestigt dat het aantal leegstaande cellen sterk gestegen is sedert 2009. De sector van de detailhandel heeft ook een grotere ontwikkeling gekend in Anderlecht. Deze sector stemt overeen met uiteenlopende handelszaken van het type stock american, tweedehands, souvenirs, paramedisch, enz. De daling voor de sectoren mode en luxe, en vrije tijd is ook sterker.

Ook al is het aantal leegstaande cellen niet alarmerend, is de evolutie in vergelijking met andere gemeenten zorgwekkend en maakt deze duidelijk dat er maatregelen nodig zijn om het fenomeen in te perken.

 Evolutie van het aantal verkooppunten			
	Anderlecht	RBC	Schaerbeek
Leegstaande cellen	201%	104%	118%
Dagelijkse behoeften	0%	4%	9%
Mode en luxe	-11%	-5%	-3%
Vrije tijd	-46%	-24%	0%
Items voor de woning	-14%	-15%	-2%
Detailhandel - overige	88%	23%	9%
Brandstof/transportm ateriaal	-5%	-9%	5%
Amusement	-2%	6%	27%
Hulp-	-6%	-2%	4%
Totaal met de leegstaande cellen	3%	4%	14%
Totaal ZONDER de leegstaande cellen	-5%	-1%	9%

⁶ Deze gemeente werd gekozen omdat de bevolking deze van Anderlecht benadert.


c) De commerciële structuur in cijfers

De tabel hieronder vergelijkt de commerciële structuur van Anderlecht met het Brusselse gemiddelde. De afwijkingen van het Brusselse gemiddelde worden vervolgens berekend voor elke commerciële sector, gewogen voor de bevolking van Anderlecht en de gemiddelde bevolking van de Brusselse gemeenten.

Daaruit blijkt dat slechts vier sectoren onder het Brusselse gemiddelde liggen: mode en luxe, vrije tijd, detailhandel en amusement. Ook al is het aantal cellen voor detailhandel in Anderlecht aanzienlijk toegenomen, blijft deze sector toch onderontwikkeld ten opzichte van het Brusselse gemiddelde.

De andere commerciële sectoren zijn daarentegen overontwikkeld ten opzichte van het Brusselse gemiddelde. Het betreft de sectoren brandstoffen en transport, de leegstaande cellen, dagelijkse behoeften, items voor de woning en diensten.

De voorgaande analyses hebben aangetoond dat Anderlecht in vergelijking met andere gemeenten een zekere commerciële verzadiging vertoont. Rekening houdend met de bevolkingsdichtheid en de demografische perspectieven ervan is het echter interessant om een commercieel aanbod in stand te houden dat kan voldoen aan de behoeften van deze bevolking.

Analyse van de commerciële structuur van Anderlecht						
	Anderlecht		Brussels gemiddelde		Afwijking van het Brusselse gemiddelde volgens de bevolking	
	Aantal verkooppunten	Winkeloppervlakte	Aantal verkooppunten	Winkeloppervlakte	Aantal verkooppunten	Winkeloppervlakte
Leegstaande cellen	217	22.850	87	9.732	1,39	1,30
Dagelijkse behoeften	417	48.590	180	22.263	1,28	1,21
Mode en luxe	194	35.309	120	20.818	0,90	0,94
Vrije tijd	22	9.835	22	4.124	0,56	1,33
Items voor de woning	136	73.092	63	18.574	1,21	2,19
Detailhandel - overige	32	3.598	23	2.843	0,77	0,70
Brandstof/transportmateriaal	164	0	38	0	2,40	/
Amusement	467	0	265	0	0,98	/
Hulp-	375	0	189	0	1,11	/
Totaal met de leegstaande cellen	2.024	193.274	983	78.355	1,14	1,37
Totaal ZONDER de leegstaande cellen	1.807	170.424	896	68.623	1,12	1,38

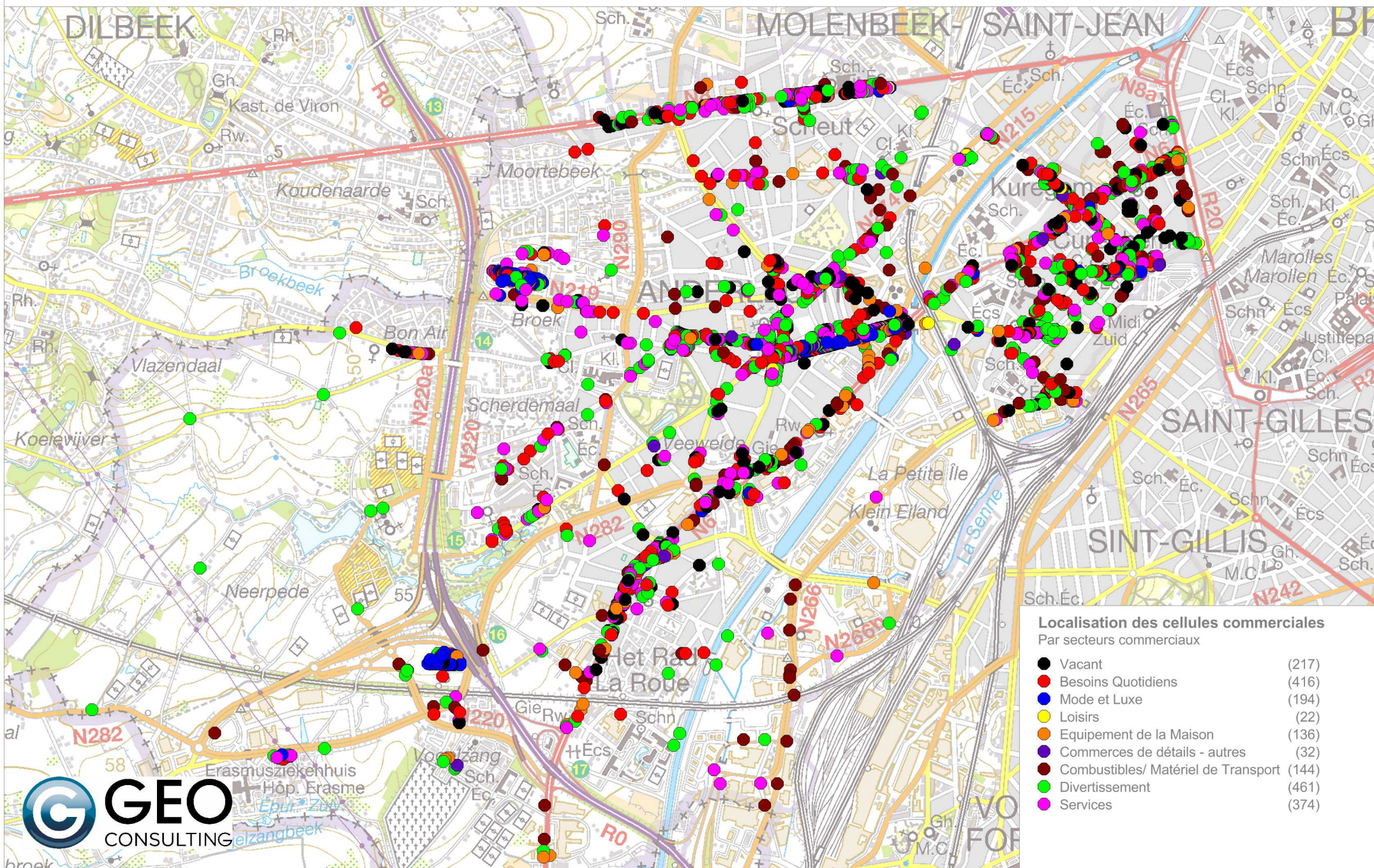
Bronnen: Locatus 2015

Als we het aantal handelszaken per 1.000 inwoners analyseren, is het percentage van Anderlecht ook hoger, vooral in het oostelijke en westelijke deel van de gemeente. Dit geeft blijk van een zekere commerciële dynamiek. Als we echter de volgende kaart relateren aan de analyse van de vorige tabel, blijkt dat bepaalde sectoren ondervertegenwoordigd blijven, ook al is de aanwezigheid in de commerciële structuur relatief hoog.

Op basis van de voorgaande analyses moet de gemeente Anderlecht nog 2.600 m² voor persoonlijke items (mode en luxe) en 1.600 m² voor detailhandel⁷ ontwikkelen om het gemiddelde Brusselse niveau te bereiken. De detailhandel lijkt zich te ontwikkelen, maar de sector van persoonlijke items gaat achteruit - terwijl dit een heel aantrekkelijke sector is voor klanten. Dit bevestigt dus het belang van maatregelen voor de ontwikkeling van deze sector.

⁷ Deze cijfers zijn berekend op basis van de Belgische en Brusselse gemiddelden volgens het aantal inwoners (gegevens van Locatus).

Localisation des cellules commerciales dans la commune d'Anderlecht



d) Commerciële spreidingsgraad

De spreidingsgraad werd voorheen al besproken bij de analyse van de verdeling van de commerciële cellen.

Deze analyse toont aan dat minder dan 50% van de commerciële cellen van de gemeente Anderlecht in handelskernen gelegen zijn.

Slechts 15% van de commerciële cellen liggen in het centrum in de wijk van de Wayezstraat en het Dapperheidsplein.

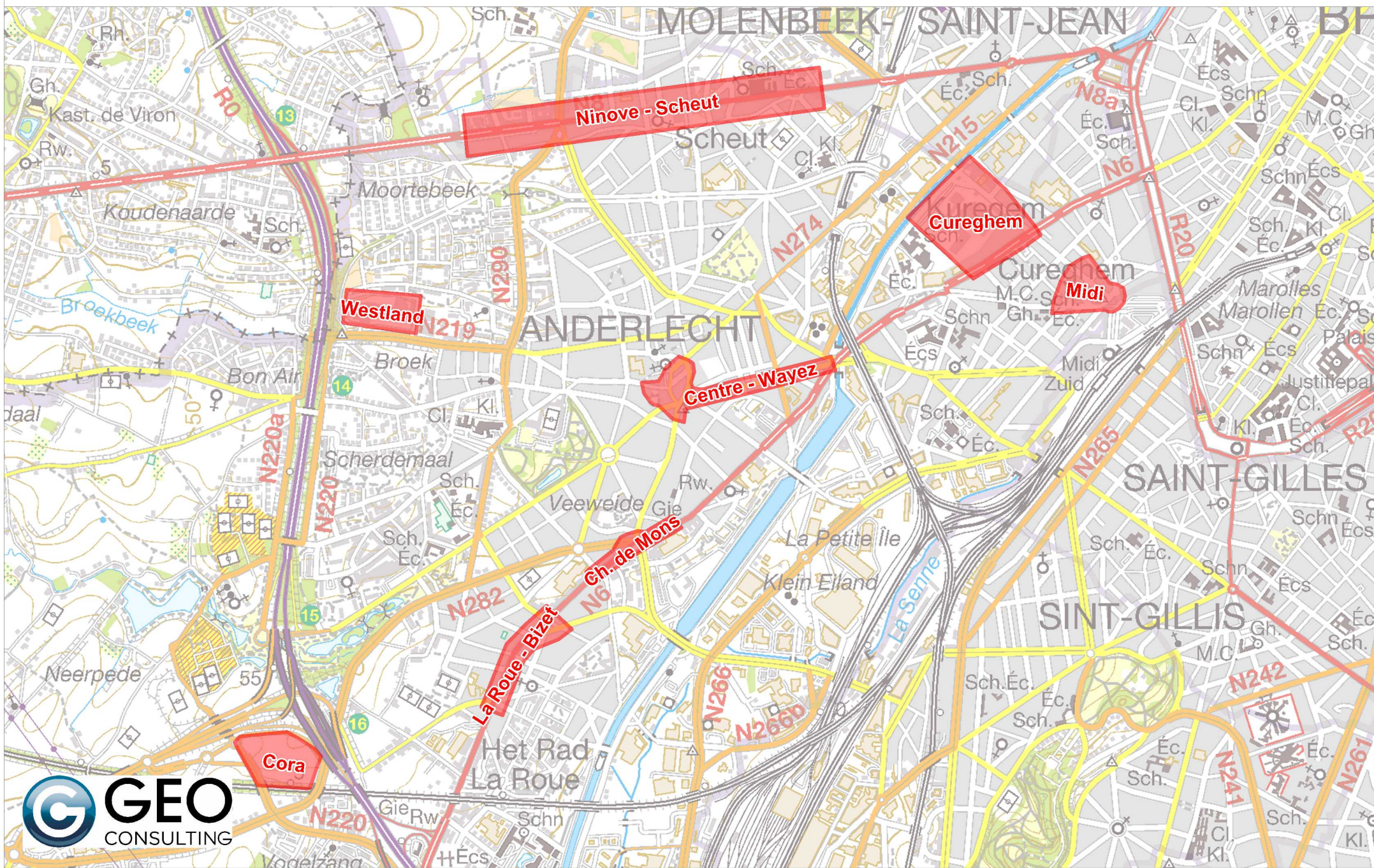
De eerste van de volgende kaarten doet acht handelskernen naar voren komen op basis van de ruimtelijke concentratie van de commerciële cellen.

- Het centrum: Wayezstraat - Dapperheidsplein
- De wijk Kuregem - Slachthuis
- De Zuidwijk
- De Ninoofsesteenweg - Scheutwijk
- De Bergensesteenweg: het Rad - Bizet
- Shoppingcenter Westland
- Shoppingcenter Cora

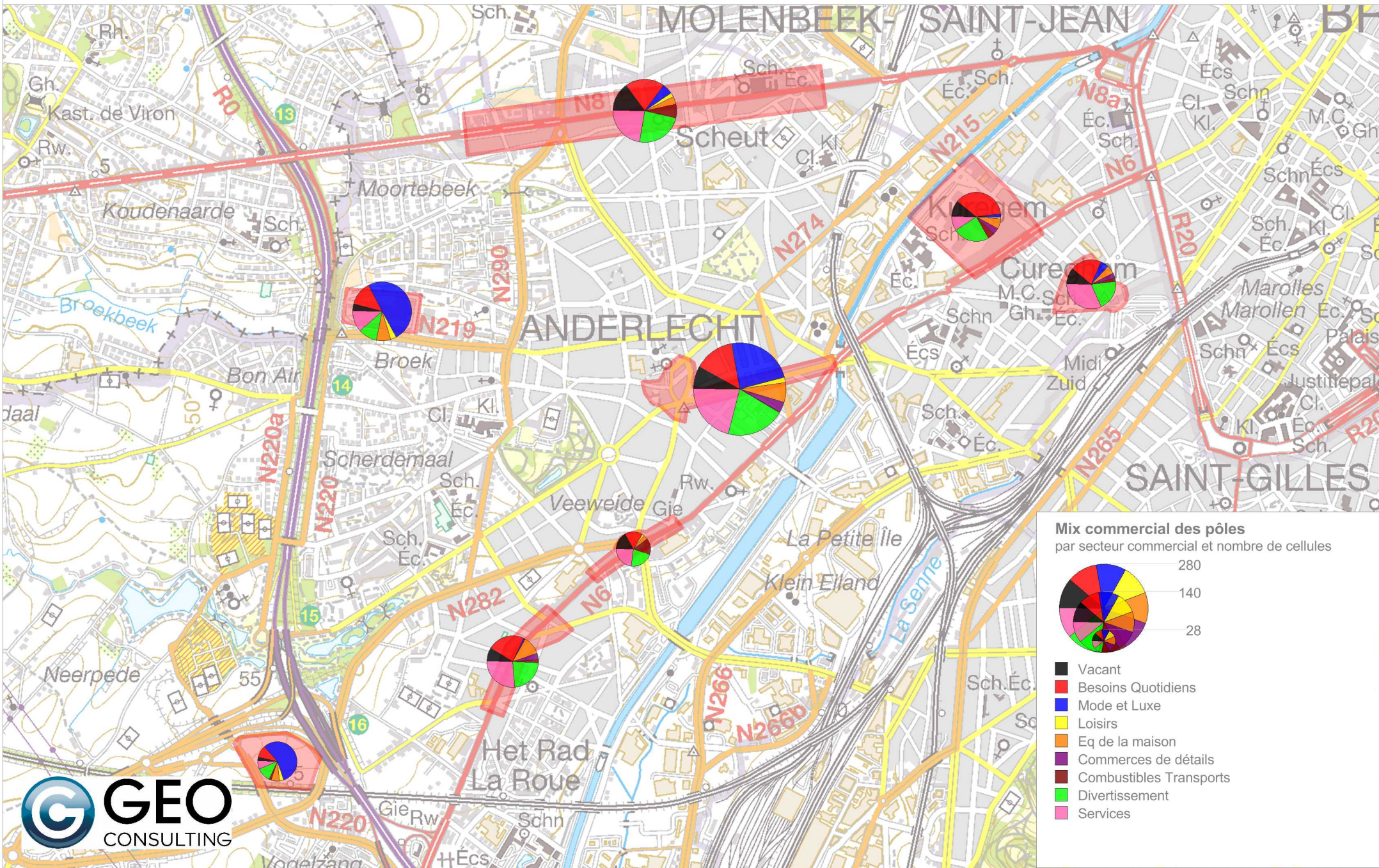
De volgende kaart laat toe om de commerciële mix van deze kernen te analyseren en toont ook aan dat de wijk centrum - Wayez slechts weinig de overhand heeft voor wat betreft het aantal cellen. Deze kaart toont dat de omvang van de kernen weinig zichtbaar is. De hiërarchie van de kernen is dus niet echt duidelijk voor wat betreft het aantal cellen, maar de kenmerken ervan zullen toelaten om een nadrukkelijker onderscheid te maken.

Vervolgens werd elke kern geanalyseerd en weergegeven op de volgende fiches.

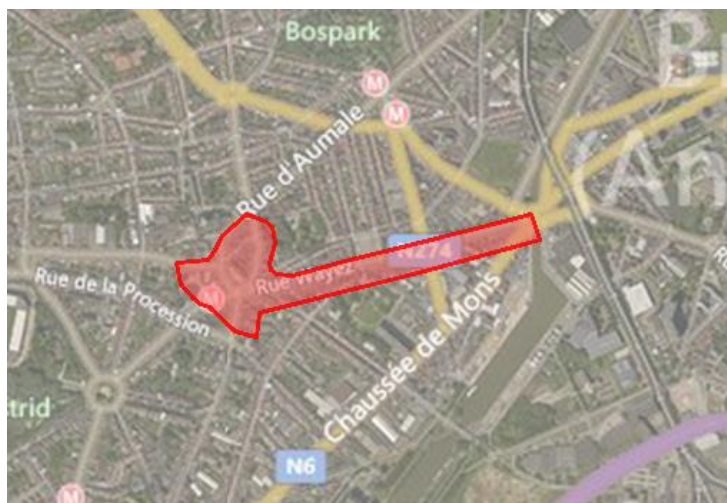
Localisation des pôles commerciaux



Mix commercial des pôles

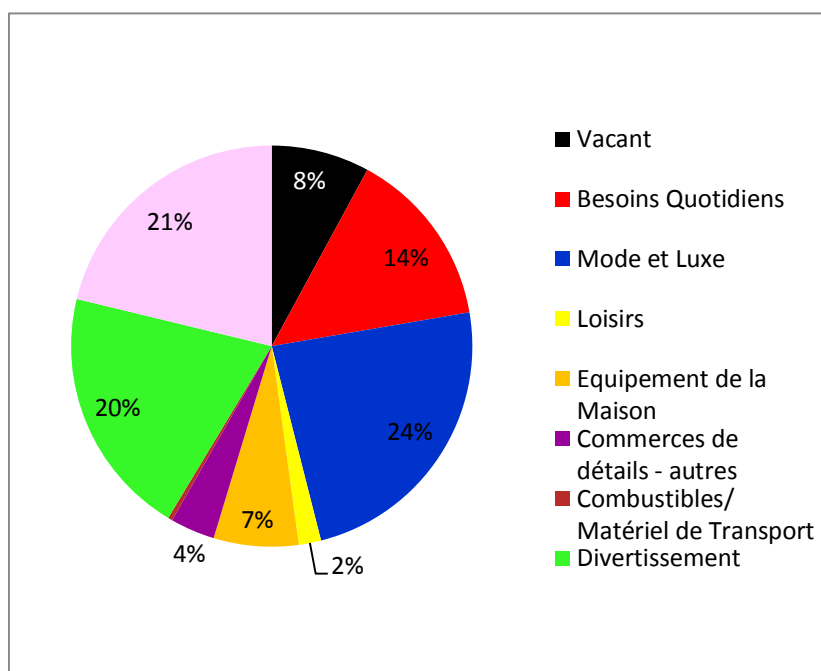


1. CENTRUM: WAYEZSTRAAT - DAPPERHEIDSPLEIN



Cellen	278
% merken	12%
Gemiddelde oppervlakte (m²)	93
% leegstaande cellen	8%
Leegstaande oppervlakte (m²)	1375

MERKEN:
CARREFOUR EXPRESS,
KRUIDVAT, ZEEMAN, ENZ.



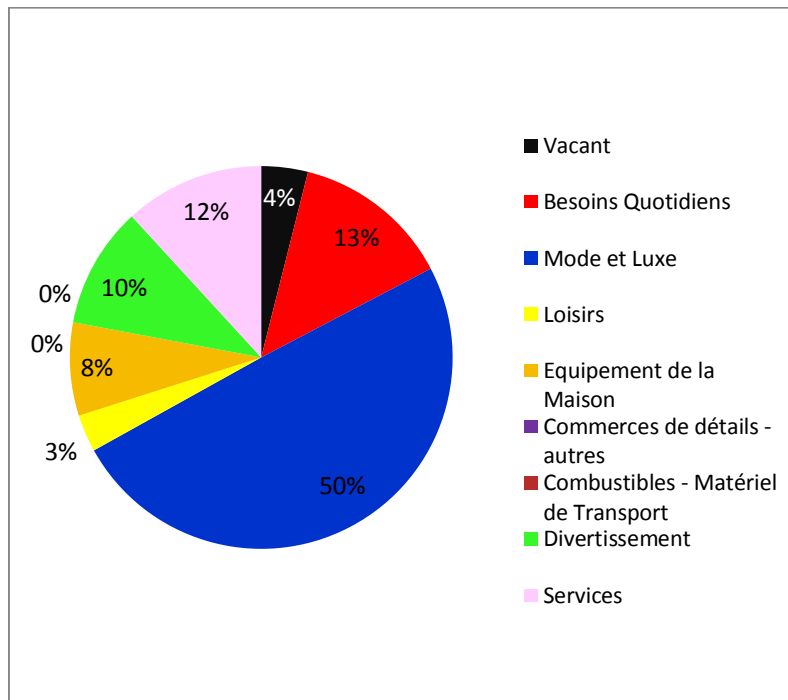
- 8% leegstaande cellen
- Aanwezigheid van leegstaande cellen van ongeveer 300 m²
- 1.375 m² leegstaande oppervlakte
- 24% voor mode en luxe
- Groot aantal commerciële cellen
- Geringe gemiddelde oppervlakte
- Versterking van de sector mode en luxe
- Opvulling van de leemten = mogelijkheden
- Verhoging van het aantal merken

2. WESTLAND



Cellen	127
% merken	69%
Gemiddelde oppervlakte (m ²)	227
% leegstaande cellen	4%
Leegstaande oppervlakte (m ²)	515

*MERKEN:
H&M, DELHAIZE, C&A, ENZ.*



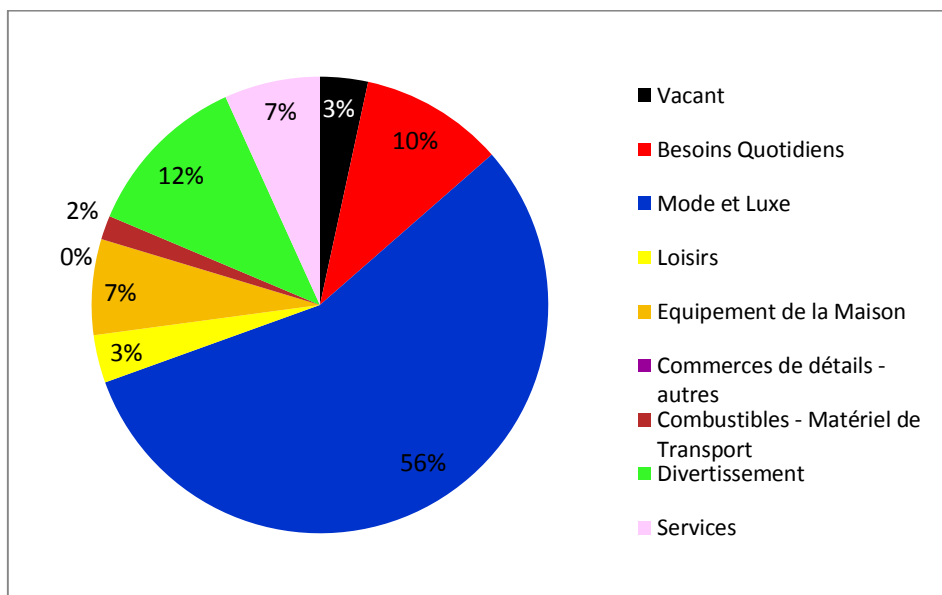
- 4% leegstaande cellen
- Hoog percentage merken 69%
- Aanwezigheid van commerciële locomotieven
- 50% persoonlijke items
- ➔ Het is interessant om synergie tot stand te brengen tussen de handelskernen van Anderlecht zodat de dynamiek van Westland weerspiegeld wordt in de globale commerciële structuur.
- ➔ De aantrekkelijkheid van het shoppingcenter heeft een invloed op de wijk rond Westland, want verschillende merken vestigen zich in de buurt ervan. Waken over de uitbreiding van deze kern zodat hij de andere niet opslokt.

3. KERN CORA



Cellen	59
% merken	59%
Gemiddelde oppervlakte	453
% leegstaande cellen	3%
Leegstaande oppervlakte	75

*MERKEN:
CORA, H&M, CASA*



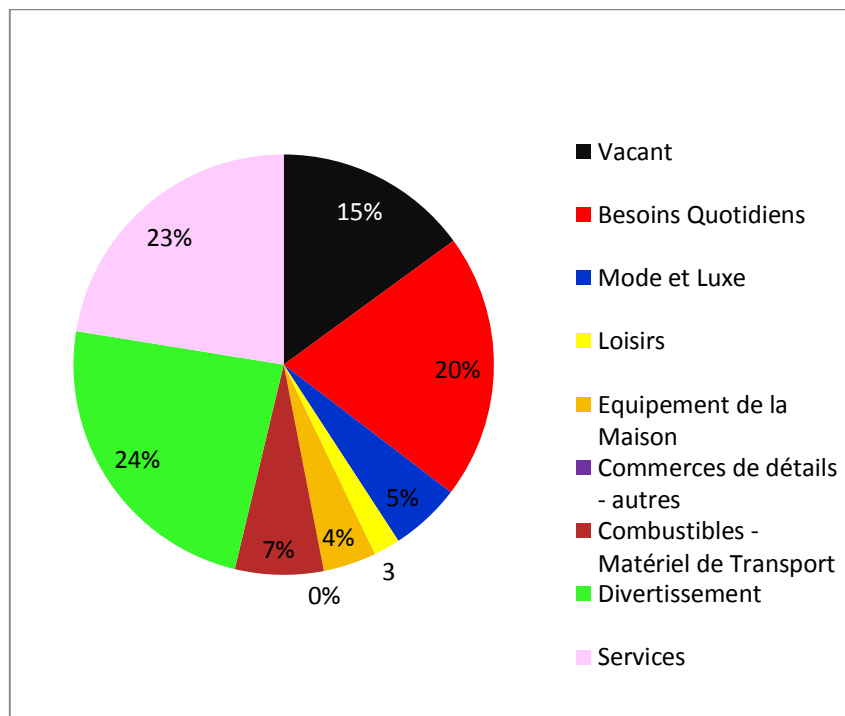
- 56% persoonlijke items
- Hoog merkpercentage
- Hoge gemiddelde oppervlakte voor de cellen
- Weinig leegstaande cellen
- ➔ Ontwikkeling mode en luxe beperken
- ➔ Synergie tussen de kernen bevorderen

4. KERN NINOOFSESTEENWEG - SCHEUT



Cellen	147
% merken	14%
Gemiddelde oppervlakte (m ²)	168
% leegstaande cellen	15%
Leegstaande oppervlakte (m ²)	4 705

*MERKEN:
MATCH, C&A, WIBRA, ENZ.*



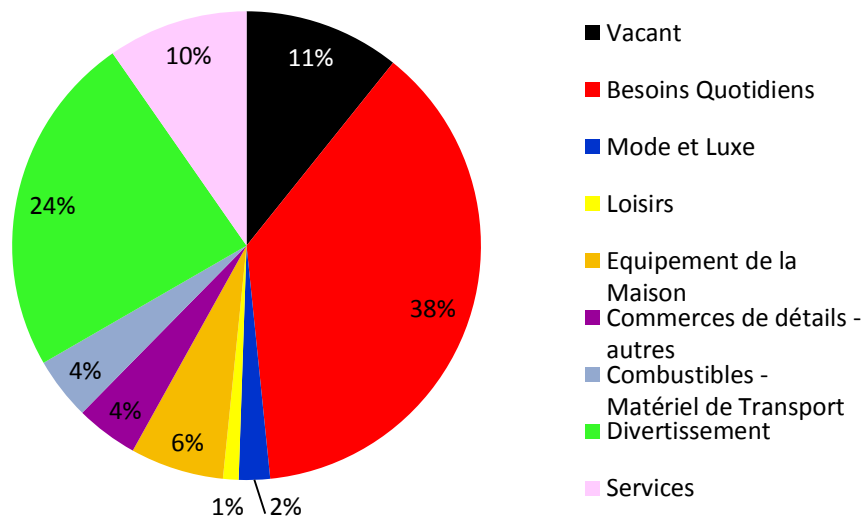
- Hoog aantal leegstaande cellen (15%)
- Vertegenwoordiging van de sectoren amusement en vrije tijd
- ➔ Leemten beperken (commerciële onderbrekingen)
- ➔ Spreiding van de handelskern beperken

5. KERN KUREGEM - SLACHTHUIS



Cellen	93
% merken	3%
Gemiddelde oppervlakte	84
% leegstaande cellen	11%
Leegstaande oppervlakte	690

MERKEN:
LIDL



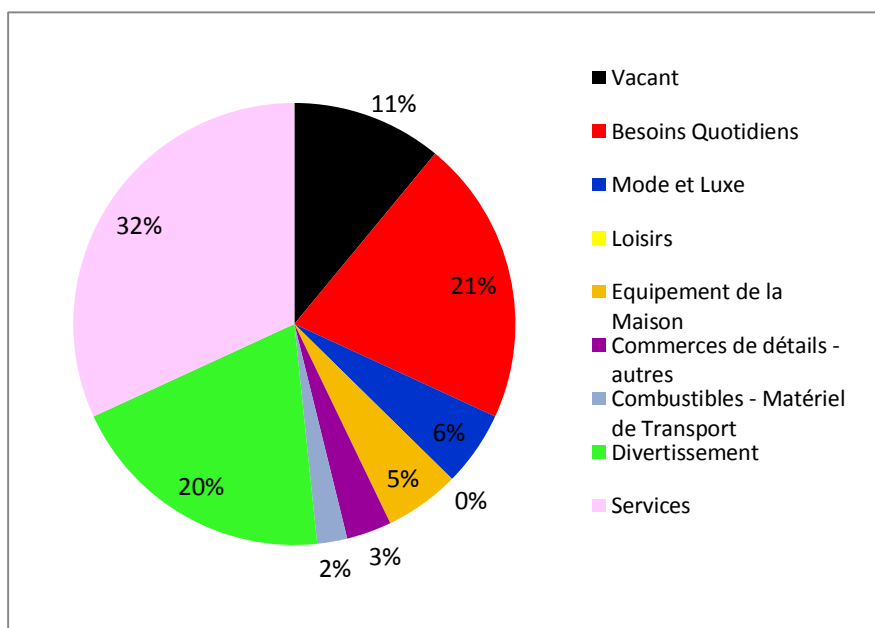
- *Predominantie van de voedingssector (dagelijkse behoeften) en horeca*
- *Heel weinig merken (3%)*
- *Specifieke elementen van het slachthuis*
- *Commerciële concentratie aanmoedigen*
- *Behoud van de voedingspecialiteiten en winkels voor de horeca*

6. KERN ZUID



Cellen	91
% merken	8%
Gemiddelde oppervlakte (m²)	51
% leegstaande cellen	11%
Leegstaande oppervlakte (m²)	515

MERKEN:
ING, KBC



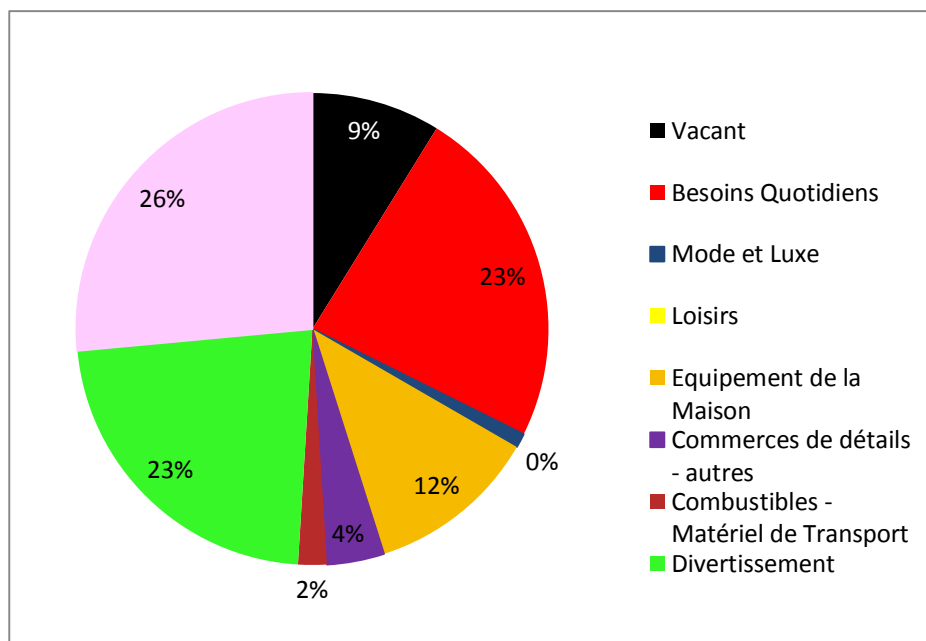
- *Predominantie van diensten*
- *Hoge gemiddelde oppervlakte voor de cellen*
- *Verspreiding over de gemeente*
- *Klein merkpercentage*
- *Nabijheid van het zuidstation, maar wordt niet benut*

7. HET RAD - BIZET



Cellen	102
% merken	10%
Gemiddelde oppervlakte (m ²)	85
% leegstaande cellen	9%
Leegstaande oppervlakte (m ²)	605

*MERKEN:
CARREFOUR EXPRESS, AXA,
BNP, ENZ.*



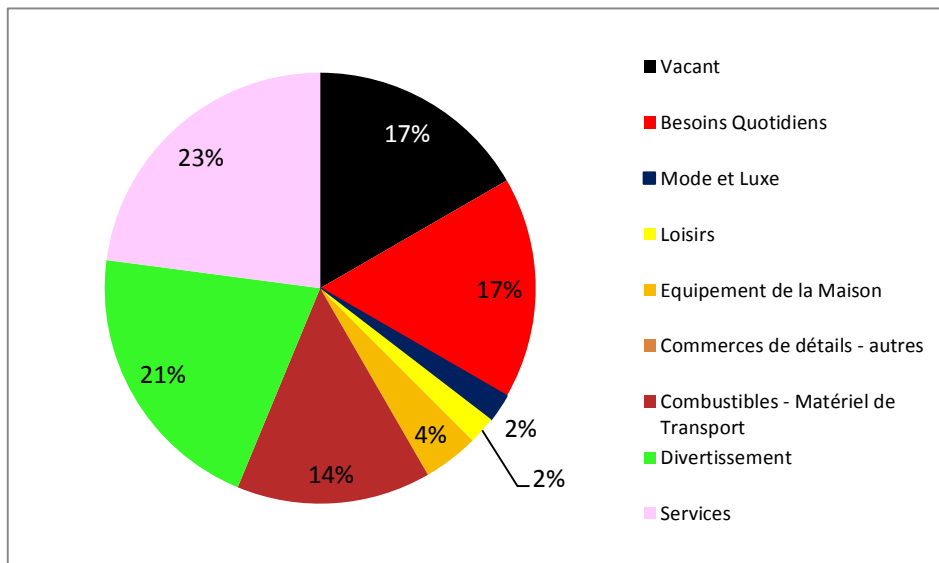
- Voornamelijk handelszaken voor diensten, dagelijkse behoeften en amusement
- Buurtkern
- Weinig merken
- De as lokt een belangrijke toestroom

8. BERGENSESTEENWEG (KERN DELHAIZE, COLRUYT)



Cellen	48
% merken	19%
Gemiddelde oppervlakte (m ²)	311
% leegstaande cellen	17%
Leegstaande oppervlakte (m ²)	893

MERKEN:
COLRUYT, DELHAIZE,
ZEEMAN, ENZ.



- Hoog aantal leegstaande cellen
- Commerciële spreiding, vage commerciële grenzen
- Predominantie van diensten en amusement
- Segmentering van de straat
- Commerciële concentratie

e) *Overzichtstabel van de handelskernen*

	Cellen	% merken	middelste oppervlakte (m ²)	% leegstaande cellen	leegstaande oppervlakte (m ²)
Centrum - Wayez	278	12%	93	8%	1375
Westland	127	69%	227	4%	515
Cora	59	59%	453	3%	75
Ninove - Scheut	147	14%	168	15%	4705
Slachthuis - Kuregem	93	3%	84	11%	690
Zuid	91	8%	51	11%	515
Het Rad - Bizet	102	10%	85	9%	605
Bergensesteenweg	48	21%	311	17%	893
TOTAAL gemeente	1996	16%	190	11%	22850

Overzichtstabel van de indicatoren voor de handelskernen in Anderlecht

De overzichtstabel geeft de verschillende bijzonderheden van de kernen weer: oppervlakte, leegstaande cellen, merkpercentage, enz.

De kernen met het grootste aantal leegstaande cellen zijn de Bergensesteenweg en de Ninoofsesteenweg.

Het hoogste merkpercentage is gelegen in de shoppingcenters aan de rand: Westland Shopping Center en Cora Shopping Center. Dit kan een bedreiging vormen voor de aantrekkelijkheid van andere kernen, in het bijzonder voor de Wayezstraat waar ook een aanbod van mode en luxe is. Het commerciële aanbod voor wat betreft het aantal cellen blijft het hoogst in de Wayezstraat.

f) Onderlinge band tussen de kernen

1) Werkwijze

De analyse van de interactie tussen de verschillende handelskernen van Anderlecht gebeurt aan de hand van strategisch geplaatste meetpalen voor het aantal voetgangers in de gemeente, die werken op geavanceerde technologie van onze partner Geoconsulting⁸. Deze technologie detecteert bluetooth- en wifisignalen van gsm's en biedt niet alleen de mogelijkheid om de afgelegde weg van de gebruiker te traceren, maar ook om de duur ervan te bepalen. Deze meting gebeurt met absoluut respect voor de privacy⁹.

De tien meetpalen werden geplaatst (met goedkeuring van de handelaars en de gemeente Anderlecht) overeenkomstig onze aanbevelingen. De telling is uitgevoerd van 09/04/2015 tot 08/05/2015. De handelszaken die hebben deelgenomen zijn:

- ➔ Meetpaal 1: Le Saphir
Wayezstraat 165A

- ➔ Meetpaal 2: Saponi Mediterranei
Wayezstraat 27

- ➔ Meetpaal 3: Slachthuis van Anderlecht
Ropsy Chaudronstraat bij de metrohalte Clemenceau

- ➔ Meetpaal 4: Slachthuis van Anderlecht
Industriekaai aan de kruising met de Jules Ruhlstraat

- ➔ Meetpaal 5: Baby House
Ninoofsesteenweg 262

- ➔ Meetpaal 6: Safwan Pâtisserie
Ninoofsesteenweg 414

⁸ Deze technologie detecteert bluetooth- en wifisingalen en biedt niet alleen de mogelijkheid om de afgelegde weg van de gebruiker te traceren, maar ook om de duur ervan te bepalen. Deze meting gebeurt met absoluut respect voor de privacy.

⁹ Er worden verschillende filters toegepast op de verkregen gegevens: filtering van het aantal werknemers in de nabijheid van de meetpalen, filtering van auto's.

- ➡ Meetpaal 7: Covema
Westland, Sylvain Dupuislaan

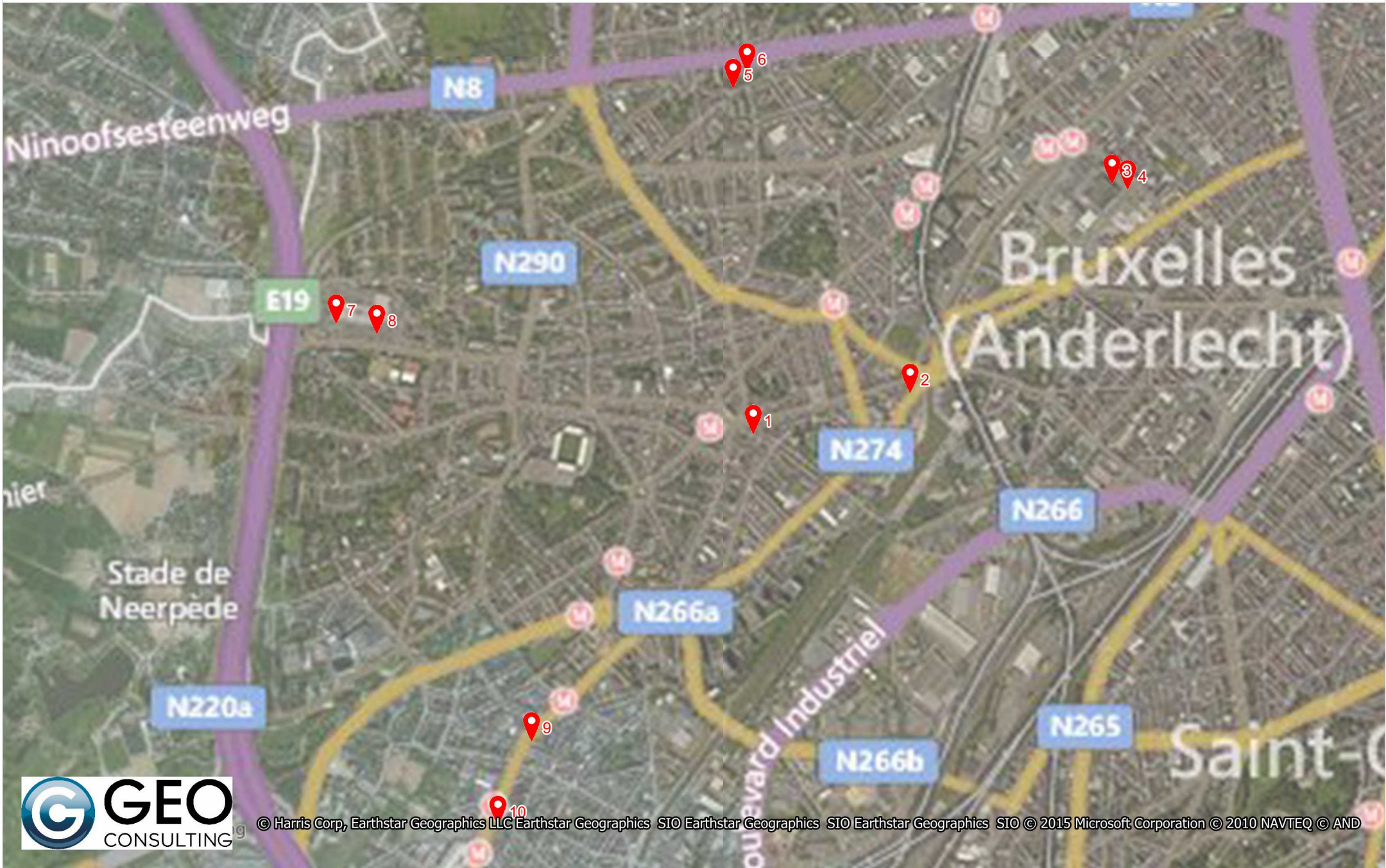
- ➡ Meetpaal 8: Intertoys
Westland, Sylvain Dupuislaan

- ➡ Meetpaal 9: Apotheek Geeroms-Bottcher
Bergensesteenweg 1153

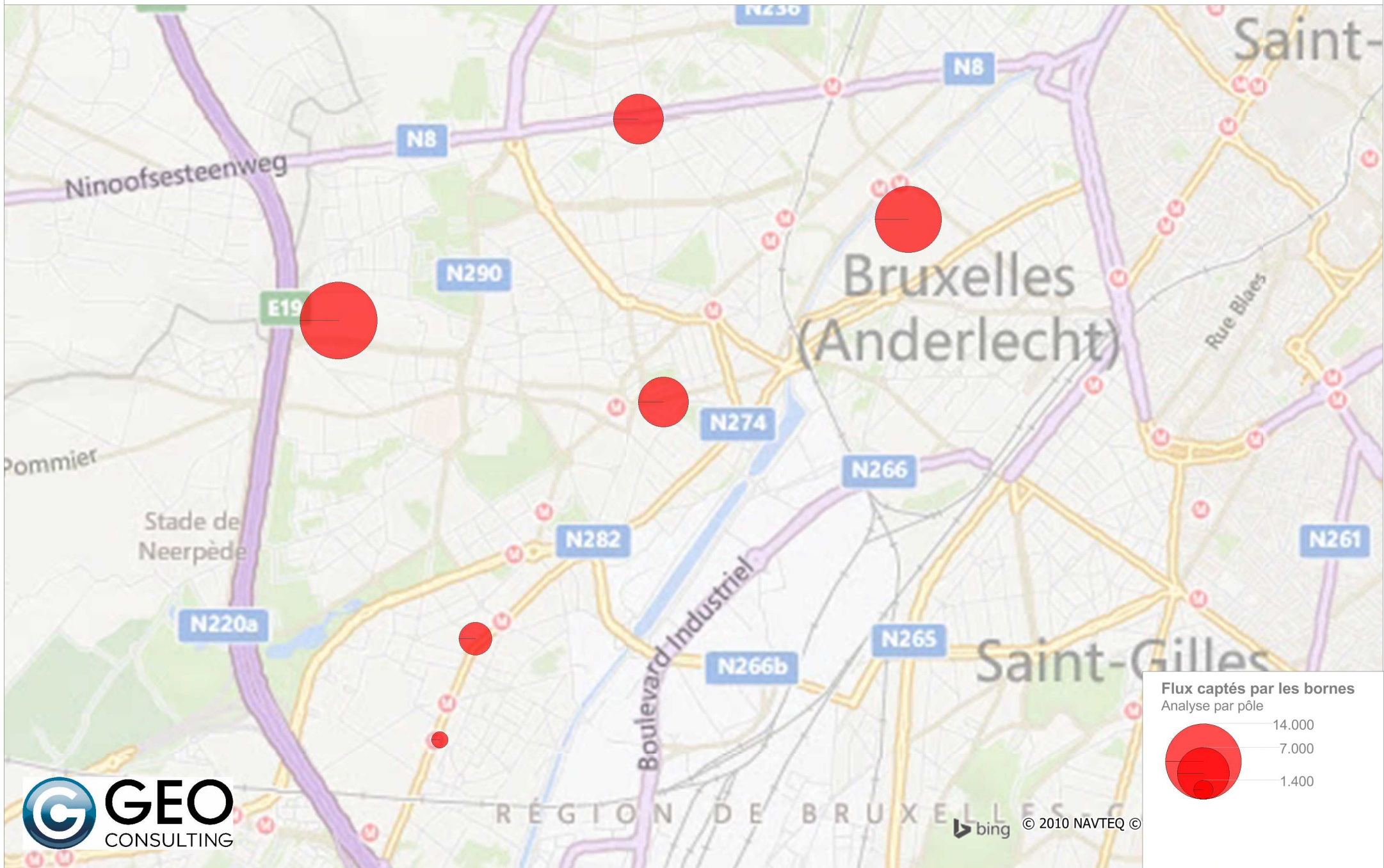
- ➡ Meetpaal 10: Selectair
Bergensesteenweg 1037

De volgende kaart toont een ruimtelijke weergave van de 10 meetpalen binnen de geanalyseerde zone.

Localisation des bornes à Anderlecht



Localisation des bornes à Anderlecht



2) Analyse van de bezoekersstroom

De gegevens die verzameld worden door de meetpalen bieden de mogelijkheid om allerlei informatie over het gedrag van klanten in Anderlecht te analyseren. Dit hoofdstuk gaat dieper in op de klantenverdeling per handelskern en de relatie tussen de kernen. Om deze analyse te vereenvoudigen, werden de meetpalen gegroepeerd per kern. Er zullen dus zes kernen geanalyseerd worden.

Het aantal metingen

De eerste benadering bestaat uit analyse van de bezoekersstroom aan de meetpalen. Deze analyse is gebaseerd op het belang van de gemeten stroom door een meetpaal ten opzichte van de andere.

De volgende tabel geeft de bezoekersstroom van de geanalyseerde meetpalen weer. De stromen worden uitgedrukt volgens hun belang (%) ten opzichte van de totale stroom die gemeten werd in de week¹⁰ en in het weekend¹¹. Dit laatste gegeven is betrekkelijk interessant voor de analyse van de kernen, aangezien bezoek tijdens de week kan duiden op aankopen van buurtbewoners en werknemers/pendelaars.

Volgens de resultaten hieronder wordt er in Westland Shopping Center meer dan 30% van de totale bezoekersstroom binnen het bestudeerde gebied gemeten. De meetpalen aan het slachthuis van Anderlecht hebben meer dan 25% van de bezoekersstroom gemeten. De Wayezstraat komt met 16% op de derde plaats. De meetpalen in de wijken Het Rad en Bizet hebben meer een geringe stroom gemeten in vergelijking met de andere meetpalen. Dit kan in hoofdzaak verklaard worden door hun minder belangrijke commerciële structuur.

Comptage par zone		Valeur absolue	%
1	Abattoirs	10309	26%
2	Bizet	3034	8%
3	Centre - W y e z	6463	16%
4	La Roue	907	2%
5	Ninove	6221	15%
6	Westland	13330	33%
	TOTAL	40264	100%

¹⁰ Maandag tot vrijdag.

¹¹ Zaterdag en zondag.

De verschillen tussen de kernen en de totale bezoekersstroom geven meer inzicht in de verschillen tussen de week en het weekend. Het merendeel van de tijd is de verdeling week/weekend nogal gelijklopend: 75% van de stroom wordt gemeten in de week en 25% tijdens het weekend. Dit kan logisch verklaard worden door het aantal gemeten wekdagen (5) en het aantal gemeten dagen in het weekend (2). Deze trend is echter niet van toepassing voor alle kernen in Anderlecht. De kern van het Slachthuis wordt veel frequenter bezocht in het weekend. Dat komt door de markten op vrijdag, zaterdag en zondag die een grote toestroom aantrekken. Bepaalde kernen worden tijdens het weekend daarentegen een stuk minder vaak bezocht. Dat is het geval voor de kernen van Het Rad en Bizet en kan gedeeltelijk verklaard worden door hun rol als kern met buurtwinkels. De winkels in deze kernen zijn hoofdzakelijk bestemd voor dagelijkse behoeften. De andere kernen volgen een meer traditioneel schema en lijken een grotere toestroom te krijgen in de week dan in het weekend.

Zones	Week	Weekend	TOTAAL	Afwijking week	Afwijking weekend
Slachthuis	38%	62%	26%	0,55	2,01
Bizet	82%	18%	8%	1,18	0,59
Centrum - Wayez	83%	17%	16%	1,20	0,55
Het Rad	93%	7%	2%	1,35	0,21
Ninove	80%	20%	15%	1,16	0,64
Westland	77%	23%	33%	1,11	0,76
TOTAAL	69%	31%	100%	1,00	1,00

Verdeling van de bezoekersstroom per meetpaal van de bestudeerde zone volgens de totale bezoekersstroom.

In de volgende tabel toont een preciezere analyse verschillen tussen de verschillende dagen van de week. Gemiddeld zijn de geanalyseerde kernen aantrekkelijker (in volgorde) op zaterdag en vrijdag (18% van de wekelijkse stroom) en op donderdag (17%). De andere dagen van de week vertonen gelijkaardige resultaten, waarbij de zondag gecompenseerd wordt door de toestroom aan het Slachthuis.

Volgens de tabel en zoals reeds eerder vastgesteld:

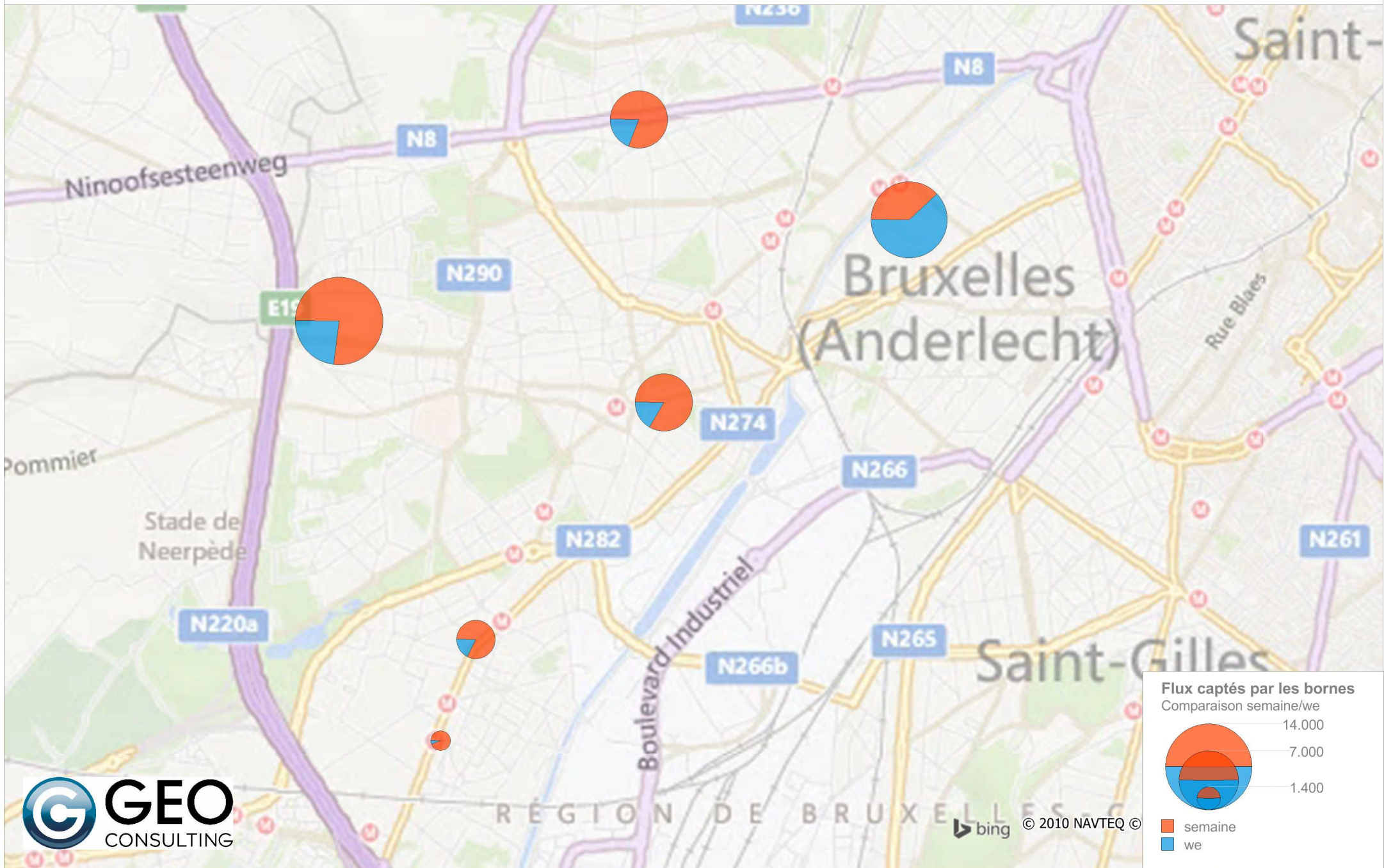
- ➔ De meerderheid van de kernen kennen een grotere toestroom op donderdag (behalve Slachthuis en Westland). Dit is bijzonder want doorgaans zijn vrijdag en zaterdag aantrekkelijker voor winkelbezoekers.
- ➔ Voor bepaalde kernen is de toestroom geconcentreerd op enkele wekdagen. Dit is het geval voor Slachthuis, met een zeer grote concentratie op vrijdag, zaterdag en zondag, en een heel gering aantal bezoekers op de andere dagen. Westland shoppingcenter vertoont ook een onregelmatige spreiding van de bezoekersstroom met een hoogtepunt op zaterdag, wat kenmerkend is voor dit type shoppingcenter.
- ➔ Bepaalde meetpalen meten een meer gespreide toestroom naargelang de dag. Dit is het geval voor de Ninoofsesteenweg, Het Rad en Bizet. Dat is het geval voor de kernen van Het Rad en Bizet.
- ➔ Logischerwijze is er op zondag weinig toestroom, behalve voor Slachthuis. De 3% voor Westland shoppingcenter zijn te verklaren door de brocantemarkten die doorgaan op de parkeerruimte.
- ➔ De Wayezstraat vertoont een bijzondere spreiding van de toestroom, met het hoogste aantal bezoekers op donderdag en maandag. Voor een stadscentrum is er slechts een kleine toestroom op vrijdag en zaterdag.
- ➔ Zaterdag is doorgaans een speciale dag bij analyse van de kernen. In Anderlecht is dat niet echt het geval, behalve voor Westland shoppingcenter. Dit kan verklaard worden door verschillende hypothesen. De shoppingcenters op het grondgebied van Anderlecht trekken een grote toestroom aan op zaterdag, ten nadele van de andere kernen in Anderlecht. Dit kan ook verklaard worden door de zeer lokale aard van de commerciële structuren in Anderlecht. Zaterdag is traditioneel een populaire dag om te winkelen en klanten trekken naar kernen die concurreren met deze van de gemeente op zoek naar een ander aanbod (meer gevarieerd, betere kwaliteit, meer specifiek, enz.). De kernen in Anderlecht die in de week voldoen aan de dagelijkse behoeften van hun klanten, lijden onder deze klantenvlucht op vrijdag en zaterdag.

Zones	Maandag	Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag	Zaterdag	Zondag	Totaal
Slachthuis	1%	2%	2%	4%	29%	26%	36%	100%
Bizet	15%	16%	17%	19%	16%	10%	8%	100%
Centrum - Wayerz	18%	15%	15%	23%	12%	12%	5%	100%
Het Rad	18%	21%	18%	21%	15%	6%	1%	100%
Ninove	15%	15%	18%	19%	14%	14%	6%	100%
Westland	14%	14%	14%	18%	16%	20%	3%	100%
TOTAAL	12%	12%	12%	16%	18%	18%	13%	100%

Verdeling van de bezoekersstroom in de kernen van het bestudeerde Brusselse gebied volgens de weekdays.

Op de volgende kaart wordt de toestroom naar de kernen weergegeven in de week en in het weekend.

Analyse des flux captés selon la semaine et le week-end

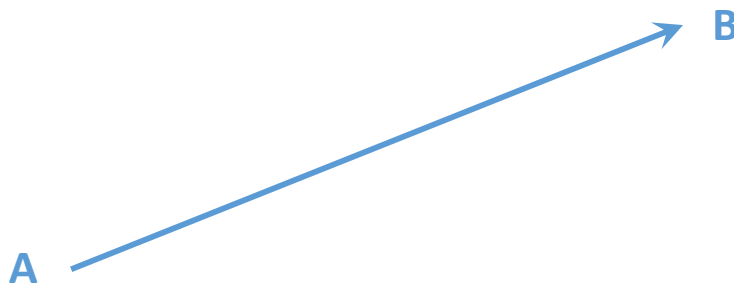


3) *Relaties tussen de kernen in Anderlecht*

Op basis van de metingen door de meetpalen hebben we in het vorige hoofdstuk de toestroom voorgesteld naar de kernen van de geanalyseerde zone. In dit hoofdstuk zullen we de interactie tussen deze kernen analyseren. We zullen hiervoor eerst de directe en vervolgens de indirecte relaties analyseren.

Onderlinge afhankelijkheid van de kernen: directe relaties

Dit deel gaat over de analyse van de directe stromen tussen twee kernen, met een vertrek- en een eindpunt en zonder via andere kernen te passeren. De tabel hieronder geeft horizontaal de vertrekpunten weer en verticaal de aankomstpunten. Zo gaat 53% van de stroom aan meetpaal 1 – Slachthuis direct naar meetpaal 3 – Centrum - Wayez.



We stellen vast dat bepaalde meetpalen geprivilegieerde relaties hebben met andere. Dit is het geval tussen de meetpalen van Slachthuis en Centrum - Wayez, die een heel nauwe band lijken te hebben, en voor de kernen Westland en Centrum – Wayez, en de Ninoofsesteenweg en Slachthuis.

We stellen ook vast dat bepaalde meetpalen exclusieve relaties hebben met andere. Dit is het geval voor Het Rad en Bizet, die onderling afhankelijk zijn maar heel weinig voorkomen in het netwerk van de andere kernen.

Voor bepaalde onderling afhankelijke meetpalen lijkt er een voorkeursrichting te zijn. Dat is bijvoorbeeld het geval voor de kernen van Het Rad en Bizet. We merken dat de stroom groter is van Het Rad naar Bizet dan omgekeerd. Voor de meetpalen van Slachthuis – Wayez is er evenredig met de metingen een grotere stroom van Slachthuis naar Centrum - Wayez dan omgekeerd. Deze resultaten betekenen niet dat er meer personen van Slachthuis naar de Wayezstraat gegaan zijn, maar dat er zich een groter deel van de stroom die gemeten is door de

meetpalen van Slachthuis, naar de Wayezstraat begeven heeft. Er is verhoudingsgewijs een kleiner deel van de stroom van de Wayezstraat naar Slachthuis gegaan.

Dit rooster toont ook aan dat bepaalde kernen een groter gebied bedienen. Dat is het geval voor de Wayezstraat, die er een geprivilegieerde relatie op na houdt met Slachthuis, Westland, Bizet en in mindere mate met de Ninoofsesteenweg. Dat kan verklaard worden door de centrale locatie van deze meetpaal. De stromen van Westland shoppingcenter en de Ninoofsesteenweg hebben ook heel verspreide bestemmingen.

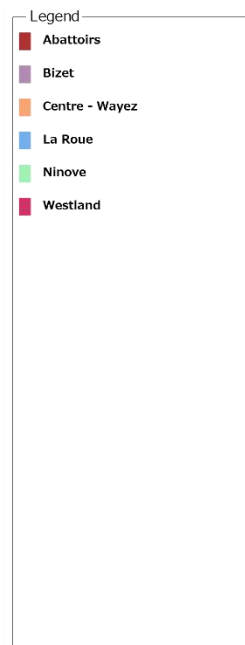
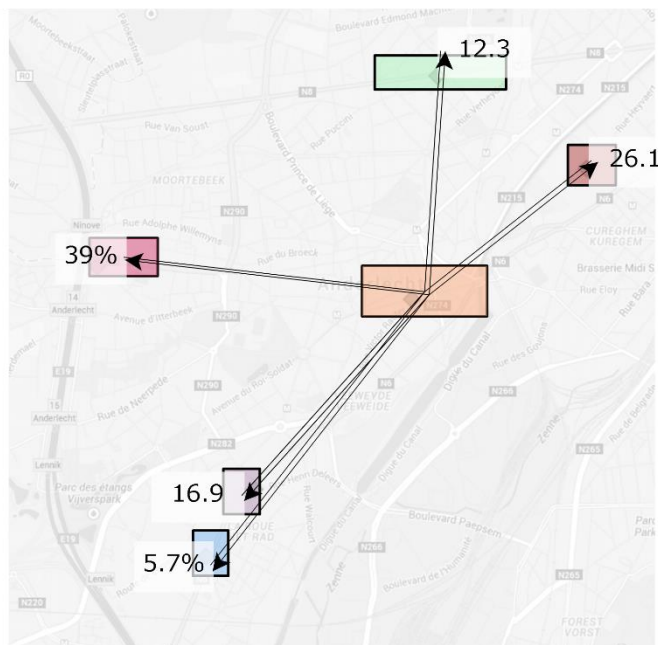
Deze tabel toont ook aan dat bepaalde kernen minder verbonden zijn dan andere. Er lijken zich weinig klanten naar de kern Het Rad te begeven nadat ze in hun eigen kern geweest zijn. Idem voor Westland shoppingcenter: deze kern lijkt veel stromen te meten maar bepaalde kernen (Slachthuis, Het Rad en Bizet) hebben zo goed als geen band met het shoppingcenter.

De volgende kaart toont de directe relatie tussen Centrum - Wayez en de andere geanalyseerde kernen.

Anderlecht - Visitor Flow Direct

09/04/2015 >

map by amMap.com

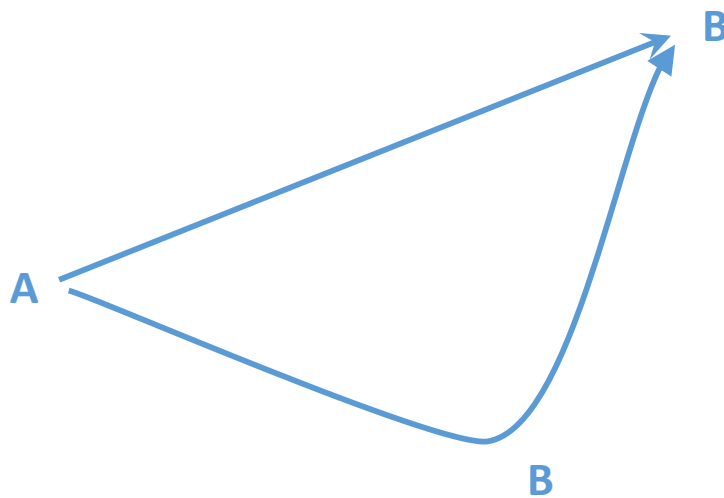


<u>Flux directs</u>		Zones destination					
Zone origine	Abattoirs	Bizet	Centre - Wayez	La Roue	Ninove	Westland	TOTAL
1 Abattoirs	0%	9%	53%	2%	34%	3%	100%
2 Bizet	8%	0%	16%	64%	7%	5%	100%
3 Centre - Wayez	26%	17%	0%	6%	12%	39%	100%
4 La Roue	2%	83%	9%	0%	3%	3%	100%
5 Ninove	47%	10%	21%	4%	0%	17%	100%
6 Westland	11%	20%	41%	3%	26%	0%	100%
TOTAL	17%	18%	20%	19%	12%	14%	100%

Verdeling van de directe stromen tussen de kernen (in %)

Indirecte relaties tussen de kernen in Anderlecht

Dit tweede deel gaat over de analyse van de indirecte stromen tussen twee kernen, met een vertrek- en een eindpunt en eventueel via andere kernen. De tabel hieronder geeft horizontaal de vertrekpunten weer en verticaal de aankomstpunten. Zo bereikt 52% van de stroom van de kern Slachthuis de kern Centrum - Wayez rechtstreeks of langs andere meetpalen.



We stellen opnieuw vast dat sommige zich vaker op de weg van de klanten bevinden, zoals Centrum – Wayez en in mindere mate Slachthuis.

De analyse van deze tabel bevestigt de voorgaande vaststellingen.

Twee kernen lijken minder verbonden te zijn dan andere: Het Rad en Westland shoppingcenter. Als we voor Westland shoppingcenter geen rekening houden met de klanten van de Wayezstraat die langs Westland shoppingcenter passeren (evenals die van de Ninoofsesteenweg), lopen er maar weinig routes langs deze kern. De klanten die dus naar Slachthuis, Het Rad en Bizet gaan, komen niet vaak naar Westland shoppingcenter.

<u>Flux indirects</u>		Zones destination					
Zone origine	Abattoirs	Bizet	Centre - W ayez	La Roue	Ninove	Westland	TOTAL
1 Abattoirs	1%	10%	52%	2%	33%	3%	100%
2 Bizet	8%	5%	15%	60%	7%	4%	100%
3 Centre - W ayez	25%	16%	4%	6%	12%	37%	100%
4 La Roue	2%	77%	9%	6%	2%	3%	100%
5 Ninove	43%	11%	20%	5%	6%	16%	100%
6 Westland	11%	20%	41%	3%	25%	1%	100%
TOTAL	16%	19%	20%	19%	13%	13%	100%

Verdeling van de indirecte stromen tussen de kernen (in %)

4) Klantentrajecten

De meetpalen voor voetgangersstromen zijn uitgerust met innoverende technologie voor detectie van trajecten van klanten. De gegevens die in het vorige hoofdstuk geanalyseerd werden, bieden de mogelijkheid om directe en indirecte relaties van onderlinge afhankelijkheid tussen kernen naar voren te brengen.

In dit hoofdstuk buigen we ons over de verschillende routes die klanten in Anderlecht nemen om de onderlinge relatie van de geanalyseerde meetpalen na te gaan, en om te bepalen welke trajecten klanten bij voorkeur afleggen.

Routes en onderlinge relaties tussen kernen

Door het grote aantal meetpalen zijn er te veel mogelijkheden voor routes en kunnen ze niet allemaal weergegeven worden in dit rapport. We zullen ons dus richten op de voornaamste. De tabel hieronder bevat de stromen per meest voorkomende route zonder de volgorde waarin klanten er passeren.

De vijf eerste routes die het vaakst genomen worden, omvatten slechts één meetpaal, het zijn opeenvolgend Westland shoppingcenter, Slachthuis, Ninoofsesteenweg, Centrum - Wayez en Bizet.

Deze tabel geeft een extra dimensie weer, de autarkie. Bepaalde kernen zijn immers zowel het vertrekpunt als het punt van aankomst voor een groot deel van de doorgaande stromen.

Dit wil zeggen dat deze vijf kernen over een hoge autarkiegraad beschikken. Een aanzienlijk deel van de bezoekers aan deze kernen blijft uitsluitend binnen de betreffende kern.

De eerste onderlinge relatie van de kernen komt naar voor op de 6de plaats en vertegenwoordigt slechts 1% van de bezoekersstroom (zonder criteria voor volgorde van aankomst/vertrek). Dat is dus de voorkeurreoute van de gemeten klanten en loopt tussen de meetpalen van Bizet en Het Rad. De tweede route komt slechts op de 8ste plaats en is het traject tussen Centrum – Wayez en Westland shoppingcenter: 320 personen zijn langs deze twee kernen gepasseerd. Op de 9de plaats is de route tussen Slachthuis en Centrum - Wayez, en op de 10de plaats komt de route tussen Slachthuis en de Ninoofsesteenweg.

Uit deze resultaten blijkt dat de meeste klanten slechts enkele kernen bezoeken, ook al bestaan er relaties tussen de kernen. Dit wijst erop dat meer relaties tussen kernen ook het aantal bezoekers zou verhogen.

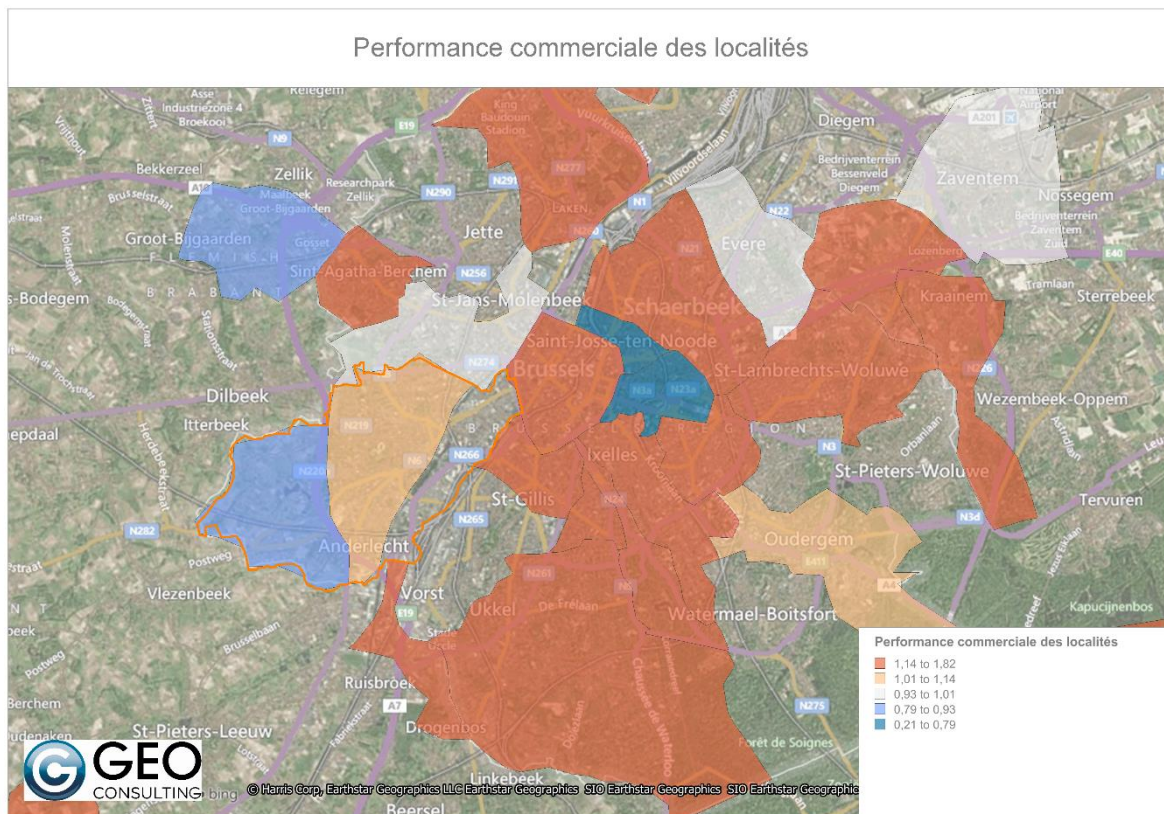
ID	Nombre de visiteurs	%	Zones visitées (sans ordre)
1	12729	33,5%	Westland
2	9603	25,2%	Abattoirs
3	5610	14,7%	Ninove
4	5486	14,4%	Centre - Wavez
5	2135	5,6%	Bizet
6	472	1,2%	Bizet,La Roue
7	322	0,8%	La Roue
8	320	0,8%	Centre - Wavez,Westland
9	284	0,7%	Abattoirs,Centre - Wavez
10	257	0,7%	Abattoirs,Ninove
11	154	0,4%	Bizet,Centre - Wavez
12	123	0,3%	Centre - Wavez,Ninove
13	123	0,3%	Ninove,Westland
14	79	0,2%	Abattoirs,Bizet
15	78	0,2%	Bizet,Westland
16	66	0,2%	Bizet,Ninove
17	46	0,1%	Centre - Wavez,La Roue
18	46	0,1%	Abattoirs,Westland
19	14	0,0%	La Roue,Ninove
20	14	0,0%	La Roue,Westland
21	12	0,0%	Bizet,Centre - Wavez,La Roue
22	10	0,0%	Abattoirs,La Roue
23	9	0,0%	Bizet,La Roue,Ninove
24	8	0,0%	Abattoirs,Bizet,Centre - Wavez
25	7	0,0%	Abattoirs,Centre - Wavez,Ninove
26	7	0,0%	Abattoirs,Centre - Wavez,Westland
27	6	0,0%	Bizet,Centre - Wavez,Westland
28	6	0,0%	Bizet,Centre - Wavez,Ninove
29	3	0,0%	Abattoirs,Bizet,La Roue
30	2	0,0%	Abattoirs,Bizet,Ninove
31	2	0,0%	Bizet,La Roue,Westland
32	1	0,0%	Centre - Wavez,La Roue,Ninove
33	1	0,0%	Abattoirs,Ninove,Westland
34	1	0,0%	Centre - Wavez,La Roue,Westland
35	1	0,0%	Bizet,Ninove,Westland
36	1	0,0%	Abattoirs,Centre - Wavez,La Roue
37	1	0,0%	Centre - Wavez,Ninove,Westland
38	1	0,0%	Abattoirs,Bizet,Westland

Ideaal parcours volgens de verdeling van de stromen zonder volgorde tussen de meetpalen van het geanalyseerde gebied.

4. Prestatie-indicatoren van de handelskernen

a) *Prestaties van de merken ten opzichte van het Belgische netwerk*

Wanneer we de economische prestaties van meerdere grote merken in de gemeente Anderlecht¹² vergelijken, blijkt dat deze in het oostelijke deel van de gemeente iets beter presteren in vergelijking met het gemiddelde voor het Belgische netwerk. In het westen lijken ze daarentegen minder goed te presteren. Dit is gedeeltelijk te verklaren door de bevolkingsdichtheid.



¹² We hebben zeven merken vergeleken.

b) Concurrentieomgeving

Uit analyse van het netwerk van de merken en de resultaten van de enquêtes¹³ blijkt dat vijf kernen effectieve concurrenten zijn.

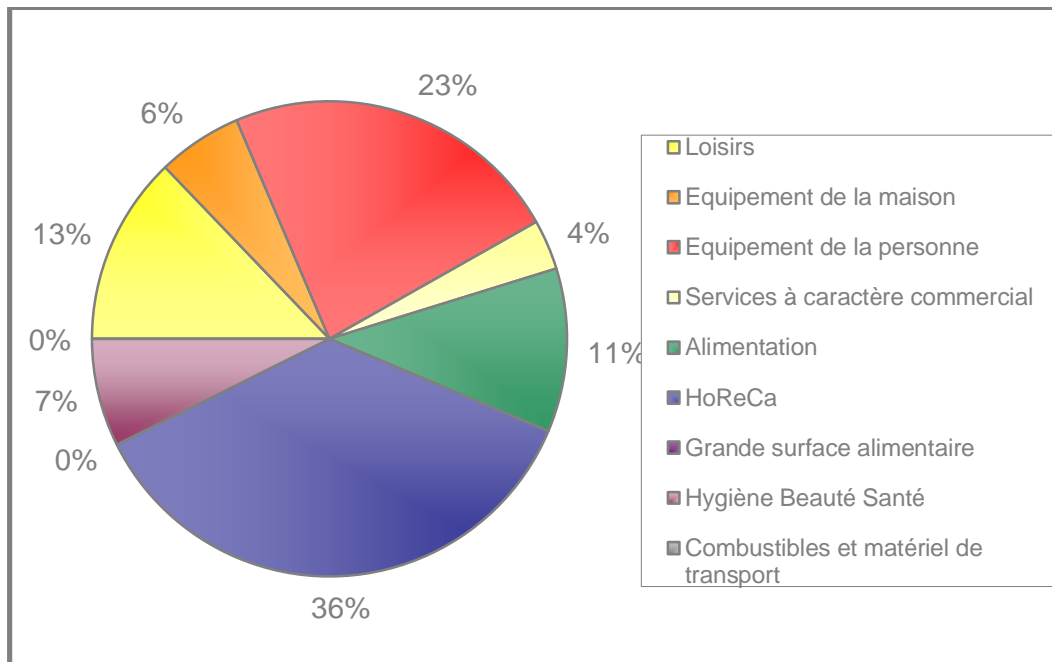
- Brussel: het centrum, Nieuwstraat, City 2 – 70% klantenvlucht
- Elsene: Gulden Vlieslaan, Louizalaan, Waterloolaan – 22,5% klantenvlucht
- Sint-Gillis: Voorplein, Kasteleinsplein, Louizalaan – 8,7% klantenvlucht

Ook andere handelskernen (Antwerpen, Jette, Woluwe Shopping Center enz.) zijn concurrenten voor de commerciële structuur van Anderlecht, maar zijn minder representatief door hun geografische ligging en/of commercieel aanbod.

De overzichtsfiche hieronder houdt rekening met het centrum van Brussel, de voornaamste concurrent. 70% van de bevroagde personen gaat naar het centrum van Brussel voor hun aankopen. Het is belangrijk om rekening te houden met het feit dat de aantrekkelijkheid van het stadscentrum waarschijnlijk nog zal toenemen met de nieuwe voetgangerszone en de mogelijke komst van nieuwe merken.

¹³ De enquêtes worden verder in het rapport weergegeven.

1) Het centrum van Brussel



Aantal commerciële cellen: 1.710

Leegstandsgraad commerciële panden: 9,9%

Indicator voor persoonlijke items: 23%

Belangrijkste merken: Primark, H&M, Zara, Mango, Esprit, Galeria Inno, Fnac, enz.



B. Klanten

Het voorgaande hoofdstuk was voornamelijk gewijd aan het huidige aanbod en het potentieel voor commerciële ontwikkeling, maar hoe zit het met de behoeften en verwachtingen van de bevolking?

Om deze vraag te beantwoorden, werden verschillende enquêtes uitgevoerd.

In totaal werden er 420 enquêtes met persoonlijke bevraging afgenomen.

Deze informatie biedt de mogelijkheid om - na analyse van het commerciële aanbod - ook de vraag te evalueren. De belangrijkste resultaten worden voorgesteld op de volgende pagina's. De volledige resultaten zijn toegevoegd in bijlage.

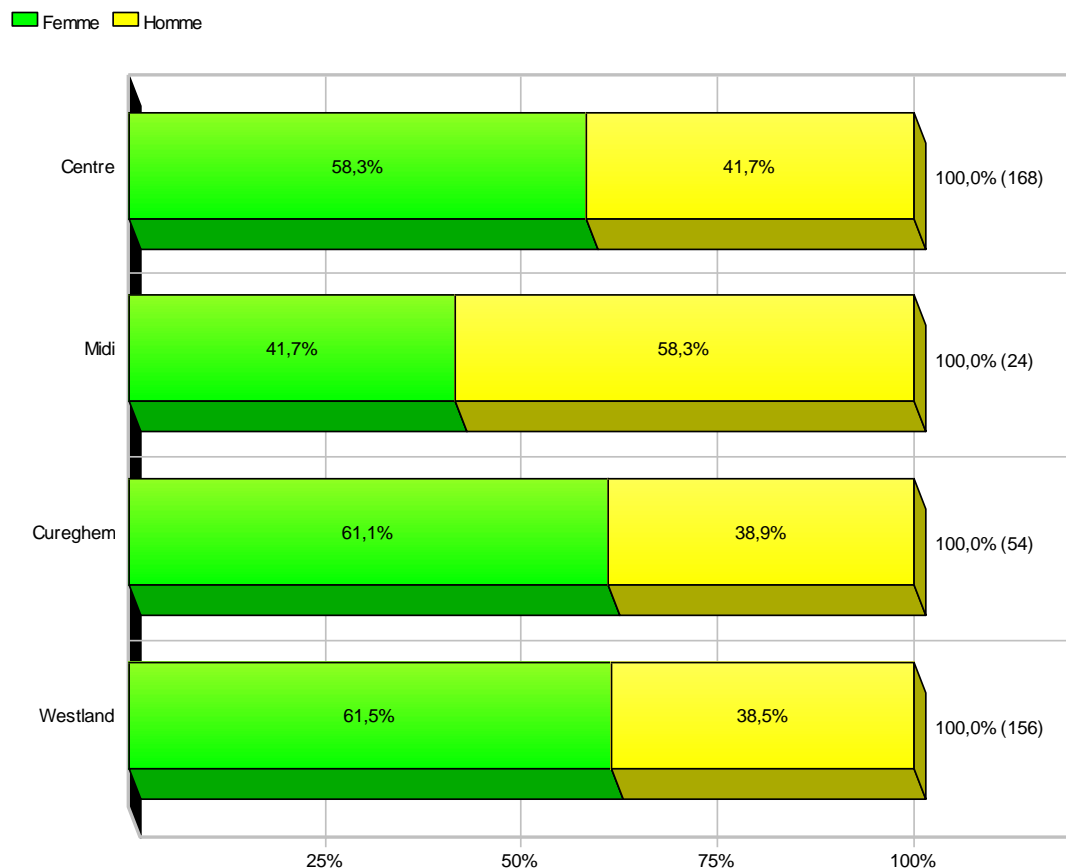
1. Analyse van de persoonlijke bevraging:

De enquêtes werden eind maart 2015 over 7 dagen afgenomen bij 492 klanten in verschillende kernen van Anderlecht: Centrum – Wayez / Westland / Zuid / Kuregem.

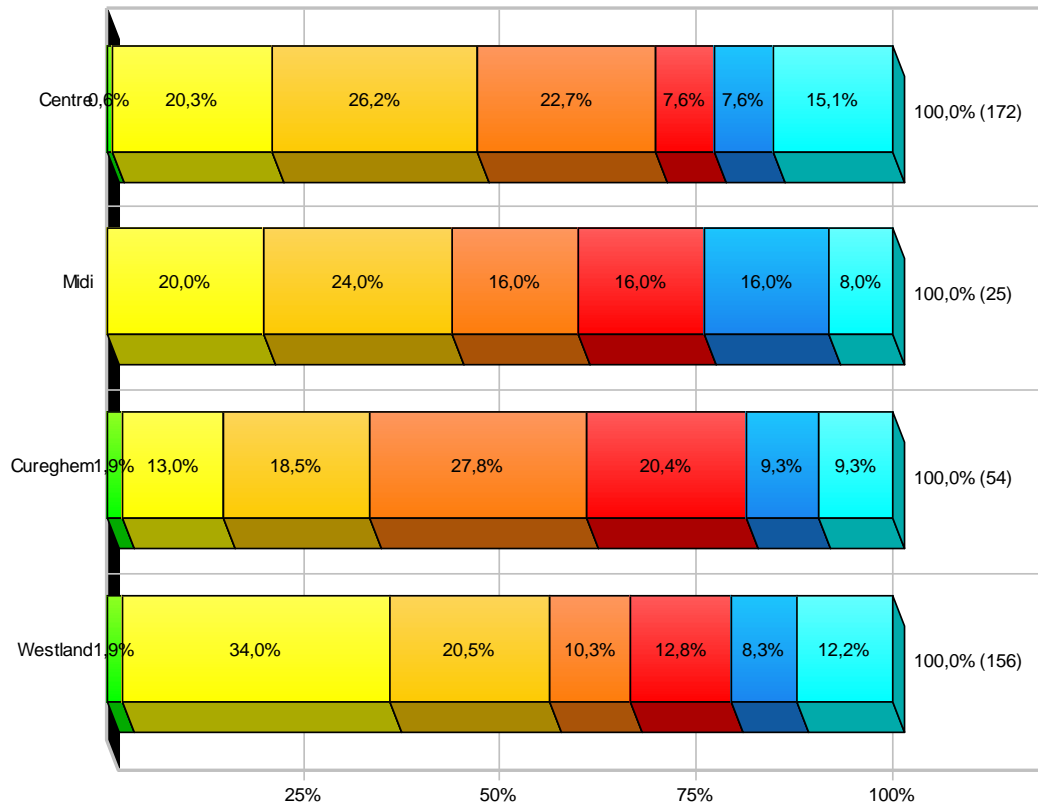
Enquêteprofiel

- Voor elke kern is er een lichte meerderheid van vrouwen, behalve voor Zuid.
- In de kern Westland zijn er meer jongeren, en in de kern Wayez meer 65-plussers. In Kuregem is de groep van 35-55 jaar het meest vertegenwoordigd.
- Meer dan 70% van de respondenten die naar Wayez en Zuid gaan, woont in Anderlecht. Westland heeft een meer diverse clientèle (45% inwoners van Anderlecht). De kern Kuregem wordt eerder bezocht door inwoners van Molenbeek en Sint-Gillis.

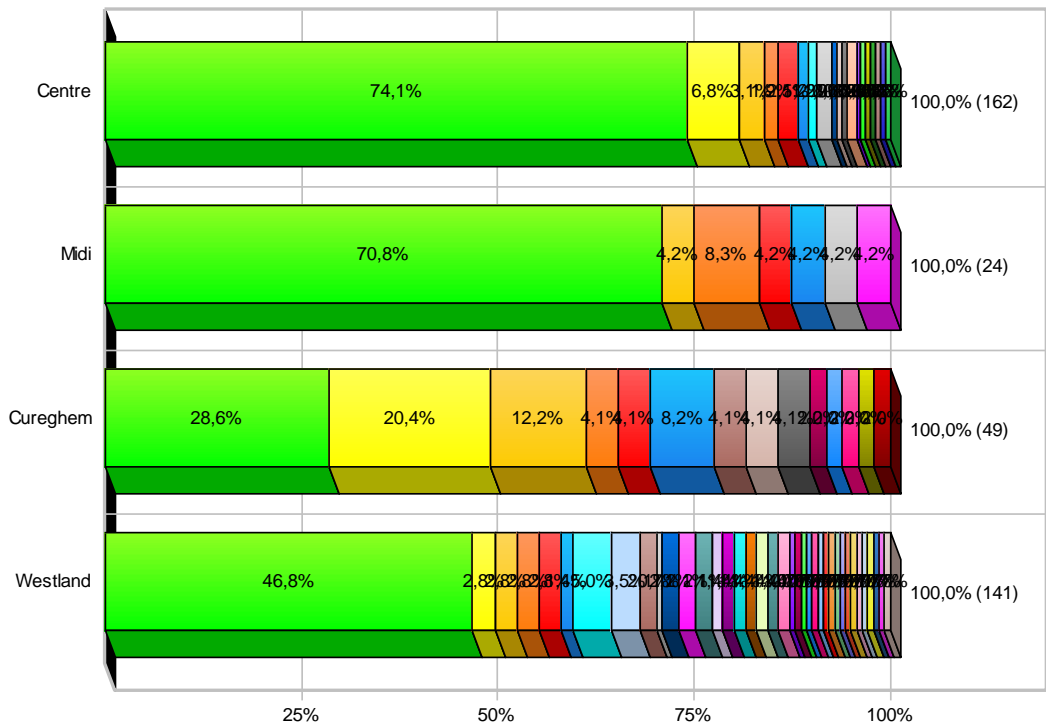
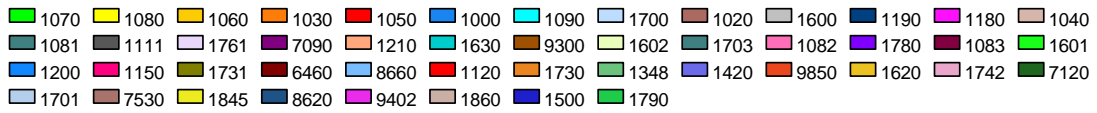
Geslacht van de bevroagden



■ Moins de 15 ans
 ■ 15 à 24 ans
 ■ 25 à 34 ans
 ■ 35 à 44 ans
 ■ 45 à 54 ans
 ■ 55 à 64 ans
 ■ 65 ans et plus



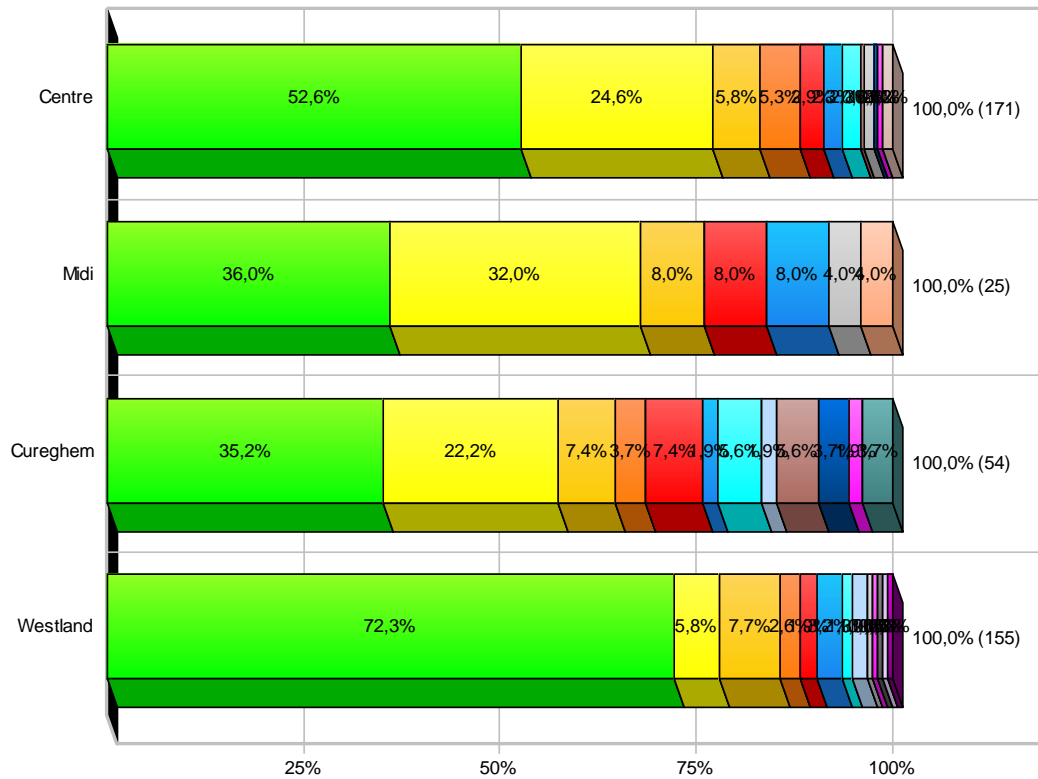
Tot welke leeftijdsgroep behoort u?



Postcode van de bevroagden

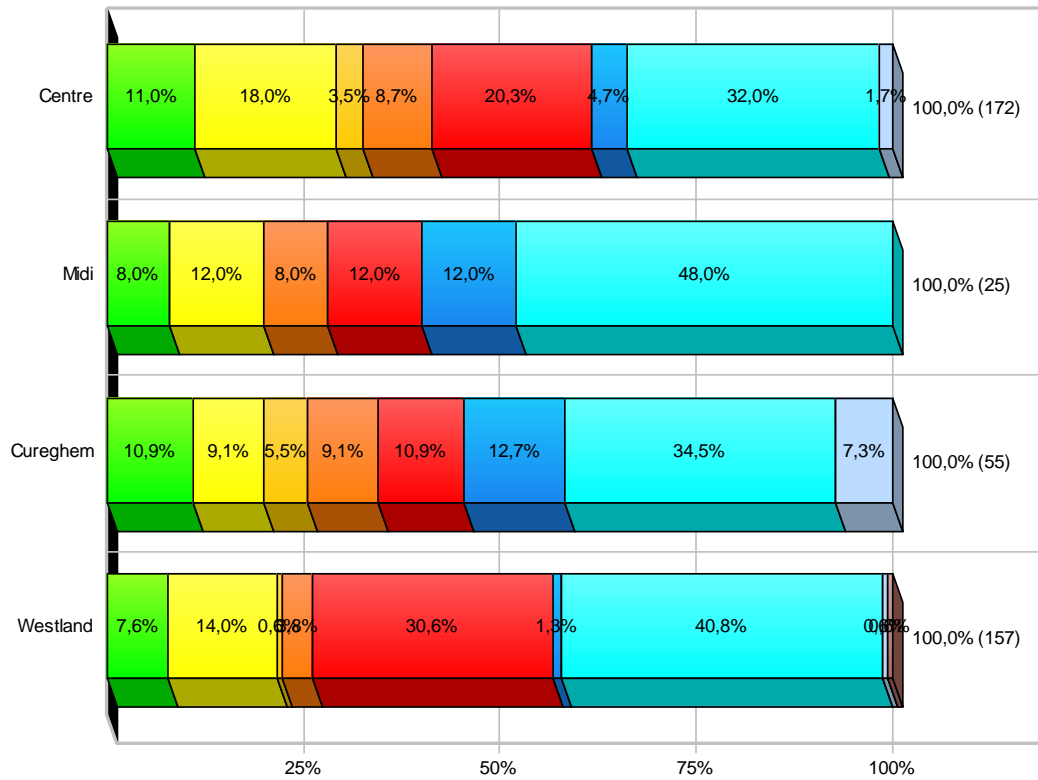
Moedertaal

■ Français
 ■ Arabe
 ■ Néerlandais
 ■ Espagnol
 ■ Africain
 ■ Portugais
 ■ Italien
 ■ Albanais
 ■ Anglais
 ■ Roumain
■ Polonais
■ Grec
■ Allemand
■ Serbe
■ Russe
■ Luxembourgeois
■ Perse
■ Autres à préciser

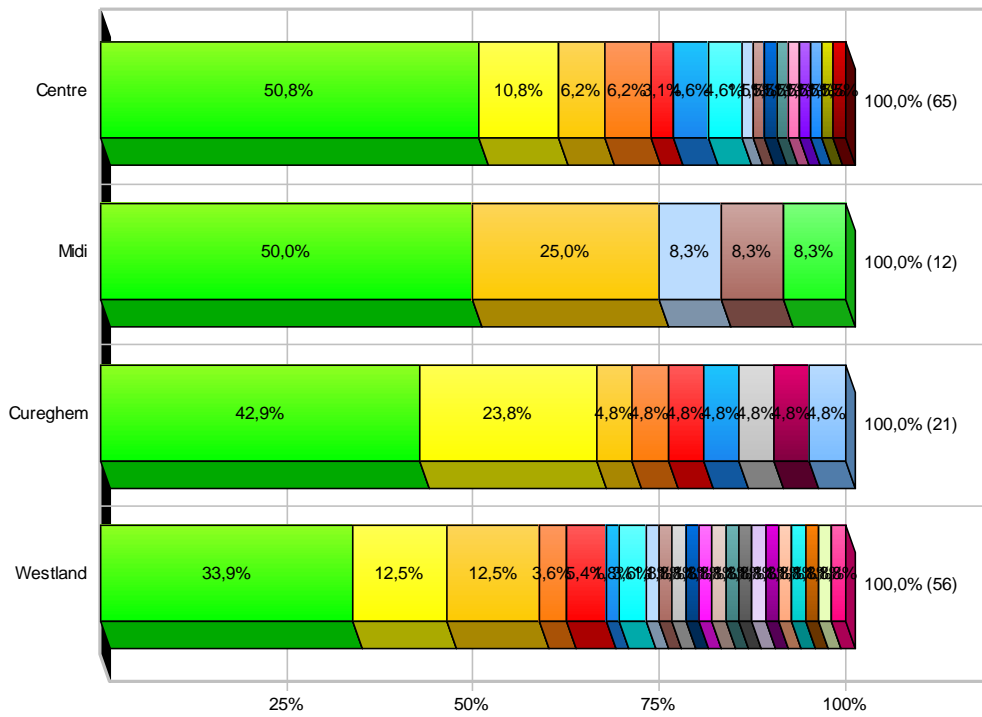


- De kernen Centrum - Wayez en Kuregem vertegenwoordigen verschillende talen, vooral Frans en Arabisch (moedertaal). Westland wordt voornamelijk bezocht door Franstaligen en in mindere mate door Nederlandstaligen.
- De kernen waar de meeste studenten komen, zijn Centrum - Wayez en Westland. De klanten van Westland hebben relatief betere inkomens dan die van de andere geanalyseerde kernen.

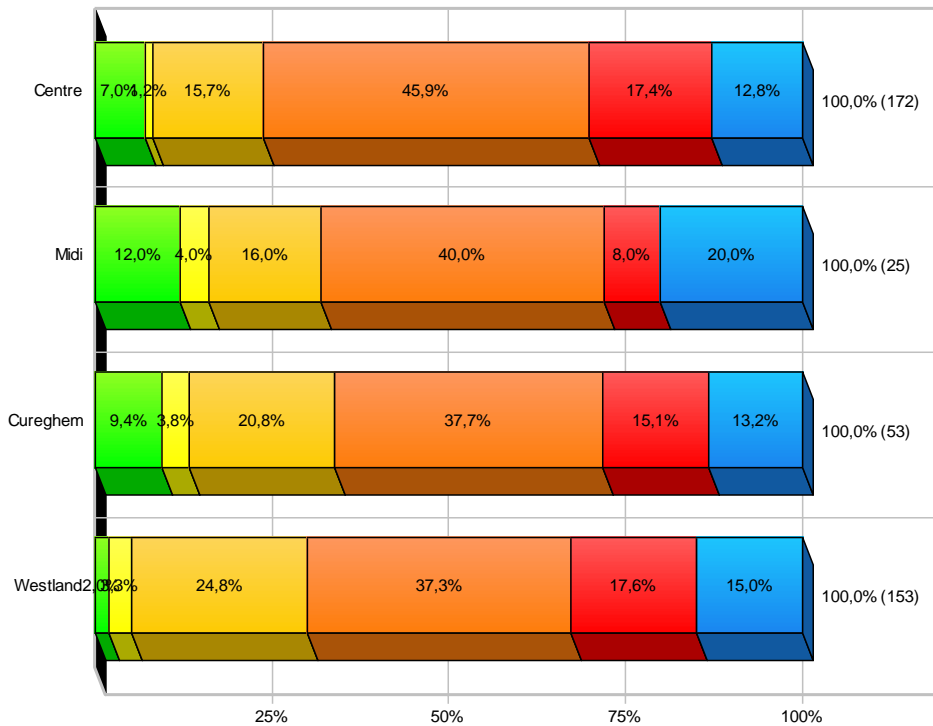
■ Demandeur d'emploi
 ■ Pensionné
 ■ Ouvrier
 ■ Homme-Femme au foyer
 ■ Etudiant
 ■ Indépendant
 ■ Employé
 ■ Autre
 ■ Cadre



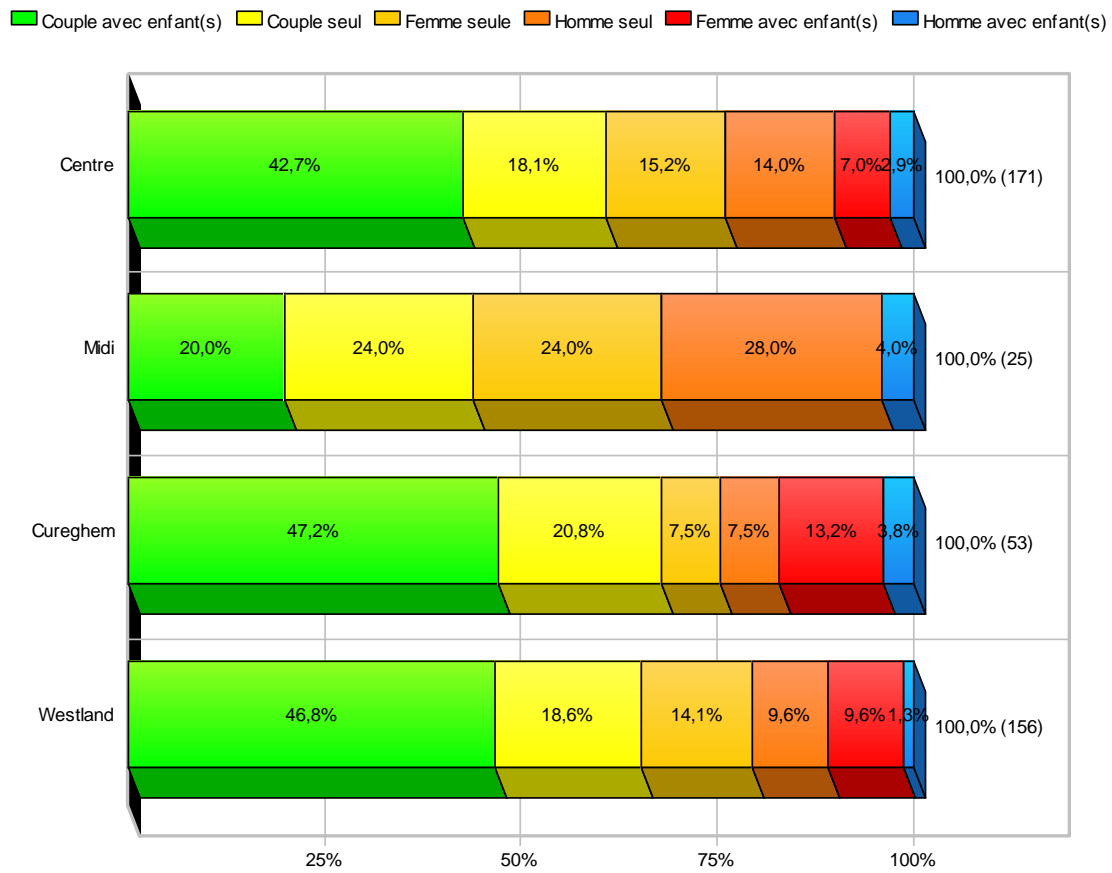
Wat is uw sociaal-professioneel profiel?



Wat is de postcode van uw werkplek?

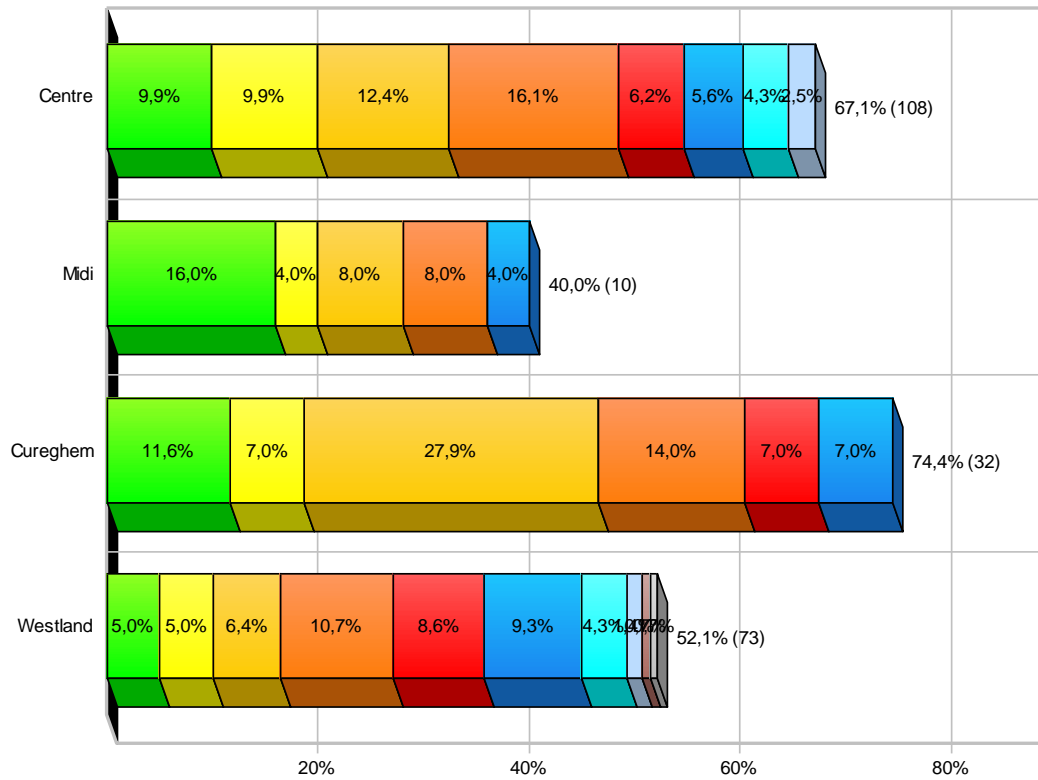


Wat is uw hoogst behaalde diploma?



Hoe is uw gezin samengesteld?

■ Moins de 900 €
 ■ Entre 900 et 1.199 €
 ■ Entre 1200 et 1.499 €
 ■ Entre 1.500 et 1.899 €
 ■ Entre 1.900 et 2.399 €
 ■ Entre 2.400 et 2.999 €
 ■ Entre 3.000 et 3.899 €
 ■ Entre 3.900 et 4.499 €
 ■ Entre 4.500 et 5.999 €
 ■ Plus de 6.000 €



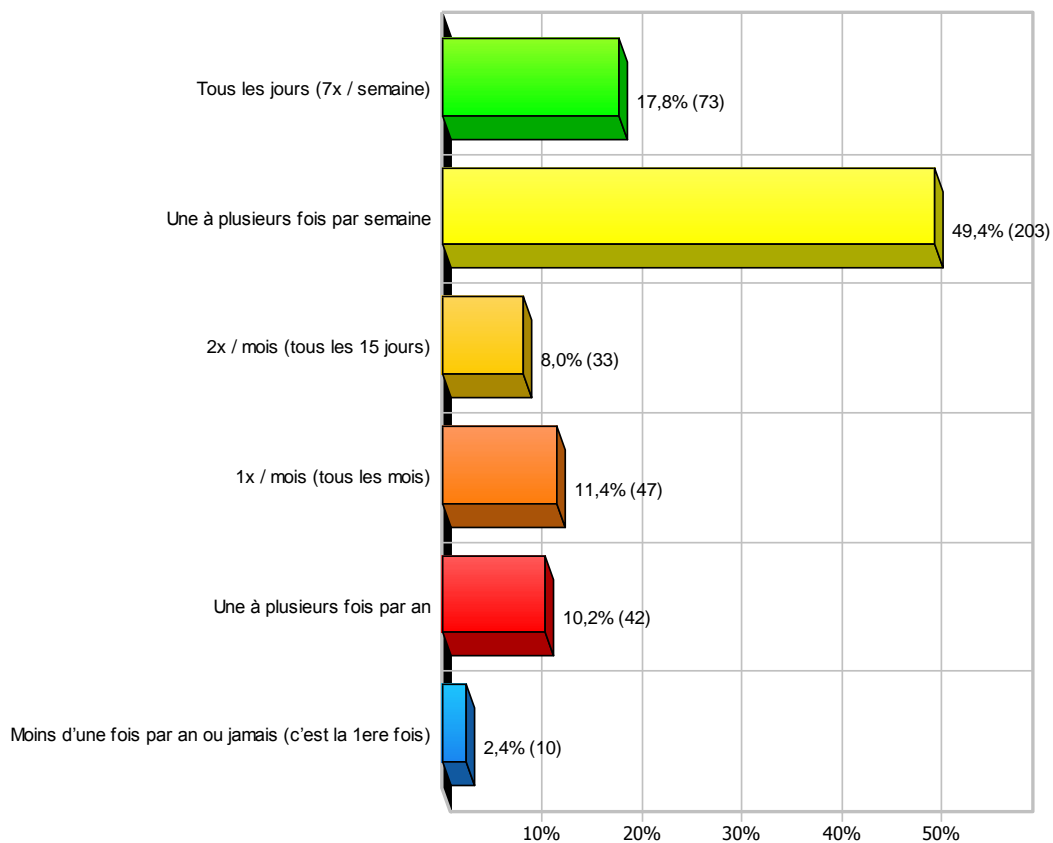
Hoeveel bedraagt het gemiddelde maandelijkse inkomen van uw gezin?

(52,6% respondenten)

i. Koopgedrag van de klanten van de handelskernen in Anderlecht.

a) *Aantal bezoeken aan de handelskern*

- Het aantal bezoeken aan de handelskernen van Anderlecht is relatief hoog, ongeveer 50% van de bevroagden gaan wekelijks 1 keer of meer ongeacht de onderzochte handelskern. Het aantal bezoeken varieert weinig tussen de specifieke kernen.
- Ongeveer 70% van de respondenten gaat minstens een keer per week naar een of meerdere handelskernen. 17% daarvan gaat elke dag naar een van de handelskernen.
- Slechts 8% gaat elke 2 weken naar de handelskern, en 11,4% gaat maar een keer per maand.
- 10,2% van de bevroagden gaat 1 of meerdere keren per jaar.

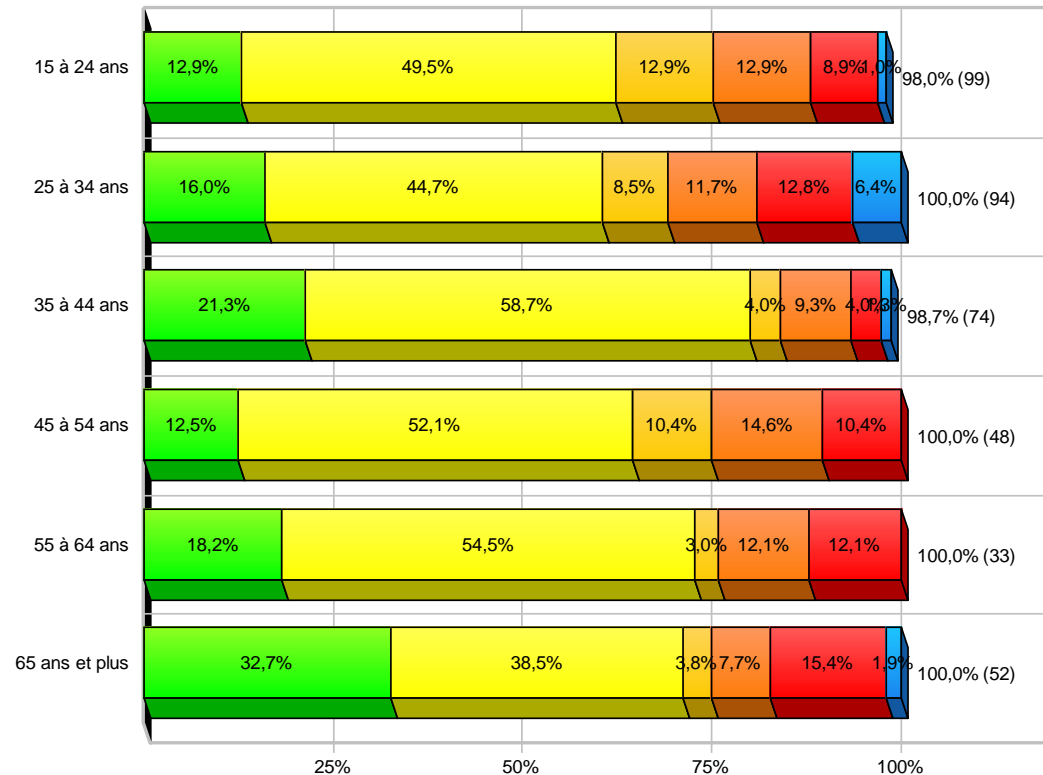


"Hoe vaak gaat u naar de handelskern?"

b) Aantal bezoeken aan handelskernen volgens de leeftijd van de bevroagden.

- 32,7% van de 65-plussers gaat elke dag, terwijl slechts 12,9% van de jongeren tussen 15 en 24 jaar elke dag een bezoek brengen.
- 58,7% van de personen tussen 35 en 44 jaar gaan meerdere keren per week.
- Het aantal bezoeken aan de handelskernen lijkt in het algemeen te stijgen naargelang van de leeftijd van de respondenten.

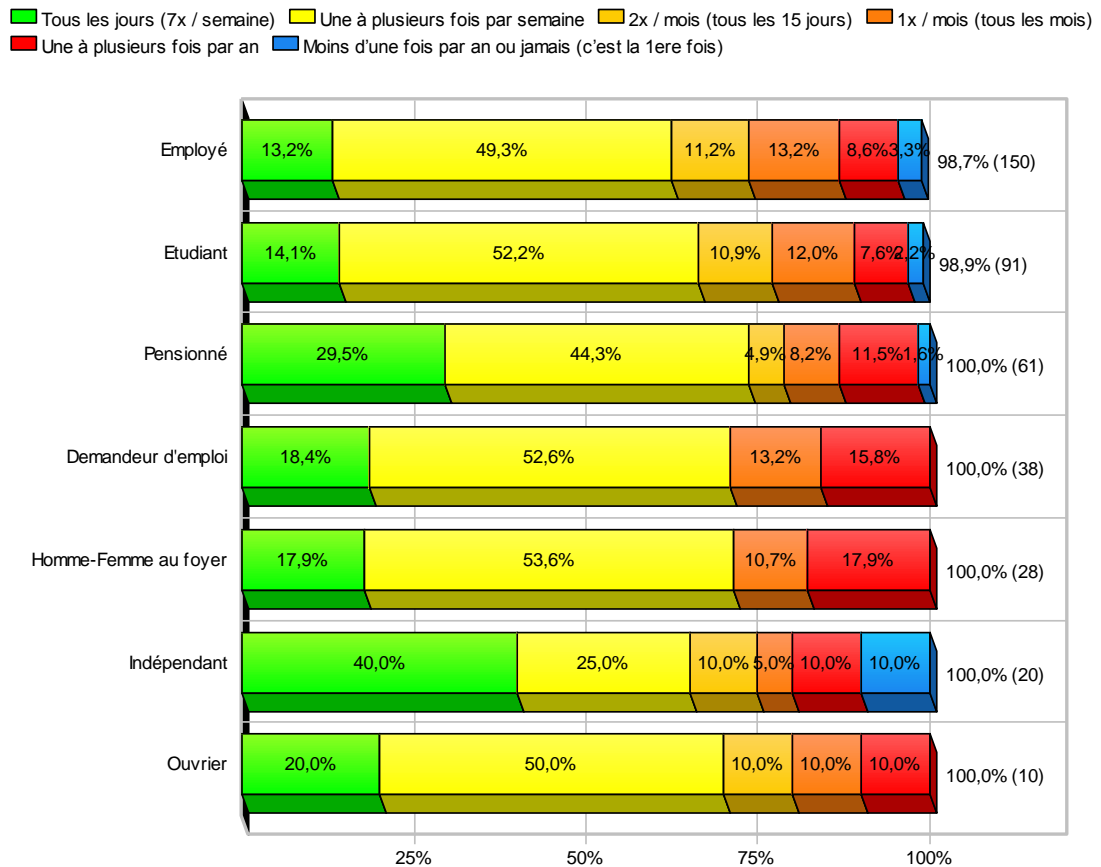
■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



"Hoe vaak gaat u naar de handelskern? Volgens leeftijd"

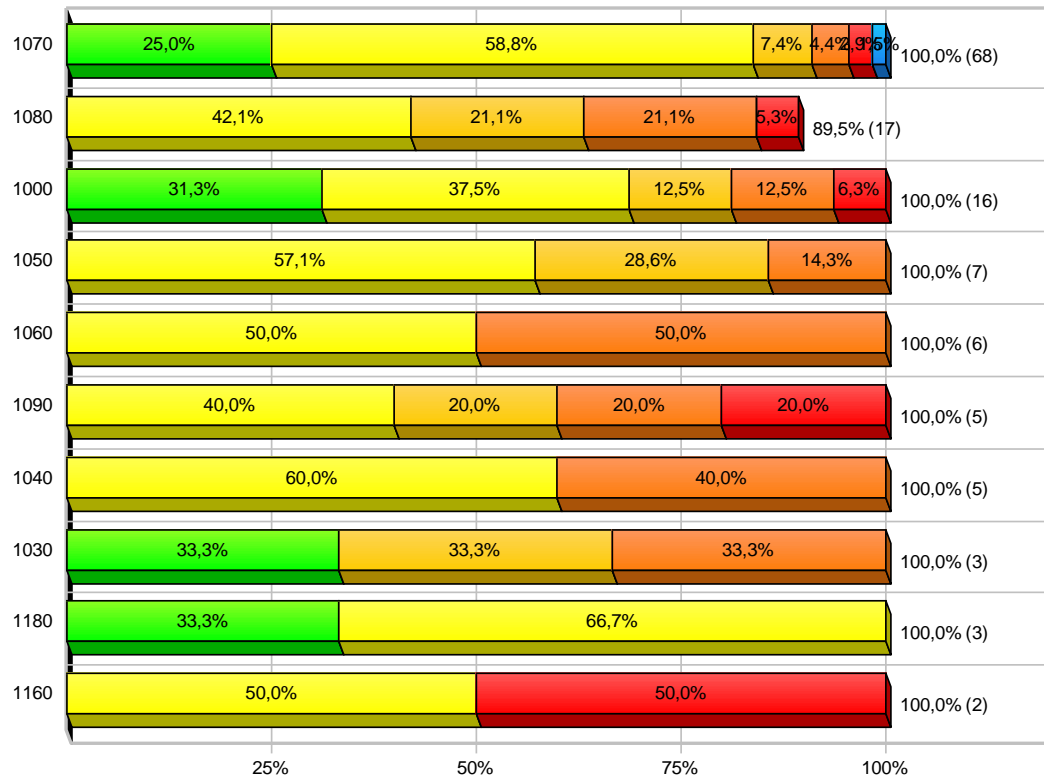
c) *Aantal bezoeken aan de handelskern volgens het sociaal-professionele profiel en de werkplek.*

- Gepensioneerden en zelfstandigen behoren tot de sociaal-professionele groepen die het vaakst dagelijks een bezoek brengen aan de handelskernen, met respectievelijk 29,5% van de gepensioneerden en 40% van de zelfstandigen, tegenover slechts 13,2% van de werknemers.
- 25% van de personen die werken in 1070 Anderlecht gaan elke dag naar de handelskern, evenals 31,3% van de personen die werken in 1000 Brussel.



"Hoe vaak gaat u naar de handelskern en wat is uw sociaal-professioneel profiel? "

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)

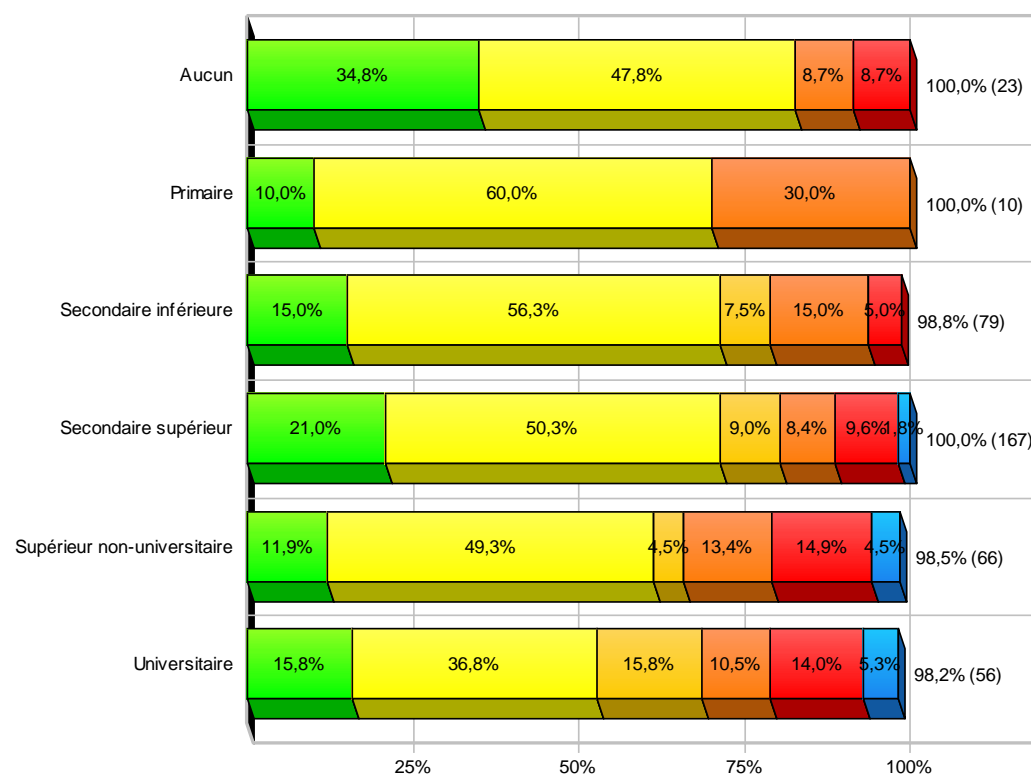


"Hoe vaak gaat u naar de handelskern?" Volgens de werkplek.

d) *Aantal bezoeken aan handelskernen volgens het studieniveau en het maandelijkse gezinsinkomen.*

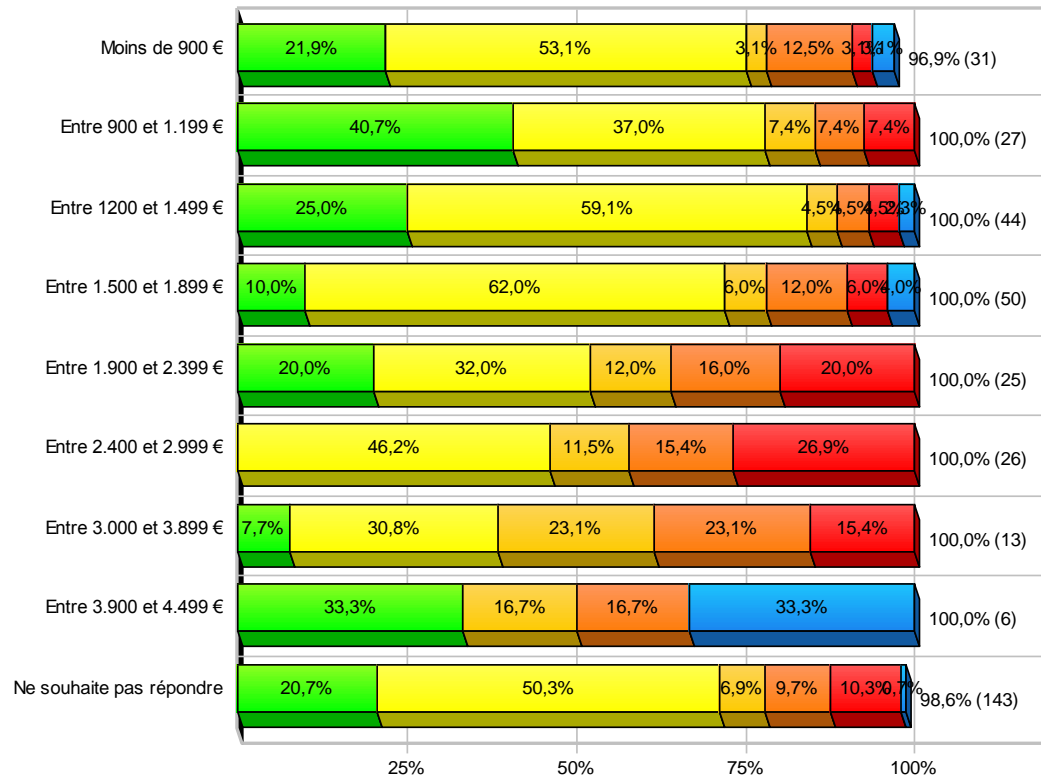
- 34,8% van de personen zonder diploma gaat dagelijks naar de handelskern, tegenover 15% van de personen met een universitair diploma. Afgezien van dit verschil is er weinig variatie voor wat betreft het aantal bezoeken volgens het studieniveau.
- Het aantal bezoeken aan de handelskern volgens het maandelijkse inkomen is veelzeggender. 21,9% van de bevroagden met een maandelijks inkomen onder de 900 euro gaat dagelijks naar een handelskern en 40,7% van de personen met een inkomen tussen 900 en 1.199 euro.
- Het aantal bezoeken lijkt af te nemen naarmate het maandelijkse inkomen stijgt. 10% van de bevroagden met een maandelijks inkomen tussen 1.500 en 1.899 euro gaat elke dag naar de handelskern. Voor de bevroagden met een maandelijks inkomen tussen 2.400 en 2.999 euro per maand, is dit 0%. Het grootste deel van deze personen gaat echter minstens een of meerdere keren per week naar de handelskern (62% voor de groep 1.500→1.899 euro en 46,2% voor de groep 2.400 → 2.999 euro).

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



Aantal bezoeken aan de handelskern volgens het hoogste behaalde diploma van de bevroagden.

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)

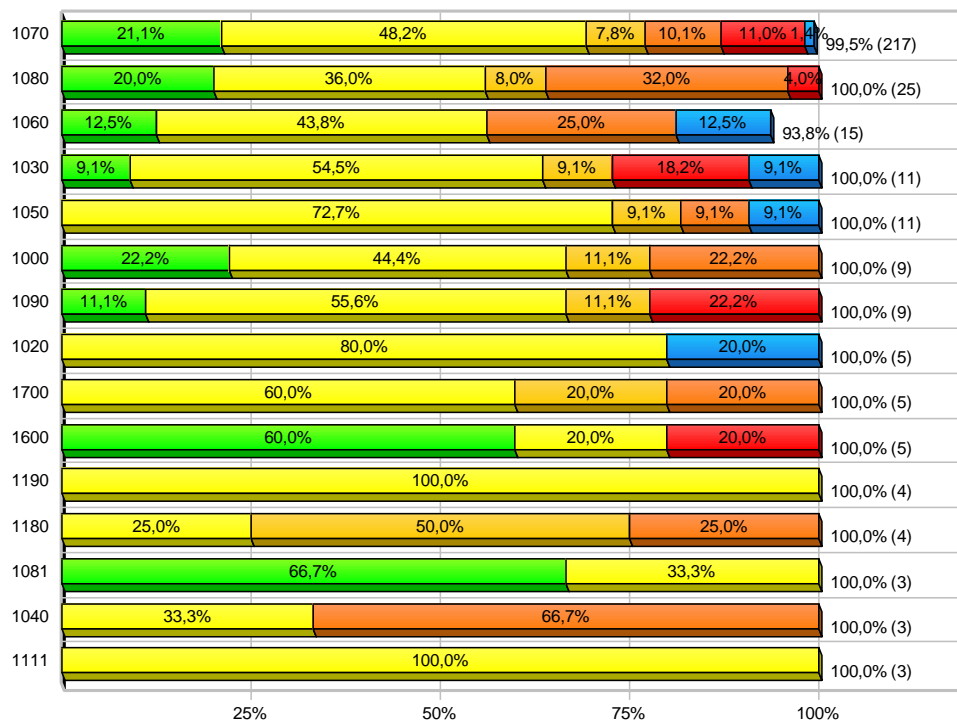


Aantal bezoeken aan de handelskern volgens het maandelijks inkomen.

e) Aantal bezoeken aan de handelskern volgens de woonplaats.

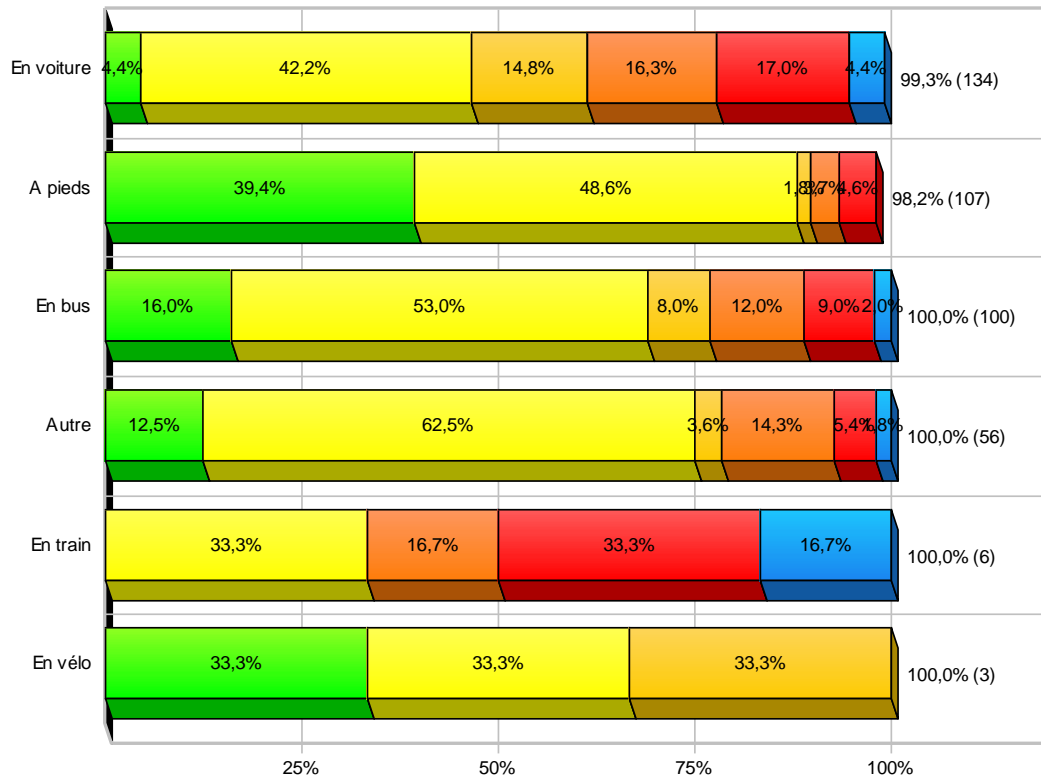
- We zien in de eerste plaats dat het grootste deel van de bevroagden in de gemeente van de handelskern woont (1070 Anderlecht) en dat 21% van de bevroagden die in Anderlecht woont elke dag naar de handelskern gaat.
- Weinig van de bevroagde personen wonen buiten de gemeente. Dit bevestigt de bevinding dat deze handelskernen voornamelijk een lokaal publiek aantrekken. De inwoners van de gemeenten naast Anderlecht hebben meer de neiging om elke dag naar een van de handelskernen te gaan. 20% voor Molenbeek, 22% voor Brussel centrum en 12% voor Sint-Gillis.
- Het grootste deel van de klanten die elke dag een bezoek brengen aan een handelskern gaat te voet, wat nogmaals de theorie van lokale aantrekkelijkheid bevestigt.

Tous les jours (7x / semaine) Une à plusieurs fois par semaine 2x / mois (tous les 15 jours) 1x / mois (tous les mois)
 Une à plusieurs fois par an Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



"Hoe vaak doet u inkopen in de handelskern?" Volgens de woonplaats

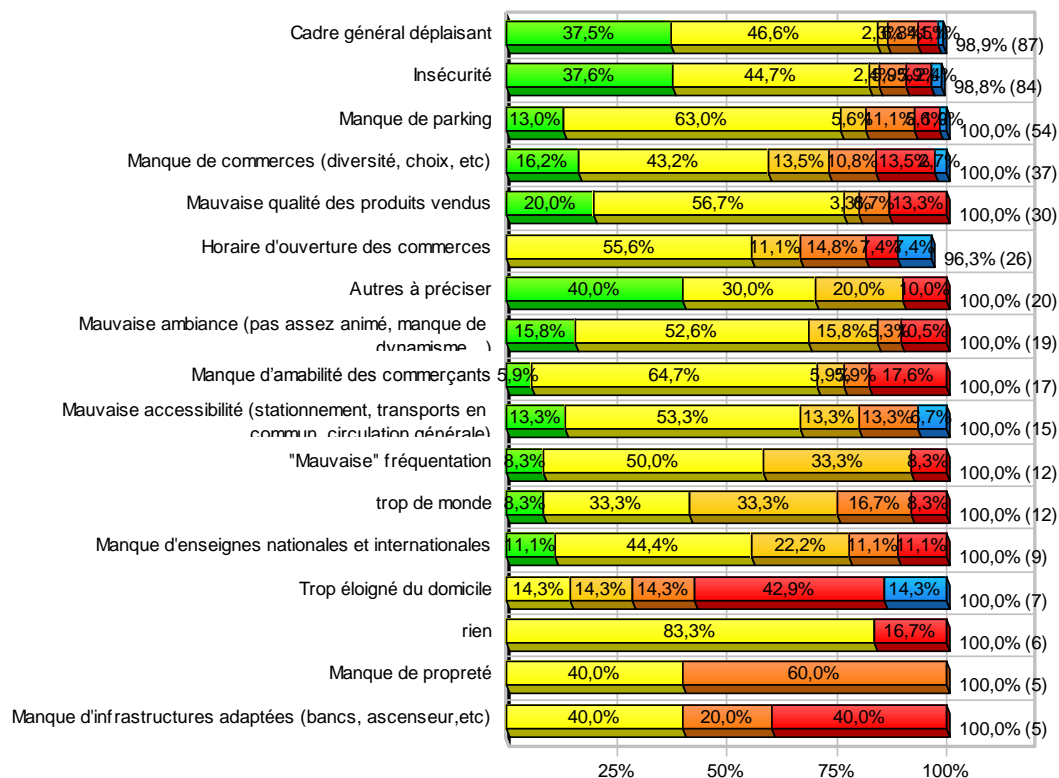
■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



Hoe vaak doet u inkopen in een van de handelskernen en met welk transportmiddel gaat u erheen?"

- Onveiligheid en een algemeen onaangename omgeving zijn de voornaamste bronnen van ontevredenheid bij de bevroagden die regelmatig de handelskernen bezoeken.

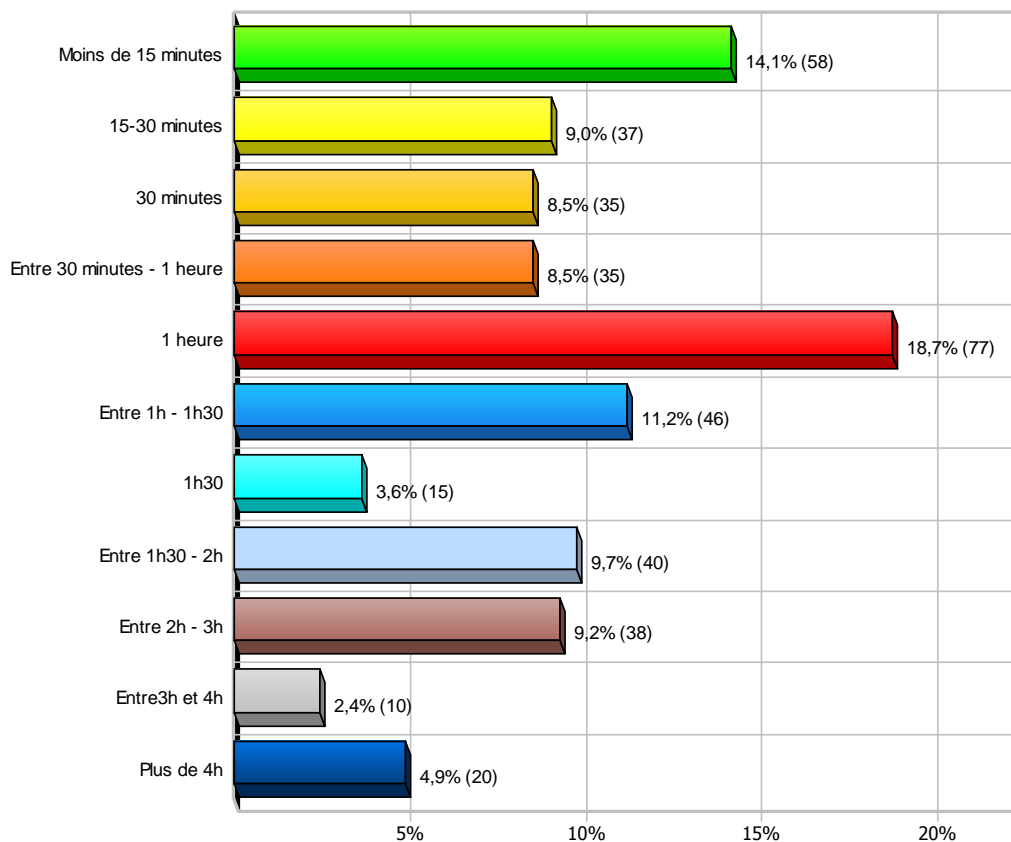
■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



Wat zijn de zwakke punten van de handelskern volgens u?" Volgens het aantal bezoeken.

f) *Tijd die doorgebracht wordt in de handelskernen.*

- Het merendeel van de bevroagde personen (ongeveer 20%) zegt dat ze een uur doorbrengen in een van de handelskernen. 14,1% van de bevroagden verklaart er minder dan 15 minuten te blijven, rekening houdend met alle handelskernen zonder onderscheid.
- Ongeveer 40% van de respondenten blijft minder dan een uur in de handelskernen van Anderlecht en 50% van de klanten brengt 1 tot 3 uur door in de handelskernen.



Tijd die doorgebracht wordt in de handelskernen (alle handelskernen zonder onderscheid)

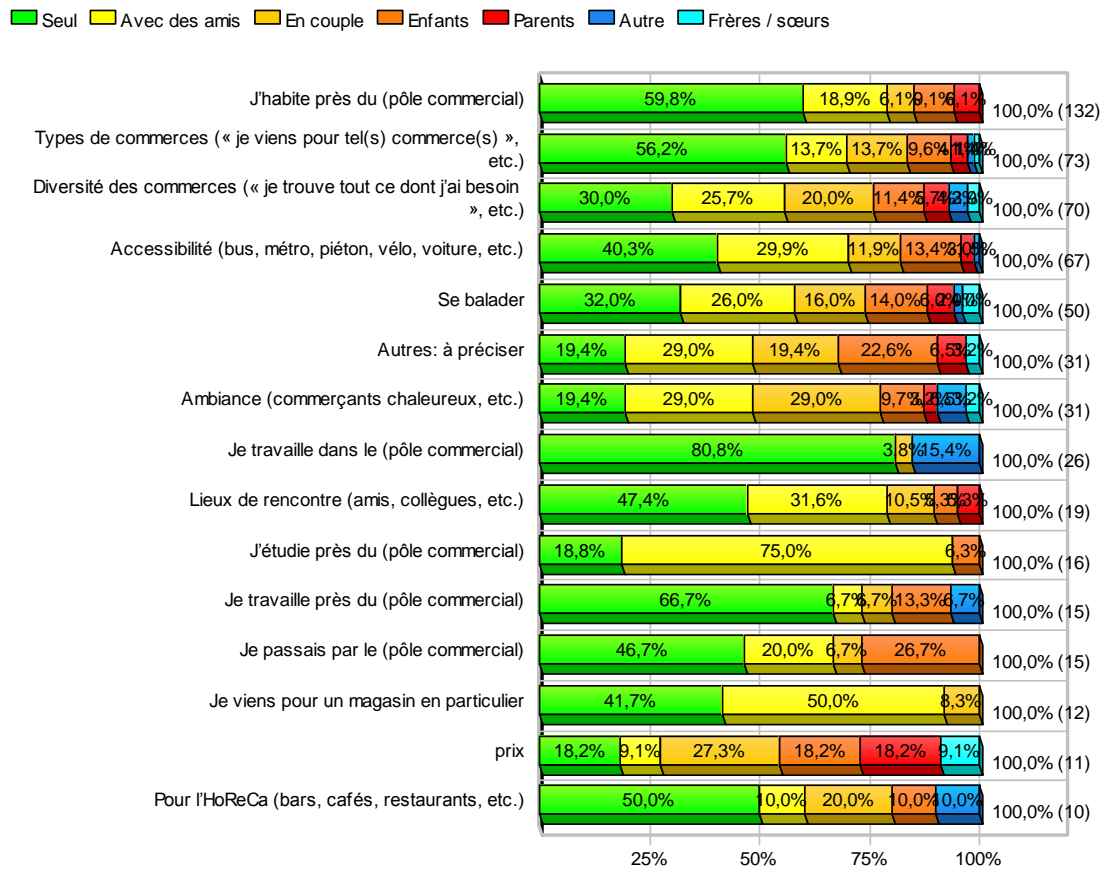
- De tijd die doorgebracht wordt in de handelskern volgens de reden van de komst is redelijk representatief. We stellen vast dat bevroagden die wonen, werken of studeren in de buurt van de betreffende handelskern, er minder tijd doorbrengen. Respectievelijk 18%, 25% en 31% van de respondenten brengt er minder dan 15 minuten door.
- Bevroagden die meer dan een uur blijven in de handelskernen doen dat voornamelijk voor de aangename sfeer ter plaatse of om wat te kuieren. 22% van de bevroagden die komt om te kuieren blijft tussen anderhalf uur en twee uur. 25% van de personen die naar de handelskern trekken voor de sfeer, blijft langer dan 2 uur.
- De personen die meer dan 4 uur blijven, doen dat voor hun werk in de betreffende handelskern.



"Voor welke redenen komt u naar een van de handelskernen en hoe lang blijft u er?"

g) *Gezelschap van de respondenten*

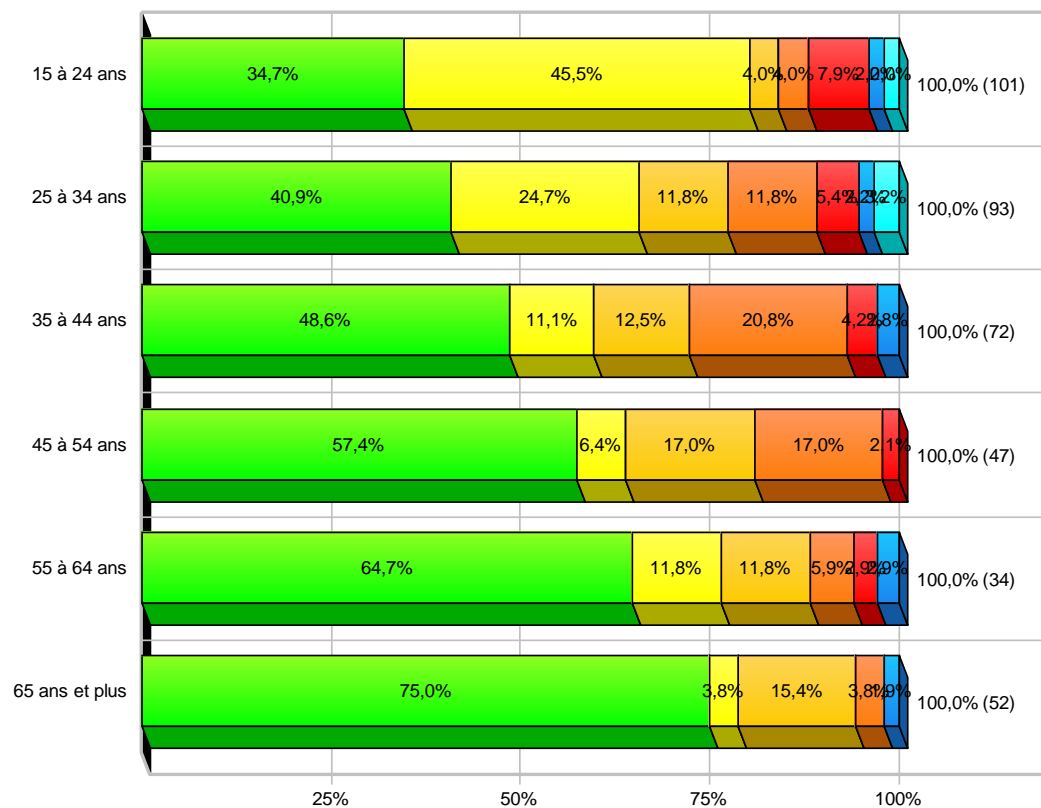
- Redenen voor een bezoek aan een handelskern volgens het soort gezelschap.
- We merken dat personen die werken of wonen in de buurt van een handelskern er vaker alleen komen. Respectievelijk 66,7% en 59,8%.
- Studenten komen vaker vergezeld van vrienden (75%).



"Voor welke redenen gaat u naar een handelskern en doet u dat alleen of in gezelschap?"

- We zien dat naarmate de leeftijd van de bevrageden stijgt, ze meer de neiging hebben om alleen naar de handelskern te gaan.
- 45% van de groep tussen 15-24 jaar gaat erheen met vrienden en 75% van de 65-plussers gaat alleen.

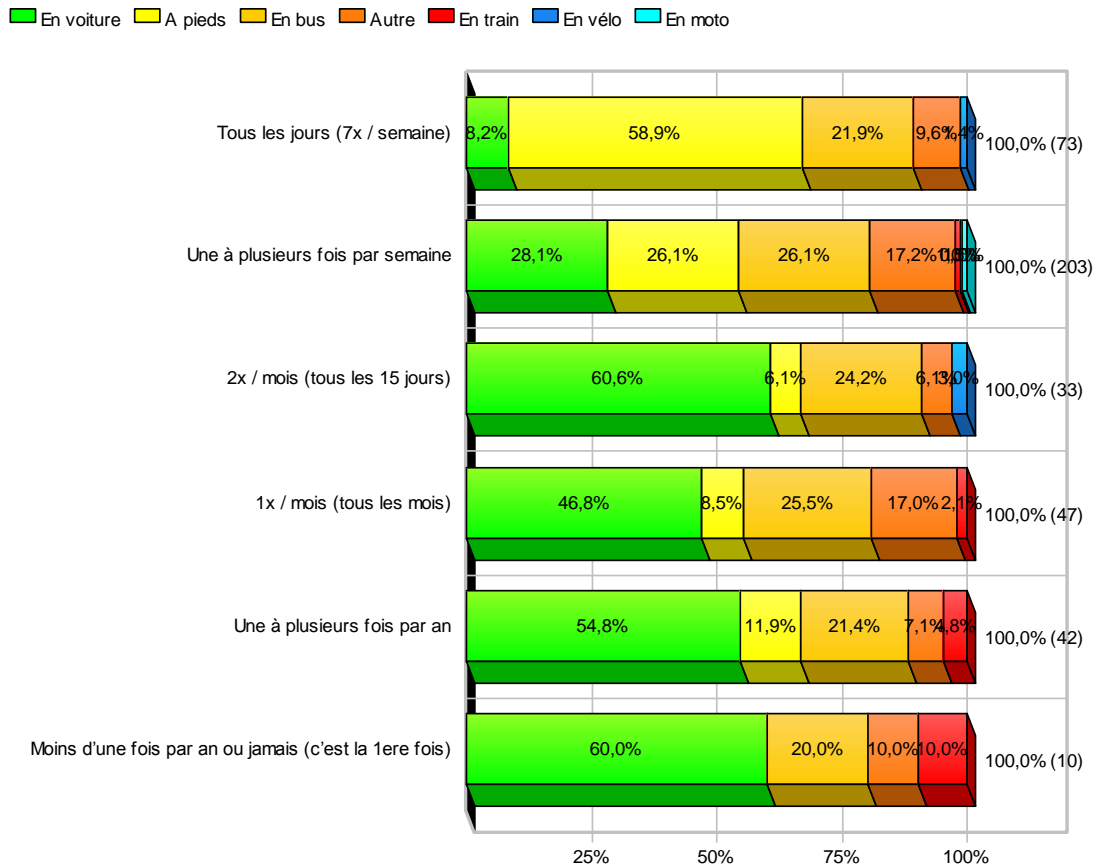
■ Seul
 ■ Avec des amis
 ■ En couple
 ■ Enfants
 ■ Parents
 ■ Autre
 ■ Frères / sœurs



"Gaat u alleen of in gezelschap naar een handelskern?" Volgens leeftijd

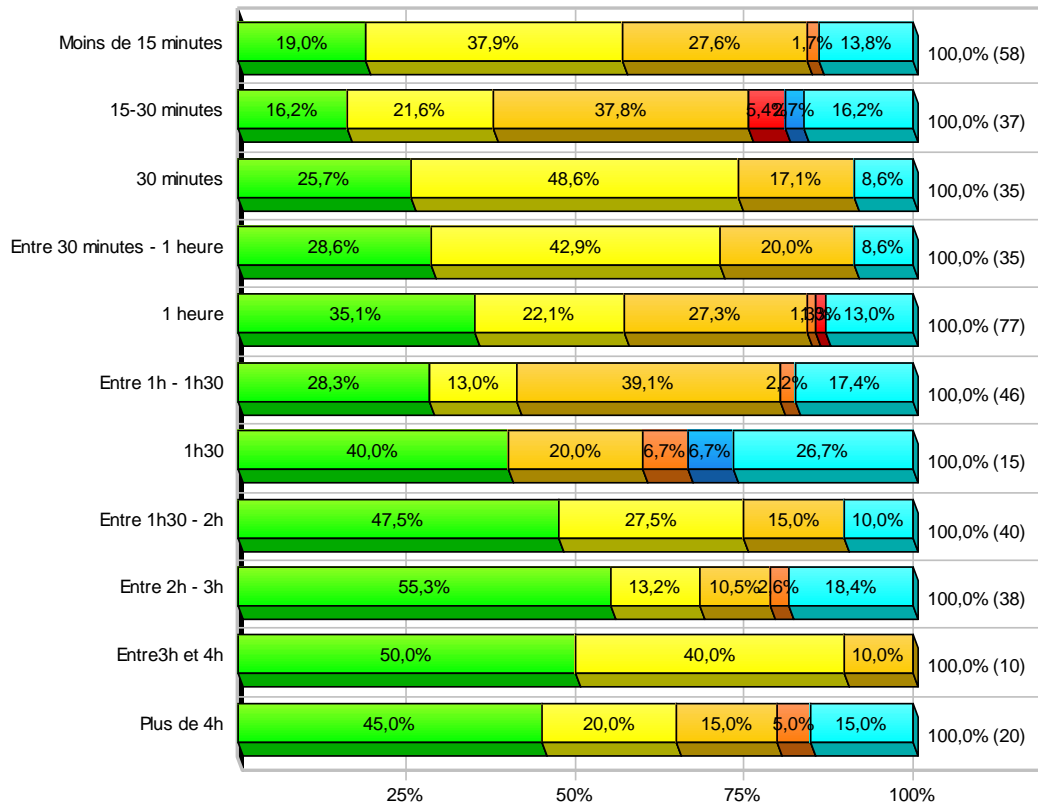
h) Middelen van vervoer

- Het merendeel van de personen die dagelijks naar een van de betreffende handelskernen gaat, doet dat te voet (58,9%), wat de lokale aantrekkelijkheid bevestigt. We merken dat hoe minder vaak met een handelskern bezoekt, hoe meer men met de auto komt.
- We merken ook dat wie met de auto naar een handelskern komt, de neiging heeft om langer te blijven dan wie te voet of met het openbaar vervoer komt.



"Welk vervoersmiddel heeft u gebruikt om naar een van de handelskernen te gaan en hoe vaak gaat u erheen?"

■ En voiture
 ■ A pieds
 ■ En bus
 ■ En train
 ■ En vélo
 ■ En moto
 ■ Autre



"Met welk vervoersmiddel bent u naar de handelskern gegaan en hoe lang bent u er gebleven?"

i) Algemene tevredenheid van de bevroagden

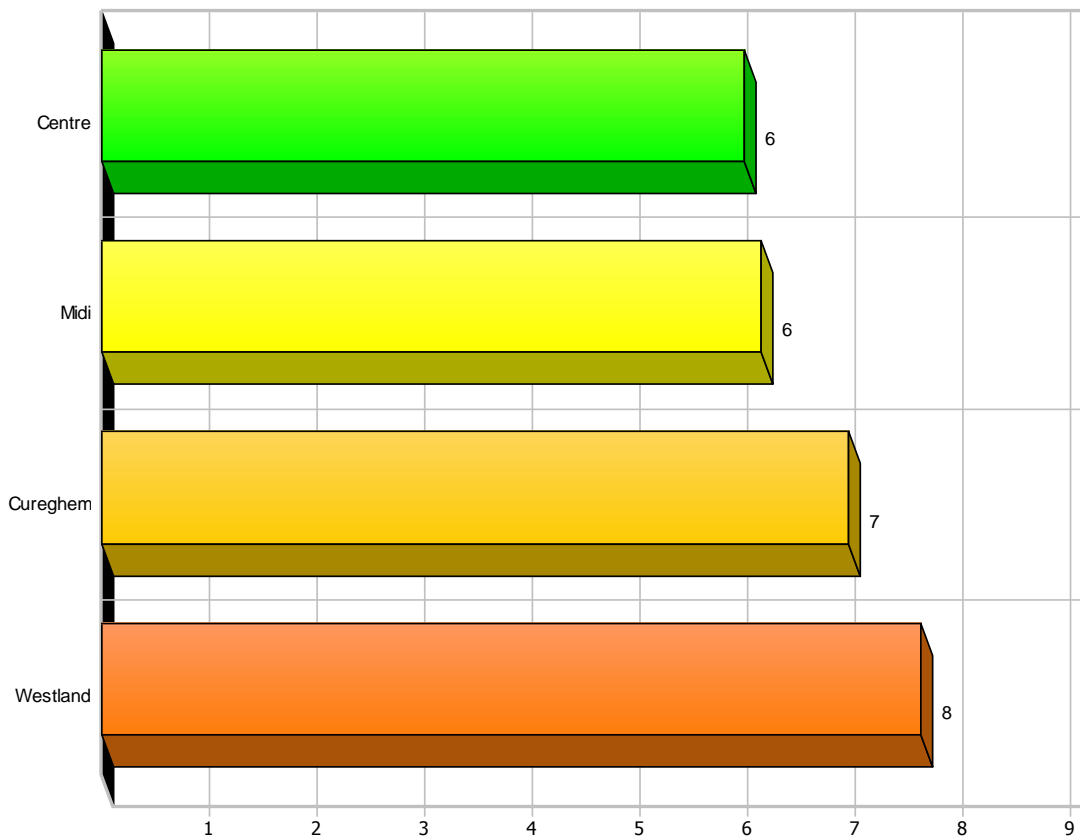
De kern Centrum - Wayez krijgt het laagste cijfer voor algemene tevredenheid (6/10) en Westland scoort het hoogst (8/10).

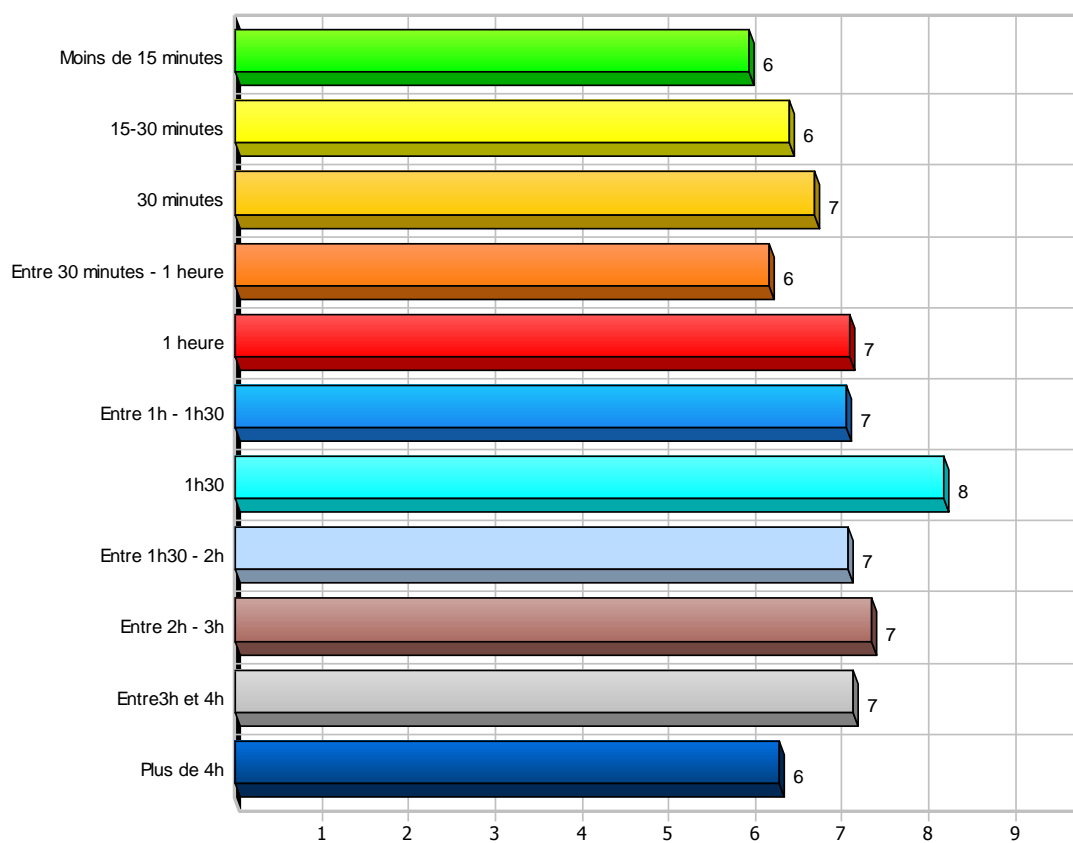
Het blijkt dat de algemene tevredenheid (berekend op een schaal van 1 tot 10) slechts weinig varieert naargelang de leeftijd of de sociaal-professionele situatie.

Voor personen die langer in een van de handelskernen blijven, geldt echter een hogere algemene tevredenheidsgraad dan voor wie er weinig tijd doorbrengt (tot maximum 8/10 voor personen die anderhalf uur blijven).

Voor personen die er minder dan 15 minuten of meer dan 4 uur doorbrengen (voor werk zoals hiervoor vermeld) is de tevredenheidsgraad eerder laag (6/10).

"Algemene tevredenheid over de onderzochte kernen"

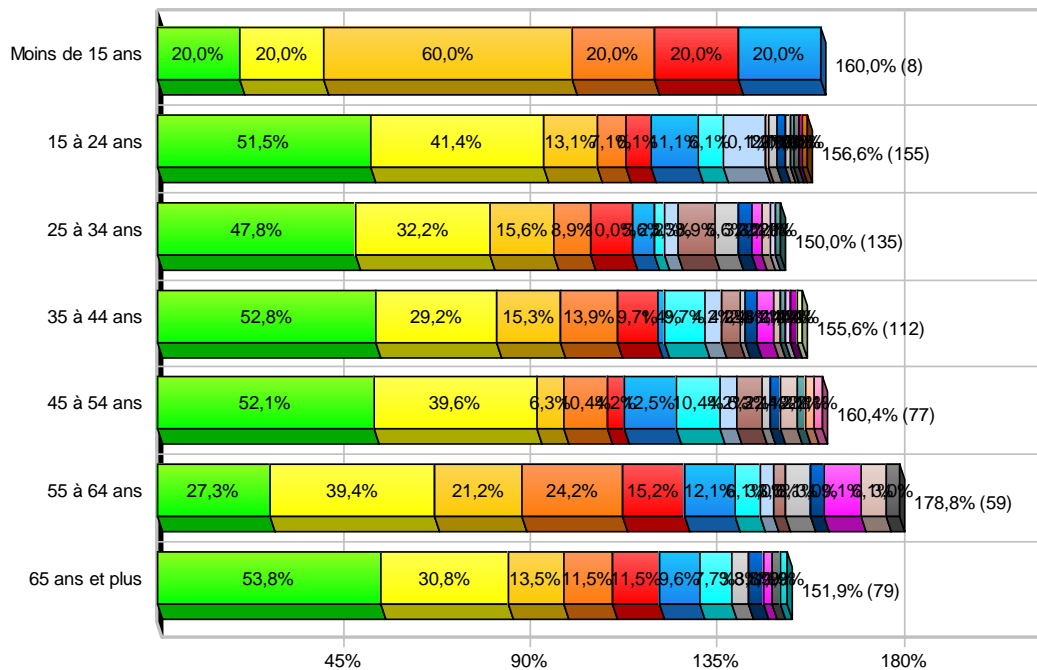
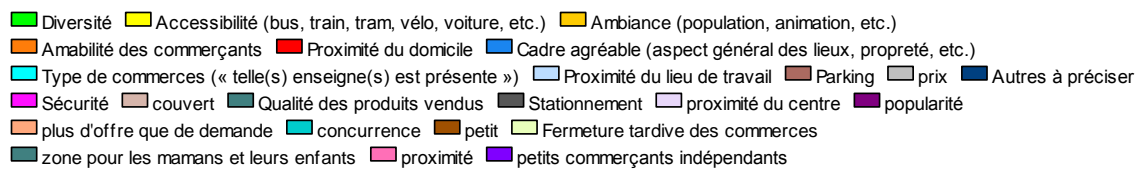




"Algemene tevredenheid over de betreffende handelskern volgens de tijd die men er doorbrengt"

j) *De sterke punten van de handelskern.*

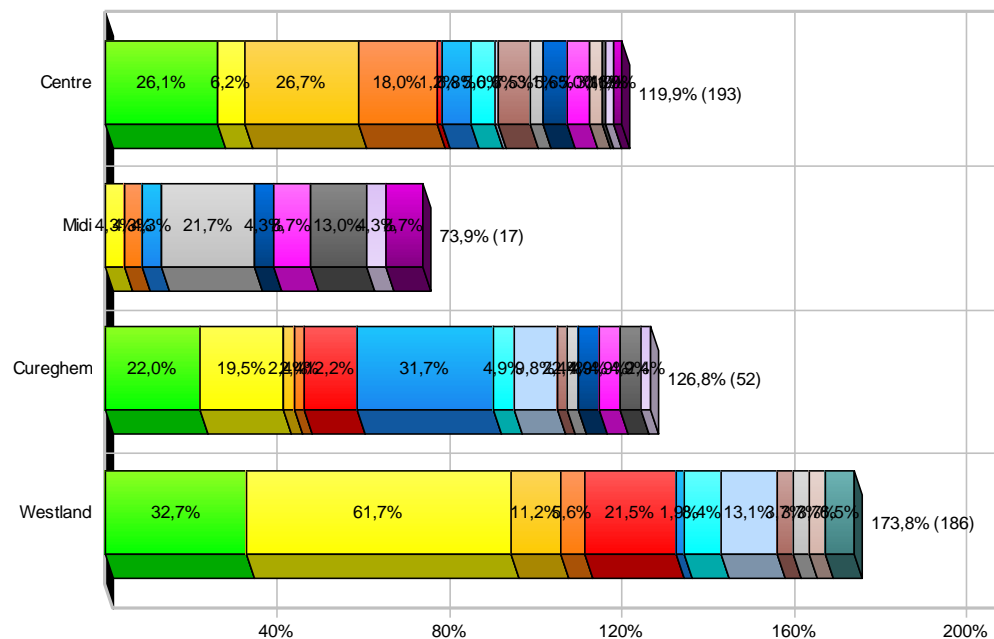
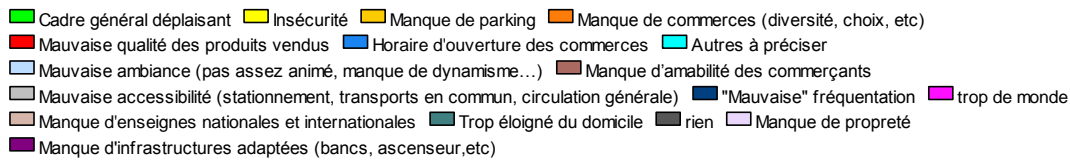
- Het is duidelijk dat diversiteit van het commerciële aanbod met bijna 50% van de antwoorden naar voren komt als het sterkste punt in alle onderzochte handelskernen. Toegankelijkheid staat op nummer 2 met 35,3% en daarna komt sfeer met 14%.
- De definitie van de sterke punten varieert echter volgens de gezinssamenstelling. Globaal blijven een gevarieerd aanbod en toegankelijkheid de twee sterkste punten, maar mannen met kinderen en vrouwen alleen lijken voorrang te geven aan toegankelijkheid (respectievelijk 56% en 51%) vóór diversiteit.
- Er zijn ook verschillen volgens de leeftijdscategorie van de bevroagden, voor de groep van 15 tot 55 jaar komt een gevarieerd aanbod het vaakst naar voren als sterk punt (ongeveer 50% van de bevroagden), maar vanaf 55 jaar wordt dat toegankelijkheid met 40% van de antwoorden. In deze leeftijdsgroep wordt ook de vriendelijkheid van de handelaars aangebracht als sterk punt.



De sterke punten van de handelskernen volgens de leeftijdscategorie van de bevroagde personen"

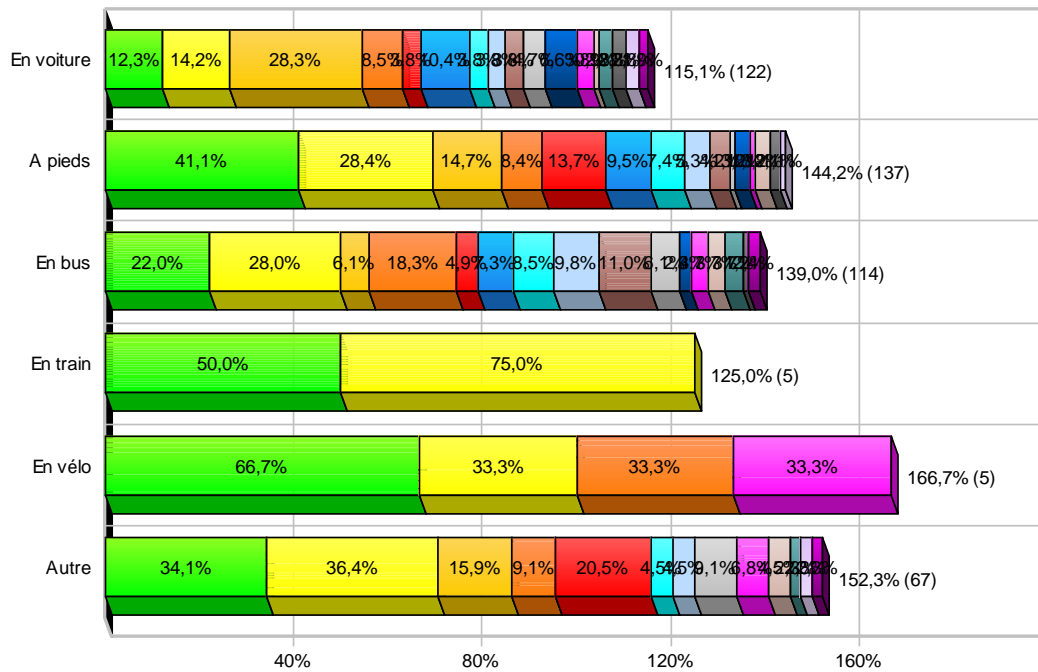
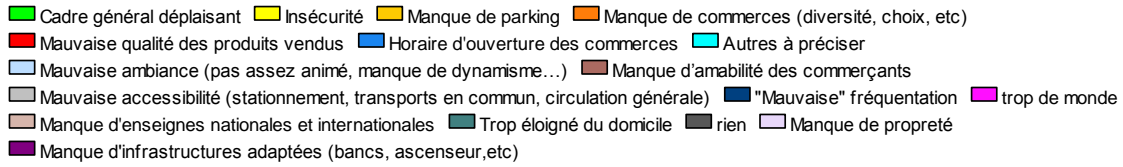
k) De zwakke punten van de handelskernen

- De zwakke punten die in het algemeen naar voren komen in de enquêtes zonder onderscheid van de handelskern zijn: een algemeen onaangenaam kader (26%), onveiligheid (25%) en het gebrek aan parkeerplaats (17%).
- De zwakke punten van afzonderlijke handelskernen variëren echter aanzienlijk tussen de kernen onderling. Slechte toegankelijkheid lijkt een reëel probleem te zijn in de handelskern van Zuid (21,7% van de bevroagden halen dit aan als zwak punt). Voor Westland vormt onveiligheid voor 61,7% van de bevroagden een zwak punt. Voor de handelskern Centrum bestaan de zwakke punten hoofdzakelijk uit een gebrek aan parkeerplaats en aan handelszaken.



"Wat zijn de zwakke punten van de handelskern?"

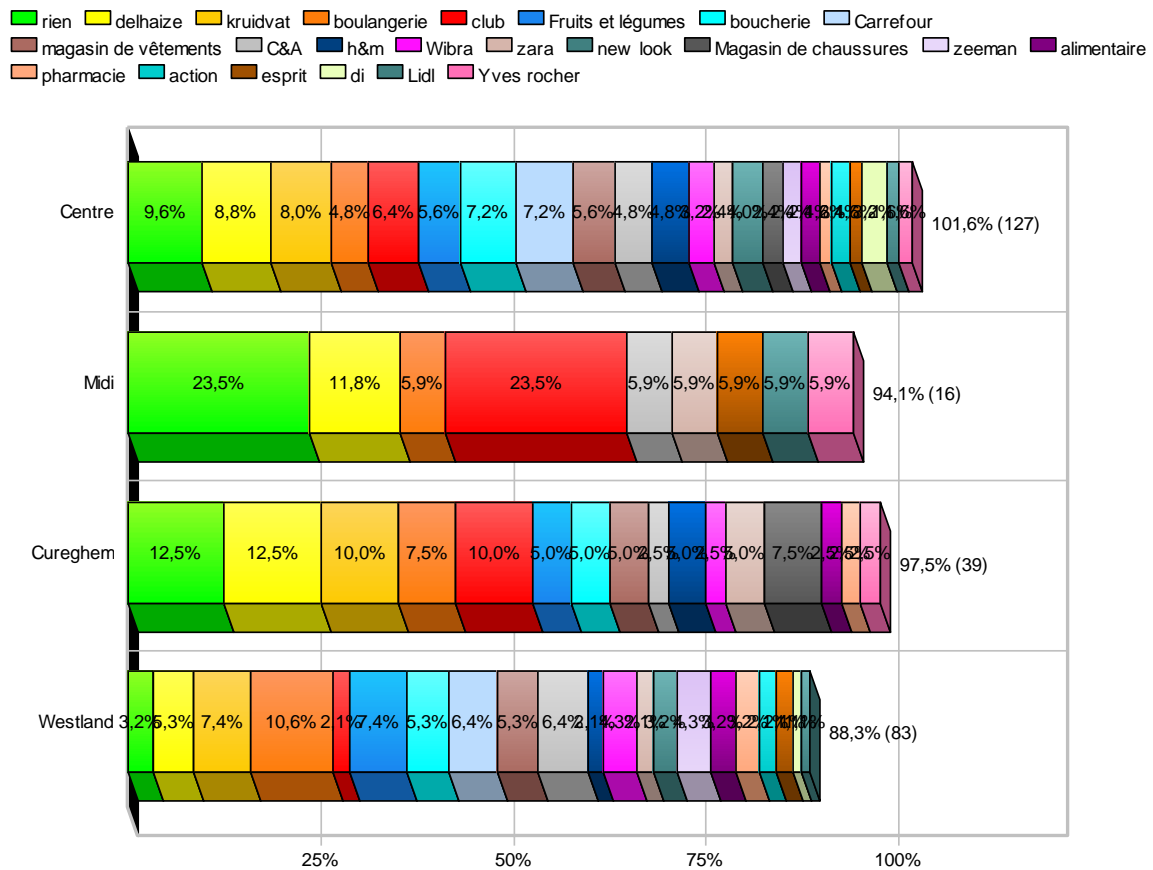
- De opgave van de zwakke punten varieert in het algemeen slechts weinig volgens de leeftijd of de sociaal-professionele situatie. Deze varieert wel volgens het vervoersmiddel: klanten te voet hebben meer aandacht voor het kader terwijl zij die met de auto komen, klagen over het gebrek aan parkeerplaats.



Wat zijn volgens u de zwakke punten van de handelskern en met welk vervoersmiddel gaat u erheen?"

l) Aantal bezoeken aan de verschillende merken in de handelskernen

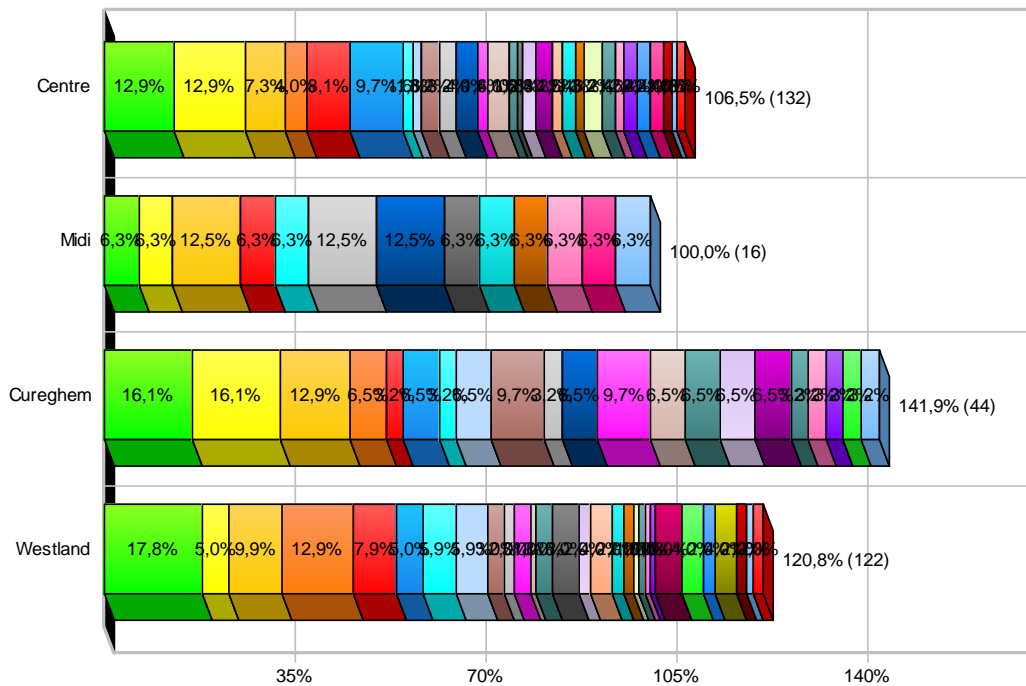
- Naargelang de geanalyseerde handelskern varieert het aantal klanten zonder aankopen van 3,2% voor Westland tot 23,5% voor Zuid.



Aantal bezoeken aan de verschillende merken naargelang de geanalyseerde handelskern.

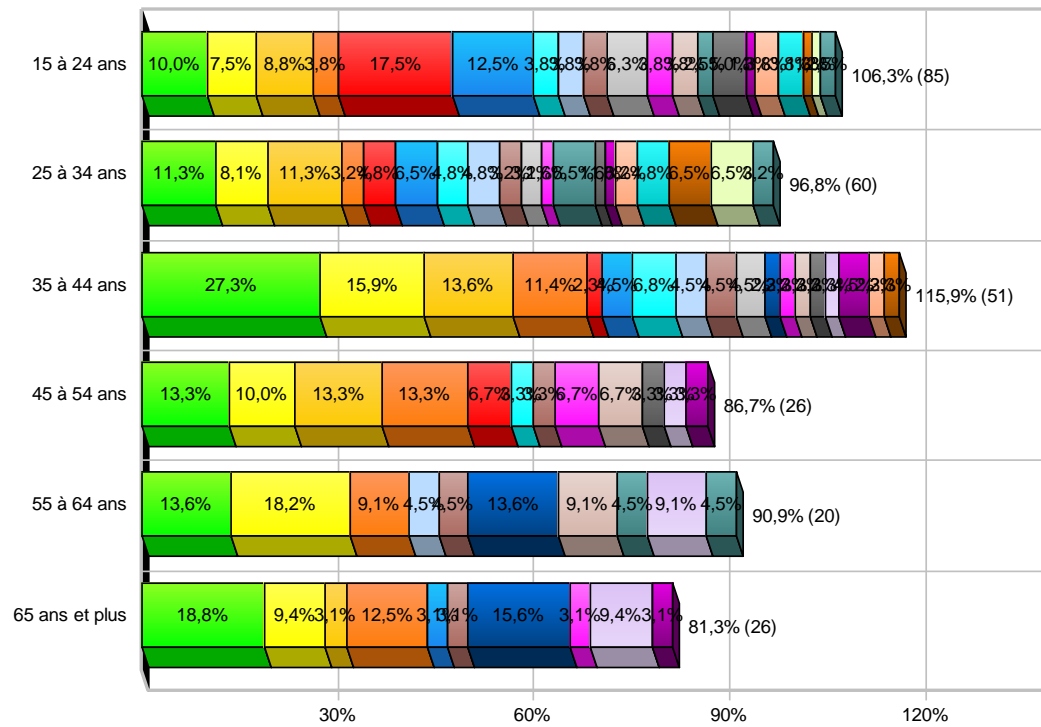
m) Winkelketens die klanten graag zouden willen in hun handelskern.

- Algemeen geldt voor alle handelskernen dat een meerderheid van de klanten graag een boekhandel/winkel voor papierwaren zou willen (15%), 10% wil niets veranderen en 9% wil een H&M.
- 17% van de jongeren tussen 15 tot 24 jaar zouden een sportwinkel willen. De leeftijdscategorie die het liefst een boekhandel/winkel voor papierwaren zou willen is die van 35 tot 44 jaar (27%). 55-plussers willen het vaakst een doe-het-zelfzaak.



"Welke 3 winkels zou u graag willen in uw handelskern?" Volgens de onderzochte handelskern

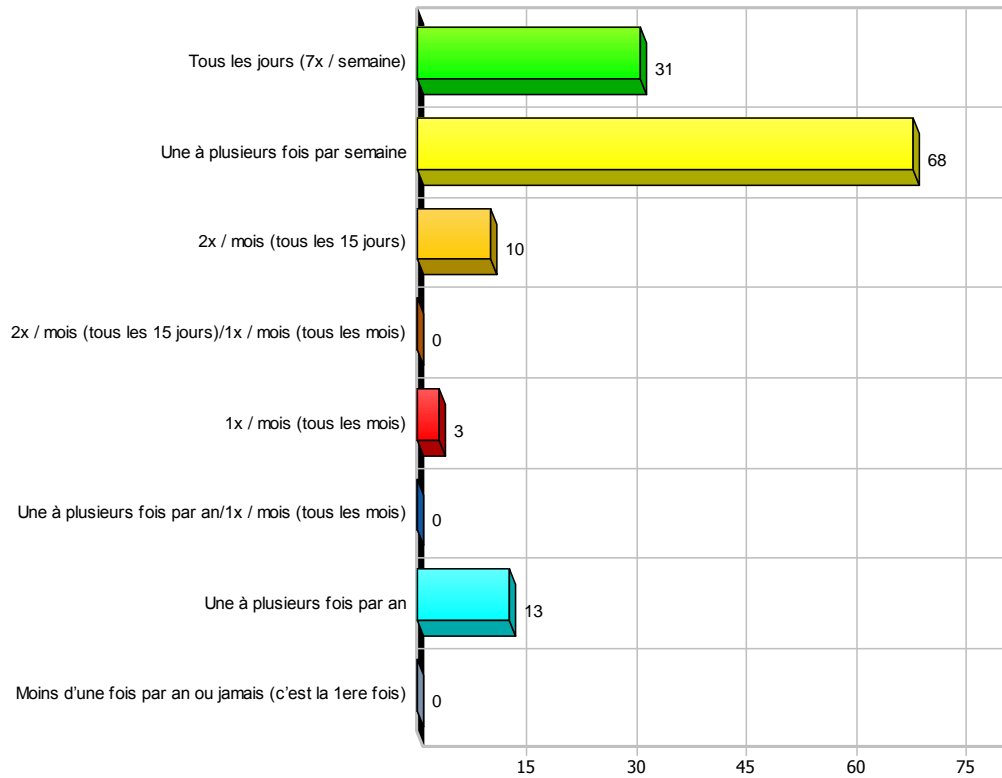
■ Librairie, papeterie ■ rien ■ h&m ■ Vêtements de marque ■ magasin de sport ■ primark ■ di ■ fnac
■ magasin de vêtements ■ zara ■ Magasin de bricolage et outillage ■ casa ■ Magasin de chaussures ■ HoReCa
■ Magasins de luxe ■ Boucherie traditionnelle ■ c&a ■ CoolCat ■ bershka ■ magasin de jouets ■ Magasin pour enfants
■ mango



"Welke 3 winkels zou u graag willen in uw handelskern?" Volgens de leeftijd van de bevroagen

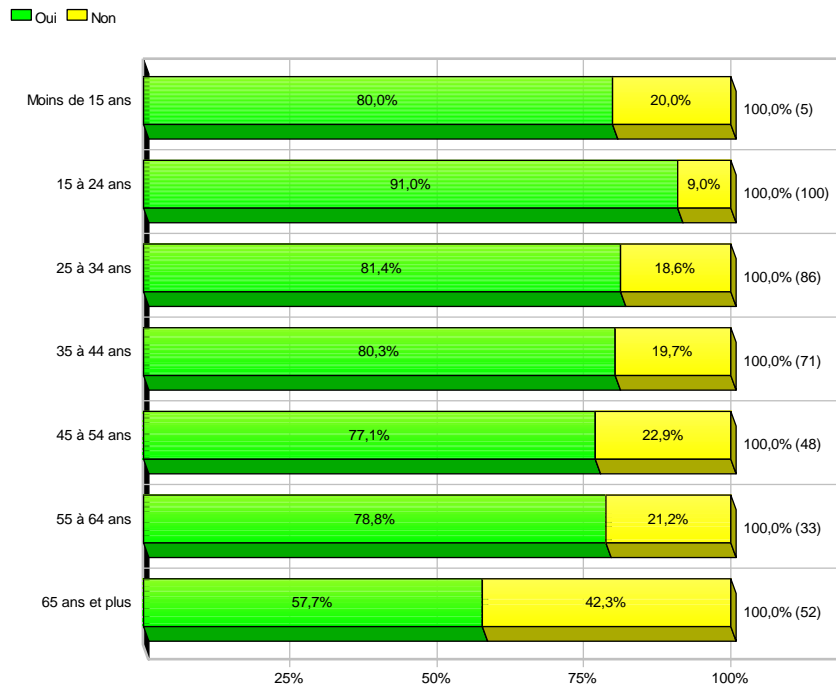
n) *Uitgaven in de verschillende handelskernen.*

- De bedragen die de bevroagden spenderen, varieert tussen de handelskernen en gaat van gemiddeld 18 euro voor Kuregem tot 64 euro voor Westland. Het bedrag varieert ook volgens het aantal bezoeken aan de kern.



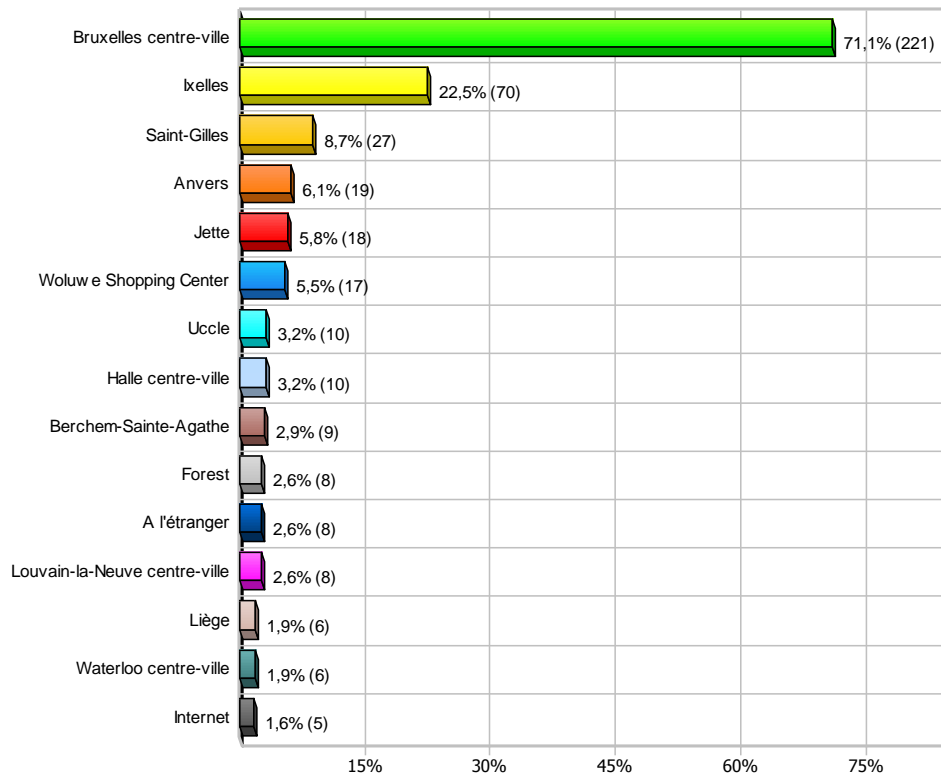
"Uitgave volgens het aantal bezoeken aan de handelskernen"

o) Klantenvlucht



"Gaat u ook elders dan in Anderlecht winkelen?" Volgens de leeftijdscategorie

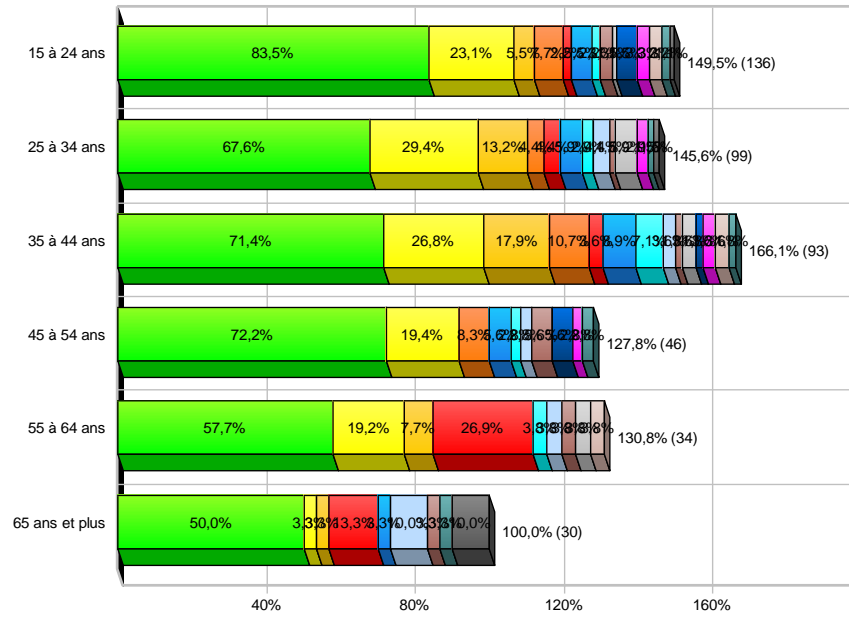
- Hoe hoger de leeftijd van de bevroagden, hoe trouwer ze zijn aan de handelskern en hoe minder ze dus elders gaan winkelen.
- 42% van de 65-plussers beweert bovendien nooit naar een andere handelskern te gaan.
42% van de gepensioneerden gaat alleen winkelen in de betreffende kern, tegenover 12% van de studenten.
- De grote meerderheid van de bevroagden die soms elders winkelen dan in de handelskern van de enquête, gaan naar het centrum van Brussel (71%) en Elsene (22%).



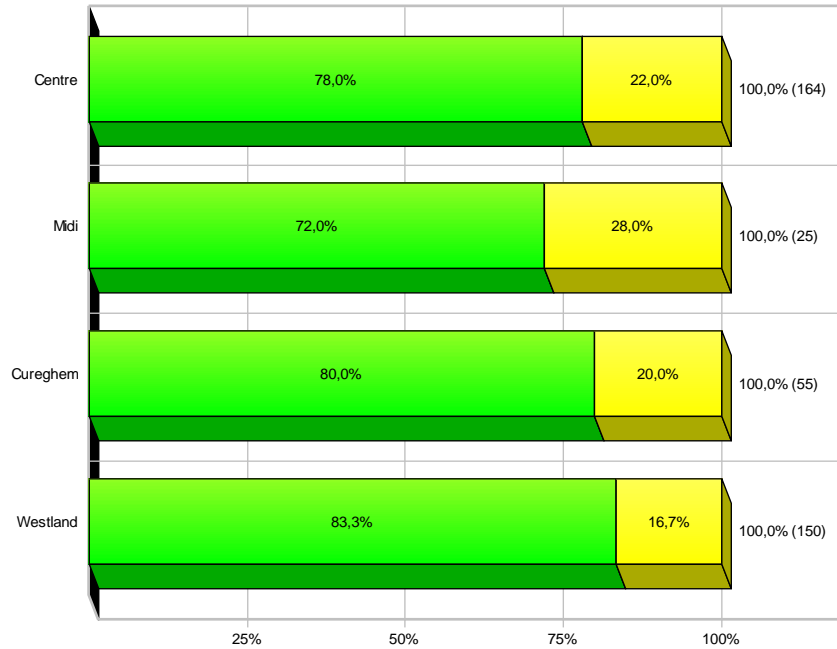
"Waar gaat u winkelen buiten Anderlecht?"

- De grote meerderheid van de jongeren tussen 15 en 24 jaar gaat naar het centrum van Brussel (80%). Hoe hoger de leeftijd van de bevroagden, hoe minder ze geneigd zijn om naar het centrum te trekken. Ze gaan eerder naar Jette, Elsene of Sint-Gillis.

■ Bruxelles centre-ville ■ Ixelles ■ Saint-Gilles ■ Anvers ■ Woluwe Shopping Center ■ Uccle ■ Halle centre-ville
■ Berchem-Sainte-Agathe ■ Forest ■ A l'étranger ■ Louvain-la-Neuve centre-ville ■ Liège ■ Waterloo centre-ville ■ Interne t



■ Oui ■ Non



Klantenlucht volgens de bezochte handelskern

2. Analyse per handelskern

1) Westland Shopping Center

i) *Aantal bezoeken*

Ongeveer 40% van de bevroagden gaan een of meerdere keren per week naar Westland shoppingcenter. 30% gaat er meerdere keren per maand heen. 15% gaat er nooit.

Deze personen gaan er voornamelijk om persoonlijke items (80%) en voeding (40%) te kopen.

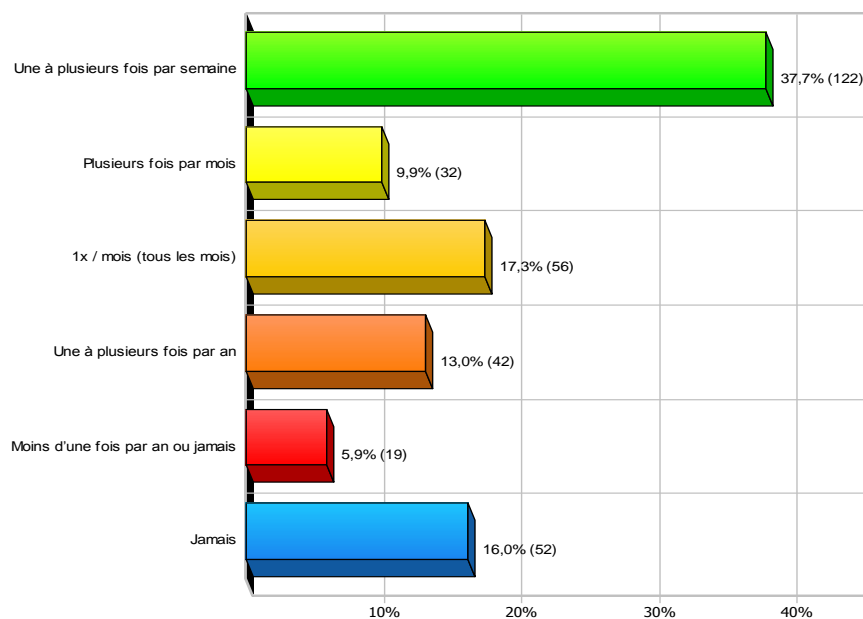
Het shoppingcenter heeft een gevarieerd publiek. We zullen later terugkomen op de samenstelling ervan.

ii) *Gebruikersprofiel*

- De personen die het vaakst naar het shoppingcenter gaan, zijn werknemers en gepensioneerden.
- Ze wonen hoofdzakelijk in Anderlecht en in mindere mate in de aanpalende gemeenten zoals Molenbeek en Sint-Gillis.

iii) *Profiel van de niet-gebruikers*

- Dit zijn hoofdzakelijk gezinnen zonder kinderen.
- Studenten, werkzoekenden en huisvrouwen/-mannen lijken minder vaak naar het shoppingcenter te gaan.



2) Centrum – Wayez

i) *Aantal bezoeken*

40% van de bevroegden beweert meer dan een keer per week naar het centrum van Anderlecht te gaan. 35% verklaart er nooit te gaan. Volgens de analyses zijn er weinig respondenten die er af en toe naartoe gaan. Het publiek bestaat voornamelijk uit vaste klanten van het centrum.

Personen die naar het centrum gaan, kopen er hoofdzakelijk voedingsmiddelen (70%) en in de tweede plaats persoonlijke items (50%).

Het centrum van Anderlecht heeft verschillende types klanten die verder in het rapport nader behandeld worden.

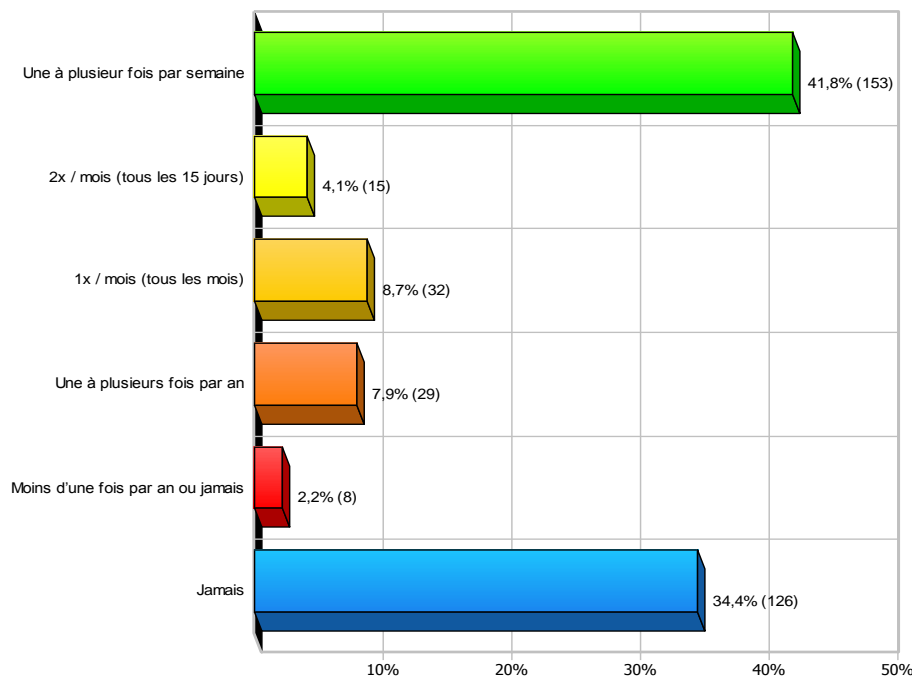
ii) *Gebruikersprofiel*

- Het centrum wordt het vaakst bezocht door respondenten tussen 25 en 44 jaar.
- Gezinnen met lagere inkomens hebben de neiging om vaker deze handelskern te bezoeken.
- De kern wordt vooral bezocht door inwoners van Anderlecht en in mindere mate van de aanpalende gemeenten.

iii) *Profiel van de niet-gebruikers*

- Respondenten tussen 45 en 64 jaar lijken het minst vaak naar het centrum te gaan.
- Hoe hoger het gezinsinkomen, hoe kleiner het aantal bezoeken wordt.

"Hoe vaak doet u over het algemeen uw inkopen in het centrum van Anderlecht? (Wayezstraat - Dapperheidsplein)"



3) Wijk Het Rad - Bizet

i) *Aantal bezoeken*

Meer dan 85% van de bevroagden zegt nooit aankopen te doen in de wijk Het Rad - Bizet. 5% gaat er meerdere keren per week heen.

Onder de gebruikers van deze handelskern doet 65% er aankopen voor voeding en 20% voor de horeca.

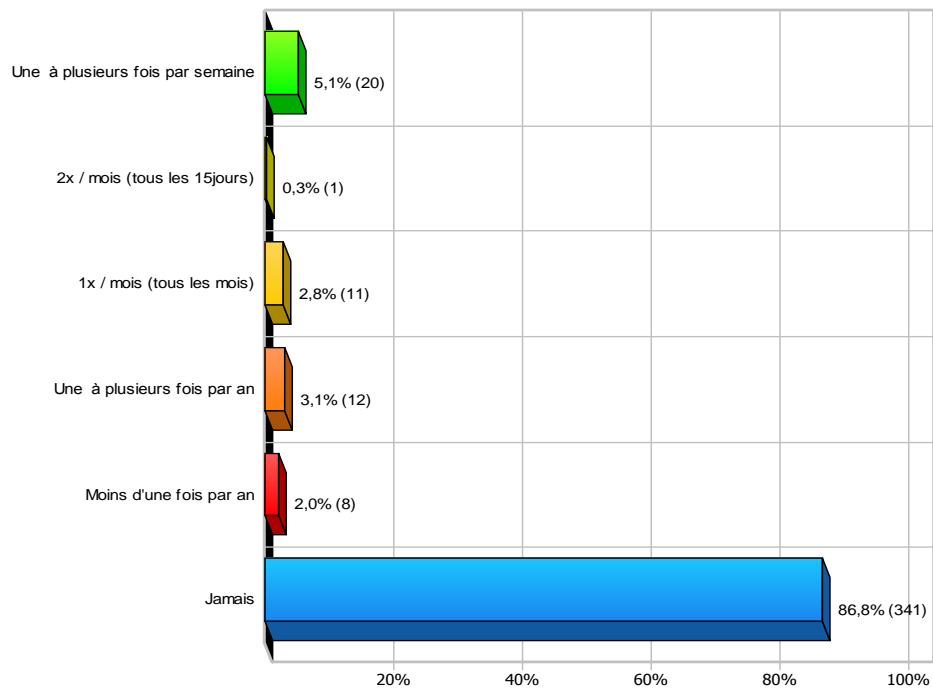
ii) *Gebruikersprofiel*

- Deze handelskern wordt vooral bezocht door huisvrouwen/-mannen en werkzoekenden.
- Ze zijn voornamelijk afkomstig van Anderlecht.

iii) *Profiel van de niet-gebruikers*

- Deze kern lijkt gericht te zijn op een lokaal publiek. Alleen gezinnen die in de buurt wonen, komen er vaak en doorgaans voor dagelijkse aankopen.

"Hoe vaak doet u over het algemeen uw inkopen in de wijk Het Rad - Bizet?"



4) Wijk Scheut – Ninoofsesteenweg

i) *Aantal bezoeken*

70% van de bevroagden beweert nooit naar de Ninoofsesteenweg te gaan voor aankopen. 9% gaat er een of meerdere keren per week heen.

De respondenten die deze kern bezoeken, kopen er doorgaans voedingsmiddelen (50%) en persoonlijke items (38%).

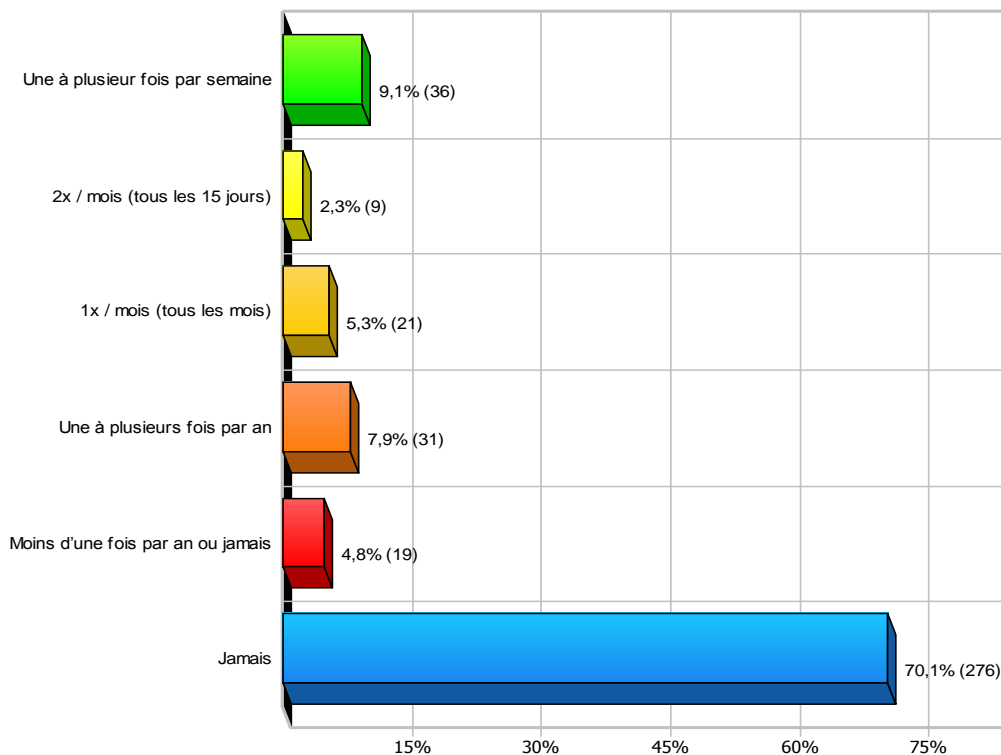
ii) *Gebruikersprofiel*

- De gebruikers van deze kern zijn voornamelijk mannen en vrouwen met kinderen en koppels alleen.
- De leeftijdsgroep tussen 35 en 65 jaar komt er het vaakst.
- In tegenstelling tot andere kernen zijn de klanten van de Ninoofsesteenweg afkomstig van verschillende gemeenten, voornamelijk van Anderlecht, Molenbeek en Sint-Gillis.

iii) *Profiel van de niet-gebruikers*

- Alleenstaande mannen en vrouwen lijken deze kern weinig of nooit te bezoeken.
- Studenten, gepensioneerden en werkzoekenden komen er minder vaak.

"Hoe vaak doet u over het algemeen uw inkopen in de Scheutwijk?"



5) Wijk Kuregem - Slachthuis

i) *Aantal bezoeken*

Ook hier lijken de respondenten weinig te gaan naar deze kern. Slechts 10% onder hen komen er vaak. Meer dan 80% is er nog nooit heen gegaan om aankopen te doen.

De producten die de klanten van deze kern het vaakst kopen, zijn voedingsmiddelen (65%), persoonlijke items (30%) en zaken voor de horeca (25%).

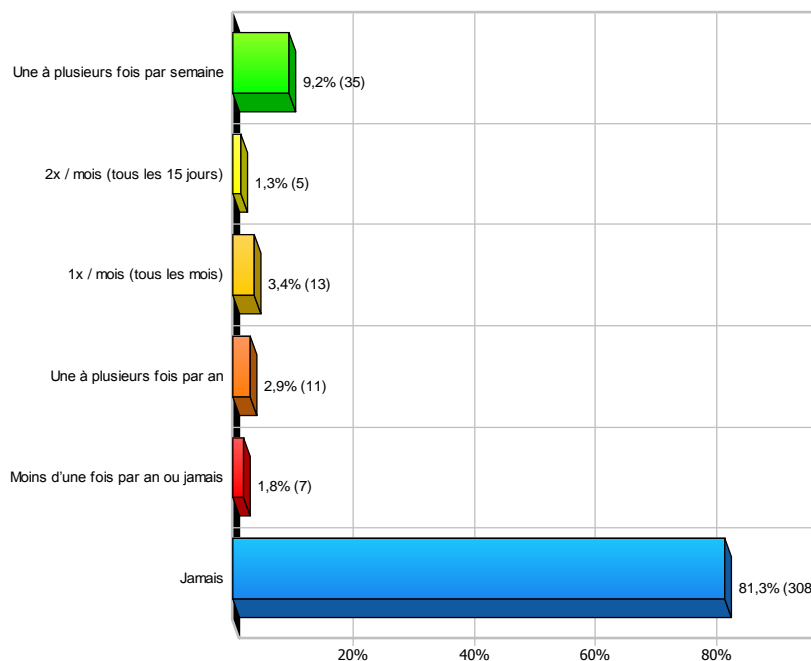
ii) *Gebruikersprofiel*

- De bezoekers van deze kern zijn doorgaans werkzoekenden en in minderen mate werknemers.
- Het zijn vooral gezinnen met een maandelijks inkomen van minder dan € 2.400.
- Ze zijn voornamelijk afkomstig van Anderlecht of Molenbeek.

iii) *Profiel van de niet-gebruikers*

- Deze kern wordt het minst vaak bezocht door personen onder de 25 jaar.
- Huisvrouwen/-mannen of zelfstandigen komen heel weinig naar de wijk Kuregem.
- Gezinnen met een maandelijks inkomen van meer dan € 2.400 komen weinig of nooit naar deze kern.

"Hoe vaak doet u over het algemeen uw inkopen in de wijk Kuregem? "



6) Zuidwijk

i) *Aantal bezoeken*

Het bezoekersprofiel van de Zuidwijk leunt aan bij dat de Wayezstraat, maar deze kern telt veel minder bezoekers. Meer dan 60% van de bevroagden zegt nooit aankopen te doen in deze kern. Meer dan 17% van de respondenten beweert er een of meerdere keren per week te komen. 30% van de respondenten gaat er een keer per maand. Dit kan ongetwijfeld verklaard worden door het feit dat de kern draait op 'vaste' klanten.

De aankopen van klanten in de Zuidwijk betreffen hoofdzakelijk voedingsmiddelen (65%), persoonlijke items (25%) en zaken voor de horeca (20%).

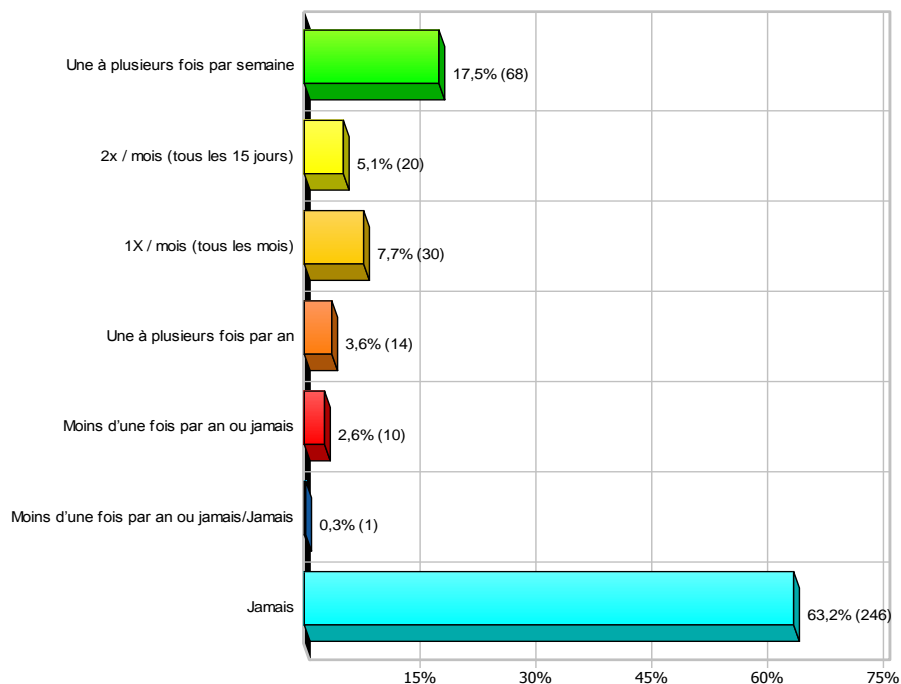
ii) *Gebruikersprofiel*

- De leeftijdsgroep tussen 25 en 45 jaar komt er het vaakst.
- De kern wordt vaker bezocht door werkzoekenden en huisvrouwen/-mannen.
- De kern trekt inwoners van Anderlecht aan, maar ook van Molenbeek of Sint-Gillis.

iii) *Profiel van de niet-gebruikers*

- Deze kern lijkt het minst vaak bezocht te worden door koppels zonder kinderen en vrouwen alleen.
- Ook klanten van meer dan 65 jaar gaan weinig naar deze kern.
- Gepensioneerden en studenten komen er ook zelden.
- Het aantal bezoeken aan deze kern neemt af naarmate het gezinsinkomen daalt.

"Hoe vaak doet u over het algemeen uw inkopen in de Zuidwijk?"



7) Wijk Goede Lucht

i) *Aantal bezoeken*

De respondenten komen heel weinig naar deze kern. 95% onder hen zegt er nooit iets te kopen. Dit is ongetwijfeld te verklaren door de lokale aard van deze kern. Aangezien er geen enquêtes uitgevoerd werden in de wijk Goede Lucht werden er heel weinig klanten van de kern bevroegd.

De respondenten die er af en toe gaan, kopen vooral voedingsmiddelen en zaken voor de horeca.

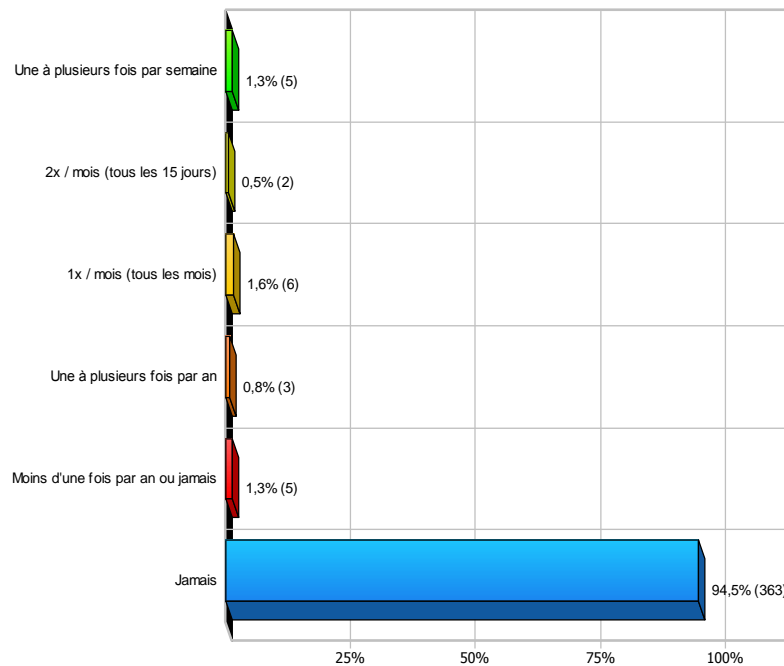
ii) *Gebruikersprofiel*

- De kern lijkt vaak bezocht te worden door 65-plussers.
- Op sociaal-professioneel niveau zijn het voornamelijk gepensioneerden en in mindere mate werknemers die er het vaakst komen.
- De wijk lijkt alleen bezocht te worden door inwoners van Anderlecht.

iii) *Profiel van de niet-gebruikers*

- De kern wordt zelden bezocht door werkzoekenden en huisvrouwen/-mannen.
- Gezinnen met een inkomen van meer dan € 1.900 komen er weinig.

"Hoe vaak doet u over het algemeen uw inkopen in de wijk Goede Lucht?"



8) Shoppingcenter Cora

i) *Aantal bezoeken*

In tegenstelling tot de voorgaande kernen wordt het shoppingcenter Cora veel meer bezocht. Slechts 20% van de respondenten komt er nooit. 20% gaat er een of meerdere keren per week en meer dan 55% van de respondenten komt er minstens een keer per maand. Dit toont aan dat shoppingcenter Cora meer gelegenhedsklanten aantrekt, in tegenstelling tot de kernen met buurtwinkels die een trouwer, lokaal publiek hebben.

85% van de respondenten gaat naar shoppingcenter Cora om er voedingsmiddelen te kopen en 30% voor persoonlijke items. Huishoudelijke apparaten, audio, hygiëne en verzorging zijn met 20% van de respondenten die aankopen verrichten in deze sectoren, ook beter vertegenwoordigd dan in de andere kernen (behalve Westland).

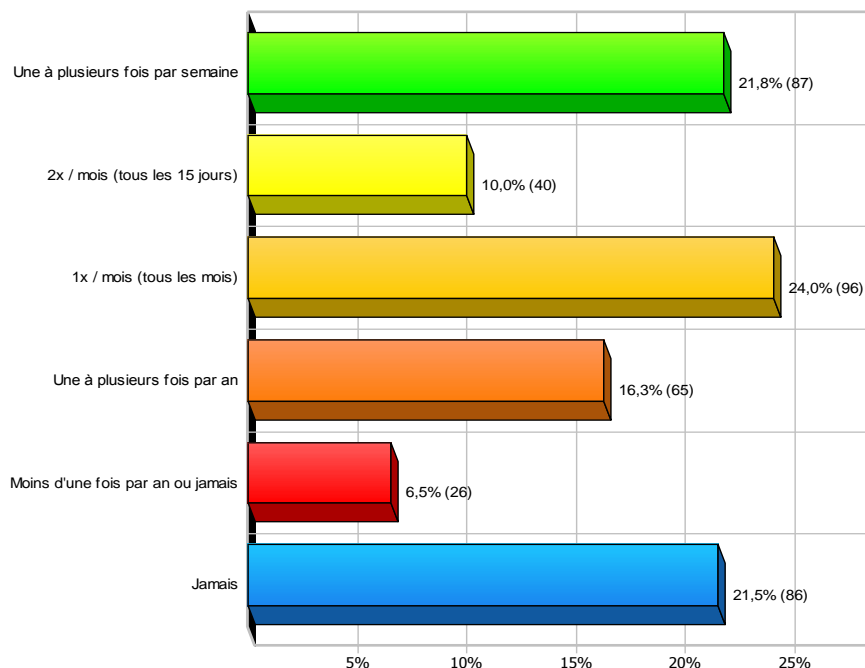
ii) *Gebruikersprofiel*

- De kern wordt voornamelijk bezocht door gezinnen.
- Shoppingcenter Cora lijkt een gevarieerde clientèle aan te trekken.

iii) *Profiel van de niet-gebruikers*

- De kern wordt minder vaak bezocht door gepensioneerden en zelfstandigen.

"Hoe vaak doet u over het algemeen uw inkopen in shoppingcenter Cora?"



9) Markten

a) *Slachthuismarkt*

i) *Aantal bezoeken*

De helft van de respondenten gaat nooit naar de Slachthuismarkt, maar 30% gaat er elke week naartoe. Dit toont aan dat het gebruikelijke klanten zijn die elke week naar de markt gaan.

90% van de klanten koopt er voedingsmiddelen.

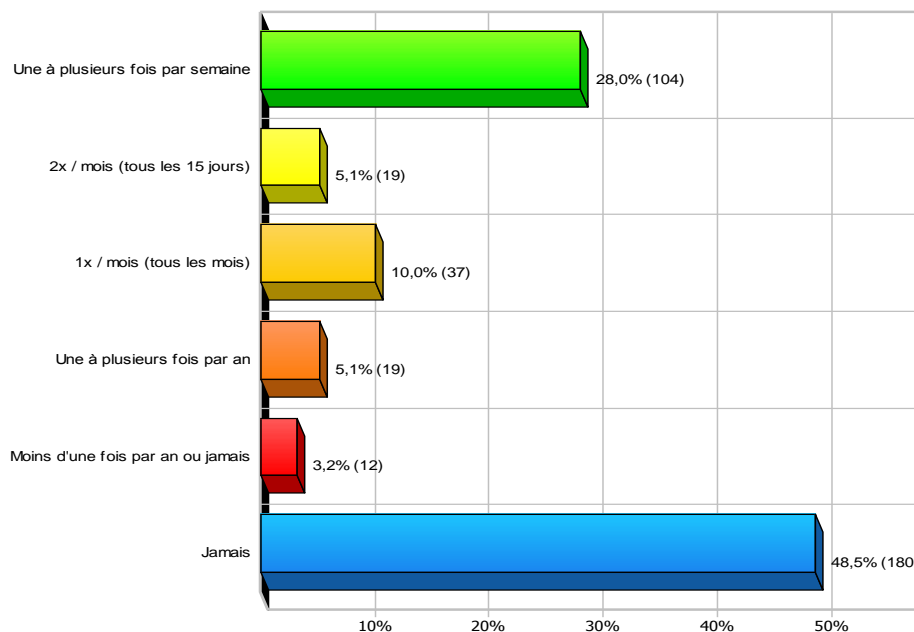
ii) *Gebruikersprofiel*

- De markt wordt het regelmatigst bezocht door werkzoekenden en huisvrouwen/-mannen.
- Hoe lager het gezinsinkomen, hoe hoger het aantal bezoeken.
- De bezoekers zijn vooral inwoners van Anderlecht, maar er komen ook klanten van andere plaatsen (Sint-Gillis, Molenbeek, Schaarbeek, enz.).

iii) *Profiel van de niet-gebruikers*

- 65-plussers lijken de Slachthuismarkt minder vaak te bezoeken.
- Gepensioneerden en studenten komen er minder regelmatig.
- Hoe hoger het gezinsinkomen, hoe lager het aantal bezoeken.

"Hoe vaak doet u over het algemeen uw inkopen op de Slachthuismarkt?"



b) Markt van de wijk Het Rad

97% van de respondenten gaat nooit naar deze markt, het is daarom moeilijk om het type van de klanten te bepalen.

c) Markt van het Verzetsplein

80% van de respondenten gaat nooit naar de markt van het Verzetsplein. 10% van de bevrageden gaat elke week, voornamelijk om voedingsmiddelen te kopen.

De bezoekers zijn voornamelijk personen van meer dan 55 jaar oud, gepensioneerden en werknemers. De markt lijkt vooral een lokale aantrekkingskracht te hebben.

d) Markt van de Zuidwijk

60% van de respondenten gaat nooit naar de markt van de Zuidwijk. 15% gaat echter elke week en 35% meerdere keren per jaar. Bezoekers gaan er vooral voedingsmiddelen kopen (93%), maar ook persoonlijke items (40%).

Personen van minder dan 25 jaar oud komen er zelden. Het aantal bezoeken stijgt naarmate het inkomen daalt.

De bezoekers zijn vooral inwoners van Anderlecht, maar er komen ook klanten van andere plaatsen (Sint-Gillis, Molenbeek, Schaarbeek, Brussel, enz.).

3. Consumententypes

1) Typologische analyse van de interactie tussen de kernen

Van de 492 enquêtes werden er 413 gebruikt voor typologische analyse van de interactie. 79 personen werden uitgesloten omdat ze ofwel testgevallen ofwel onvolledig waren. Er werden 11 variabelen gehanteerd:

- Bezoeken aan het centrum (in dagen/jaar)
- Bezoeken aan Westland (in dagen/jaar)
- Bezoeken aan shoppingcenter Cora (in dagen/jaar)
- Bezoeken aan de wijk Kuregem (in dagen/jaar)
- Bezoeken aan de Scheutwijk (in dagen/jaar)
- Bezoeken aan de Zuidwijk (in dagen/jaar)
- Bezoeken aan de wijk Het Rad - Bizet (in dagen/jaar)
- Bezoeken aan de wijk Goede Lucht (in dagen/jaar)
- Bezoeken aan de Slachthuismarkt (in dagen/jaar)
- Bezoeken aan de markt van het Verzetsplein (in dagen/jaar)
- Bezoeken aan de markt van de Zuidwijk (in dagen/jaar)

Voorafgaand aan de typologische analyse werden de correlaties geanalyseerd en werd er geen enkele betekenisvolle correlatie vastgesteld tussen de variabelen. De 11 variabelen werden dus opgenomen in de statistische analyse. De software die hierbij gebruikt werd, is SAS Enterprise Guide 6.1.

De typologische analyse van de interactie tussen kernen heeft geleid tot identificatie van 5 consumentensegmenten. Elk segment heeft een eigen specifiek gedrag met een gemiddeld aantal bezoeken voor elke handelskern in Anderlecht.

Segment	Centre	Westland	Shopping Cora	Cureghem
1	22	21	17	2
2	220	44	24	14
3	24	170	12	1
4	42	36	62	105
5	37	33	22	8

Segment	Scheut	Midi	Roue-Bizet	Bon Air
1	4	9	1	0
2	4	18	14	1
3	8	1	8	5
4	30	95	18	7
5	260	30	1	0

Segment	Marché Abattoirs	Marché Resistance	Marché Midi
1	18	2	7
2	20	25	8
3	14	2	4
4	66	24	40
5	20	0	16

Segment	En nb	En %
1	254	62%
2	68	16%
3	46	11%
4	32	8%
5	13	3%

De segmentstructuur laat toe om vast te stellen dat er een gemiddeld gedrag gedeeld wordt door de meeste klanten van Anderlecht. Dit gedrag komt voor in segment 1. Dit eerste segment bestaat namelijk uit 62% van de Anderlechtse klanten. Deze consumenten gaan zowel naar het centrum als het Westland Shopping Center (gemiddeld om de twee weken), en zowel naar shoppingcenter Cora als naar de Slachthuismarkt (gemiddeld anderhalve keer per maand).

Segmenten 2 tot 5 zijn kleiner en vertegenwoordigen meer uitgesproken gedrag voor een bepaalde kern. Segment 2 omvat 16% van de Anderlechtse klanten, met consumenten die bijna dagelijks het centrum van Anderlecht bezoeken. Segment 3 bevat 11% van de klanten, met consumenten die gemiddeld om de twee dagen naar het Westland Shopping Center gaan. Segment 4 (8%) bestaat uit klanten die vaak naar de Zuidwijk en Kuregem gaan, deze groep gaat ook het vaakst naar de markten. Segment 5 (3%) is samengesteld uit vaste klanten van de Scheutwijk. Ze gaan er zo goed als dagelijks.

2) Segmentatie van de klanten van het centrum

Van de 172 enquêtes in het centrum werden er 162 gebruikt voor typologische analyse van de klanten van het centrum. 10 personen werden uitgesloten omdat ze een segment op zich vormden met werknemers van de kern. Er werden 6 variabelen gebruikt die in 2 groepen ondergebracht kunnen worden:

Klantenvariabelen:

- Bezoeken aan het centrum (in dagen/jaar);
- De tijd die doorgebracht wordt in het centrum (in minuten);
- Het aantal personen dat de klant vergezelt.

Sociaal-demografische variabelen:

- Gezinsgrootte;
- Leeftijd;
- Maandelijks netto-inkomen van het gezin.

Voorafgaand aan de typologische analyse werden de correlaties geanalyseerd en werd er geen enkele betekenisvolle correlatie vastgesteld tussen de variabelen. De 6 variabelen werden dus opgenomen in de statistische analyse. De software die hierbij gebruikt werd, is SAS Enterprise Guide 6.1.

De typologische analyse heeft ons toegelaten om 162 personen onder te brengen in 4 segmenten van gelijke grootte (tussen 22 en 26%) en een vijfde kleiner segment (5%). Elk segment heeft een eigen specifiek gedrag, bestaat uit een klantenprofiel en een sociaal-demografisch profiel en een eigen kwalitatieve beoordeling van het centrum.

Segment	Structure	
	Nb	%
1	42	26%
2	39	24%
3	37	23%
4	36	22%
5	8	5%

Segment	Profil socio démographique		
	Ménage	Age	Revenu mensuel net
1	3,5	32	2742
2	1,4	30	1082
3	4,3	38	1510
4	1,5	67	1574
5	3,9	25	1825

Segment	Profil chaland		
	Fréquentation Centre (jour/an)	Temps passé (min.)	Accompagné de
1	88	62	0,7
2	59	40	0,5
3	145	48	0,6
4	104	37	0,2
5	160	61	4,0

Segment 1 vertegenwoordigt 26% van de klanten van het centrum. Het stemt overeen met een actieve bevolkingsgroep met een hoger inkomen, koppels met kinderen (74%) en hoofdzakelijk van Belgische origine (62%). Het zijn vooral werknemers (50%), maar in dit segment vinden we ook de meeste zelfstandigen (14%). Ze gaan gemiddeld een of twee keer per week naar het centrum. Hun tevredenheidsniveau is relatief laag (6/10) en ze voelen zich er onveilig (22%).

Segment 2 vertegenwoordigt 24% van de klanten van het centrum. Het stemt overeen met een jongere bevolkingsgroep (gemiddelde leeftijd 39 jaar). Het zijn studenten (38%), werknemers in het begin van hun loopbaan (28%) of werkzoekenden (23%) met een lager inkomen. Ze leven alleen (69%) of hebben een kind ten laste (18%). Ze wonen niet vlak bij de handelszaken van het centrum van Anderlecht en gaan er een keer per week met het openbaar vervoer (64%). De meesten doen inkopen buiten Anderlecht (87%), vooral in het centrum van Brussel.

Segment 3 vertegenwoordigt 23% van de klanten van het centrum. Het stemt overeen met een actieve bevolkingsgroep met huisvrouwen/-mannen (32%) en bedienden (27%), rond de dertig jaar oud, vooral van Noord-Afrikaanse origine (53%) die leven in koppel met kinderen (84%). Ze wonen in het centrum van Anderlecht (vlak bij de Wayezstraat enz.) en gaan vier tot vijf keer per week naar handelszaken van de kern, meestal te voet (49%). Ze zijn tevreden over de handelskern (7/10).

Segment 4 vertegenwoordigt een oudere bevolkingsgroep (gemiddelde leeftijd 67 jaar) met inwoners van Anderlecht van Belgische origine (67%) en gepensioneerd (81%). Ze wonen dicht bij het centrum en hebben de indruk dat de gemeente erop verslechtert. Uitdrukkingen zoals "het is veranderd", "het is niet meer zoals vroeger" en "het gaat erop achteruit" keren vaak terug. Ze voelen zich onveilig in het centrum (18%) en zijn niet tevreden over de kern (5,3/10). Ze doen weinig inkopen buiten Anderlecht (58%).

Segment 5 omvat groepen van drie studenten en meer (100%) die rondlopen in het centrum na school (88%). Ze zijn tevreden over het centrum (7,2/10).

Het merendeel van de klanten in Anderlecht vindt over het algemeen dat het kader onaangenaam is (27%) en voelt zich onveilig (20%). De globale tevredenheid bedraagt 60%. Ze willen meer vuilnisbakken (15%), parkeerplaats (14%), bewakingscamera's (14%) en groene ruimten (12%). Ongeveer 75% van de klanten gaat ook naar het Westland Shopping Center (85%), naar shoppingcenter Cora (75%) en de Slachthuismarkt (62%). Ze doen ook inkopen buiten Anderlecht (72%), vooral in het centrum van Brussel. Ze gaan er voor persoonlijke items (32%), items voor hygiëne, schoonheid en verzorging (12%) en voor vrije tijd (12%).

3) Segmentatie van de klanten van het Westland Shopping Center

Van de 158 enquêtes in het Westland Shopping Center werden er 149 gebruikt voor typologische analyse van de klanten van het center. 9 personen werden uitgesloten omdat ze een segment op zich vormden met werknemers van de kern. Er werden 6 variabelen gebruikt die in 2 groepen ondergebracht kunnen worden:

Klantenvariabelen:

- Bezoeken aan het centrum (in dagen/jaar);
- De tijd die doorgebracht wordt in het centrum (in minuten);
- Het aantal personen dat de klant vergezelt.

Sociaal-demografische variabelen:

- Gezinsgrootte;
- Leeftijd;
- Maandelijks netto-inkomen van het gezin.

Voorafgaand aan de typologische analyse werden de correlaties geanalyseerd en werd er geen enkele betekenisvolle correlatie vastgesteld tussen de variabelen. De 6 variabelen werden dus opgenomen in de statistische analyse. De software die hierbij gebruikt werd, is SAS Enterprise Guide 6.1.

De typologische analyse heeft 149 personen ingedeeld in 5 segmenten. Elk segment heeft een eigen specifiek gedrag, bestaat uit een klantenprofiel en een sociaal-demografisch profiel en een eigen kwalitatieve beoordeling van het Westland Shopping Center.

Segment	Structure	
	Nb	%
1	68	46%
2	31	21%
3	24	16%
4	18	12%
5	8	5%

Segment	Profil socio démographique		
	Ménage	Age	Revenu mensuel net
1	3,8	31	2734
2	1,6	31	1281
3	1,7	62	1741
4	2,2	41	1594
5	3,4	28	1892

Segment	Profil chaland		
	Fréquentation Westland (jour/an)	Temps passé (min.)	Accompagné de
1	33	69	0,9
2	24	99	1,0
3	59	93	0,3
4	237	67	0,7
5	119	91	4,0

Segment 1 is groter en omvat 46% van de klanten van het Westland Shopping Center. Het vertegenwoordigt een actieve bevolkingsgroep en omvat vooral werknemers (44%), gezinnen met een of meerdere kinderen (43%) en een hoog inkomen vergeleken met de andere segmenten. De klanten gaan elke veertien dagen een of twee keer naar het Westland Shopping Center en zijn tevreden over het winkelaanbod en het algemene kader (7,5/10). Ze associëren het Westland echter niet met een bepaalde identiteit (29%).

Segment 2 vertegenwoordigt 21% van de klanten van het Westland Shopping Center. Het vertegenwoordigt een actieve bevolkingsgroep met 48% werknemers maar ook een aantal werkzoekenden (26%). Ze leven alleen (48%) en hebben een laag maandelijks inkomen. Ze zijn heel tevreden over het Westland Shopping Center (8/10) maar associëren het niet met een bepaalde identiteit (26%). Ze gaan ook bijna allemaal inkopen doen buiten Anderlecht (90%).

Segment 3 vertegenwoordigt 16% van de klanten van het Westland Shopping Center. Het stemt overeen met een oudere bevolkingsgroep (gemiddelde leeftijd 62 jaar) en omvat vooral gepensioneerden (58%). Ze leven alleen (42%) of als koppel zonder kinderen (46%). Ze gaan gemiddeld een keer om de veertien dagen naar het Westland en zijn er tevreden over (7,7/10). Ze vinden het verwelkomend, aangenaam, gezellig (30%) en levendig, dynamisch (21%).

Segment 4 vertegenwoordigt 12% van de klanten van het Westland Shopping Center. Het stemt overeen met een bevolking van werknemers (33%) en gepensioneerden (28%). De gezinnen bestaan uit koppels alleen (22%) of met een kind (39%). Dit segment gaat het vaakst naar het Westland Shopping Center. Ze gaan gemiddeld 4 tot 5 keer per week en zijn er tevreden over (7,5/10). Ze associëren het met de RSCA (26%) en vinden het aangenaam, gezellig en familiegezind (22%).

Segment 5 vertegenwoordigt groepen jonge studenten (75%) die vaak naar het Westland Shopping Center trekken om er rond te kuieren met vrienden (33%). Ze zijn tevreden over de kern (8/10).

De klanten van het Westland Shopping Center zijn er in het algemeen heel tevreden over. Het tevredenheidsniveau bedraagt 75%. Ook al vindt het merendeel het center "aangenaam, gezellig en familiegezind", "levendig en dynamisch" of associëren ze het met de RSCA, kent 19% het geen specifieke identiteit toe. Als verbetering willen ze meer zitbanken (29%) en parkeerplaats (14%). 82% gaat ook winkelen in shoppingcenter Cora, 42% in het centrum van Anderlecht en 83% buiten de gemeente Anderlecht, voornamelijk in het centrum van Brussel.

4) Verzorgingsgebieden

a) Effectief verzorgingsgebied

1. Methodologie

De afbakening van het effectieve verzorgingsgebied van Anderlecht is gebaseerd op de resultaten van enquêtes bij ongeveer 500 klanten.

Voor de bepaling van het verzorgingsgebied en de onderverdeling in primaire en secundaire zones, werden twee criteria gehanteerd: het samengetelde aantal klanten en de mate waarin de klanten doordrongen tot in de gemeente.

De volgende tabel en de analyse van de kaart hieronder toont aan dat 60% van de klanten in Anderlecht woont. Dit benadrukt de lokale dimensie van de aantrekkingskracht van de gemeente. Daarna komen de gemeenten Molenbeek en Sint-Gillis.

- **Ruimtelijke verdeling van de bevroegde klanten**

Postcode	Aantal	%
1070	220	58,0%
1080	25	6,6%
1060	16	4,2%
1030	11	2,9%
1050	11	2,9%
1000	9	2,4%
1090	9	2,4%
1700	5	1,3%
1020	5	1,3%
1600	5	1,3%
1190	4	1,1%
1180	4	1,1%
1040	3	0,8%
1081	3	0,8%
1111	3	0,8%
1761	2	0,5%
7090	2	0,5%
1210	2	0,5%
1630	2	0,5%
9300	2	0,5%
1602	2	0,5%
1703	2	0,5%
1082	2	0,5%
1780	2	0,5%
1083	2	0,5%
1601	2	0,5%
1200	2	0,5%
1150	2	0,5%
1731	2	0,5%
6460	1	0,3%
8660	1	0,3%
1120	1	0,3%
1730	1	0,3%
1348	1	0,3%
1420	1	0,3%
9850	1	0,3%
1620	1	0,3%
1742	1	0,3%
7120	1	0,3%
1701	1	0,3%
7530	1	0,3%

1845	1	0,3%
8620	1	0,3%
9402	1	0,3%
1860	1	0,3%
1500	1	0,3%
1790	1	0,3%

Aandeel klanten van de voornaamste plaatsen

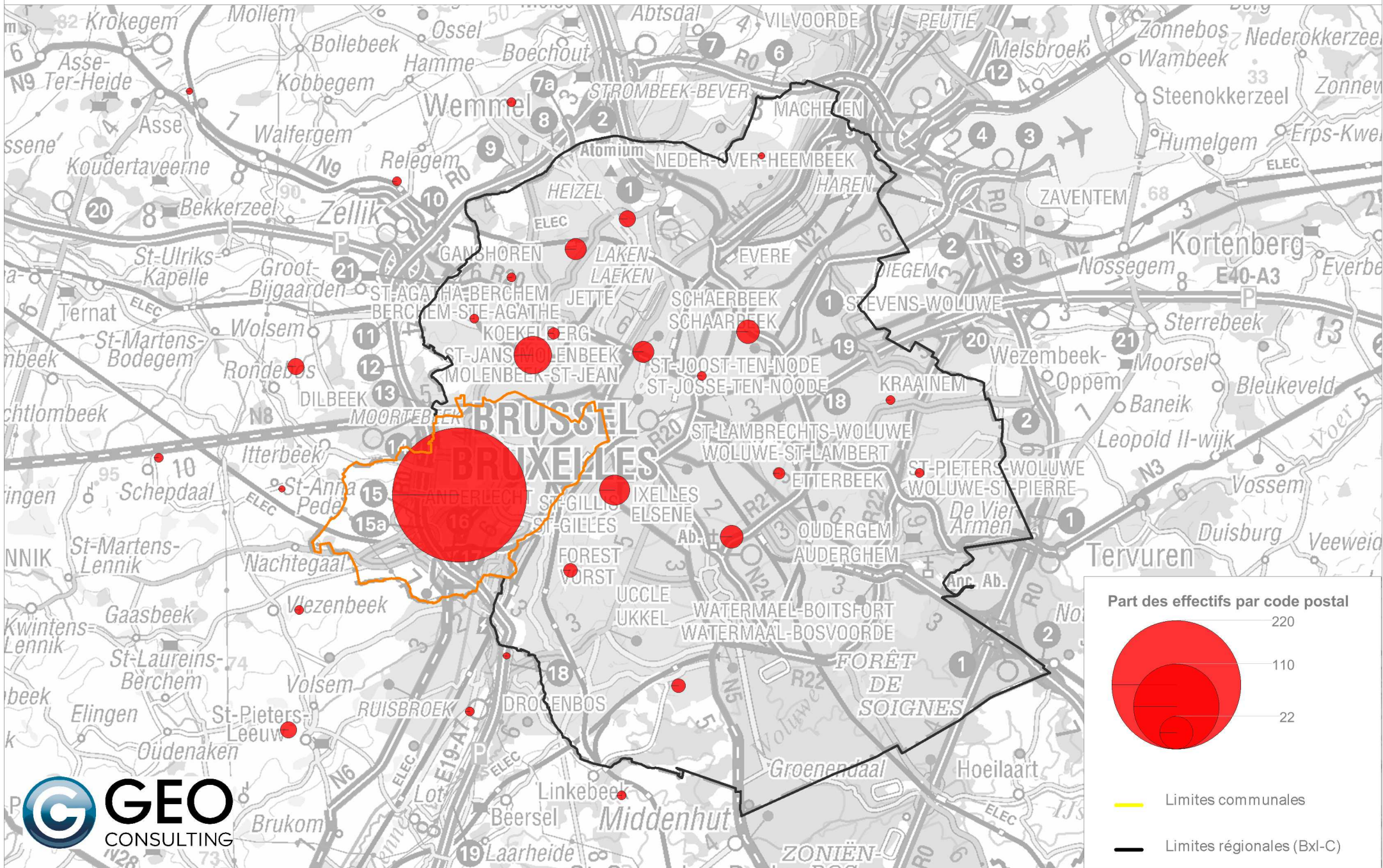
Bron: enquête GeoConsulting, maart 2015

- **Bereik volgens het bevraagde monster**

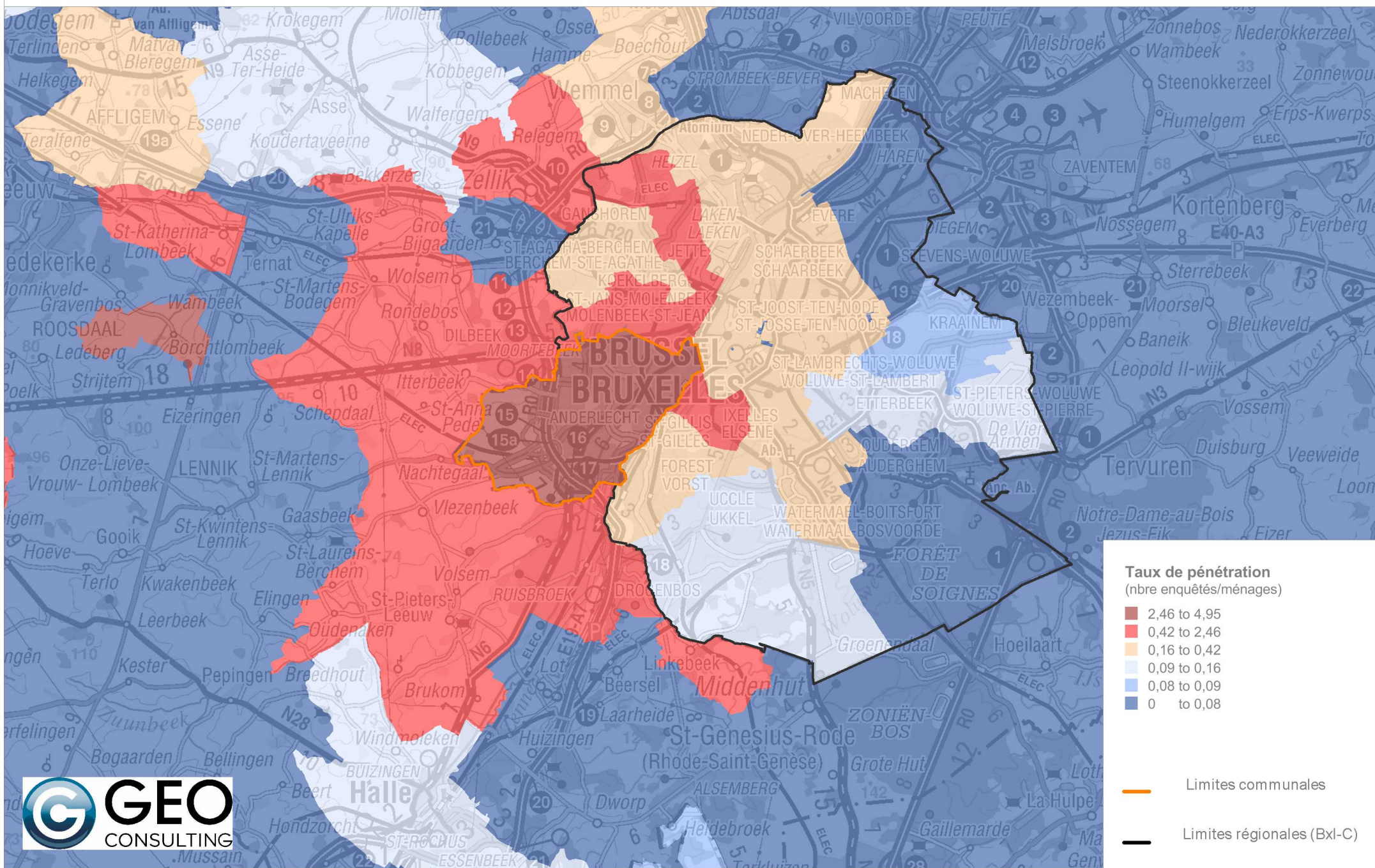
De tweede kaart die nodig is voor bepaling van het effectieve verzorgingsgebied is deze met de commerciële indringing van Anderlecht volgens geografische entiteit (postcodes). Het bereik op kaart stemt overeen met de relatie tussen het aantal klanten en het aantal gezinnen uitgedrukt in promille.

Logischerwijze vermindert het bereik naarmate men verder weggaat van de gemeente volgens de toegankelijkheid.

Répartition des chalands des pôles commerciaux d'Anderlecht selon leurs lieux de résidence



Taux de pénétration



2. Grensbepaling

Het effectieve verzorgingsgebied van de gemeente wordt afgebakend op basis van analyse van de voorgaande kaarten. Het wordt gesegmenteerd in een primaire en secundaire zone.

Door de sterke verspreiding van klanten buiten deze twee zones kan het restgebied niet afgebakend worden.

- De primaire zone

De primaire zone is de belangrijkste voor een handelskern want daar zijn het bereik en de klantentrouw het grootst.

De primaire zone omvat 58% van de klant (volgens de bevroagden) van de gemeente Anderlecht en komt overeen met de grenzen van de gemeente.

Het potentiële klantenbestand bestaat uit 112.258 inwoners.

- De secundaire zone

De secundaire zone vertegenwoordigt 16,6% van de bevroagde klanten. Zoals te zien was op de vorige kaarten is het bereik en de frequentie van de plaatsen in deze zone aanzienlijk kleiner/lager dan in de primaire zone.

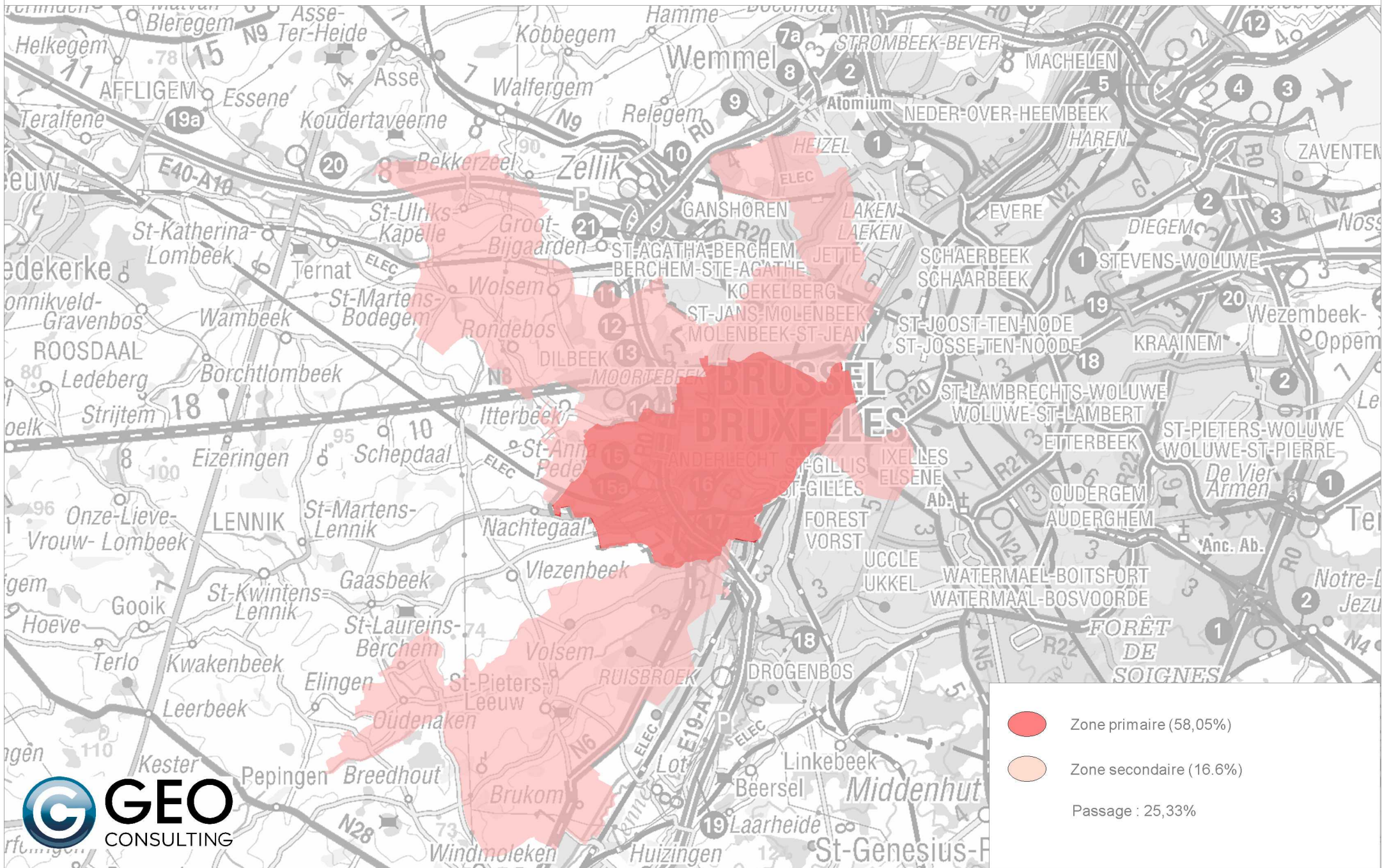
Het potentiële klantenbestand van de secundaire zone bestaat uit 397.105 inwoners.

Deze secundaire zone heeft een bijzondere configuratie. Ze strekt zich voornamelijk uit naar het noorden, omvat de gemeenten Molenbeek en Dilbeek en reikt tot aan de gemeenten Jette en Koekelberg. In het zuiden gaat ze tot Sint-Pieters-Leeuw en in het oosten tot aan Sint-Gillis.

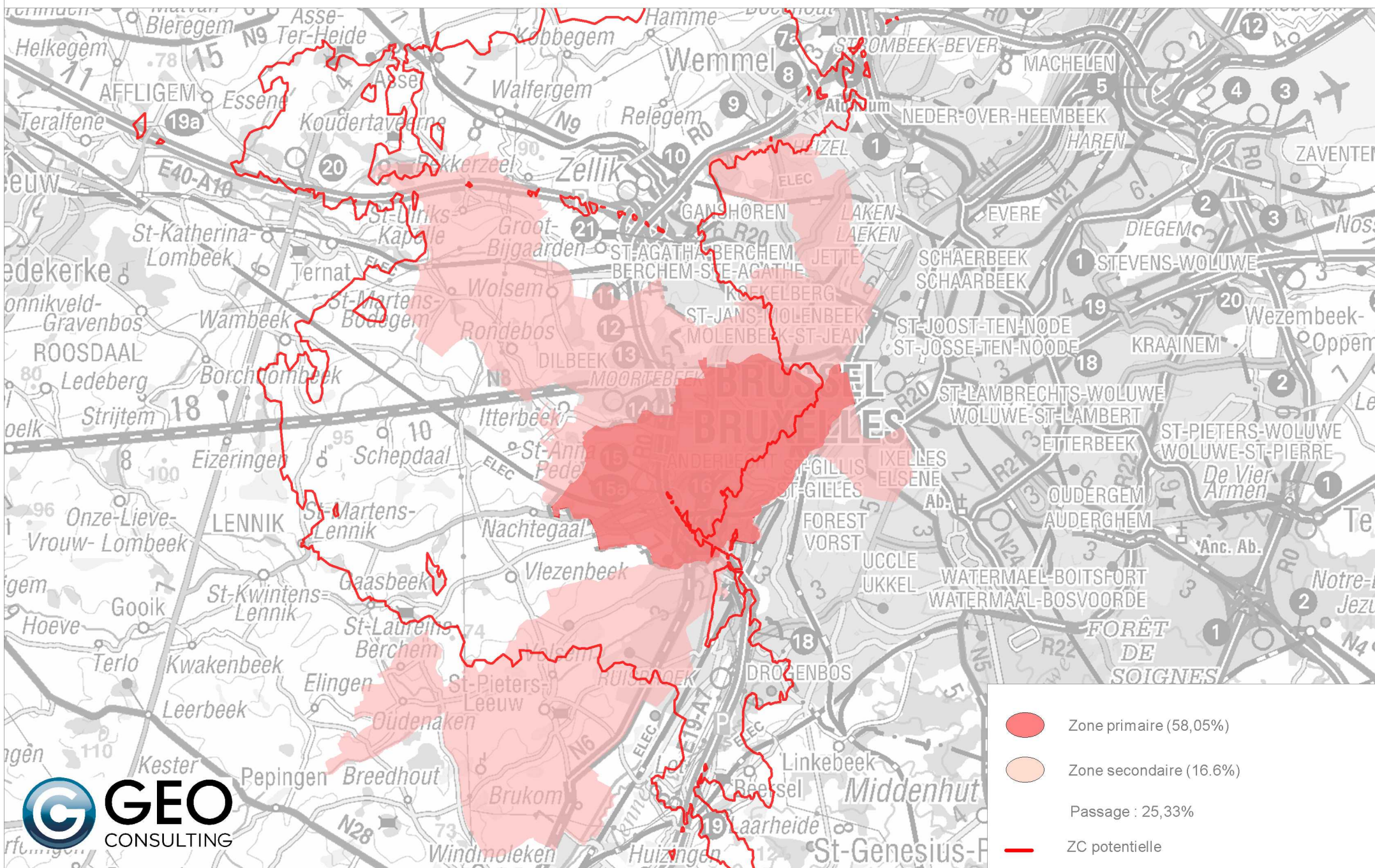
- Het restgebied

Deze zone is niet in kaart gebracht om ze niet ruimtelijk begrensd kan worden door de sterke verspreiding van de klanten die zich in dit gebied bevinden. De zone vertegenwoordigt de resterende 25,33% van de klanten.

Zone de chalandise réelle



Comparaison zones de chalandise potentielle et réelle



C. Economie

1. Analysemethode

Door de economische sectoren te analyseren, kunnen we de economische realiteit van Anderlecht achterhalen. De voorgaande analyse van de commerciële sector heeft het huidige belang ervan naar voren gebracht, samen met de ontwikkelingsmogelijkheden.

Wat is echter het aandeel van de commerciële sector in de economie van Anderlecht? Welke sectoren zijn het meest vertegenwoordigd en welke stellen het grootste aantal mensen te werk?

Deze analyses laten toe om na te gaan welke economische sectoren een grote draagkracht hebben in Anderlecht en welke de gemeente de mogelijkheid bieden om zich te onderscheiden van andere.

Voor de analyse van deze sector werden verschillende soorten gegevens verzameld en geanalyseerd. De voornaamste analyse is gebaseerd op statistieken van de RSZ met het aantal ondernemingen per economische sector en het aantal werknemers.

2. Gegevensanalyse

De eerste tabellen en grafieken hieronder geven de verwerking van deze gegevens weer voor de gemeente Anderlecht.

De volgende tabellen en grafieken tonen het belang van de verschillende sectoren voor de economie van de gemeente. Deze cijfers zijn gebaseerd op tewerkstelling en ondernemingen van verschillende sectoren in 2011. De sector waarin de meeste mensen tewerkgesteld zijn in Anderlecht is handel (20,1%), gezondheidszorg en sociale actie (13,7% van de loontrekkenden), administratieve en ondersteunende diensten (12,3%) en onderwijs (12,2%).

Op het vlak van ondernemingen hebben handelszaken het grootste aandeel (32%) in de economie van Anderlecht, vóór bouw (7,8%) en hotels en restaurant (7,3%).

In tweede instantie zullen de volgende tabellen een vergelijking maken tussen de gegevens van Anderlecht en twee andere Brusselse gemeenten, en het gewestelijke gemiddelde.

Door deze gegevens te analyseren, wordt duidelijk dat de sectoren met de meeste ondernemingen handel, bouw en productie zijn. Sectoren die daarentegen minder goed vertegenwoordigd zijn in vergelijking met andere gemeenten, zijn gespecialiseerde, wetenschappelijke en technische activiteiten, vastgoed, kunst, voorstellingen en recreatie.

De sectoren met de meeste werknemers zijn handel, onderwijs en transport & opslag. Sectoren die daarentegen minder goed vertegenwoordigd zijn vergeleken met andere gemeenten, zijn publieke administratie, sociale verzekeringsfondsen, kunst, voorstellingen recreatie, en andere activiteiten voor dienstverlening.

Dit bevestigt het belang van de handelssector.

De mogelijkheden in verband met de onderwijssector zijn tevens interessant, vandaar de aanwezigheid van Erasmus-, CERIA-campusen enz. Als we deze mogelijkheden vergelijken met ondervertegenwoordigde sectoren, zien we veel potentieel voor gespecialiseerde, wetenschappelijke en technische activiteiten, vastgoed, kunst, voorstellingen en recreatie. Deze sectoren kunnen zich effectief ontwikkelen in samenhang met de onderwijssector.

Anderlecht

Economische sectoren	Ondernemingen	Aandeel van de sector ten opzichte van het totale aantal ondernemingen	Werknemers in loondienst	Aandeel van de sector ten opzichte van het totale aantal werknemers
Landbouw, bosbouw en visvangst	5	0,2%	23	0,0%
Ontginningsindustrie	0	0,0%	0	0,0%
Productie-industrie	170	6,5%	4201	8,3%
Productie en distributie van elektriciteit, gas, stoom en airconditioning	1	0,0%	115	0,2%
Productie en distributie van water; sanering, afvalbeheer bestrijding van milieuverontreiniging	2	0,1%	26	0,1%
Bouw	205	7,8%	2582	5,1%
Handel; reparatie van voertuigen en motorvoertuigen	837	32,0%	10145	20,1%
Transport en opslag	130	5,0%	3746	7,4%
Hotels en restaurants	190	7,3%	1528	3,0%
Informatie en communicatie	73	2,8%	2399	4,7%
Financiële activiteiten en verzekeringen	78	3,0%	1138	2,3%
Vastgoed	86	3,3%	313	0,6%
Gespecialiseerde, wetenschappelijke en technische activiteiten	139	5,3%	1644	3,3%
Administratieve diensten en ondersteuning	164	6,3%	6200	12,3%
Overheidsadministratie, sociale verzekeringen	38	1,5%	2069	4,1%
Onderwijs	144	5,5%	6154	12,2%
Gezondheidszorg en sociale actie	152	5,8%	6904	13,7%
Kunst, voorstellingen en vrijetijdsbestedingen	46	1,8%	295	0,6%
Andere diensten	157	6,0%	1042	2,1%
Gezinsactiviteiten	2	0,1%	4	0,0%
Extraterritoriale activiteiten	0	0,0%	0	0,0%
Algemeen totaal	2619	100,0%	50528	100,0%

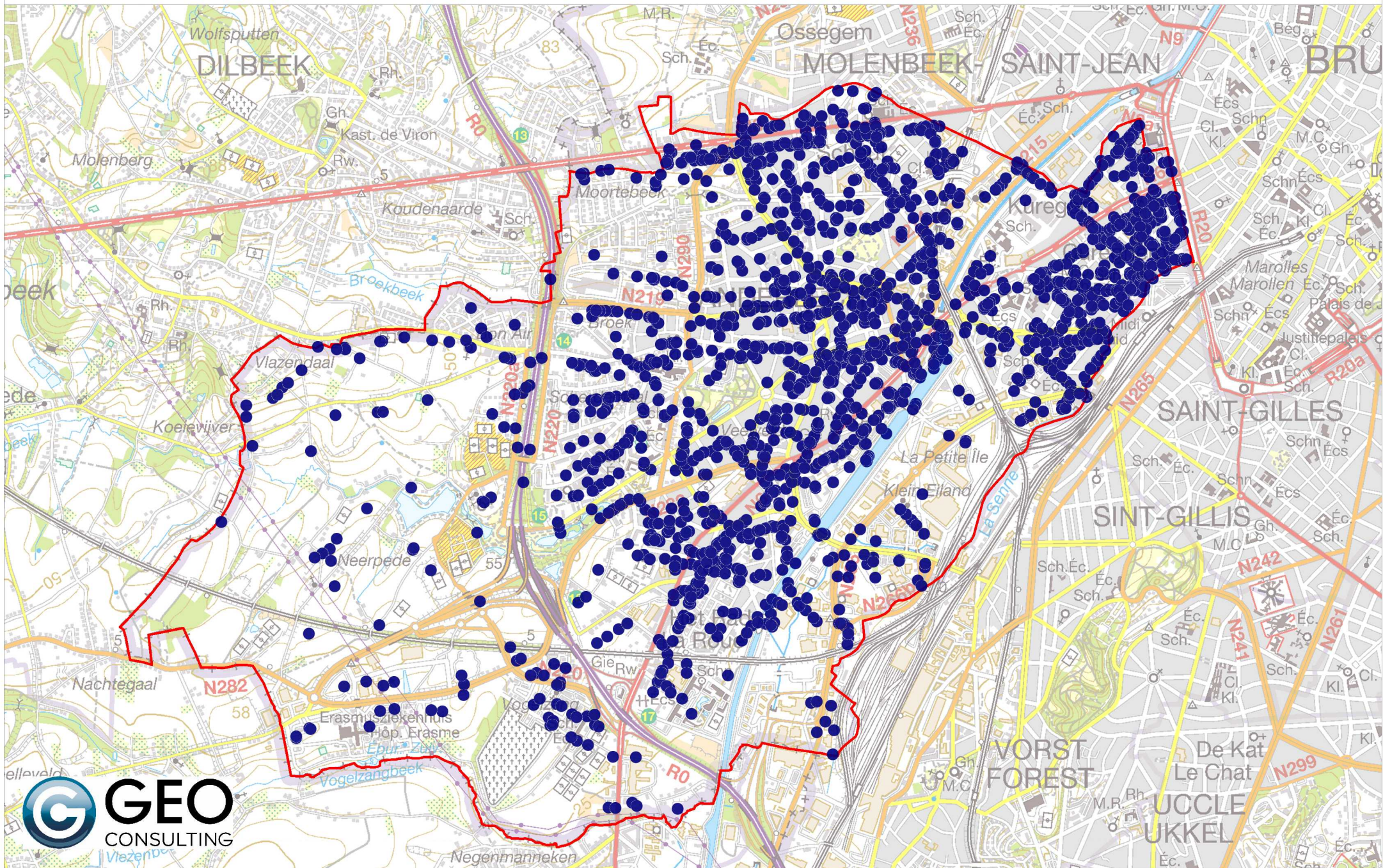
Bron: RSZ 2011 - Geoconsulting



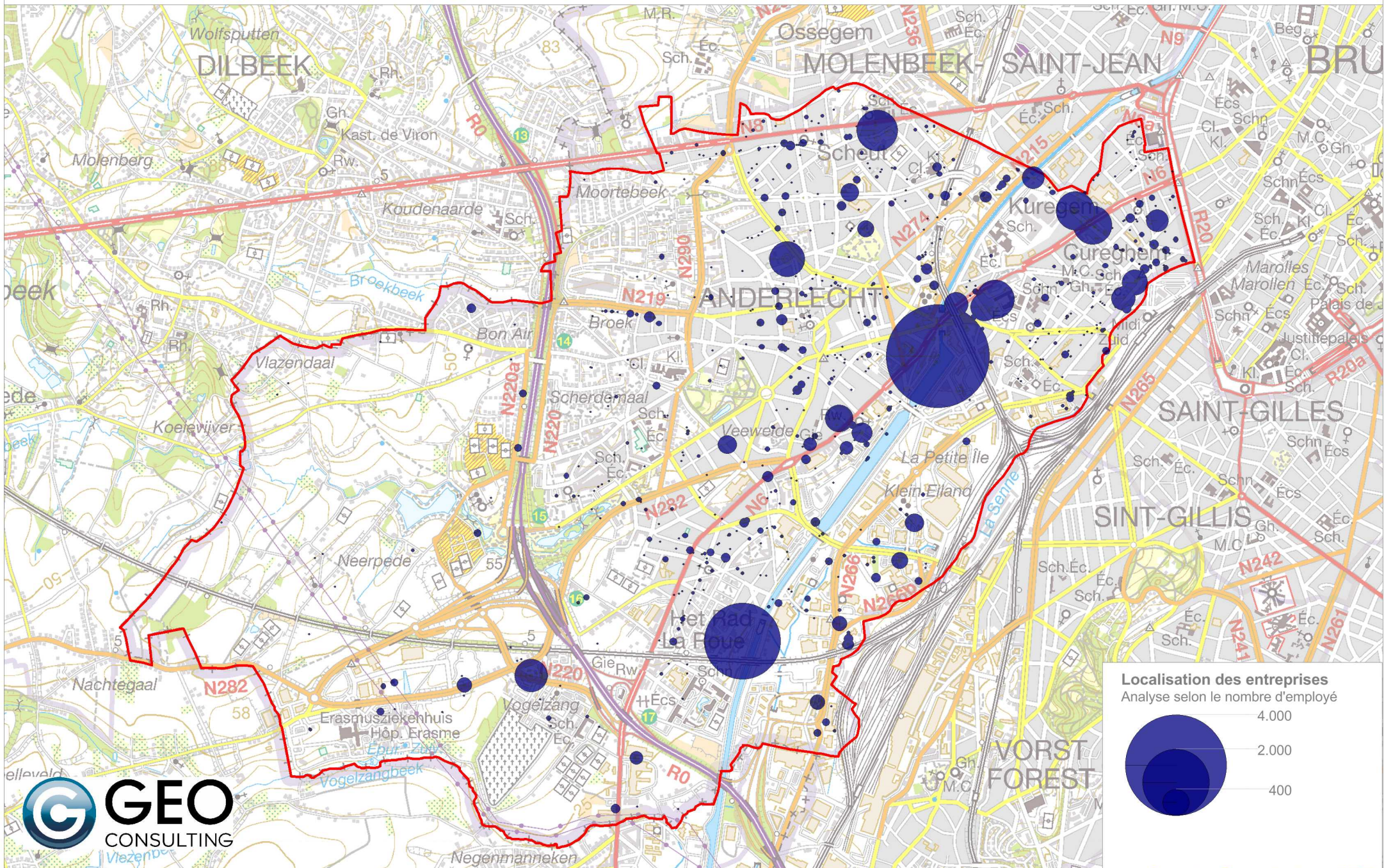
Economische sectoren	Anderlecht	Vorst	Koekelberg	Brussel
Landbouw, bosbouw en visvangst	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%
Ontginningsindustrie	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Productie-industrie	6,5%	6,0%	5,5%	3,2%
Productie en distributie van elektriciteit, gas, stoom en airconditioning	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Productie en distributie van water; sanering, afvalbeheer bestrijding van milieuverontreiniging	0,1%	0,7%	0,0%	0,2%
Bouw	7,8%	8,9%	7,4%	4,7%
Handel; reparatie van voertuigen en motorvoertuigen	32,0%	20,2%	16,9%	22,3%
Transport en opslag	5,0%	4,6%	5,5%	3,0%
Hotels en restaurants	7,3%	4,8%	5,2%	9,0%
Informatie en communicatie	2,8%	5,1%	3,4%	3,7%
Financiële activiteiten en verzekeringen	3,0%	2,9%	4,0%	4,1%
Vastgoed	3,3%	4,8%	7,4%	5,4%
Gespecialiseerde, wetenschappelijke en technische activiteiten	5,3%	10,1%	10,8%	9,3%
Administratieve diensten en ondersteuning	6,3%	5,3%	6,8%	6,3%
Overheidsadministratie, sociale verzekeringen	1,5%	1,7%	2,2%	2,5%
Onderwijs	5,5%	5,6%	6,2%	4,9%
Gezondheidszorg en sociale actie	5,8%	8,2%	9,2%	6,5%
Kunst, voorstellingen en vrijetijdsbestedingen	1,8%	4,2%	3,7%	3,0%
Andere diensten	6,0%	5,8%	5,5%	9,8%
Gezinsactiviteiten	0,1%	0,8%	0,3%	1,1%
Extraterritoriale activiteiten	0,0%	0,1%	0,0%	0,9%
Algemeen totaal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Bron: RSZ 2011 - Geoconsulting				

Economische sectoren	Anderlecht	Vorst	Koekelberg	Brussel
Landbouw, bosbouw en visvangst	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%
Ontginningsindustrie	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Productie-industrie	6,5%	6,0%	5,5%	3,2%
Productie en distributie van elektriciteit, gas, stoom en airconditioning	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Productie en distributie van water; sanering, afvalbeheer bestrijding van milieuverontreiniging	0,1%	0,7%	0,0%	0,2%
Bouw	7,8%	8,9%	7,4%	4,7%
Handel; reparatie van voertuigen en motorvoertuigen	32,0%	20,2%	16,9%	22,3%
Transport en opslag	5,0%	4,6%	5,5%	3,0%
Hotels en restaurants	7,3%	4,8%	5,2%	9,0%
Informatie en communicatie	2,8%	5,1%	3,4%	3,7%
Financiële activiteiten en verzekeringen	3,0%	2,9%	4,0%	4,1%
Vastgoed	3,3%	4,8%	7,4%	5,4%
Gespecialiseerde, wetenschappelijke en technische activiteiten	5,3%	10,1%	10,8%	9,3%
Administratieve diensten en ondersteuning	6,3%	5,3%	6,8%	6,3%
Overheidsadministratie, sociale verzekeringen	1,5%	1,7%	2,2%	2,5%
Onderwijs	5,5%	5,6%	6,2%	4,9%
Gezondheidszorg en sociale actie	5,8%	8,2%	9,2%	6,5%
Kunst, voorstellingen en vrijetijdsbestedingen	1,8%	4,2%	3,7%	3,0%
Andere diensten	6,0%	5,8%	5,5%	9,8%
Gezinsactiviteiten	0,1%	0,8%	0,3%	1,1%
Extraterritoriale activiteiten	0,0%	0,1%	0,0%	0,9%
Algemeen totaal	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Bron: RSZ 2011 - Geoconsulting				

Localisation des entreprises dans la commune d'Anderlecht



Localisation des entreprises dans la commune d'Anderlecht



D. Mobiliteit en toegankelijkheid

1. Toegankelijkheid op macroniveau

a) Afbakening van de toegankelijkheid: isochrone curven

De toegankelijkheidscurven geven een eerste idee van het potentiële verzorgingsgebied van een handelskern.

Ze worden voorgesteld door lijnen (curven) die punten verbinden die binnen een bepaalde tijd bereikbaar zijn vanuit de handelskern.

De berekende tijd is gebaseerd op een autorit in normaal verkeer.

Als men voor Anderlecht de isochronen van 10, 15 en 20 minuten volgt, kan men bijvoorbeeld Halle (in 10 minuten) of Aalst (in 20 minuten) bereiken. Het gedrag van de consumenten en de aanwezigheid van andere, concurrerende handelskernen beperken de uitbreiding.

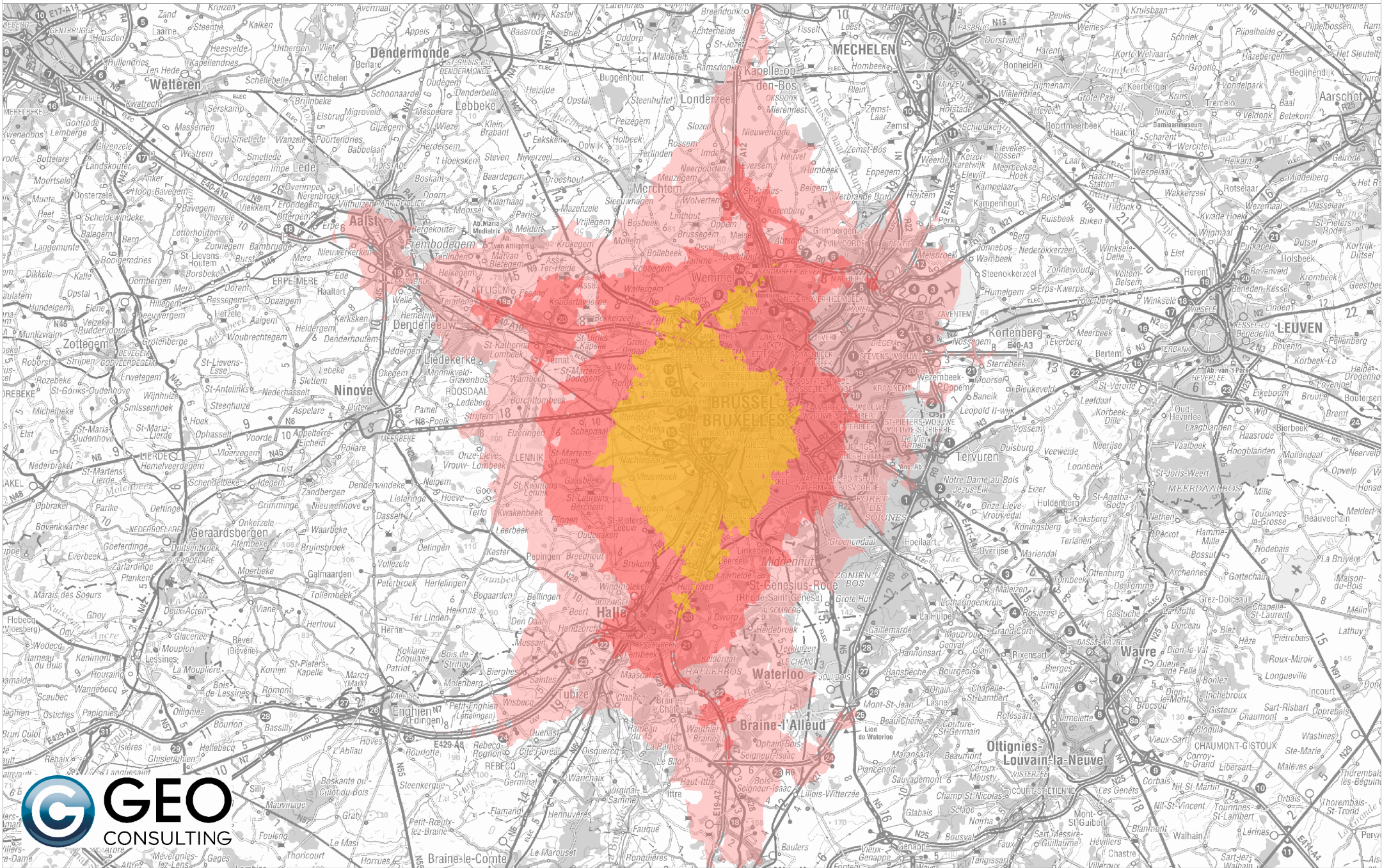
- ❖ Westwaarts bereikt de zone van 20 minuten Aalst.

- ❖ Noordwaarts bereikt de isochroon van 15 minuten Wemmel.

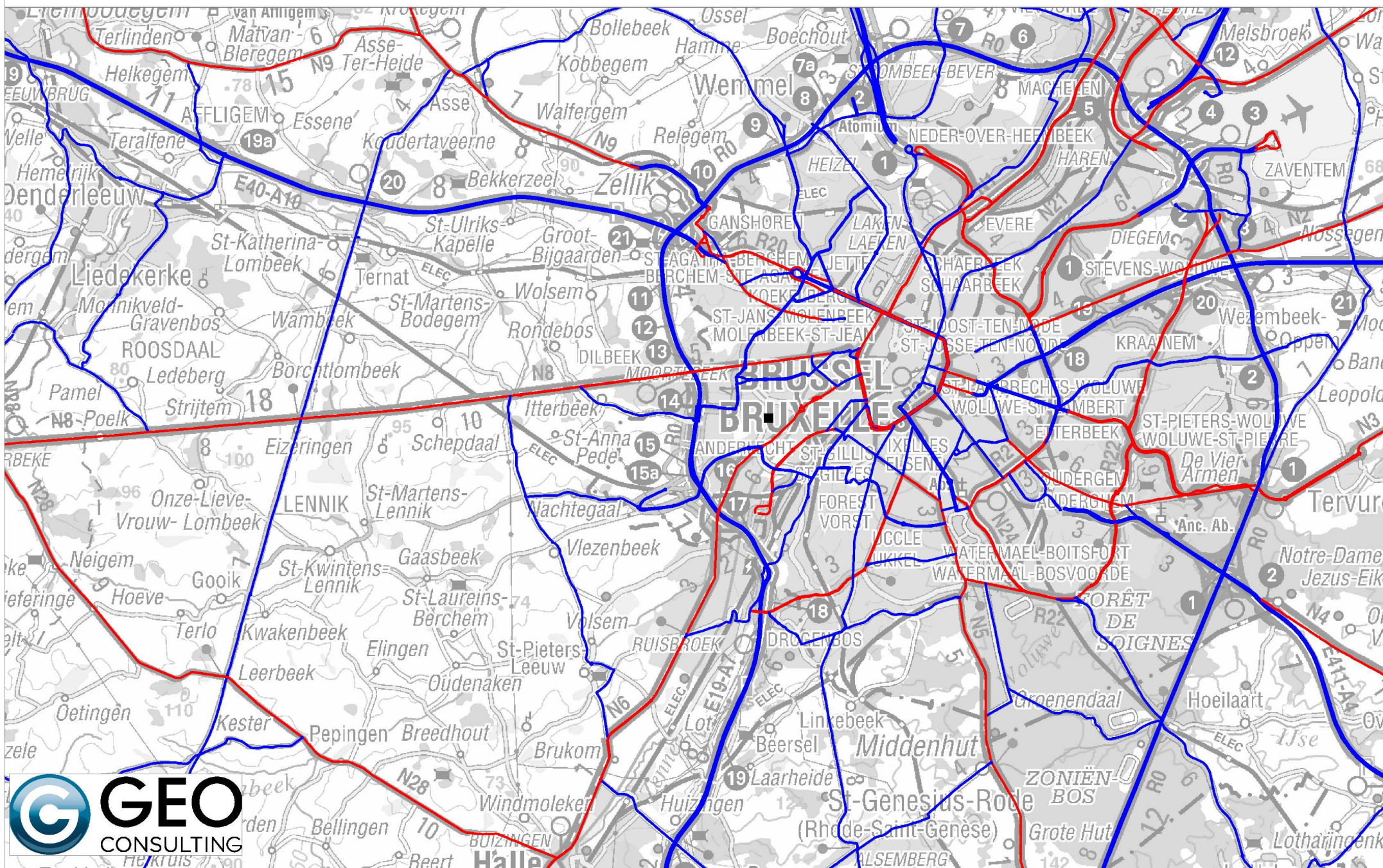
- ❖ Oostwaarts bereikt de isochroon van 20 minuten Melsbroek en Groenendaal.

- ❖ Zuidwaarts gaat de zone van 20 minuten tot aan Waterloo en Eigenbrakel.

Accessibilité 10, 15 et 20 minutes



Localisation du projet au sein des principaux axes routiers



b) Afbakening van de toegankelijkheid: equiprobabiliteitcurven voor bezoeken

De equiprobabiliteitcurven voor bezoeken geven ook een eerste idee van het potentiële verzorgingsgebied van een handelskern.

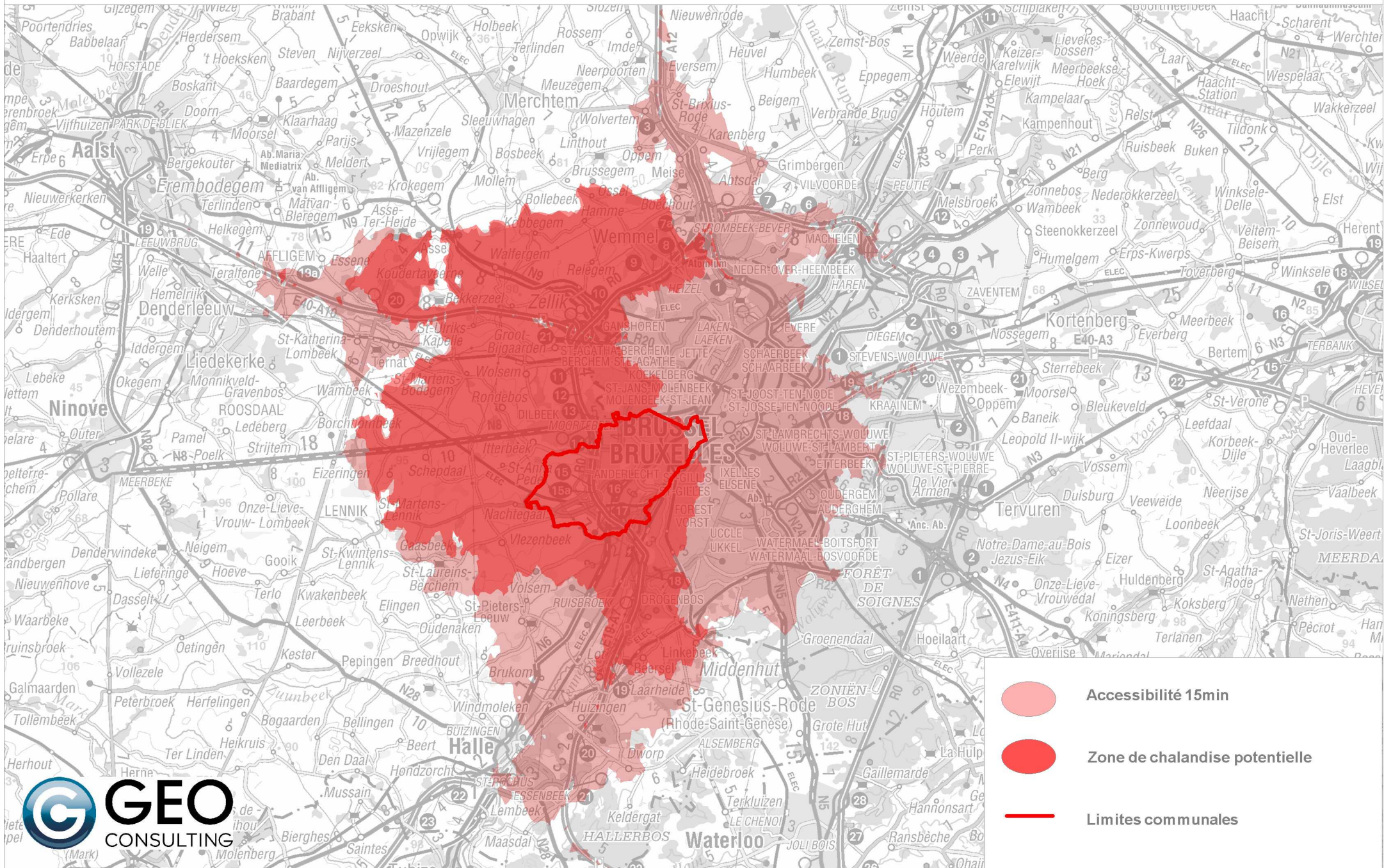
Ze worden voorgesteld door lijnen (curven) die punten verbinden die binnen een bepaalde tijd bereikbaar zijn vanuit de handelskern, met de beperking van andere, concurrerende kernen. Het raakpunt van de isochronen met elke kern vormt de equiprobabiliteitcurve voor bezoeken waar men bij beide kernen even dicht is.

De berekende tijd is gebaseerd op een autorit in normaal verkeer.

De beperkende kernen voor deze analyse zijn stadscentra of shoppingcenters die groot genoeg zijn om te concurreren met de handelskernen van Anderlecht (centrum van Brussel, Elsene, Sint-Gillis en Woluwe Shopping Center).

- ❖ Westwaarts wordt de zone van 15 minuten beperkt door de afstand tot aan de handelskernen.
- ❖ Noordwaarts bereikt de zone van 15 minuten Wolsem.
- ❖ Oostwaarts wordt de zone begrensd door het centrum van Brussel, Elsene en Sint-Gillis.
- ❖ Zuidwaarts strekt de zone tot aan Drogenbos.

Zone de chalandise potentielle et accessibilité



c) Bevolkingsstructuur van de aantrekkingszone

De aantrekkingszone van Anderlecht beslaat meer dan 220.000 inwoners.

De voorbije tien jaar maakte de zone dezelfde demografische groei mee als Brussel.

De structuur per leeftijd van de zone benadert die van de Brusselse structuur, maar met een iets groter aandeel 65-plussers in Anderlecht.

Het levensniveau van de bevolking in het verzorgingsgebied is gevoelig hoger dan het Brusselse gemiddelde, aangezien het gemiddelde inkomen per inwoner over de hele zone bijna een vijfde meer bedraagt.

	Zone 0-15 min	Brussel	Vergelijkingsindex verzorgingsgebied/Brussel
<i>Bevolking</i>	226.851	1.044.340	6,58%
<i>Demografische evolutie over 10 jaar</i>	9,58%	9,48%	Verskil: 0,10%
<i>Gezinnen</i>	100.029	506.048	19,77%
<i>Gemiddelde grootte van de gezinnen</i>	2,27	2,06	1,10
<i>Jonger dan 18 jaar</i>	21,76%	21,88%	0,98
<i>Van 18 tot 64 jaar</i>	59,69%	63,6%	0,98
<i>Ouder dan 65 jaar</i>	18,52%	14,51%	1,10
<i>Gemiddeld inkomen per inwoner in k€</i>	15.245,62	12.832,03	1,19

Kenmerken van de bevolking in het aantrekkingsgebied en vergeleken met het Brussels Gewest

Bronnen: NIS

d) *Vergelijking van de potentiële en effectieve zones*

De vergelijking tussen het potentiële en effectieve verzorgingsgebied toont heel wat ruimtelijke verschillen: noordwaarts strekt het potentiële gebied zich verder uit tot aan Wolvertem en richting Grimbergen. Idem zuidwaarts: het potentiële gebied strekt zich verder uit dan de effectieve zone, tot aan Halle en Essenbeek.

Oostwaarts zou het verzorgingsgebied van Anderlecht zowat alle plaatsen van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest kunnen beslaan. We moeten er echter rekening mee houden dat de uitstraling van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest sterk is, evenals de concurrentie.

Oostwaarts zou Anderlecht haar verzorgingsgebied enigszins kunnen vergroten richting Ternat en Terafene, en zo 10.000 potentiële klanten bij krijgen.

Zuidwaarts zou het verzorgingsgebied zich kunnen uitbreiden tot aan Halle en Dworp. Dit vertegenwoordigt een extra bereik van 45.000 personen of 20% meer effectieve potentiële klanten.

Het effectieve verzorgingsgebied omvat minder inwoners dan het potentiële gebied. Dit biedt Anderlecht redelijk grote ontwikkelingsmogelijkheden. De demografische structuur tussen de twee gebieden is grotendeels dezelfde, ook al zijn er iets meer 65-plussers in het effectieve gebied. Het feit dat het gemiddelde inkomen per inwoner hoger is in het effectieve gebied dan in het potentiële, is eveneens belangrijk.

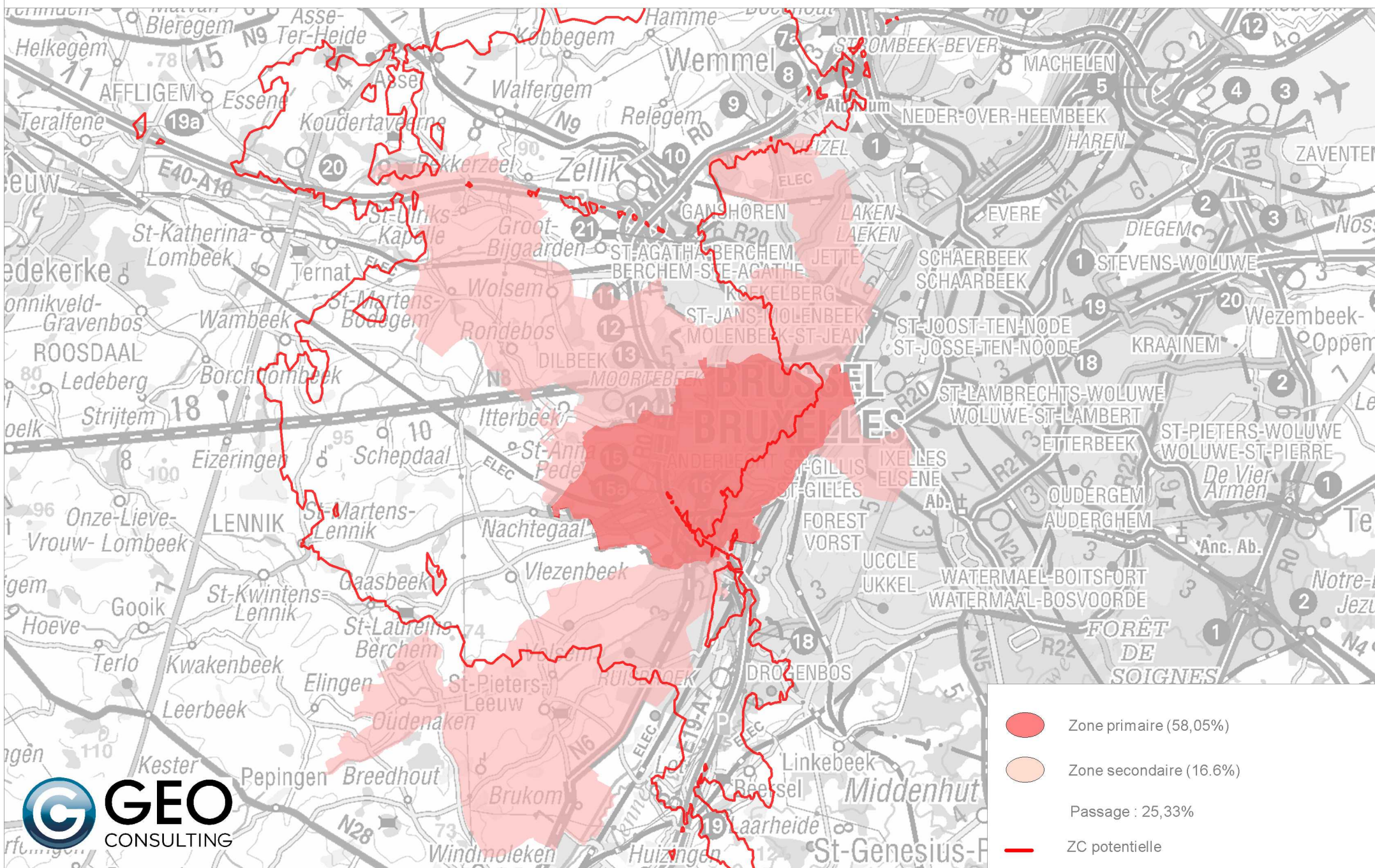
	Potentieel VG	Effectief VG
<i>Bevolking</i>	1.104.450	226.851
<i>Demografische evolutie over 10 jaar</i>	9,23%	9,58%
<i>Gezinnen</i>	524.328	100.029
<i>Gemiddelde grootte van de gezinnen</i>	2,11	2,27
<i>Jonger dan 18 jaar</i>	21,76%	21,76%
<i>Van 18 tot 64 jaar</i>	63,5%	59,69%
<i>Ouder dan 65 jaar</i>	14,72%	18,52%
<i>Gemiddeld inkomen per inwoner in k€</i>	13.382,64	15.245,62

Vergelijking van de sociaal-demografische kenmerken van de potentiële en effectieve verzorgingsgebieden

Bronnen: NIS

De volgende kaart toont een weergave van het effectieve verzorgingsgebied van Anderlecht met het commerciële bereik, en het potentiële verzorgingsgebied aan de hand van de equiprobabiliteitcurve van 15 minuten voor bezoeken.

Comparaison zones de chalandise potentielle et réelle



2. Toegankelijkheid op microniveau

a) *Algemene mobiliteit*

Mobiliteit en toegankelijkheid zijn twee heel belangrijke factoren voor het handelsleven van een wijk, een stad of gewest. Voor handelaars is het essentieel dat gebruikers van het ene punt naar het andere geraken met het snelste, meest betrouwbare en efficiënte transportmiddel. Ruimtelijke ordening kan een gedeeltelijk antwoord bieden op deze problematiek. Door bepaalde activiteiten te installeren op strategische locaties kan men een deel van de verplaatsingen beperken, dat is met name het geval voor buurtwinkels.

In het gemeenteplan voor verplaatsing (GPV) dat in 2004 goedgekeurd werd, uit Anderlecht de wens om de bestaande concurrentie tussen de verschillende transportmiddelen om te vormen tot een partnerschap dat efficiënt is voor de gebruikers. Het GPV beschrijft de wil van Anderlecht om het wegverkeer met 20% te verminderen, in het bijzonder door het verkeer dat binnenkomt via de grote verkeersassen te beperken volgens de stroom die de straten verderop effectief aankunnen om zo verzadiging te vermijden. Het GPV voorziet wegeaanleg in die zin. Bijvoorbeeld:

Bergensesteenweg	<ul style="list-style-type: none">* Beperking tot 1 rijstrook bij het binnenrijden van de gemeente plus 1 busrijstrook tussen het kruispunt Leemans en Van Laerlaan.* Verder daarvoor hetzelfde profiel wanneer de busrijstrook in gebruik genomen wordt in Sint-Pieters-Leeuw.* Signalisatie van de P Coovi plaatsen + korte stop* Wijziging van de signalisatie: "Centrum" via de Ring en de Industrielaan "Anderlecht centrum" via de Bergensesteenweg
Lenniksebaan	<ul style="list-style-type: none">* Signalisatie plaatsen vanaf de P Metro tot aan het rondpunt H. Simonet* Een ingang tot de P Erasmus maken op de Simonetlaan dicht bij het rondpunt* Geen dosering van het verkeer voor het rondpunt H. Simonet (gezien de toegang tot de Ring en Metro) maar relatieve dosering door een reductie van 2 naar 1 rijstrook achter het rondpunt H. Simonet* Dit principe van 2 naar 1 rijstrook doortrekken naar Maurice Carême
Ninoofsesteenweg tussen Ring en Mettwie	<ul style="list-style-type: none">* Eigen site voor openbaar vervoer en twee rijstroken in elke richting, waaronder een om links af te slaan aan de kruispunten (project wordt bestudeerd - Beliris)* Dosering van het inkomend verkeer door verkeerslichten aan de kruispunten Paloke en Poëzie, maar bij voorkeur op de Ninoofsesteenweg in Vlaanderen 1 rijstrook voor verkeer + 1 busrijstrook per richting) en aan de afritlussen van de Ring (extra rijstroken om plaats te maken voor auto's voor het verkeerslicht van de Ninoofsesteenweg).

	* Dosering is noodzakelijk om opstopping te voorkomen aan het kruispunt van de Buitenring, met behoud van parkeerplaatsen voor de handelszaken.
Itterbeekselaan	* Risico voor overdracht van verkeer van de Ninoofsesteenweg bij herinrichting ervan → Maatregelen voor snelheidsbeperking op de Itterbeeksesteenweg (Van Belleschool) → Inrichting van het kruispunt Luizemolen-Craps → Busrijstrook op de brug van de Ring en in de afdaling van de Bracopslaan naar S Dupuis.
Klein Eilandstraat	* Mogelijke dosering op de Industrielaan aan het kruispunt Industrie - Klein Eiland (verkeerslicht plaatsen) * In de Tweestationsstraat een rijstrook voorbehouden naar Zuid voor bussen en fietsen → Opstopping aan het kruispunt Veeartsen vermijden (problematischer want in een druk stadsgedeelte)

Tabel 1 - Dosering van het inkomend verkeer van het Gewest.

Bron: GPV

Met het oog op een constante verbetering van de mobiliteit in Anderlecht wordt voorzien om de toegankelijkheid tot het centrum voor auto's te verbeteren door het Dapperheidsplein te voorzien van een lus die toegang biedt tot de parkeerruimten. Deze lus zou vermijden dat het centrum verzadigd raakt en toch een vlotte toegang tot het centrum te behouden voor automobilisten.

In het gemeenteplan voor het centrum is voorzien om het Dapperheidsplein om te vormen tot een voetgangerszone en een ondergrondse parkeerruimte te bouwen van ongeveer 2.800 m² met plaats voor minstens 250 auto's, 50 fietsen en 50 motorfietsen. Het doel hierbij is om het centrum nieuw leven in te blazen door het voor iedereen toegankelijk te maken, wat ten goede zal komen van de handelszaken - vooral in de Wayezstraat.

b) Openbaar vervoer

Anderlecht **wordt goed bediend door het openbaar vervoer**, vooral dankzij het **treinstation Brussel-Zuid** vlak bij de wijken Zuid en Kuregem. Het station Brussel-Zuid is met 60.000 reizigers per dag een van de meest gebruikte stations van België. Er zijn een twintigtal perrons waarvan er twee voorbehouden zijn aan Eurostar.

Er zijn heel wat internationale lijnen met hogesnelheidstreinen: Thalys naar de grootste Belgische steden, Frankrijk, Nederland, Duitsland; Eurostar naar Frankrijk en Engeland; ICE naar België en Duitsland; Eurocity naar het Groothertogdom Luxemburg en Amsterdam.

Ook voor **buslijnen** zorgt de nabijheid van het treinstation voor een uitstekende en veelzijdige toegankelijkheid. Het **MIVB**-netwerk biedt de volgende verbindingen:

Metro:

Lijn 5: station Jacques Brel (bedient de wijken Birmingham / Scheut)

Aumale (bedient de wijk Centrum)

Sint-Guido (bedient de wijk Centrum)

Veeweide (bedient de wijk Veeweide)

Bizet (bedient de wijk Het Rad)

Het Rad (bedient de wijk Het Rad)

COOVI (bedient de wijk Het Rad)

Eddy Merckx (bedient de wijk Vogelzang)

Erasmus (bedient de wijk Vogelzang)

Lijnen 2 en 6: Clemenceau (bedient de wijk Kuregem)

Delacroix (Birmingham)

Bus:

Lijn 46: 17 halten (bedient de wijken Kuregem, Centrum, Meir, Scherdemael, Goede Lucht, Broeck, Moortebeek)

Lijn 49: 13 halten (bedient de wijken industriezone, Veeweide, Meir, Centrum, Scheutveld)

Lijn 75: 13 halten (bedient de wijken Goede lucht, Broeck, Scherdemael, Meir, Veeweide, Het Rad)

Lijn 78: 10 halten (bedient de wijken Kuregem, Klein Eiland, industriezone)

Lijn 89: 8 halten: (bedient de wijken Birmingham, Scheut, Scheutveld, Broeck)

Lijn 98: 2 halten (bedient de wijken industriezone, Het Rad)

Lijn 81 (dag) / 31 (avond): 14 halten (bedient de wijken Kuregem, Centrum, Meir, Vijverwijk).

Er zijn ook verschillende lijnen van **De Lijn** die het station Brussel-Zuid en Anderlecht bedienen. Dit zijn de volgende lijnen:

Lijn 116: Brussel-Zuid - Ternat;

Lijn 117: Brussel-Zuid – Dilbeek (Rondenbos);

Lijn 118: Brussel-Zuid - Schepdaal;

Lijn 126: Brussel-Noord - Ninove centrum;

Lijn 127: Brussel-Noord - Ninove centrum;

Lijn 128: Brussel-Noord - Ninove centrum;
Lijn 129: Brussel-Noord – Dilbeek (Zuurweide);
Lijn 136: Brussel-Noord - Alsemberg;
Lijn 137: Brussel-Noord - Alsemberg;
Lijn 140: Brussel-Zuid – Gooik (Leerbeek stelplaats);
Lijn 141: Brussel-Zuid – Gooik (Leerbeek stelplaats);
Lijn 142: Brussel-Zuid – Gooik (Leerbeek stelplaats);
Lijn 144: Brussel-Zuid – Gooik (Leerbeek stelplaats);
Lijn 145: Brussel-Zuid – Gooik (Leerbeek stelplaats);
Lijn 153: Anderlecht (Het Rad) – Ninove via Alsemberg;
Lijn 154: Anderlecht (Het Rad) – Halle AZ St-Maria;
Lijn 155: Anderlecht (Het Rad) – Halle AZ St-Maria;
Lijn 170: Brussel-Zuid – Halle station;
Lijn 171: Brussel-Zuid – Halle station;
Lijn 810 Dilbeek (Moermanslaan) – Halle station.

Het interne bus- en metronet verbindt Anderlecht en de andere gemeenten van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. De externe lijnen en het spoornet verbinden de steden van België en grote internationale steden

c) Toegankelijkheid voor voertuigen

De toegankelijkheid over de weg is heel goed. Met name:

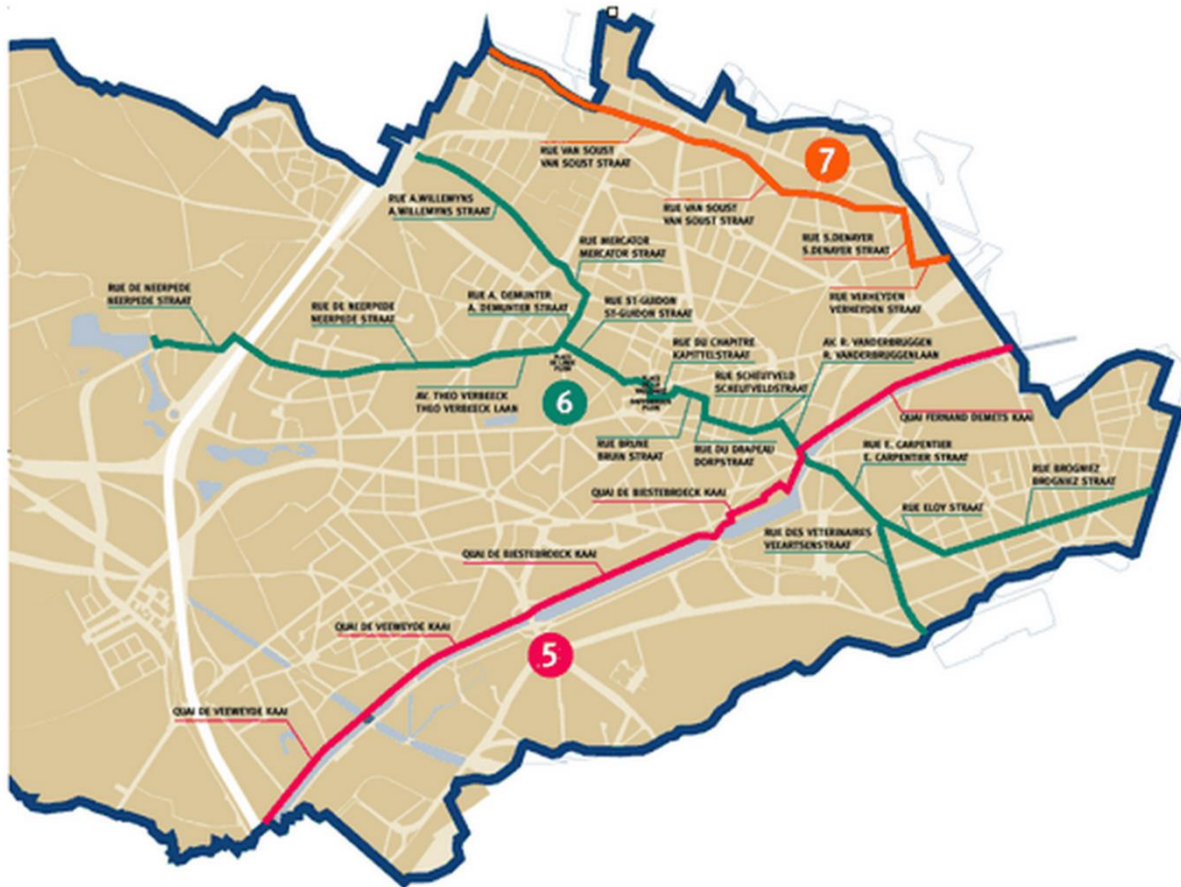
- onmiddellijke nabijheid van de afrit van de E19, E40, A10, N8, N6, N290 en N282;
- nabijheid van talrijke publieke parkeerruimten;
- nabijheid van de ontradingsparking Coovi en Erasmus.

d) Voetgangers

De routes voor voetgangers lopen veilig over voetpaden en vormen geen probleem voor de verschillende kernen en hun directe omgeving.

Voor wat betreft fietspaden heet het Brussels Hoofdstedelijk Gewest in 1993 vooropgesteld om een netwerk van gewestelijke fietsroutes (GFR) te voorzien met 16 radiale routes waarvan er 3 door Anderlecht lopen:

- GFR 5 (14 km) van Vilvoorde naar Drogenbos langs het kanaal. Biedt de mogelijkheid om het kruispunt Bergensesteenweg/Wayezstraat en de Kuregembrug over te steken.
- GFR 6 (11 km) doorheen het centrum van Anderlecht.
- GFR 7A (11 km) doorheen Anderlecht via de Van Souststraat tot aan Ninove.



De gewestelijke fietsroutes tellen ook drie ringvormige routes, waarvan er twee langs Anderlecht passeren:

- Ringweg A, parallel met de Poincaré- en Zuidlaan.
- Ringweg B, van Sint-Jans-Molenbeek naar Vorst via de Wezenhuisstraat.

Er zijn ook andere fietsroutes in Anderlecht:

- Een as die de Mettwielaan en de Ninoofsesteenweg verbindt met het recreatiedomein van Neerpede via de Grote Ringlaan, de Mara Groenlinckx de Maylaan en de Sylvain Dupuislaan.
- Een as tussen het Zuidstation en de Paepsemiaan via de Barastraat en de Industrielaan.
- Een as tussen de Bergensesteenweg en de J. Leemanslaan.

Bij elk metrostation, aan het gemeentehuis en op het Bizetplein zijn er overigens fietsenstallingen voorzien.

Routes voor personen met beperkte mobiliteit (PBM) werden al op verschillende plaatsen verbeterd (zoals het station). Men moet dus blijven werken aan de toegankelijkheid van publieke plaatsen voor PBM, maar dit is voorzien in het kader van projecten voor herinrichting van de openbare ruimte in het centrum.

e) Parkeerplaats

De gemeente Anderlecht heeft een gemeentelijk parkeerplan opgesteld dat de gemeente in 8 sectoren verdeelt: West, Het Rad, Kuregem, Scheut, Centrum, Bracops, Moortebeek en Industrie.

Binnen deze 8 sectoren zijn er 4 afzonderlijke zones die de parkeergelegenheid in Anderlecht regelen: een rode, groene en blauwe zone en de zone Astrid.

- ❑ Rode zone: betalend parkeren behalve voor houders van een gehandicaptenkaart (die dusdanig op het dashboard geplaatst moet worden dat de geldigheidsdatum leesbaar is).
Maximale parkeertijd: 2 u
Tarief: 1ste uur € 1, 2de uur € 2.
- ❑ Groene zone: betalend parkeren behalve voor houders van een bewonerskaart, een abonnement of een gehandicaptenkaart (die dusdanig op het dashboard geplaatst moet worden dat de geldigheidsdatum leesbaar is).
Maximale parkeertijd: 4u30
Tarief: € 1/uur
- ❑ Blauwe zone: gratis parkeren met een Europese parkeerschijf. De pijl van de schijf moet geplaatst worden op het streepje van het uur van aankomst.
Maximale parkeertijd: 4u30
- ❑ Zone Astrid: gebruikt tijdens wedstrijden van de RSCA. Gratis parkeren voor houders van een bewonerskaart.
In de rode en groene zone rond het Astridpark en overeenkomstig de voorwaarden op de betreffende parkeermeters, wordt de duur van het betalend parkeren van maandag tot zaterdag verlengd van 18 tot 24 u. Op zondag is de zone betalend van 12 tot 24 u.
Tarief: € 5/uur

Het gemeentelijk parkeerplan beoogt om de parkeeractiviteit te verlichten in bepaalde wijken van Anderlecht, en om:

- Handelszaken, ondernemingen en diensten toegankelijker te maken;
- Parkeerprioriteit te geven aan bewoners van de woonwijken;
- Openbare ruimten te opwaarderen;
- Rationeel gebruik van de auto te bevorderen.

Er zijn tevens alternatieven voorzien om de auto te weren

- ⇒ Ontwikkeling van openbaar vervoer;

- ⇒ Verbetering van fietspaden en voetpaden;
- ⇒ Voorziening van deelsystemen voor auto's en gratis fietsen;
- ⇒ Ontradingsparking Coovi en Erasmus.

3. Aanbevelingen op het vlak van mobiliteit

Op basis van de voorgaande analyses komen er al heel wat aanbevelingen naar voren, we vermelden de voornaamste:

- Ondergrondse parkeerruimte in het centrum (voor korte duur)
- Grote parkeerruimte aan de rand van het centrum (voor langere duur)
- Voorkeur geven aan ondergrondse, veilige en snel toegankelijke parkeerplaatsen => uitbreiding van het aanbod aan publieke parkeerruimten tegen een goedkoper tarief dan bovengronds.
- De complementariteit van verschillende vervoerswijzen bevorderen (en de onderlinge concurrentie verminderen).
- Opwaardering van de actieve modi in het centrum.
- Voor goederenvervoer (14% van het totale gewestelijke verkeer):
 - Op middellange termijn moeten verplaatsingen van goederentransport in het gewest beperkt en geoptimaliseerd worden door de stromen te groeperen, en moet vervoer over water- en spoorwegen bevorderd worden.
 - Op lange termijn: lokale bevoorrading bevorderen, het goede voorbeeld tonen op het vlak van goederenvervoer, zoveel mogelijk minder vervuilende vervoerswijzen gebruiken die minder opstoppingen veroorzaken.

E. Kader en stadsplanning

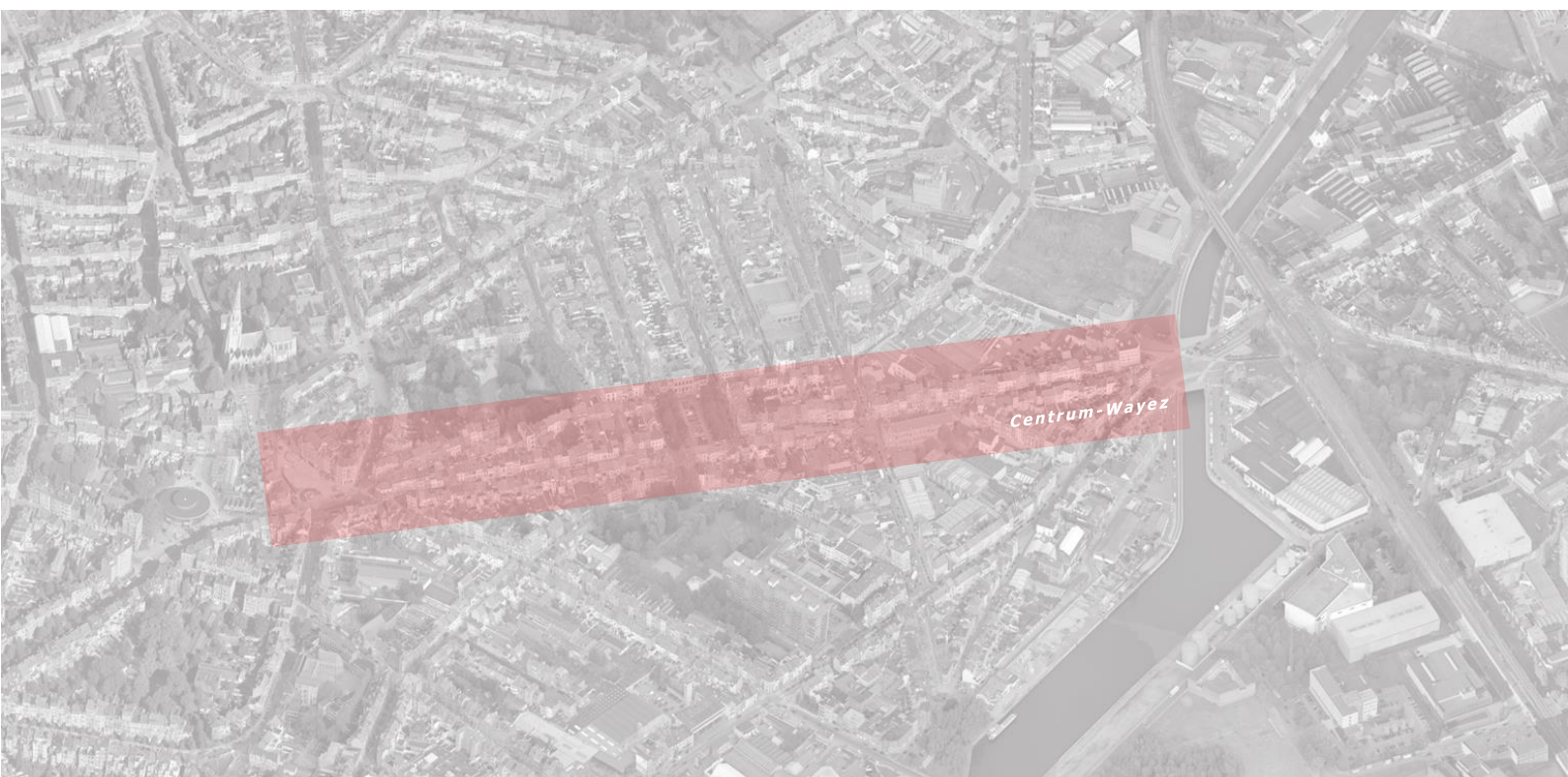
1. Voornaamste stedenbouwkundige uitdagingen

Zonder in detail te treden en op basis van de commerciële context van dit rapport, komen de volgende belangrijke stedenbouwkundige naar voren uit de analyses:

Schema voor economische en commerciële ontwikkeling en oprichting van een lokaal observatorium

Gemeente Anderlecht

Centrum-Wayez



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Angés, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu



De voornaamste winkelstraten van Anderlecht op en rond het Dapperheidsplein. Verbindt het kanaal met het centrum van Anderlecht.

Rechtssituatie	
Bestemming	- Gemeente zone: deel Wayezstraat in de buurt van het kanaal - Woongebied: deel bij het Dapperheidsplein - Handelslinten langs de Wayezstraat
BBP	BBP 'Kuregembrug' wordt opgeheven.
Andere	Stedenbouwkundige renovatie van de oude zone - wijkcontract. Niet actief.
Project	BBP Biestebroek wordt opgesteld
Bouwkundig	
Type gebouwen	Appartementsgebouw van eclectische stijl
Hoogte	GLV+2+T - GLV+3+T
Ingang	Afzonderlijk voor handelszaak en woongedeelte
Gevellijn	Gemiddelde kleine gevels - 5 meter
Project	2008 herinrichting van de straat en de aanpalende pleinen, wijkcontract Aumale Wayez.
Openbare ruimte	
Inrichtingskwaliteit	Gemiddeld tot goed (contrast tussen de kwaliteit van het Verzetsplein en het Dapperheidsplein)
Kwaliteit van de voetpaden	Matig
Toegang tot de handelszaken voor voetgangers	Voetganger: matig: conflict tussen uitstalling van de handelszaken en het voetgangersverkeer Oversteek: gemiddeld Toegang voor PBM: matig
Beplanting/verlichting/omgeving	Beplanting: geen Verlichting: gemiddeld Omgeving: nogal vervallen, gemengde gebouwen, verschillende functies naast elkaar
Parkeren	
Type parkeergelegenheid	Langs de wegen
Openbaar vervoer	
Toegankelijkheid voor het OV	Halte Sint-Guido MIVB M 5 / T 81 / Bus 46 49 // De Lijn 116 117 118 140 810 Halte Verzet MIVB T 81 / Bus 46 49 // Halte Dover MIVB T 81 / Bus 46 49 //
Villostation	CUREGHEM / KUREGEM - AV RAYMOND VANDER BRUGGEN / VANDEN BRUGGENLAAN
Project	Project GEN-station Project MIVB: inrichting van de Wayezstraat voor de omvorming tot voetgangerszone (Mobiliteit en Openbare Ruimte hebben de opdracht uitgesteld-2015) Mobiliteitsstudie over de vernieuwing van de tramsporen in de Wayezstraat (Stratec 2013)
Acties van het GemOP	
<p>De Wayezstraat nieuw leven inblazen De inrichting van een toekomstig GEN-station aan de Kuregembrug kan de Wayezstraat een nieuwe commerciële impuls geven omdat de locatie dan ook bereikbaar is voor niet-lokale klanten.</p> <p>Het Emile Vanderveldeplein uitbouwen tot een kwaliteitsvolle schakel tussen het centrum, Kuregem en het kanaal-zuid - een dichte en gemengde stedenbouwkundige ontwikkeling bevorderen rond de locatie van het station met het oog op de prioritaire opening ervan o verbetering en beveiliging van de oversteekplaatsen voor voetgangers (inclusief PBM) en fietsers door ze duidelijker te maken met specifieke inrichtingen; o vertraging en beheer van de voertuigstromen door minder rijstroken te voorzien en meer plaats te maken voor het openbaar vervoer;</p>	

o vermindering van de voertuigstroom op de Kuregembrug als onderdeel van de as van de Bergensesteenweg en verbinding tussen wijken; o uitbreiding en bestemming tot multimodale (creatie van een gedeelde ruimte) en ontspanningsruimte van de E. Vanderveldesquare (inrichting van de bus- en tramhalten, verbinding met de toekomstige toegang tot het GEN-station, het Crickxpark, het Biestebroekbekken en de Wayezstraat);

o vestiging van handelszaken, voorzieningen voor vrije tijd en diensten aan het E. Vanderveldesquare bij en rond het toekomstige GEN-station om een continuüm te vormen met de Wayezstraat;

o verbetering van de signalisatie naar het centrum van Anderlecht

De handelslinten verbeteren

Concreet komt het erop neer om in partnerschap met Atrium samen te werken met de handelaars aan hun merken, aanbod, diversiteit en concurrentie.

Daarnaast moet er een beroep gedaan worden op elementen van hoofdstedelijk niveau om de handelsactiviteit te ontwikkelen:

--> op de Emile Vanderveldesquare waar er een extra lint moet komen tussen het toekomstige GEN-station en het uiteinde van de Wayezstraat.

Het masterplan van het BBP Biestebroek

De Wayezstraat, een commercieel knooppunt met een uitstraling die verder reikt dan de linkeroever

Het masterplan zal toelaten om de Wayezstraat te ontwikkelen als een bipolair commercieel lint. Het eilandje aan de voorzijde van het Biestebroekbekken sluit aan bij het Dapperheidsplein van Sint-Guido en wordt ontwikkeld als een nieuwe multifunctionele kern die de gemeentelijke grenzen overschrijdt met handelszaken waarvan de samenstelling aansluit bij deze van de Wayezstraat. De Wayezstraat vormt dus een wezenlijk onderdeel van de visie en draagt bij aan de nieuwe stedelijke dynamiek van het knooppunt aan de voorzijde van het Biestebroekbekken.

Het project stelt voor om de mobiliteit te herwerken en van de Wayezstraat een winkelstraat te maken met beperkt verkeer ten voordele van de handelszaken. Voor de reorganisatie van het verkeer op het kruispunt van de Kuregembrug voorziet het project een goed georganiseerde en kwaliteitsvolle multimodale openbare ruimte (bus + tram + GEN) in het verlengde van de Wayezstraat. De betere toegankelijkheid blijft niet beperkt tot openbaar vervoer en zachte vervoermiddelen. Onder het eilandje aan de kop van het Biestebroekbekken is er een ondergrondse parkeerruimte voorzien met een directe toegang tot de handelszaken van de Wayezstraat. De parkeerruimte moet een gemengd publiek/privaat aanbod voorzien om gedeeld gebruik en op verschillende tijdstippen te benutten voor commerciële activiteit, bewoning en activiteit in verband met de ontwikkeling van het eilandje zelf. De vestiging van deze nieuwe, complementaire functies binnen de zone maakt de wijk aantrekkelijker op stedelijk niveau en zorgt voor opwaardering van de Wayezstraat. Een eigen tram-/buslocatie in de Wayezstraat tussen het kanaal en de Bronsstraat zal de commerciële snelheid van het openbaar vervoer verhogen en de voetgangerszone tussen het commercieel lint van de Wayezstraat en de nieuwe ontwikkeling aan de kop van Biestebroek aangenamer en comfortabeler maken.

Troeven

- De kwaliteit van de inrichting van de pleinen;
- Mooie winkelstraat (gevarieerd aanbod);
- Erfgoedkwaliteit van de gebouwen;
- Goed bereikbaar met het openbaar vervoer;
- Een aantal projecten in het verschiet;
- Het stedelijke karakter van de straat;
- De stedelijke omgeving.

Problemen

- ⊖ Autoverkeer;
- ⊖ Parkeerplaats;
- ⊖ Leegstand;
- ⊖ Inrichting voor fietsers;
- ⊖ Gevels en merken.

Te ondernemen concrete acties in het kader van het commercieel plan

- ⇒ Inrichting van de toegang tot de gemeente aan de Wayezstraat – kanaal - square GEN-station;

- ⇒ Toegang tot de gemeente (via het GEN);
- ⇒ Herinrichting van de multimodale kern;
- ⇒ Verbinding van de winkelzone met het toekomstige GEN-station;
- ⇒ Aanpassing van de parkeergelegenheid langs de weg, parkeervoorzieningen aan het begin en einde van de straat;
- ⇒ Fietspad en stallingsvoorzieningen voor fietsen;
- ⇒ Een locatie voorstellen met een eigen weg voor het openbaar vervoer;
- ⇒ Nadruk op voetgangers;
- ⇒ Leveringsbeleid (tijdstippen en plaatsen);
- ⇒ Installatie van ondergrondse containers;
- ⇒ Een GemSV ontwikkelen voor uithangborden en gevels;
- ⇒ Signalisatie met de andere kernen van het centrum;
- ⇒ Voetgangersidentiteit in de voetgangerslus van het centrum;
- ⇒ Versterking van de band met Slachthuis.

Rechtssituatie

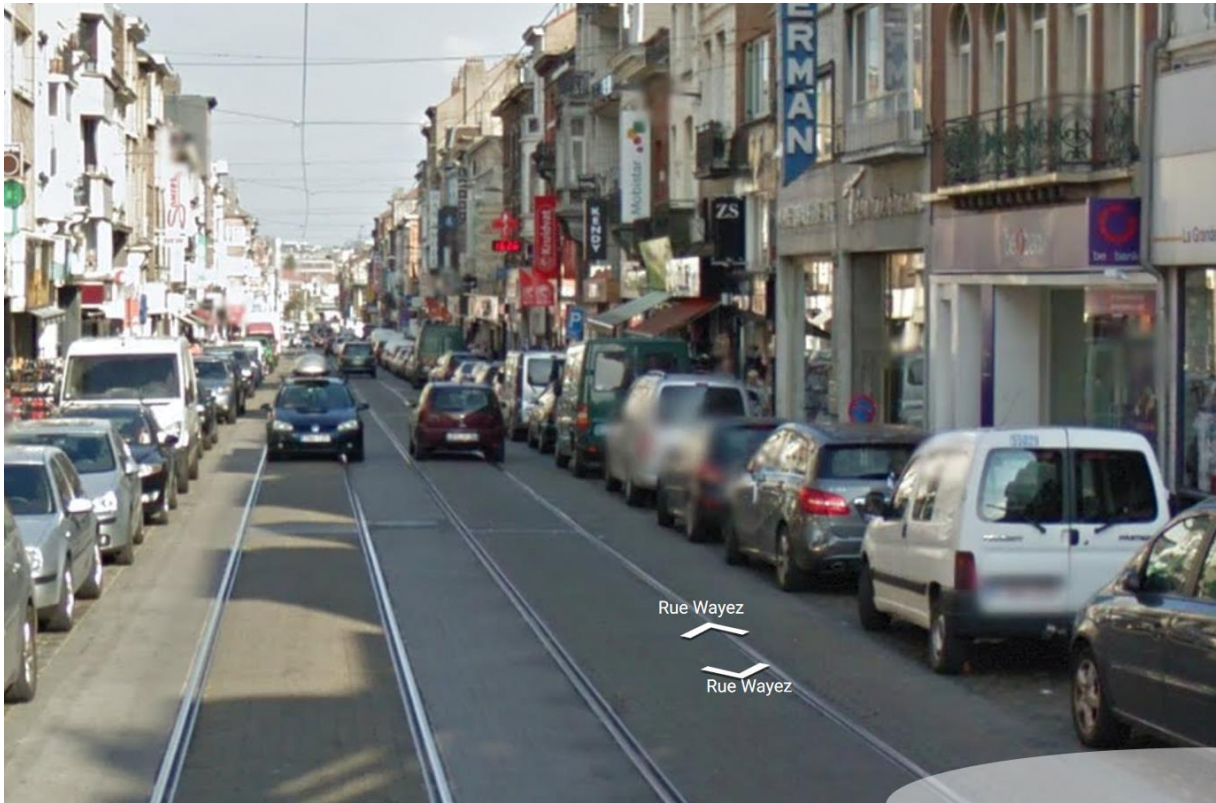
GBP



Stedenbouwkundige renovatie oud wijkcontract

Stedelijke context





Toegang via het kanaal



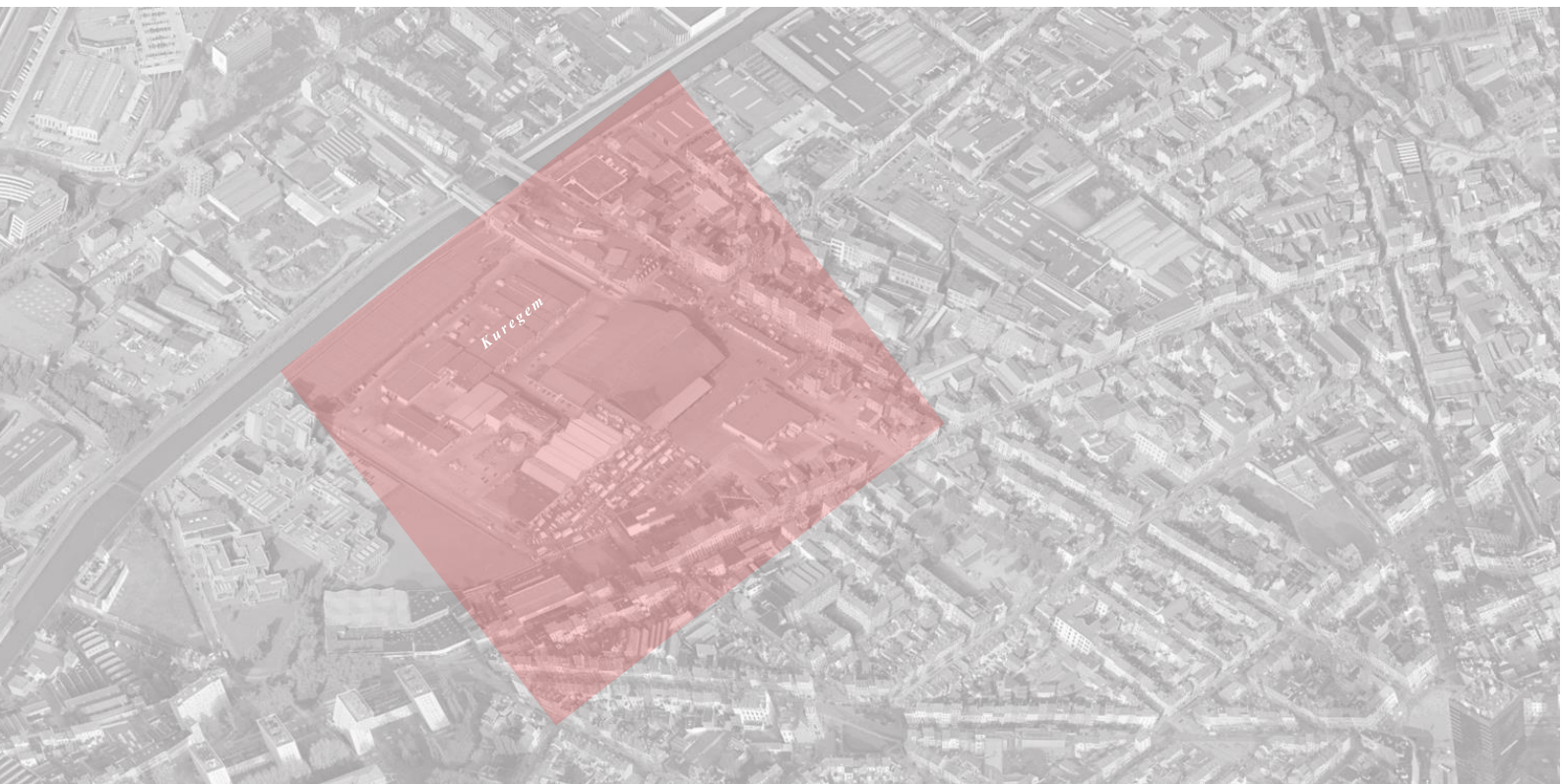
Toegang via Sint-Guido



Schema voor economische en commerciële ontwikkeling en oprichting van een lokaal observatorium

Gemeente Anderlecht

Kuregem



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Angès, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu



Rechtssituatie	
Bestemming	Structurende ruimten Ropsy Chaudronstraat/Bergensesteenweg Sterk gemengd gebied Een deel van het slachthuis is bestemd voor voorzieningen Handelslint Bergensesteenweg en Chaudron Samengevoegde beelden GCHESW ¹⁴ Slachthuis en linkeroever van de Bergensesteenweg
BBP	BBP Bergen Birmingham wordt opgeheven.
Bouwkundig	
Type gebouwen	Gemengd gebied met kwalitatieve gebouwen, sterk vervallen en sterk gemengd (voor het voormalige industriegedeelte). Er ontstaan nieuwe ontwikkelingen langs de Materiaalstraat.
Hoogte	GLV+2+T - GLV+3+T
Ingang	Afzonderlijke ingang voor handelszaken en woningen
Gevellijn	Chaudron gebouwen van gemiddeld 8 tot 10 m Bergen Gemengde gevels
Project	De site Slachthuis die in het kader van het project ABATAN in volle ontwikkeling is. GEN in het station van Kuregem
Openbare ruimte	
Inrichting	Matig
Kwaliteit van de voetpaden	Matig
Toegang tot de handelszaken voor voetgangers	Voetganger: matig: conflict tussen uitstalling van de handelszaken en het voetgangersverkeer Oversteek: Gemiddeld Toegang voor PBM: matig
Bepanting/verlichting/omgeving	Bepanting: geen Verlichting: gemiddeld Omgeving: nogal vervallen, gemengde gebouwen, verschillende functies naast elkaar
Parkeren	
Type parkeergelegenheid	Langs de weg - Deel voor private parkeerruimte langs de Industriekaai, voorbehouden voor slachthuis
Openbaar vervoer	
Bereikbaarheid met het OV en type OV	Halte Delacroix: M 2- 6
	Villo station Clemenceau
Project	Pool Kuregem
Acties van het GemOP	
Thema Grootstedelijk en stralend Anderlecht Project rond de brug van de bekkens, een ingrijpende verandering van onder meer Slachthuis	
Versterking van de commerciële bestemming van het centrum en verbinding met de andere handelskernen van de gemeente	

¹⁴ GCHESW: gebied van culturele, historische, esthetische waarde of voor stadsverfraaiing met bijzondere kenmerken die bewaard moeten worden.

Kuregem doen herleven

De zone Kuregem in zijn geheel vormt een belangrijke uitdaging voor de Gemeente en dit om meerdere redenen. Rond deze zone lopen drie projecten van grootstedelijke aanpak, wat belangrijke mutaties voor de hele zone met zich brengt:

- het Zuidstation, waarvoor een masterplan door het Gewest werd opgesteld;
- de site Biestebroek die meer dan 40 ha beslaat en waarvoor een gemengd programma met een BBP door de Gemeente uitgewerkt wordt;
- de site van het slachthuis die in het kader van het ABATAN-project in volle ontwikkeling is.

De Emile Vanderveldesquare krijgt van de gemeente een prioritaire aanpak omdat hier het centrum, het Kanaal-Zuid en Kuregem samenkomen.

Begeleiding van het project op de Slachthuissite (vermijden dat de infrastructuur geïsoleerd raakt) door:

- er rekening mee houden dat de centrale hal het sleutelement vormt van een stedelijke compositie en het centrum is

van een openbare plaats van gewestelijk belang;

- een sterke band met het kanaal te ontwikkelen; dit kan het kanaal en het goedertransport enkel ten goede komen;
- in een oversteek over het kanaal in westelijke richting Graindorlaan te voorzien om het wegnennetwerk tussen beide oevers te verbeteren;
- te verwijzen naar het tracé van de kleine Zenne die doorheen het grondgebied loopt;
- een aanvaardbaar levenskader voor de huisvesting die op het grondgebied wordt opgericht;
- het gebruik van deze locatie mogelijk te maken met een uitbreiding van de toegangsuren en zo een polariteit scheppen voor zowel economisch gebruik als ten voordele van de huidige en toekomstige bewoners van de omliggende wijken.

dit project in verband te brengen met alle projecten die rond het Kanaal en Kuregem uitgerold worden;

- een verband te leggen met de site Zuidstation. Hierbij zijn twee routes mogelijk vanaf de toegang van de Bergensesteenweg:
 - via de Sergent De Bruynestraat, wat bijzondere aandacht vergt voor de aanpak van de straten de Fiennes / Bara / Sergent De Bruyne;
 - ofwel via de Jorezstraat, een openbare ruimte grenzend aan het metrostation Clémenceau en vervolgens de straten de Fiennes et Bara, waar de kruispunten aangepast moeten worden;
 - de activiteiten met de Albert 1ste-square in verbinding te brengen om de aansluitingsmogelijkheid en de opening van de sites te verbeteren;
- er een nieuwe sterke as te leggen naar de Erasmushogeschool die verder reikt dan de Emile Vanderveldesquare.

Troeven

- Slachthuis;
- Erfgoedgebouwen;
- Uitstekend bereikbaar met het openbaar vervoer;
- Een aantal toekomstige projecten (Slachthuis, GEN-station van Kuregem, Biestebroekbekken en Zuidstation);
- Bereikbaarheid met het openbaar vervoer;
- Perspectieven voor het kanaal.

Problemen

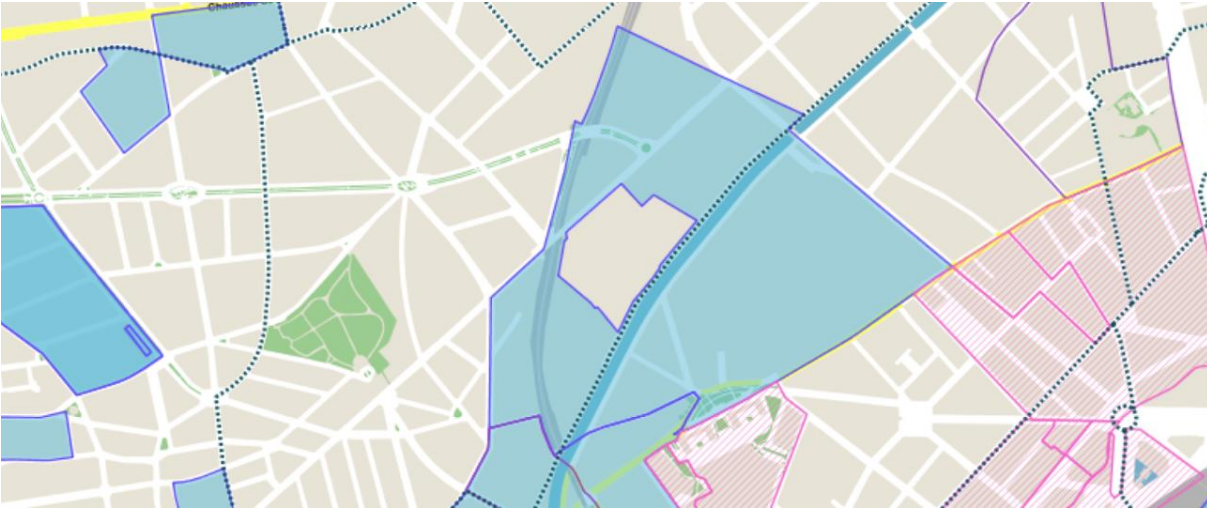
- ⊖ Veel gebouwen en opslagplaatsen voor auto's en onderhoud ervan (garage, carwash ...) dragen bij aan het gebrek aan stedenbouwkundige eenheid;
- ⊖ Weinig duidelijke verkeerssituatie;
- ⊖ Vervallen gebouwen;
- ⊖ Leegstaande winkels;
- ⊖ Parkeerplaats;
- ⊖ Gevels en merken;
- ⊖ Netheid;
- ⊖ Gebrek aan landschapsplanning langs het kanaal.

Te ondernemen concrete acties in het kader van het commercieel plan

- ⇒ Inrichting Bergensesteenweg/Chaudron integratie van een aparte rijstrook voor bussen op een deel van de Bergensesteenweg;
- ⇒ Verbetering van de voetpaden tussen de site Slachthuis, de omliggende straten en wijken;
- ⇒ Installatie van ondergrondse containers;
- ⇒ Opening van het perspectief voor het kanaal;
- ⇒ Een GemSV ontwikkelen voor uithangborden en gevels;
- ⇒ Signalisatie met de andere kernen van het centrum;
- ⇒ Voetgangersidentiteit in de voetgangerslus van het centrum;
- ⇒ Versterking van de verbinding tussen Slachthuis - Wayezstraat - gemeentehuis.

De Bergensesteenweg, de Eloy- en de Van Lintstraten zijn handelondersteunende straten

Rechtssituatie



Stedelijke context



Chaudronstraat



Industrielaan



Bergensesteenweg



Schema voor economische en commerciële ontwikkeling en oprichting van een lokaal observatorium

Gemeente Anderlecht

Zuid



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Angés, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu

De Fiennesstraat tussen het Baraplein en het gemeentehuis van Anderlecht

Rechtssituatie	
Bestemming GBP	Structureerende ruimte kruispunt Bara Groot deel in woongebied bij het Baraplein 2 gemengde eilandjes Gemengd gebied Commercieel lint in het eerste deel van de Fiennesstraat vanaf het Baraplein Samengevoegde beelden GCHESW ¹⁵
BBP	BBP opgeheven onder het GBP-stelsel
Andere	Stedenbouwkundige renovatie van de oude zone - wijkcontract. Niet actief.
Bouwkundig	
Type gebouwen	Redelijk eenvoudig appartementsgebouw in neoclassicistische stijl en hier en daar gebouwen van de jaren '50 Vervallen gebouwen - Stedenbouwkundig homogeen
Hoogte	GLV+3+T/ GLV+2+T tweede deel tussen het gemeentehuis en plaats in het midden van de straat
Gevellijn	Gemiddeld 5 tot 8 meter.
Project	Wijkcontract raad van 2004-2008 - herinrichting van de wegen
Openbare ruimte	
Inrichtingskwaliteit	Gemiddeld
Kwaliteit van de voetpaden	Gemiddeld
Toegang tot de handelszaken voor voetgangers	Voetpad: comfortabel, heel of zelfs te breed (matig materiaal) Oversteek: matig aan de tramhalten van het Gemeenteplein Toegang voor PBM: matig
Bepanting/verlichting/omgeving	Bepanting: straat met bomen Verlichting: matig (ouderwetse voorzieningen) Stedelijke atmosfeer: weinig geconcentreerd aan de twee uiteinden van het gemeentehuis en het Baraplein De inrichtingen die voorzien werden in het kader van het wijkcontract zijn in slechte staat. Behalve voor het Gemeenteplein waar de inrichting recent en goed samengesteld is, maar niet werkt - geen terras geplaatst - negatief beeld door de vuilnisbakken.
Parkeren	
Type parkeergelegenheid	Doorlopend langs de wegen
Openbaar vervoer	
Bereikbaarheid met het OV en type OV	Halte Bara MIVB T 81 Halte Fiennes MIVB T 81 Zuidstation vlakbij Metro/2 en 6 tram 3, 4, 32, 51, 82 /bus 27 49 50 78
Project	Project Zuidstation

¹⁵ GCHESW: gebied van culturele, historische, esthetische waarde of voor stadsverfraaiing met bijzondere kenmerken die bewaard moeten worden.

Acties van het GemOP

De handelslinten verbeteren

Concreet komt het erop neer om in partnerschap met Atrium samen te werken met de handelaars aan hun merken, aanbod, diversiteit en concurrentie.

Daarnaast moet er een beroep gedaan worden op elementen van hoofdstedelijk niveau om de handelsactiviteit te ontwikkelen: De gemeente heeft een reglement ingevoerd over "subsidie voor de herontwikkeling van handelszaken en huisvesting in de handelskernen" waardoor een handelaar recht heeft op een *subsidie voor elke heropbouw of herinrichting die hij verricht binnen de te versterken handelskernen*" of voor renovatie van een handelspan en/of om een toegang naar de bovenverdieping(en) te voorzien zodat deze als woning kunnen dienen.

Dat initiatief moet aangemoedigd worden dankzij uitwisselingen met handelaars of mensen die een handelszaak willen kopen. De communicatiemiddelen die ingevoerd moeten worden, kunnen verbonden worden met de actie van Atrium die de nodige competentie en kennis ter zake hebben.

De openbare ruimte aangelegd ten voordele van de zwakke gebruikers en het openbaar vervoer begeleidt bovendien op harmonieuze wijze een coherente stadscenografie van de handelszaken. De maatregel viseert de structurering van de gemeentelijke ruimte, dankzij de historische lanen die handelslinten ondersteunen en houdt rekening met andere maatregelen zoals het Handvest van openbare ruimtes.

Door plekken aan te bieden die zowel tot consumeren als kuieren aanzetten, passen de handelslinten in een logica van nabijheid van de inwoners (waardoor de grote afstanden beperkt worden ten gunste van buurthandel), maar ook een logica van aantrekkingskracht en structuur op gewestelijk niveau.

Begeleiding van het project op de Slachthuisite (vermijden dat de infrastructuur geïsoleerd raakt) door:
Ontwikkeling van de verbindingen met de Fiennessstraat/het Baraplein

Troeven

- ⇒ Kwaliteit van de inrichting aan het gemeentehuis (voorzieningen, fietsenstalling);
- ⇒ Goed bereikbaar met het openbaar vervoer;
- ⇒ Aantal toekomstige projecten (Zuidstation en Slachthuis)
- ⇒ De stedelijke omgeving.

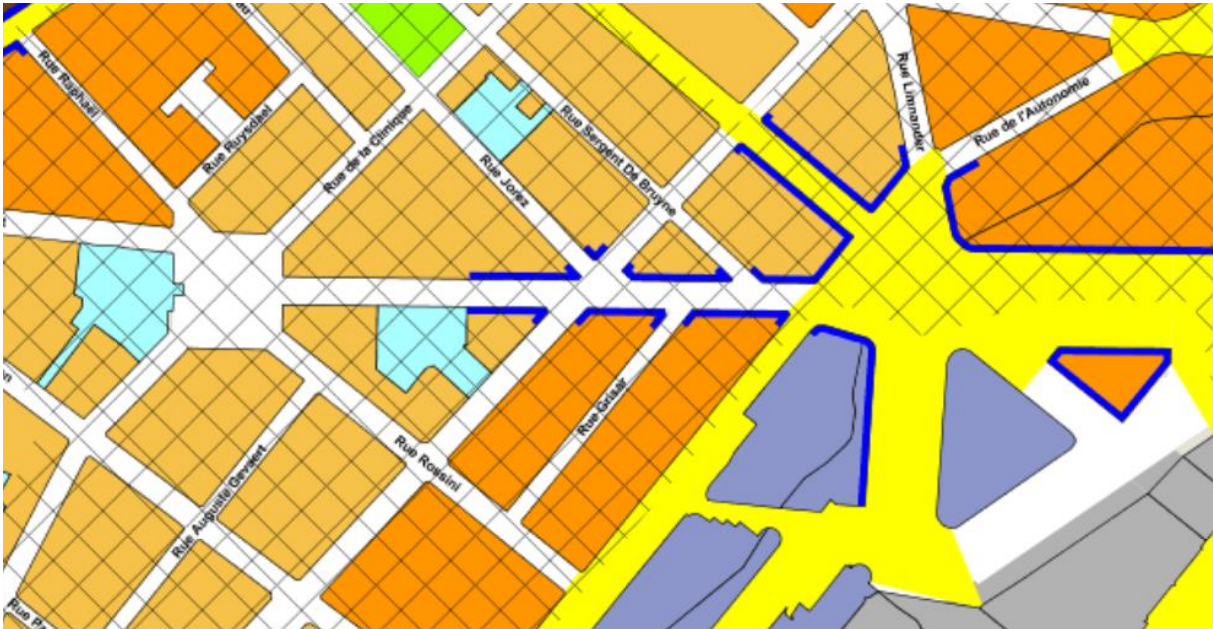
Problemen

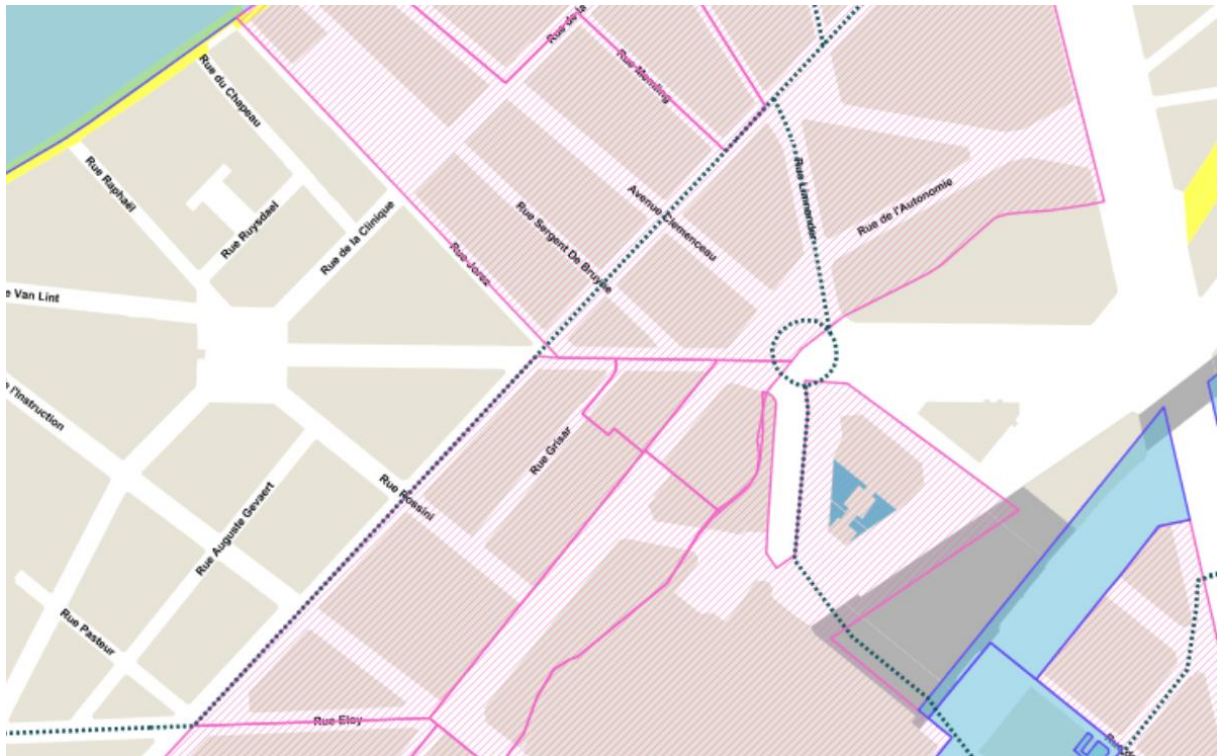
- ⊖ Autoverkeer;
- ⊖ Parkeerplaats;
- ⊖ Leegstand;
- ⊖ Inrichting voor fietsers;
- ⊖ Gevels en merken;
- ⊖ Weinig aantrekkelijke handelszaken voor een actieve bevolking;
- ⊖ Afval.

Te ondernemen concrete acties in het kader van het commercieel plan

- ⇒ Aanpassing van het wegenprofiel voor een schone site met actieve mobiliteit;
- ⇒ Concentreren op de ontwikkeling van twee entiteiten aan beide uiteinden: het Baraplein en het gemeentehuis;
- ⇒ Aanpassing van de oversteekplaatsen voor voetgangers aan het gemeentehuis;
- ⇒ Installatie van ondergrondse containers;
- ⇒ Een GemSV ontwikkelen voor uithangborden en gevels;
- ⇒ Signalisatie met de andere kernen van het centrum;
- ⇒ Ontwikkeling van een voetgangerslus in het centrum;
- ⇒ Versterking van de verbinding met de Fiennesstraat - het station - de Wayezstraat.

Rechtssituatie





Stedelijke context

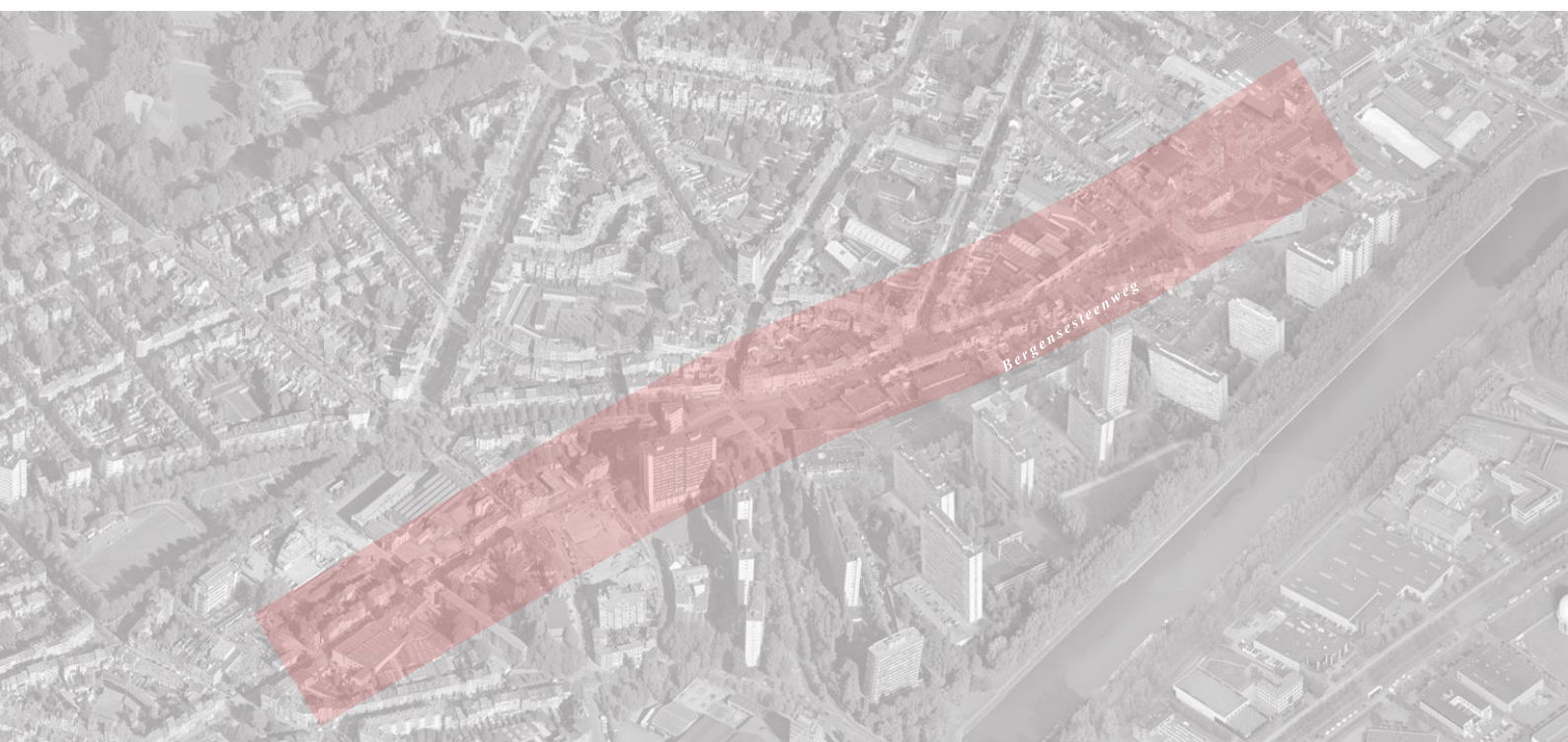




Schema voor economische en commerciële ontwikkeling en oprichting van een lokaal observatorium

Gemeente Anderlecht

Bergensesteenweg



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Anges, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu



Rechtssituatie

Bestemming	Structurende wegen en ruimten, bestemming van het sterk gemengd gebied en sporadisch gemengd gebied van de gebieden voor huisvesting
BBP	Opheffing BBP

Bouwkundig

Type gebouwen	Zeer heterogene gebouwen Noordelijke oever bakstenen appartementsgebouw van de jaren '50 uitlijning wegnen klein bereik Linkeroever Eenvoudige doosstructuur met grote prefabgebouwen opgetrokken in materialen van matige kwaliteit winkelketens urbanisme van de jaren '70
Hoogte	Variërend: GLV+2 tot GLV+15

Openbare ruimte

Inrichtingskwaliteit	Gemiddeld
Kwaliteit van de voetpaden	Goed comfortabel (matige materiaalkwaliteit)
Toegang tot de handelszaken voor voetgangers	Voetganger: matig: conflict tussen uitstalling van de handelszaken en het voetgangersverkeer Oversteek: gecompliceerd tussen de twee oevers Toegang voor PBM: matig
Bepanting/verlichting/omgeving	Bepanting: matig Verlichting: gemiddeld Stedelijke atmosfeer: invloed van het verkeer op het kruispunt

Parkeren

Type parkeergelegenheid	Langs de wegen + private parkeerruimte voor de handelszaken (Delhaize heeft een grote ondergrondse parkeerruimte)
-------------------------	---

Openbaar vervoer

Bereikbaarheid met het OV en type OV	Halte Aristide Brian MIVB Bus 49 // De Lijn 141 142144 140 145 170 171 Halte Veeweide MIVB M 5
Villostation	ARISTIDE BRIAND - BERGENSESTEENWEG 718 tot 720

Acties van het GemOP

De Bergensesteenweg en de Industriekaai zijn de voornaamste verbindingen met de Kuregembrug. Ze moeten aangenaam ingericht worden met goede signalisatie om de site gemakkelijk te kunnen bereiken. Het GemOP vermeldt onder meer inrichting van de kaaien voor fietsen en voetgangers. Ook de Bergensesteenweg (met name het deel aan de Albert 1st-square en de square zelf) wordt vermeld bij de structurende wegen en de prioriteiten voor ruimtelijke inrichting.

De verbindingsspleinen en -ruimtes met ambitie aanleggen

Met het GemOP kan men inzoomen op de voornaamste verbindingsspleinen en -ruimtes in Anderlecht om hen bij voorrang en op een eigen manier aan te leggen. De wijze waarop die ruimtes aangelegd zullen worden is het gevolg van het Handvest van de Openbare Ruimtes. Die ruimtes zijn vaak structurende ontmoetingsplaatsen voor het openbare vervoer, waar een groot aantal passagiers doorstroomt, waar een aantal handelszaken en diensten gelegen zijn (als die afwezig zijn dan moeten ze aangemoedigd worden); voorts zijn die ruimtes ook dragers van een lokale identiteit.



Croisement rue de Veeweyde / chaussée de Mons

De handelslinten tot hun recht laten komen Maatregelen voor winkelketens

Bekende en structureerende handelslinten (Wayezstraat, Ninoofse- en Bergensesteenweg...) die de buurtdienst verzorgen. Vermindering van de voertuigstroom op de Kuregembrug als onderdeel van de as van de Bergensesteenweg en verbinding tussen wijken;

De Bergensesteenweg, de Eloy- en de Van Lintstraten zijn handelondersteunende straten Hun relatie met de Wayezstraat (die aantrekkelijk moet blijven) moet versterkt worden.

Een uitstekende handelskern met buurtdiensten en te veel verkeer

Troeven

- ⇒ Divers aanbod van handelszaken (horeca, grote winkelketens, ...);
- ⇒ Goed bereikbaar met het openbaar vervoer;
- ⇒ Inrichting van het kruispunt mogelijk;
- ⇒ Uitstekend toegankelijk voor het openbaar vervoer.

Problemen

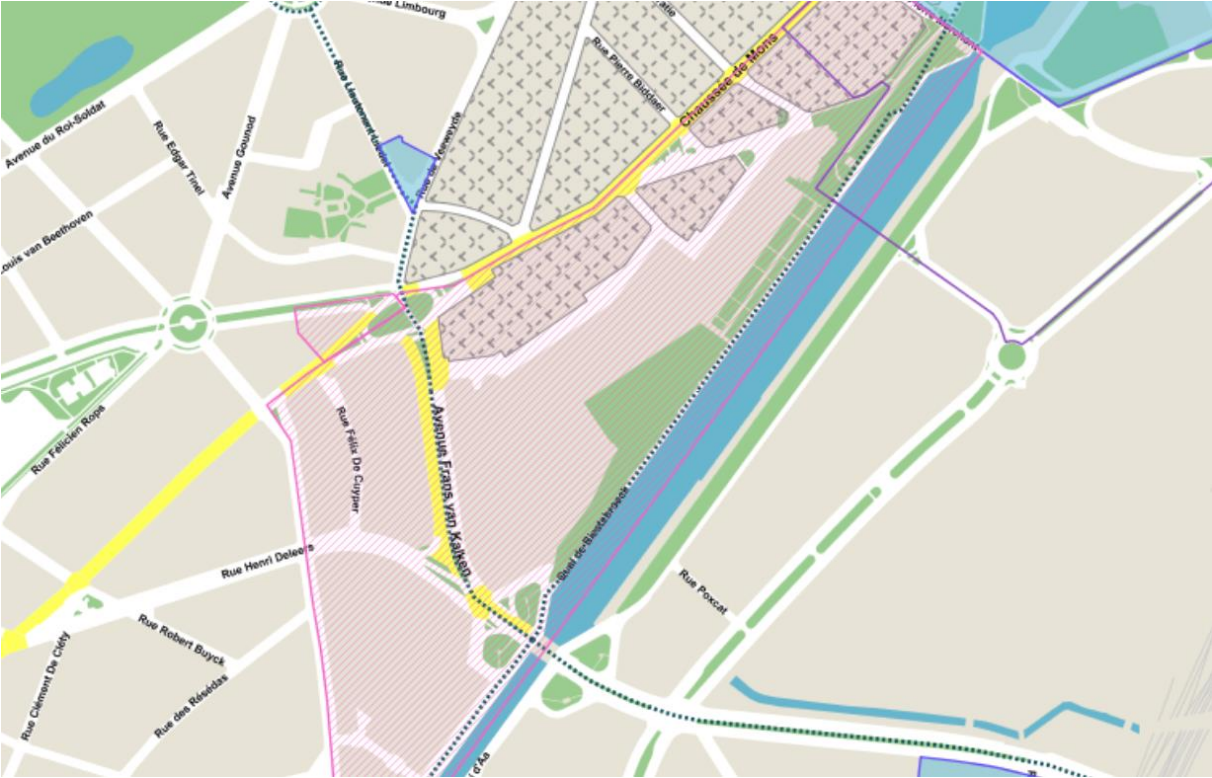
- ⊖ Weinig samenhangende stedenbouwkundige mix (1900/jaren '70) Weinig structurerende ruimten;
- ⊖ Geen benutting van de centrale ruimte, alleen voor verkeer;
- ⊖ Veel verkeer van de Bergensesteenweg;
- ⊖ Geluidsverontreiniging;
- ⊖ Oversteekplaatsen voor voetgangers: lang, conflict met fietspad;
- ⊖ Gevels en merken;
- ⊖ Geen identiteit.

Te ondernemen concrete acties in het kader van het commercieel plan

- ⇒ Mobiliteitsonderzoek;
- ⇒ Herziening van het plein, minder verkeer ten voordele van ruimte voor voetgangers;
- ⇒ Herziening van de centrale ruimte die momenteel weinig nut heeft voor voetgangers (verlegging van de middenberm en vermindering van het voertuigenverkeer);
- ⇒ Herziening van de parkeergelegenheid op de weg, parkeerruimte;
- ⇒ Fietspad en stallingsvoorzieningen voor fietsen;
- ⇒ Vlotter verkeer tussen beide oevers (reorganisatie van het kruispunt);
- ⇒ Installatie van ondergrondse containers;
- ⇒ Een GemSV ontwikkelen voor uithangborden en gevels.

Rechtssituatie

GBP



Stedelijke context











Schema voor economische en commerciële ontwikkeling en oprichting van een lokaal observatorium

Gemeente Anderlecht

Het Rad – Bizet



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Anges, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu

Rechtssituatie

Bestemming	Structureerende ruimte met een doorlopend lint van handelszaken Gemengd gebied in het westen Woongebied in het oosten Zuidelijk deel Samengevoegde beelden GCHESW
BBP	Nee

Bouwkundig

Type gebouwen	Deel Bizet: heterogeen Appartementengebouwen GLV+2 hoofdzakelijk baksteen Deel Het Rad: kwaliteitsvolle gebouwen, heterogeen en art deco
Hoogte	GLV+2 - max. GLV+4

Openbare ruimte

Inrichtingskwaliteit	Gemiddeld tot goed
Kwaliteit van de voetpaden	Gemiddeld, comfortabel, verouderde materialen
Toegang tot de handelszaken voor voetgangers	Gemiddelde toegankelijkheid voor PBM
Beplanting/verlichting/omgeving	Beplanting: op het Bizetplein Verlichting: gemiddeld Stedelijke atmosfeer: dorpsatmosfeer rond de halte Bizet

Parkeren

Type parkeergelegenheid	Langs de wegen
-------------------------	----------------

Openbaar vervoer

Bereikbaarheid met het OV en type OV	Halte Bizet MIVB M 5 Bus 75// De Lijn 141 142144 140 145 170 171 Halte Het Rad MIVB M 5 Bus 75// De Lijn 153-154-155
Villo	BIZET - PLACE BIZET (face 11 a 19) / BIZETPLEIN (tegenover 11 tot 19) LA ROUE / HET RAD - CH DE MONS 1100-1106 / BERGENSESTEENWEG 1100-1106

Acties van het GemOP

De handelslinten tot hun recht laten komen Maatregelen voor merken

Bekende en structureerende handelslinten (Wayezstraat, Ninoofse- en Bergensesteenweg...) die de buurtdienst verzorgen. Vermindering van de voertuigstroom op de Kuregembrug als onderdeel van de as van de Bergensesteenweg en verbinding tussen wijken;

Troeven

- Bizet: een kern met buurtbediening en een kwaliteitsvolle inrichting;
- Uitstekend toegankelijk voor het openbaar vervoer;
- Plein met bomen.

Problemen

- ⊖ Gevels en merken;
- ⊖ Weinig handelszaken rond de halte Het Rad;
- ⊖ Inrichting van de bushokjes van De Lijn.

Te ondernemen concrete acties in het kader van het commercieel plan

- ⇒ De commerciële identiteit van Bizet versterken en uitdiepen;
- ⇒ Verhoogde inrichting type platform om het verkeer van voertuigen te verminderen en het voetgangersverkeer te bevorderen;
- ⇒ Identificatie van elke kern (meubelen: bank, vuilnisbak, fietsenrek), beplanting, organisatie van de parkeergelegenheid en oversteekplaatsen voor voetgangers tussen commerciële eenheden) lineaire uitbreiding van de handelszaken vermijden;
- ⇒ Aanpalende winkelstraten integreren bij de herinrichting;
- ⇒ Betere integratie van Villo-voorzieningen
- ⇒ Installatie van ondergrondse containers;
- ⇒ Een GemSV ontwikkelen voor uithangborden en gevels.

Rechtssituatie

GBP



Stedelijke context





Schema voor economische en commerciële ontwikkeling en oprichting van een lokaal observatorium

Gemeente Anderlecht

Ninove-Scheut



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Angés, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu

Rechtssituatie	
Bestemming	Structurende ruimte Midden van de steenweg: gemengd gebied Beide uiteinden van de steenweg: woongebied Niet-doorlopend handelslint: kruising met de laan van de Grote Ring, de Hoffelijkheidsstraat en de Wambeckstraat, de Missionarislaan en de Welzijnstraat, en tussen het Henri de Smetplein en de J. Baecklaan
BBP	BBP Mission. van Scheut BBP Minstreeuwijk
Andere	
Bouwkundig	
Type gebouwen	Delen met moderne appartementsgebouwen met handelszaken op de benedenverdieping, centraal deel met prefabgebouwen van matige kwaliteit
Hoogte	Varieert van GLV+1 en GLV+4
Gevellijn	
Dicht bebouwd	
Project	
Openbare ruimte	
Inrichtingskwaliteit	Matig
Kwaliteit van de voetpaden	Smalle voetpaden van slechte kwaliteit
Toegang tot de handelszaken voor voetgangers	Voetganger: matig; Oversteek: gemiddeld Toegang voor PBM: matig
Beplanting/verlichting/omgeving	Beplanting: Henry de Smetsplein Verlichting: matig Stedelijke atmosfeer: onbestaand
Parkeren	
Type parkeergelegenheid	Langs de wegen + parkeerplaats handelszaken
Project	Wijkcontract Scheut (EM 2015) herinrichting van het Henri De Smetplein, de Gespstraat, Naaldstraat, Denis Verdonckstraat en Generaal Rucquoystraat.
Openbaar vervoer	
Bereikbaarheid met het OV en type OV	Halte Prins van Luik MIVB Bus 49// De Lijn 127 128 129 Halte Bomstraat De Lijn 127 128 129 Halte Scheut De Lijn 127 128 129 Halte Dibeek De Lijn 127 128 129
Villo	DE SMET - PLACE HENRI DE SMET / HENRI DE SMETPLEIN SCHEUT - CHEE DE NINOVE (FACE 441) / NINOOFSESTEENWEG (TEGENOVER 441) PRINCE DE LIEGE / PRINS VAN LUIK
Project	Project voor een tramlijn
Acties van het GemOP	
<p>De aanleg van de tramlijn tussen het Weststation en het Westland Shopping Center begeleiden</p> <p>Het Gewestelijk mobiliteitsplan Iris 2 voorziet in de aanleg van een tramverbinding tussen het Weststation en het Westland Shopping Center</p> <p>Het traject is 3,5 km lang en heeft het volgende verloop: de Ninoofsesteenweg over 1,2 km, de laan van de grote ring over 400 m, de Maria Groeninckx de Maylaan over 800 m en tot slot de Sylvain Dupuislaan over 800 m. Aan dat traject moeten 500 m aan de Terminus van Westland toegevoegd worden zodat de trams een lus kunnen maken. Dat ambitieuze project is helemaal gerechtvaardigd gezien het aantal mensen dat in die wijken woont en de nood aan mobiliteit die het Westland Shopping Center en het Weststation creëren.</p>	

Troeven

- ⇒ De kwaliteit van de inrichting van de wegen en pleinen;
- ⇒ Goed bereikbaar met het openbaar vervoer;
- ⇒ Een aantal projecten in het verschiet; Project (H. de Smetsplein, huisvestingsprojecten aan de Zuidertoren) Impact op de herconfiguratie van de kern rond de Lidl.

Problemen

- ⊖ Autoverkeer; Steenweg met 2 x twee rijstroken zonder markering;
- ⊖ Doorlopend parkeren langs de weg;
- ⊖ Veiligheid: geen oversteekplaats voor voetgangers, geen bushalte aan de voornaamste kernen (ex-Lidl);
- ⊖ Slechte plaatsing van de bushaltes van De lijn;
- ⊖ Geen planning voor versmalling van de beplanting;
- ⊖ Geen specifiek stadsmeubilair;
- ⊖ Gevaarlijk Villostation;
- ⊖ Geen plaats voorzien voor leveringen: gevaar door dubbel parkeren.

Te ondernemen concrete acties in het kader van het commercieel plan

- ⇒ Herziening van het algemene wegenprofiel (toevoeging van een busrijstrook over een groot deel van de steenweg, beperking van de breedte van de wegen, markering op de grond en een oplossing voor fietsers);
- ⇒ Specifieke inrichting om het verkeer te vertragen aan elke kern;
- ⇒ Identificatie van elke (meubelen: bank, vuilnisbak, fietsenrek), beplanting, organisatie van de parkeergelegenheid en oversteekplaatsen voor voetgangers tussen commerciële eenheden);
- ⇒ Lineaire uitbreiding van de handelszaken vermijden;
- ⇒ Betere integratie van Villo-voorzieningen
- ⇒ Aanpassing van de parkeergelegenheid: organisatie van de parkeergelegenheid door aanmoediging van het private aanbod (bestaande parkeerruimte) ten voordele van de openbare ruimte voor actieve modi, en plaats voor leveringen;
- ⇒ Inrichting van de Lidl-kern in verband met het project rond het Weststation;
- ⇒ Mobiliteitsonderzoek;
- ⇒ Een GemSV ontwikkelen voor uithangborden en gevels;
- ⇒ Signalisatie met de andere kernen van het centrum;
- ⇒ Installatie van ondergrondse containers;
- ⇒ Versterking van de verbinding Slachthuis - Lidl-kern Integratie van de voetgangerslus van het centrum.



Project Ekla Friche Vandenheuvel

Rechtssituatie

GBP



Stedelijke context



De handelslinten verbeteren

Schema voor economische en commerciële ontwikkeling en oprichting van een lokaal observatorium

Gemeente Anderlecht

Westland



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Anges, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu

Rechtssituatie	
Bestemming	Structurerende ruimten Sterk gemengd gebied, shoppingcenter met woongebied rondom
BBP	BBP Broekwijk
Bouwkundig	
Type gebouwen	Autonoom winkelpand van de jaren '70 in een eigentijds woongebied met kleine appartementsgebouwen
Hoogte	GLV+2
Project	Projecten voor huisvesting in de buurt
Openbare ruimte	
Inrichtingskwaliteit	Kwaliteit van de Sylvain Dupuislaan
Kwaliteit van de voetpaden	Binnen: matig Buiten: goed
Toegang tot de handelszaken voor voetgangers	Binnen: geen voetpad maar ruimte voorbehouden voor voetgangers Buiten: gemiddeld
Bepanting/verlichting/omgeving	Binnen Bepanting: matig Verlichting: matig Stedelijke atmosfeer: onbestaand Buiten Bepanting: gemiddeld Verlichting: gemiddeld
Parkeren	
Type parkeergelegenheid	Private parkeerruimte
Openbaar vervoer	
Auto	Ring
Bereikbaarheid met het OV en type OV	Halte Westland MIVB Bus 46 75 89// De Lijn 116 117 118 571 572 810 Dichtstbijzijnde metrostation is Sint-Guido
Villo	WESTLAND SHOPPING - SYLVAIN DUPUISLAAN
Project	Project voor een tramlijn
Acties van het GemOP	
<p>De aanleg van de tramlijn tussen het Weststation en het Westland Shopping Center begeleiden</p> <p>Het Gewestelijk mobiliteitsplan Iris 2 voorziet in de aanleg van een tramverbinding tussen het Weststation en het Westland Shopping Center</p> <p>Het traject is 3,5 km lang en heeft het volgende verloop: de Ninoofsesteenweg over 1,2 km, de laan van de grote ring over 400 m, de Maria Groeninckx de Maylaan over 800 m en tot slot de Sylvain Dupuislaan over 800 m. Aan dat traject moeten 500 m aan de Terminus van Westland toegevoegd worden zodat de trams een lus kunnen maken. Dat ambitieuze project is helemaal gerechtvaardigd gezien het aantal mensen dat in die wijken woont en de nood aan mobiliteit die het Westland Shopping Center en het Weststation creëren.</p>	

Troeven

- ⇒ Goed bereikbaar vanaf de Ring;
- ⇒ Het profiel van de Sylvain Dupuislaan, kwaliteit van het landschap;
- ⇒ Mogelijke ontwikkeling van een tramlijn.

Problemen

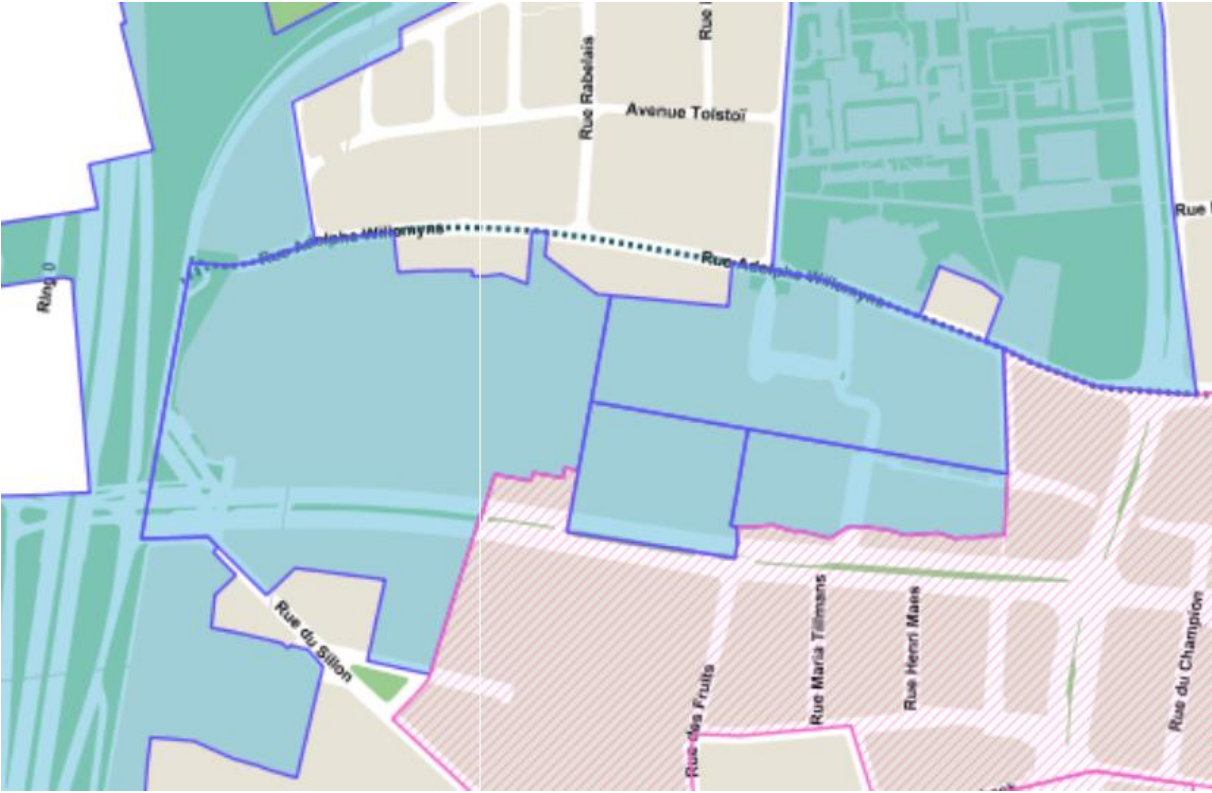
- ⊖ Bereikbaarheid met het openbaar vervoer;
- ⊖ De architectuur van het shoppingcenter is verouderd, naar binnen gericht en niet verbonden met de rest van de wijk. Weinig uitwisselingen tussen het shoppingcenter en de rest van de wijk;
- ⊖ Verstoring van de parkeergelegenheid;
- ⊖ Povere landschapskenmerken.

Te ondernemen concrete acties in het kader van het commercieel plan

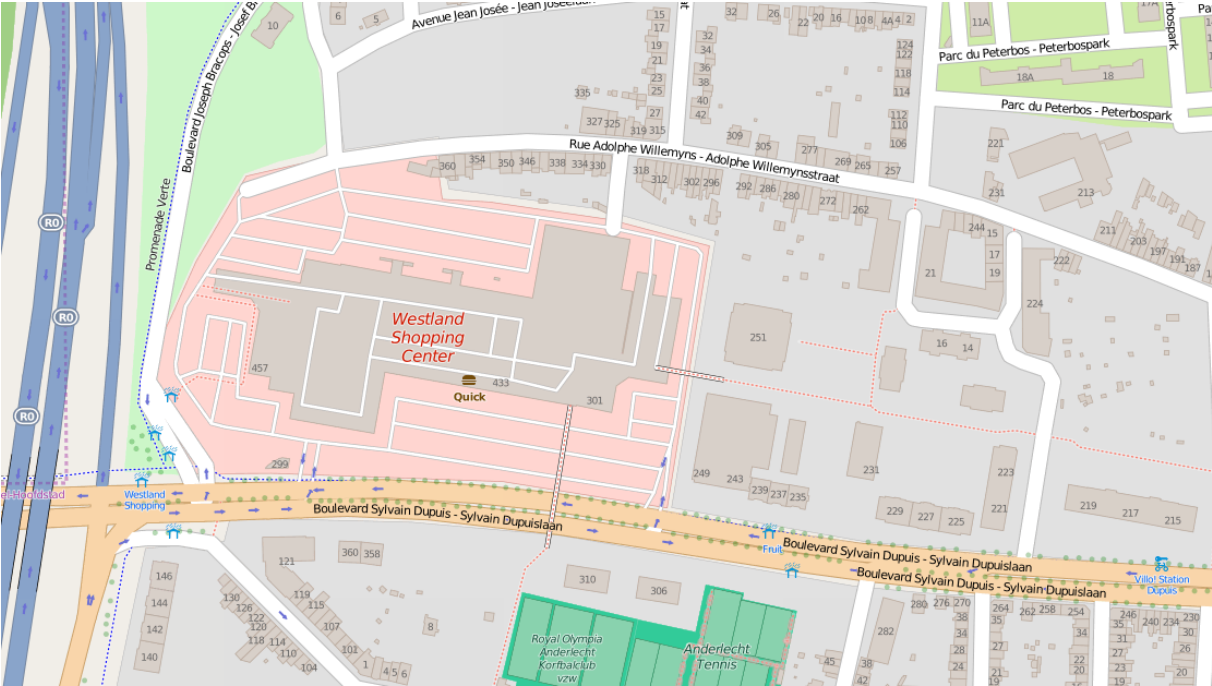
- ⇒ Ondersteuning van het project voor een tramlijn;
- ⇒ Renovatie van het gebouw; Herziening van het stedenbouwkundig model van het shoppingcenter met een structuur die meer open is naar buiten toe;
- ⇒ Trajecten binnen de wijk;
- ⇒ Vermindering van de impact van het parkeren;
- ⇒ Installatie van ondergrondse containers;
- ⇒ Een GemSV ontwikkelen voor uithangborden en gevels;
- ⇒ Signalisatie met de Ninoofsesteenweg;
- ⇒ Verbinding met de Ninoofsesteenweg - complementariteit.

Rechtssituatie

GBP



Stedelijke context









Schema voor economische en commerciële ontwikkeling en oprichting van een lokaal observatorium

Gemeente Anderlecht

Cora



agora
-urba.eu

Rue Montagne aux Angés, 26 - 1081 Bruxelles
Engelenbergstraat, 26 - 1081 Brussel
T. +32 2 779 13 55 - F. +32 2 779 22 75
agora@agora-urba.be - www.agora-urba.eu

Rechtssituatie	
Bestemming	Structurerende ruimten Heel gemengd gebied, shoppingcenter
BBP	BBP "Meylemeersch Oost" tussen de spoorweg, de autosnelweg, de toegang tot het Erasmusziekenhuis en de Lenniksebaan
Andere	
Bouwkundig	
Type gebouwen	Autonoom winkelpand van de jaren '70 in een eigentijds woongebied met kleine appartementsgebouwen
Hoogte	G+2
Gevellijn	
Dicht bebouwd	
Project	
Openbare ruimte	
Inrichtingskwaliteit	Inspanningen voor de landschapskenmerken van de wegen en parkeerruimten
Kwaliteit van de voetpaden	Goed
Toegang tot de handelszaken voor voetgangers	De toegangsvoorzieningen voor voetgangers tussen het center en de metro zijn nieuw en van goede kwaliteit.
Bepanting/verlichting/omgeving	Goed
Parkeren	
Type parkeergelegenheid	Private parkeerruimte - inrichting van de Cora-site moet herzien worden, sterk verwaarloosd, capaciteit herbekijken.
Openbaar vervoer	
Auto	Ring
Bereikbaarheid met het OV en type OV	Halte Eddy Merckx MIVB metro lijn 5// De Lijn 141 142 en 810
Villo	Geen Villo
Project	
Acties van het GemOP	

Troeven

- ⇒ Goed bereikbaar vanaf de Ring;
- ⇒ Bereikbaarheid met het openbaar vervoer;
- ⇒ Nabijheid van de ziekenhuiskern Erasmus;
- ⇒ Fietspad en voetpad;
- ⇒ Landschapskwaliteit.

Problemen

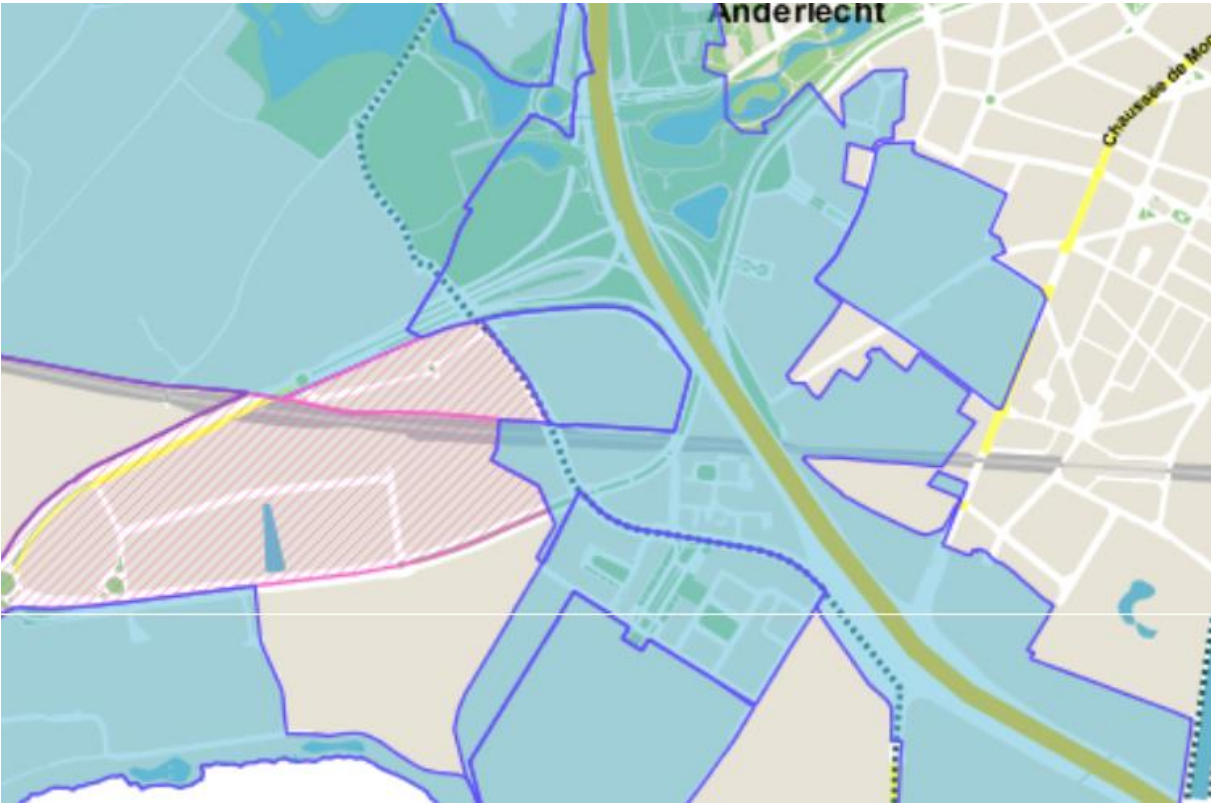
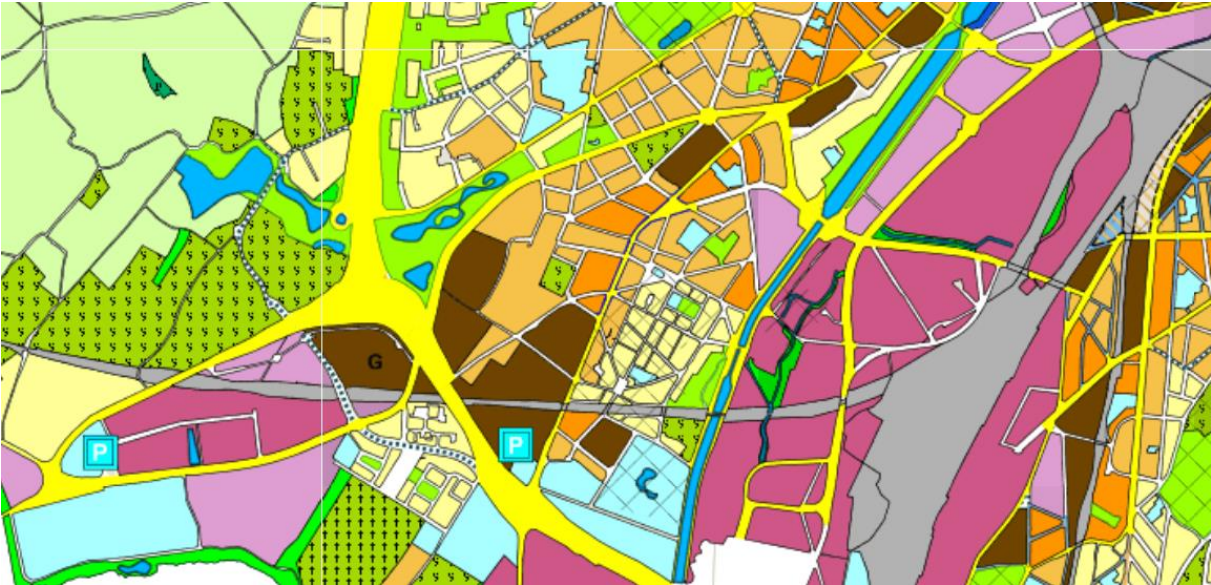
- ⇐ Signalisatie vanaf de weg;
- ⇐ Verouderd gebouw.

Te ondernemen concrete acties in het kader van het commercieel plan

- ⇒ Een GemSV ontwikkelen voor uithangborden en gevels;
- ⇒ Verbinding met de Ninoofsesteenweg - complementariteit;
- ⇒ Herziening van het stedenbouwkundig model van het Cora shoppingcenter;
- ⇒ Herziening van de capaciteit voor parkeergelegenheid en landschapsinrichting binnen in het Cora shoppingcenter;
- ⇒ Doorgaan met de inrichting van de voetgangerslus die reeds aanwezig is tussen Metro, Cora en Ikea.

Rechtssituatie

GBP





Stedelijke context



2. Stedenbouwkundige, culturele en commerciële projecten

Er bevinden zich verschillende projecten die een (in)directe invloed zullen hebben op de commerciële aantrekkingskracht van Anderlecht in goedkeuring- of uitvoeringsfase. Dit rapport is gericht op de bestaande situatie, maar zou zich willen kunnen aanpassen aan de toekomstige situatie. Om de toekomst van de gemeente beter weer te geven, stellen we hier enkele van de belangrijkste projecten voor.

a) Project 'Kanaal-Zuid'

Het project situeert zich tussen het kanaal Charleroi-Brussel en het Zuidstation, in de wijk Kuregem. Het actieprogramma is gebaseerd op sociale samenhang (opleiding, huisvesting, infrastructuren, ...).

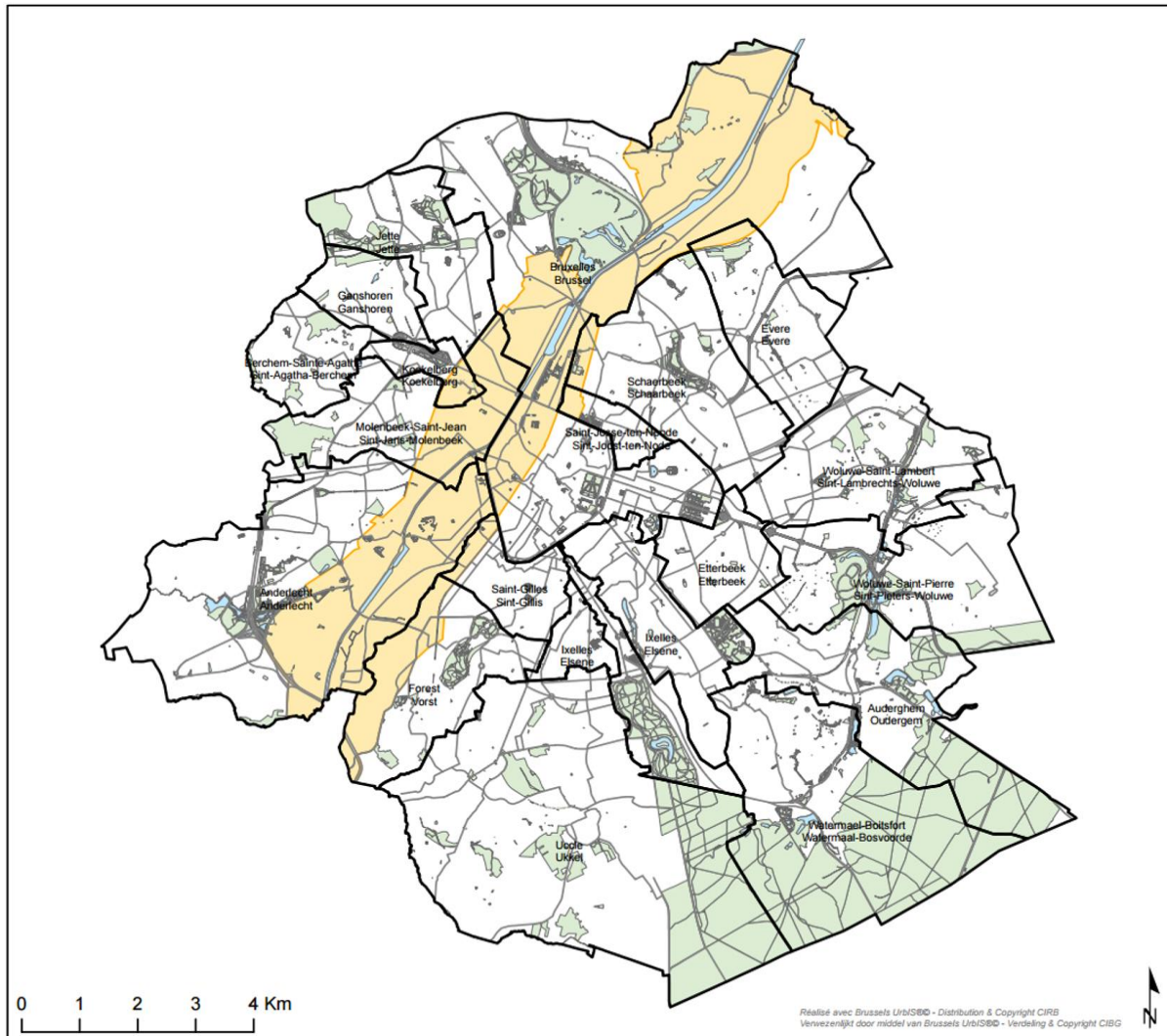
Het kanaal verbindt Brussel met Antwerpen en Charleroi, en doorkruist het Brussels Hoofdstedelijk gewest van noord naar zuid. De oevers zijn voornamelijk vroegere industriële wijken van de 19de eeuw. Deze wijken hebben de afname van het aantal industrieën meegemaakt in de 20ste eeuw en hebben ook vandaag nog te kampen met een kwetsbaar stedelijk en sociaal-economisch weefsel. Het zijn centraal gelegen wijken die al meerdere jaren deel uitmaken van programma's voor stedelijke renovatie en private investeringen.

Binnen dit kader vormt het kanaalplan voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest een middel om een antwoord te bieden op de uitdagingen van de komende twintig jaar, met name huisvesting, werkgelegenheid, economie, mobiliteit, de leefomgeving en de levenskwaliteit. Het kanaalplan heeft drie doelstellingen: consolidatie van de residentiële functie en de aanwezigheid van infrastructuur; versterking van werkgelegenheid en economie, en een betere integratie van deze activiteiten in het stedelijke landschap; de kwaliteit van de openbare ruimten en aanmoediging van actieve vervoermiddelen. Het kanaalplan heeft eveneens de doelstelling om wijken die nu verdeeld zijn door het kanaal op een solide, duurzame en functionele wijze te verbinden. Dit plan beoogt ook om de middelen te vinden om de stad op een andere wijze op te bouwen en tot leven te brengen door homogene en functionele integratie van economische activiteiten en huisvesting. Het is tevens een middel om de territoriale en maatschappelijke samenhang van deze wijken te versterken.

De groep Alexandre Chemetoff & Associés werd geselecteerd voor de opstelling van het stuurplan. Het team bestaat uit Alexandre Chemetoff & Associés (mandataris), Idea Consult en Ecorem.

"De voorgestelde perimeter van het masterplan ligt aan weerskanten van het kanaal en strekt zich van noord naar zuid uit tot aan de gewestgrenzen. Hij baseert zich op oude industrieterreinen in de Zennevallei en is het resultaat van verschillende perimeters op elkaar: de oude industriële Zennevallei, de perimeter van de zone van prioritair belang - bepaald in het kader van het EFRO-programma, de actieve perimeters van bepaalde wijkcontracten, de grote economische gebieden in het zuiden en in het noorden en de havengebieden.

De perimeter doorkruist zeven gemeenten: Anderlecht, Molenbeek, Brussel-Stad, Koekelberg, Schaarbeek, Sint-Gillis, Vorst - allen bestaande uit wijken met een duidelijke identiteit (historisch Molenbeek, Anderlecht, Kuregem, ...). Hij heeft een oppervlakte van 2 850 ha (14 km van noord naar zuid, 2 à 3 km breed) en vertegenwoordigt nagenoeg 20% van de volledige bevolking van het gewest in 2008. De voornaamste stations, het Zuidstation, het Weststation en het Noordstation, liggen op de rand van de perimeter."¹⁶



Afbbeelding 1 - Perimeter van het project Kanaal-Zuid

¹⁶ Bron: <https://urbanisme.irisnet.be/lesreglesdujeu/les-plans-strategiques/le-plan-directeur-pour-la-zone-du-canal-1/3.-perimetre-d2019etude-propose>



Afbeelding 2 - Schets van het project

b) *Het renovatieproject voor de Biestebroekwijk: masterplan en BBP¹⁷*

Er is een renovatieproject voorzien voor een grondige herstructurering van de Biestebroekwijk als verbindingspunt tussen de wijken aan beide zijden van het kanaal. De linker- en rechteroever verschillen namelijk sterk en communiceren weinig, in tegenstelling tot de linkeroever is de rechteroever industrieel, weinig dicht bebouwd en bewoond.

Een ingrijpende verandering (op het vlak van stadsplanning, handel en huisvesting) zou de wijk doen uitgroeien tot een centrale wijk van Anderlecht waar de verschillende stedelijke functies homogeen en evenwichtig zijn. Het is de bedoeling om een zone te creëren met een effectief gemengde functie door weinig bekende of nog niet aanwezige functies te introduceren, zoals handel, horeca of voorzieningen.

Door de banden tussen de linker- en rechteroever aan te halen, wil men de woonwijken van de Wayezstraat en de Bergensesteenweg openen naar het kanaal toe (in het verlengde van het plan Kanaal-Zuid).

Er is een bijzondere behandeling voorzien voor de kop van Biestebroek (het noordelijke uiteinde van het Biestebroekbekken) waar wegen, spoorwegen en vaarroutes elkaar kruisen, waar de Wayez- en Kuregemwijk samenkomen. Het geheel vormt een waar kruispunt tussen noord en zuid, oost en west, woongebied en industriezone ... Het doel is om nieuwe stedelijke formaten te creëren die deze verschillende functies verenigen en de bijzonderheden ervan behouden. In deze optiek is de bestemming van de percelen op de rechteroever (tussen de

¹⁷ Bron: http://participation-anderlecht.be/IMG/pdf/2014-03-18_Masterplan_-_PPAS_Biestebroek_1.pdf

Kanaaldijk en de Industrielaan) gewijzigd in Stedelijke Ondernemingszones (SOZ) om een mix van handels- en woonfuncties aan te moedigen.

Volgens het BBP:

*"De kruispunten langs weerszijden van de Kuregembrug moeten worden vereenvoudigd. De eerste voorgestelde maatregel is het omvormen van het eerste stuk van de Wayezstraat tot voetgangerszone. Hierdoor kan het aantal conflict- en uitwisselpunten worden beperkt. Zo wordt de brug een ruimte die niet langer door het autoverkeer wordt gemonopoliseerd maar waar een grote plaats wordt ingeruimd voor de voetgangers. Een nieuwe bouwlijn langs de Oud Stationstraat concentreert de verkeersstromen langs de Industriekaai. Het laatste stuk van de kaai, tussen de spoorwegbrug en de Bergense Steenweg, op de Vanderveldesquare, kan dan een ruimte worden die voorbehouden is aan voetgangers en fietsers. De verkeersstromen naar de linkeroever toe bevinden zich in de Gouverneur Nensstraat in beide richtingen. De ontwikkeling van een parkeerruimte onder het huizenblok dat nog moet worden opgetrokken op de kop van het Biestebroekdok. Deze parkeerruimte biedt interessante mogelijkheden voor de wijk. Ze vormt immers een voorziening die van cruciaal belang is voor de aantrekkingskracht van de handelsas van de Wayezstraat, evenals voor de bewoners van de dichtbevolkte wijken rondom die er een parkeerplaats kunnen huren of kopen."*¹⁸

*"Het masterplan vertaalt het Gewestelijke Ontwikkelingsplan dat de Bergense Steenweg als een interwijkenweg vastlegt. Er wordt uitgegaan van het principe dat het verkeer op de Bergense Steenweg kan worden beperkt tot het verkeer dat naar de betreffende wijken rijdt. Deze beperking van het doorgaande verkeer wordt bewerkstelligd door gewestelijke inrichtingen die buiten de perimeter liggen (met name het Veeweidekruispunt)."*¹⁹

*"De aanpassing van het privévervoersnet beoogt volgende doelen: - Een eigen tram-/busbaan in de Wayezstraat tussen het kanaal en de Bronsstraat, om de commerciële snelheid van het openbaar vervoer te vergroten en de voetgangerstrajecten tussen de handelskern van de Wayezstraat en de nieuwe ontwikkeling aan de kop van het Biestebroekbekken aangenamer te maken. - De uitbreiding van de bestaande eigen baan/halte op de Kuregembrug, door het afsluiten van een direct afrijvak van de weg komende van de Industriekaai en de organisatie van de verkeersstromen in de Gouverneur Nensstraat in beide richtingen. - De creatie van een gewestelijke intermodale pool, door de opening van het GEN-station Kuregem, met bestaande toegangen tot de Kuregembrug en het Crickxpark, en nieuw te creëren toegangen vanaf de Kommenstraat. Een betere busroute (op termijn een tramlijn), tussen de linker- en de rechteroever via de Klein Eilandbrug, door het omleiden van een van de bestaande lijnen, of door het creëren van een nieuwe lijn. Symmetrisch wordt een performante OV-lijn voorgesteld tussen het oostelijke deel (Vorst) en het westelijke deel (Anderlecht) van het Gewest op de as Van KalkenPaepsem."*²⁰

«2.4.5. Schema van de zachte vervoerswijzen De zachte vervoerswijzen worden overal ontwikkeld. Hoewel hun havenfunctie behouden blijft, zullen de kaaien meer dan vandaag aan het stadsleven deelnemen. Ze zijn plaatselijk en tijdelijk toegankelijk en bieden visuele en fysieke verbindingen (doorkijken en doorgangen) naar de woonwijken. De inrichting van

¹⁸ Bron: http://participation-anderlecht.be/IMG/pdf/2014-03-18_Masterplan_-_PPAS_Biestebroeck_1.pdf page 17

¹⁹ Ibidem pagina 17

²⁰ Ibidem pagina 19

aantrekkelijke, grote openbare ruimten valoriseert de bruggen en de visuele verbindingen tussen de twee oevers. Er wordt een transversale permeabiliteit gecreëerd via een netwerk van wegen en toegangen haaks op de kaaien. Deze permeabiliteit wordt gecreëerd in de omliggende huizenblokken maar ook in de havengebieden zelf. Zo wordt het kanaal een echte centrale ruimte. Door de vereenvoudiging van het kruispunt van de Kuregembrug worden de trajecten voor fietsers en voetgangers comfortabeler en sneller."²¹

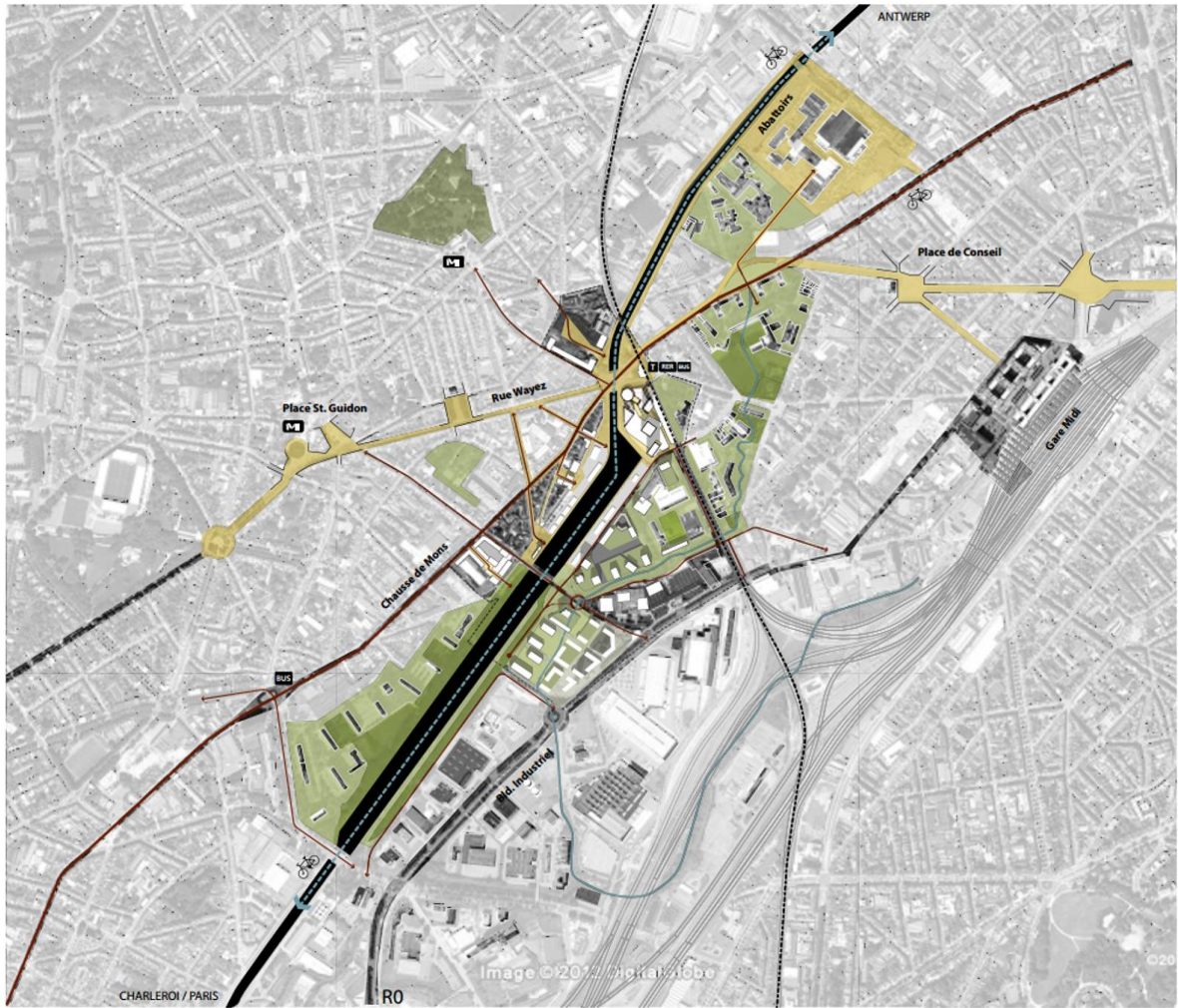
De visie voor de ontwikkeling van de Biestebroekwijk omvat 6 projecten met verschillende thema's:

- *"Het kanaal, plaats van naast elkaar bestaan en continuïteit van de stadsfuncties"* De linkeroever blijft hoofdzakelijk bestemd voor huisvesting, de rechteroever behoudt zijn economische en havenactiviteiten, maar de zichtbaarheid en toegankelijk van beide oevers wordt hierbij wel benadrukt.
- *"De Bergensesteenweg, ruggengraat van de kanaalwijken"* Dit project heeft als doel om visuele openingen te creëren tussen de Bergensesteenweg en het kanaal om het leefklimaat van de inwoners van de Bergensesteenweg te verbeteren.
- *"De Wayezstraat, een handelsader met uitstraling die verder reikt dan de linkeroever"* Het project stelt voor om de Wayezstraat toegankelijker te maken voor voetgangers en het verkeer te beperken, wat de handelszaken ten goede zal komen. Er zal een multimodale openbare ruimte (bus + tram + GEN) voorzien worden. Onder het huizenblok van de kop van het Biestebroekbekken wordt een ondergrondse parkeerruimte voorzien, die rechtstreeks in verbinding staat met de handelszaken van de Wayezstraat. De herziening van de wegen en de inplanting van nieuwe voorzieningen zal bijdragen om de Wayezstraat aantrekkelijker te maken.
- *"De Kuregembrug, nieuwe intermodale centraliteit"* Het project voorziet de opening van het station Kuregem en de inplanting van een GEN-halte om van het station een gewestelijk intermodaal knooppunt te maken. *Het project voorziet de bouw van een sokkel met recreatiefuncties (culturele voorziening, handelszaken, culturele infrastructuur, horecazaken, enz.). Bovenop komen hoge gebouwen waarin woningen, kantoren en andere verenigbare functies kunnen worden ondergebracht.*²²
- *"De Industrielaan, economische pool en invalsa's"* Dit project voorziet een specialisatie per thema van de verschillende assen om een gemengde functionaliteit te verkrijgen.
- *"De Zennevallei, vlakte voor groene continuïteit"* Het project voorziet het behoud van de openheid en het groen van dit deel van de wijk langs de Kleine Zenne.

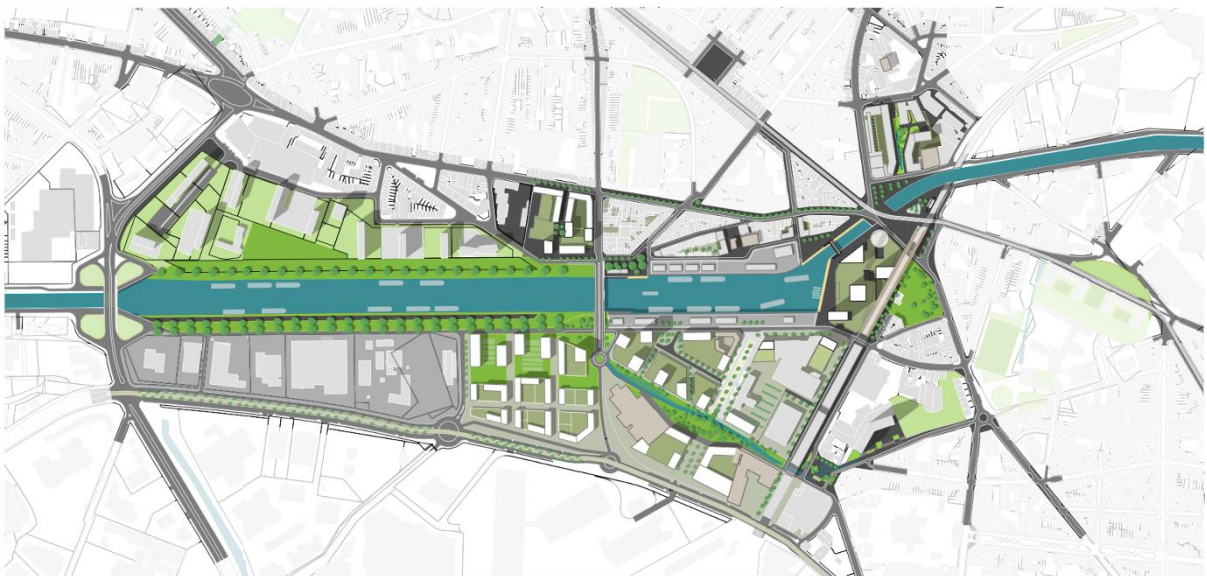
Door de activiteiten binnen de perimeter op te voeren, zullen bijna 2.000 woningen worden opgetrokken, er komen 80.000 m² productie- en handelsfuncties bij de reeds bestaande, evenals 7.000 m² voorzieningen voor de buurtbewoners.

²¹ Ibidem pagina 20

²² Bron: http://participation-anderlecht.be/IMG/pdf/2014-03-18_Masterplan_-_PPAS_Biestebroeck_1.pdf



Afbeelding 3 - Structuurschema van het project



Afbeelding 4 - Massaplan van het project



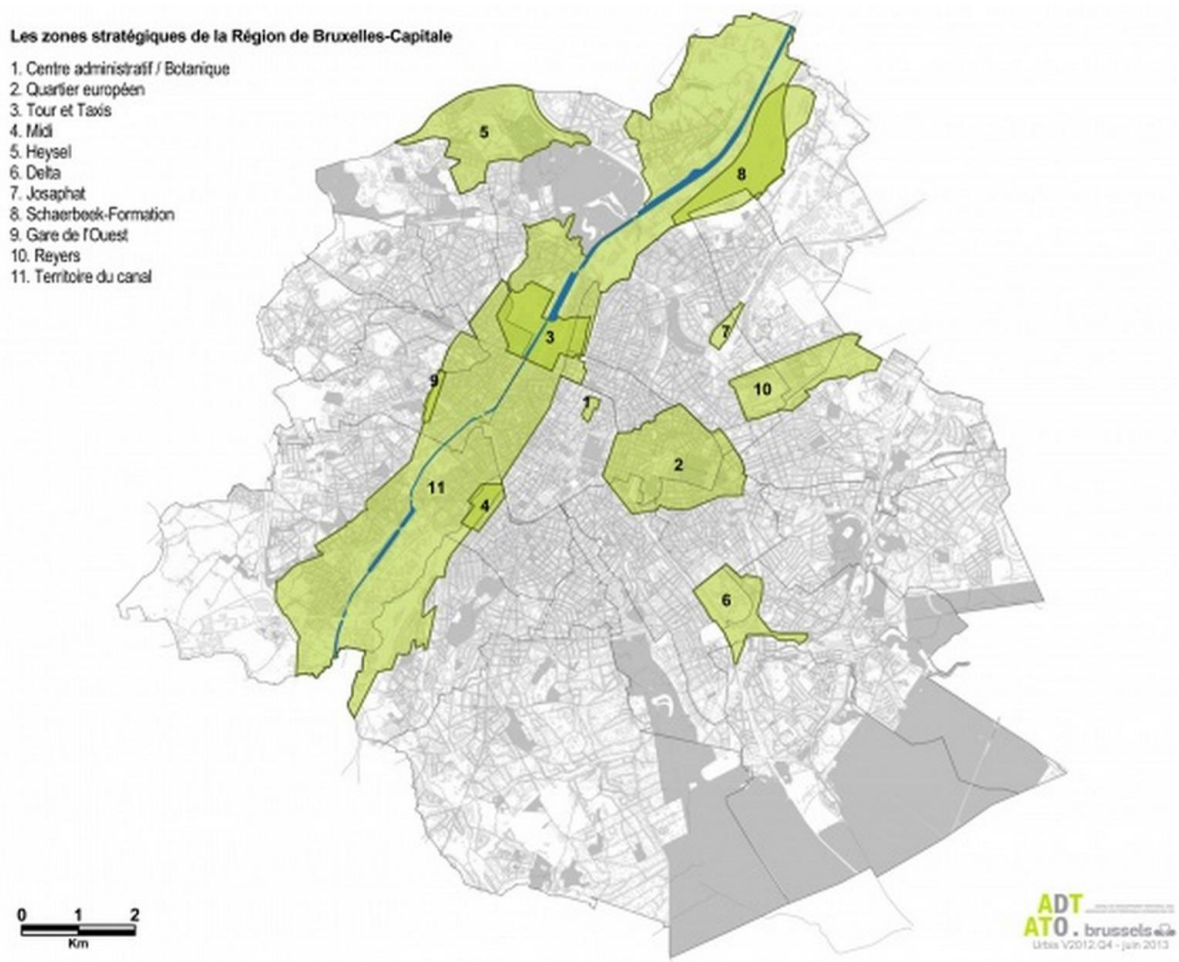
Afbeelding 5 - Schets van het project

c) *De strategische zones*²³

De Brusselse regering identificeert voor welke delen van het gebied de ontwikkeling van strategisch belang is voor het Gewest.

- Rijksadministratief centrum/Kruidtuin
- Europese wijk
- Thurn en Taxis
- **Zuid**
- Heizel
- Delta
- Josaphat
- Schaarbeek-Vorming
- Weststation
- Reyers
- **Kanaalgebied**

²³ Bron van het schema: http://www.adt-ato.brussels/fr/zones-strat%C3%A9giques/quartier-midi/un-changement-visible-%C3%A0-l%E2%80%99horizon-2018-2020http://www.adt-ato.brussels/sites/default/files/MidiMutation_FR_Web_0.pdf



Afbeelding 6 - Perimeter van de strategische zones van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest

De Zuidwijk en het Kanaalplan (zie hiervoor) dat gedeeltelijk ook Anderlecht betreft, maken deel uit van deze strategische zones.

De Brusselse Regering wil de Zuidwijk promoten en ontwikkelen. Deze wijk ligt namelijk op een strategisch kruispunt en bevat een van de grootste internationale stations van Europa. Hiertoe werden verschillende doelstellingen bepaald:

- De leefomgeving verbeteren door huisvesting te creëren;
- De verbindingen met de aangrenzende wijken verbeteren door kwaliteitsvolle openbare ruimten;
- Zorgen voor een sociale en functionele mix;
- De werkgelegenheid van de kern verhogen;
- Het station als intermodale kern benutten en verbeteren;

Op 30 april 2015 heeft de regering van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest het richtschema voor de wijk van het Zuidstation in eerste lezing goedgekeurd. Dit document zet de bakens uit voor de ontwikkeling van deze wijk tot 2020 en 2030 en is gebaseerd op het concept van het 'woonvriendelijke station'. Het doel is om de functiemix in de wijk te versterken en om een levendigere en gezelligere wijk te creëren voor de bewoners, de Brusselaars in het algemeen en de gebruikers van het station. Tegen 2020 en 2030 moet de uitvoering van het richtschema

leiden tot de bouw van woningen en voorzieningen en de herwaardering van de openbare ruimte, waarbij dit knooppunt tevens zijn plaats zal krijgen in een rationeel kantoorbeleid. "²⁴

De richtlijn voor 2020 omvat verbetering van levenskwaliteit en het leefklimaat van de wijk door herkwalificatie van de openbare ruimten. Hiertoe wordt de permeabiliteit tussen Sint-Gillis en Anderlecht vergroot om een vlottere toegang tot het centrum te bieden. Bovendien is volgens het ATO (Agentschap voor territoriale ontwikkeling): "De huidige toegang tot het station op het kruispunt van de Frankrijkstraat, het Hortaplein en de Onderwijsstraat is momenteel nagenoeg onbekend en weinig benut. Het is echter de hoofdingang van het station vanuit Anderlecht en de Kuregemwijk. De ingang moet dan ook meer naar voor gebracht worden in het kader van de recente en toekomstige stedenbouwkundige ontwikkelingen in de wijk (veeartsenijschool, Bara- de Lijn, project Euro-immostar op het eilandje Frankrijk- Bara ...), en daarbuiten: het zuidelijke deel van het kanaal, Wiels, GGB Van Volxem ... Het is noodzakelijk om het geheel van spoorwegdiensten te ontwikkelen om een nieuwe ingang voor het station te voorzien, zoals in Antwerpen of Le Mans voor de komst van de TGV."²⁵

Tegen 2030 moeten de functies in de wijk meer in evenwicht zijn (doelstelling: 50% huisvesting, 50% kantoren).

d) PROJECT NAUTILUS – Kanaaldijk 112.

Bouwproject voor huisvesting en een commerciële ruimte van 22.000 m² op de benedenverdieping.

Het project is gelegen op de site van een oud kantoorgebouw en zal 200 wooneenheden voorzien om te voldoen aan de groeiende vraag in Anderlecht, en een commercieel complex van 2.000 m². Het project werd in juni 2015 goedgekeurd door de gemeente, onder bepaalde voorwaarden (beperking van het aantal wooneenheden overeenkomstig het aantal parkeerplaatsen; sterk gemengd karakter van de detailhandel).

Het project wordt beheerd door vastgoedontwikkelaar Eaglestone die gespecialiseerd is in de reconversie van verouderde sites tot klassevolle vastgoedprojecten.²⁶

²⁴ Bron: <http://www.adt-ato.brussels/fr/zones-strat%C3%A9giques/quartier-midi>

²⁵ http://www.adt-ato.brussels/sites/default/files/documents/ARAU_ADT_expose_QuartieMidi_mars2012.pdf

²⁶ <http://eaglestone.be/>

NAUTILUS



NAUTILUS



e) Diverse stadsprojecten:

- Centrum voor beroepsopleiding of ‘kenniscentrum’ voor beroepen van de technologische sector (dicht bij Cora / Erasmusziekenhuis) – vergunning goedgekeurd onder voorwaarden 04/06/15
- Middelbare school - Itterbeeklaan (dicht bij Westland) - vergunning uitgesteld 04/06/2015
- Uitbreiding van het stadion – Sylvain Dupuislaan (dicht bij Westland) – Beslissing uitgesteld 28/05/15
- Appartementsgebouw met handelszaken en kantoren (dicht bij Cora en ziekenhuis) – Beslissing uitgesteld 21/05/15
- 2 gebouwen voor sociale wooneenheden (dicht bij Westland) – Beslissing uitgesteld (waarschijnlijk geweigerd) 21/05/15
- Appartementsgebouw (dicht bij Westland) – Beslissing uitgesteld 21/05/15
- Renovatie en transformatie van een woongebouw met handelsgelijkvloer (Wayezstraat) – Vergunning neergelegd 06/2015.
- In de loop van 2016 kan er een bioscoopcomplex de deuren openen aan de Industrielaan.

IV. De identiteiten van de gemeente Anderlecht

Uit de voorgaande analyses blijkt dat de Anderlechtse kernen gevarieerd zijn en elk hun eigen specifieke kenmerken hebben.

Ze hebben elk een eigen identiteit, maar uiteindelijk is het hun geheel dat het globale beeld van de handel in Anderlecht bepaalt.

Waarom is dit beeld, deze identiteit belangrijk?

Het zijn de specifieke kenmerken van de handelskernen die ze een unieke aantrekkelijkheid geven. Klanten vinden er bijzondere handelszaken of ervaringen die hen doen terugkeren. Het schema voor commerciële ontwikkeling laat toe om de kenmerken van de kernen van deze handelskernen en het Centrum-Wayez te analyseren om hun sterke en zwakke punten naar voor te brengen en hun commerciële positie te versterken.

A. SWOT-analyse

Aan de hand van een SWOT-analyse (sterke punten – zwakke punten - kansen en bedreigingen) kunnen we de voornaamste identiteitskenmerken van de gemeente en haar handelskernen bepalen:

Deze analyse geeft de sterke en zwakke punten op commercieel vlak weer van het Anderlechtse grondgebied en reikt mogelijkheden aan voor eventuele toekomstige identiteiten.

S

Sterke punten

- + Veel heterogene handelskernen
- + Hoge bevolkingsdichtheid
- + Buitengemeentelijke bekendheid van bepaalde kernen
- + Aanwezigheid van private investeerders op het grondgebied
- + Multiculturele, historische en territoriale identiteit

W

Zwakke punten

- + Commerciële verspreiding
- + Commerciële verzadiging en onderlinge concurrentie van de kernen
- + Weinig plaats voor voetgangers in de kernen
- + Weinig verbindingen tussen de polen
- + Moeilijke commerciële positionering
- + Dichotomie tussen private en publieke investeringen

O

Kansen

- + Talrijke stedelijke projecten op het gemeentelijke grondgebied
- + Meer banden tussen publieke en private investeerders
- + Het gebouwde erfgoed en de bekendheid van de kernen wordt bevorderd
- + Aanwezigheid van dynamische onderwijskernen
- + Meting van de stromen op de commerciële assen

T

Bedreigingen

- + Sterke concurrentie van het centrum van Brussel (voetgangerszone)
- + Commerciële projecten (NEO, Docks Brussel, enz.)
- + Toename van het aantal leegstaande cellen
- + Verarming van het commerciële aanbod
- + Homogenisering van de clientèle

B. Specifieke kenmerken en innovaties

Naast de specifieke kenmerken die reeds behandeld werden in dit rapport, hebben we door kwalitatieve analyse van de wijken en een telefoongesprek met de voorzitter van de handelaarsvereniging van Het Rad verschillende kenmerken en initiatieven van handelaars in Anderlecht verzameld.

Dit zijn de voornaamste:

- Allerlei wijkevenementen:
 - Autoloze zondag (15de jaarlijkse editie) op 20 september 2015. Lancering van de actie ‘straatanimatie’ door de gemeente voor lokale initiatieven (concerten, barbecues, ...)
 - De jaarlijkse markt van de gemeente Anderlecht: editie 190 op dinsdag 15 september 2015 rond het Dapperheidsplein, met een dierenwedstrijd op het plein 's morgens en een concert in de late namiddag en avond. Tuinmarkt op het Verzetsplein, brocante in de Bruinstraat, Vlagstraat en d'Aumalestraat. Wayezstraat: braderie met 500 kramen. Dit evenement gaat jaarlijks door op de dinsdag na de processie van Sint-Guido (de zondag na 12 september, de dag waarop Sint-Guido gestorven is).
 - Zuidwijk: Zuidfoor, Zuidlaan van 18 juli tot 23 augustus, van 15 u tot 1 u 's morgens. De grootste jaarlijkse kermis van België (130 attracties en anderhalf miljoen bezoekers).
 - Het Martin Luther Kingplein (ten noorden van de Bergensesteenweg) werd recent gerenoveerd om er een ontmoetingsplaats voor iedereen van te maken.
 - Ninoofsesteenweg: Fan Day te Anderlecht in het Astridpark. Voorstelling van de spelers en signeersessies.
 - Kerstanimatie en -decoratie: Dapperheidsplein, een honderdtal chalets.
 - Mobiele openluchtbioscoop (15de editie in 2015): 13 gratis avondvoorstellingen. Anderlecht: Verzetsplein
 - Slachthuis Kuregem: op donderdag is er de Boeremet, een markt waar men aankopen kan doen na de werkuren, van 17 u tot middernacht.
 - Zuidmarkt op zondag (Zuidlaan, de grootste markt van België, 450 handelaars) en op vrijdag, zaterdag en zondag aan het slachthuis van Anderlecht (wekelijks 100.000 bezoekers).
 - ‘Tuinfeest’-dag waarop private en semiprivate tuinen opengesteld worden voor het publiek.
 - Trampolines en draaimolens tijdens de zomer van 2015 in shoppingcenter Cora.
 - Jaarlijkse brocantemarkt in de wijk Het Rad - Bizet.
- De meeste activiteiten die georganiseerd worden door de handelaarsverenigingen van de gemeente worden positief onthaald door de inwoners en handelaars, maar een goede communicatie zou ze nog populairder maken.

V. Aanbevelingen

➤ **Commerciële vernieuwing en dynamiek**

Leegstaande cellen invullen en het ontstaan van nieuwe voorkomen door opvolging van de handelszaken en ondersteuningsprogramma's voor handelaars.

Promotie van commercieel aantrekkelijke sectoren in de Wayezstraat (bijv. persoonlijke items).

Promotie van de diversiteit en kwaliteit van het commerciële aanbod in de wijk Centrum-Wayez.

Versterking van de specifieke kenmerken van de kernen.

Beperking van de commerciële verspreiding en onderbrekingen.

Acties: Invulling van de lege cellen door een programma voor commerciële prospectie.

Mogelijkheid voor pop-upstores²⁷ in ongebruikte winkelruimten.

Opleidingen voor handelaars (aantrekkelijke etalages, animatie, enz.).

➤ **Versterking voor persoonlijke items in de wijk Centrum-Wayez**

De ontwikkeling van deze commerciële sector bevorderen om het historische centrum aantrekkelijker te maken.

Een gevarieerd aanbod brengen op maat van de heterogene clientèle en een aantrekkelijk aanbod om meer klanten te lokken.

Acties: Aantrekkelijke internationale merken aantrekken die veel volk lokken.

Tevens mikken op service en bediening door gespecialiseerde zelfstandigen.

➤ **Verbindingen tussen de pleinen**

Verschillende kernen beschikken over aantrekkelijke pleinen die ze kunnen opwaarderen. Voor de wijk Centrum-Wayez: Dapperheidsplein en Verzetsplein. Voor de Zuidwijk: Gemeenteplein en Baraplein.

Deze pleinen verbinden door coherente inrichtingen en signalisatie, evenementen enz.

Actie: stadsplanning, commerciële continuïteit, signalisatie, place marketing.

²⁷ Dat zijn tijdelijke winkels gebaseerd op het marketingconcept voor verkooppunten die maar een korte tijd bestaan (enkele dagen, weken of maanden).

➤ **Pleinen omvormen tot leefruimten**

Creatie van gezellige, aantrekkelijke pleinen met een specifieke sfeer. De pleinen omvormen tot trekpleisters tijdens een wandeling in de stad. De bevolking uitnodigen om zich de pleinen (opnieuw) eigen te maken.

Acties: Regelmatige organisatie van evenementen.

Inrichting van gezellige voorzieningen die uitnodigen tot ontspanning.

Kortstondige commerciële evenementen.

➤ **Creatie van een commerciële lus in de wijk Centrum-Wayez**

Creatie van een coherente shoppingroute met een verbinding tussen het Verzetsplein en het Dapperheidsplein. Shoppinguitstappen promoten.

De stromen doen toenemen in de grootste winkelstraten om een positief effect te creëren voor secundaire stromen.

Acties: Strategische plaatsing van commerciële toppers in het begin/einde

van de Wayezstraat om de shoppingroute vorm te geven.

Onderbrekingen in het commerciële landschap vermijden (leemten, leegstaande cellen).

Aangepaste stadsplanning en intuïtieve signalisatie.

➤ **Aanwezigheid van aantrekkelijke merken in de commerciële lus**

De strategische inplanting van aantrekkelijke commerciële panden zal stromen aantrekken en aanzetten om de volledige commerciële lus te volgen.

Deze lokpunten kunnen internationale merken of innoverende concepten zijn.

Acties: Prospectie naar commerciële toppers of beleidsvoering ten gunste van de vestiging ervan.

➤ **Herinrichting om de wijk Centrum-Wayez aangenamer te maken en aangepaste signalisatie**

De stadsplanning kan een aangenaam en gezellig kader voorzien om het concept van een shoppinguitstap te promoten.

Signalisatie, visuele referentiepunten en coherente merken om de commerciële dynamiek te bevorderen.

Acties: Programma voor stedelijke vernieuwing.

Stedelijke regelgeving met betrekking tot merken

en renovatie van het centrum.

➤ **Verbetering van de mobiliteit voor voetgangers in de handelskernen, voor in de wijk Centrum-Wayez.**

Zie het hoofdstuk over mobiliteit en toegankelijkheid.

Acties: Beperking van het autoverkeer in het centrum.
Uitbreiding van de voetgangerszones aan de rand en midden in de kernen.
Promotie van zachte vervoersmiddelen.

➤ **Commerciële relaties bevorderen tussen de stad en de handelszaken**

Een goede verstandhouding bewaren tussen beide entiteiten. Samenwerken en communiceren.

Acties: Oprichting van een cel voor commerciële ontwikkeling en evenementen.
Communicatie naar de handelaars en bevolking toe.
Gemeenschappelijke projecten en evenementen voor de verschillende handelaarsverenigingen.

➤ **Promotie van evenementen en animatie in de handelskernen**

Ontwikkeling van promoacties en evenementen. Communicatie naar de lokale bevolking toe en binnen (of zelfs buiten) het verzorgingsgebied. Evenementen met gemeenschappelijke thema's organiseren voor de kernen maar met behoud van de specifieke kenmerken van elke kern.

Acties: Communicatie via internet, sociale media, folders, reclameborden.
Informatie verstrekken aan en onder de verschillende handelskernen.

➤ **Optimalisatie van de toegang tot de gemeente**

De 'toegangen tot de gemeente'²⁸ zijn lokgebieden voor klanten en moeten dus met zorg ingericht worden. Door ze aantrekkelijk en opvallend te maken worden klanten aangetrokken naar de gemeente.

Acties: Optrekken van opmerkelijke gebouwen, aantrekkelijke inrichting.
Aantrekkelijke rotondes met kunstwerken en aangepaste inrichting volgens het thema. Borden met aanwijzingen.

²⁸ Het zijn plaatsen waar de verkeersaders de gemeente binnenkomen of rond gaan. Deze 'doorgangsruidten' geven als dan niet bewust een beeld dat geassocieerd wordt met de gemeente.

➤ **Onderlinge commerciële concurrentie vermijden tussen de handelskernen**

De kernen moeten complementair blijven in het centrum en geen concurrenten worden. Hun commerciële aanbod moet dus verschillend zijn. Vermijden om een gelijkaardig aanbod te brengen, diversiteit en specialisatie bevorderen.

Tevens vermijden dat bepaalde kernen autarkisch worden en een meerderheid van klanten aantrekken zonder gunstige effecten voor de andere kernen.

Acties: Controle van de sociaal-economische vergunningen.

Publiciteit voor handelszaken van andere kernen in de bezochte kern (reclamebord, klantenkaart, enz.).

➤ **Betere verbindingen tussen de verschillende handelskernen.**

Toename van de stromen tussen de verschillende handelskernen van de gemeente.

Bevordering van complementaire commerciële aanbiedingen. Creatie van banden tussen kernen met visuele referenties, commerciële acties, publiciteit, enz.

Acties: Promotie van commerciële acties, uitwisseling en acties voor klantentrouw tussen de kernen onderling.

Via informatieborden aanduiden welke handelszaken er aanwezig zijn in andere kernen.

➤ **De dynamiek in aantrekkelijke kernen behouden en hun bekendheid benutten**

De kernen Kuregem, Westland en Bergensesteenweg (Brico, Ikea) trekken ook klanten van buiten het gewest aan. Het is daarom belangrijk om hun troeven te belichten en positieve effecten voor andere handelszaken en kernen te stimuleren.

Acties: Belichting van de specifieke commerciële kenmerken en troeven.

Gemeenschappelijke publiciteit onder de kernen.

Belichting van de aantrekkelijkheid voor investeerders.

➤ **Promotie van commerciële verdichting ten voordele van de spreiding van handelszaken**

Beperking van de verspreiding van handelszaken. Promotie van verdichting ten voordele van de spreiding binnen de gemeente. De eigenaars van leegstaande cellen buiten de kernen aansporen om het pand om te vormen voor huisvesting.

Acties: Waakzaam blijven met aanvragen voor sociaal-economische vergunningen en vergunningen voor commerciële projecten.

Toepassing van een heffing op leegstaande commerciële cellen.

➤ **Optimalisatie van de integratie en verbindingen tussen toekomstige commerciële projecten en bestaande kernen**

Nieuwe commerciële projecten moeten complementair (niet concurrerend) zijn ten opzichte van het bestaande commerciële aanbod. Het aantal handelskernen is effectief belangrijk en er mogen geen extra kernen toegevoegd worden om het commerciële aanbod niet verder te verzadigen.

Acties: promotie van commerciële acties en communicatie tussen de kernen onderling.

➤ **Communicatie over het commerciële aanbod en de bijzonderheden ervan**

Meer communiceren over het commerciële aanbod, de diversiteit ervan en de shoppingervaring die de gemeente kan bieden.

Acties: Oprichting van een administratieve cel voor commerciële ontwikkeling en evenementen. Benutting van alle kanalen voor communicatie (pers, internet, handelaars, enz.).

➤ **Behoud van een aanbod dat volstaat voor buurtbediening**

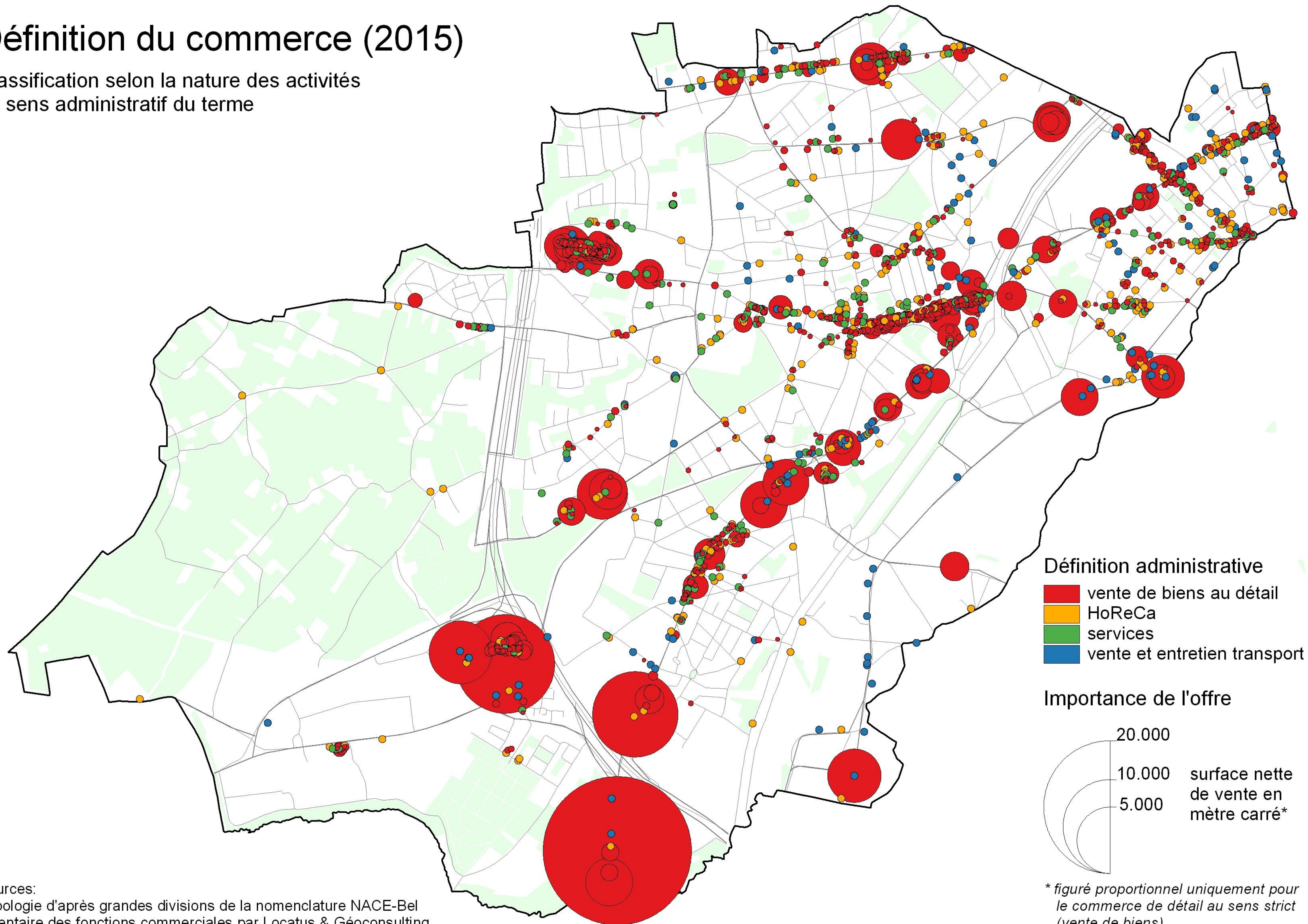
De bevolkingsdichtheid binnen de gemeente is hoog en het is dus belangrijk om een aanbod te voorzien dat volstaat voor buurtbediening en voor de toekomstige behoeften op dit vlak (rekening houdend met de demografische groei).

Acties: Bescherming van buurtwinkels in dichtbevolkte wijken.
Constante evaluatie van het commerciële aanbod (online monitoring)

VI. Bijlagen

Définition du commerce (2015)

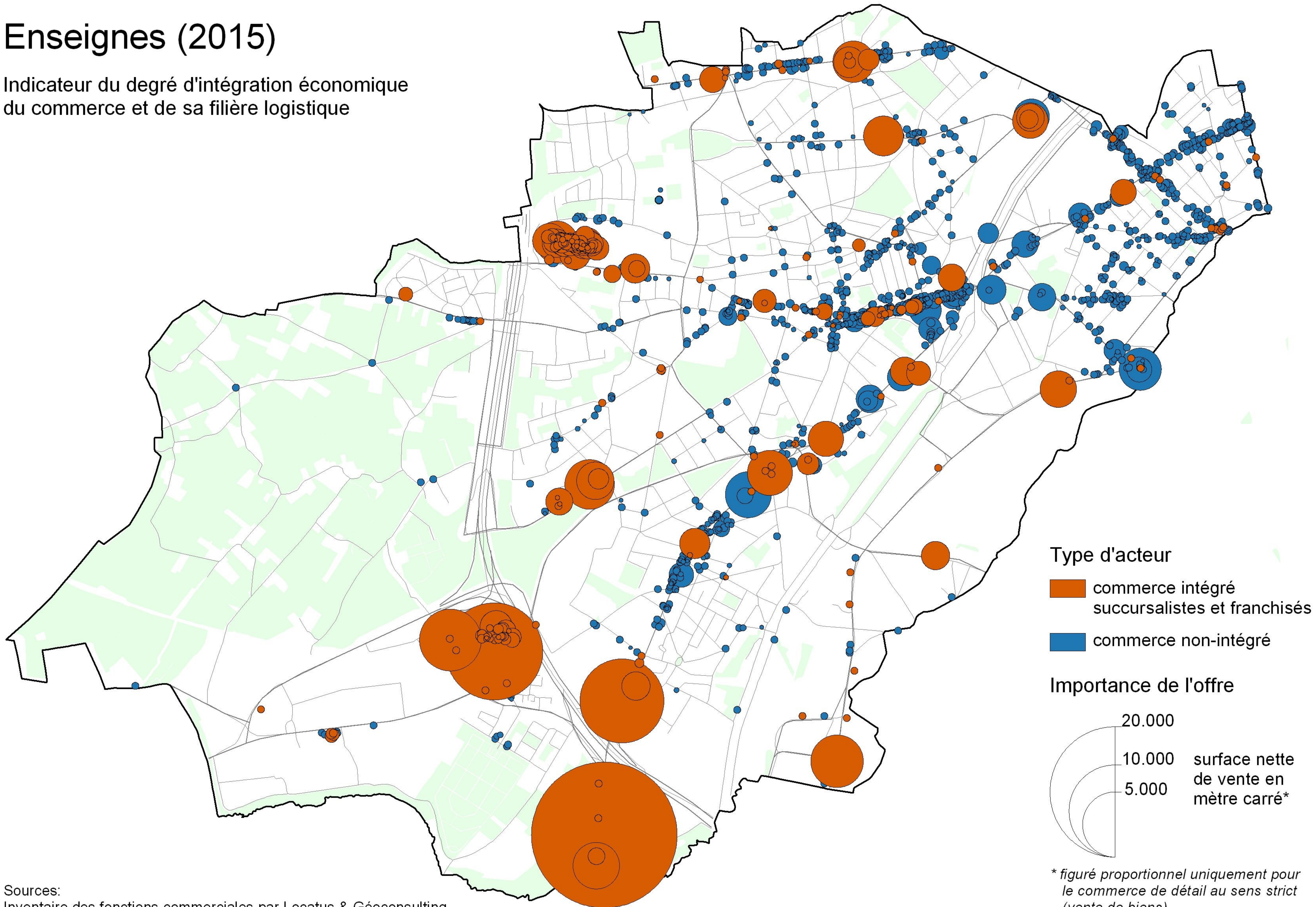
Classification selon la nature des activités
au sens administratif du terme



Sources:
Typologie d'après grandes divisions de la nomenclature NACE-Bel
Inventaire des fonctions commerciales par Locatus & Géoconsulting

Enseignes (2015)

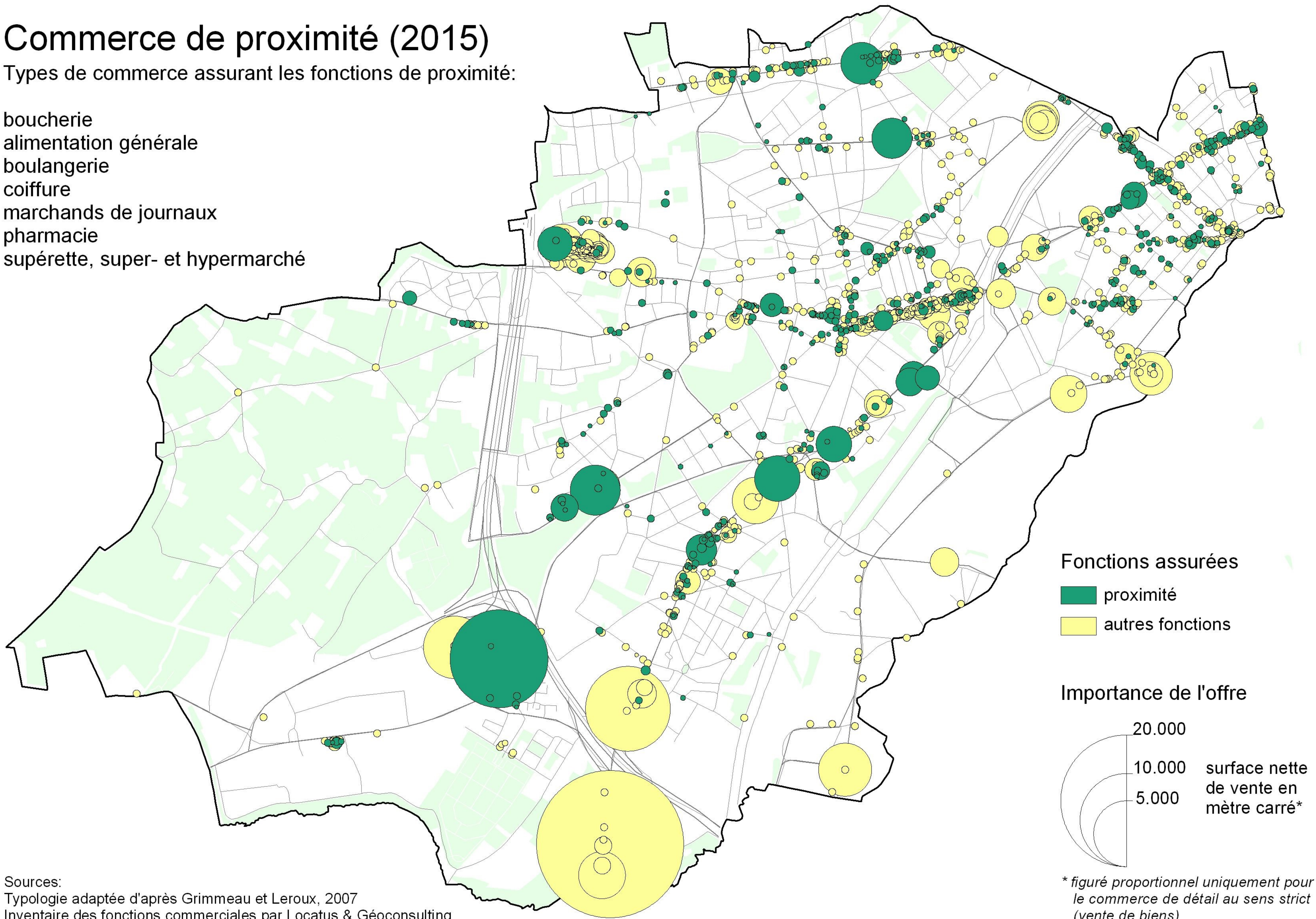
Indicateur du degré d'intégration économique
du commerce et de sa filière logistique



Commerce de proximité (2015)

Types de commerce assurant les fonctions de proximité:

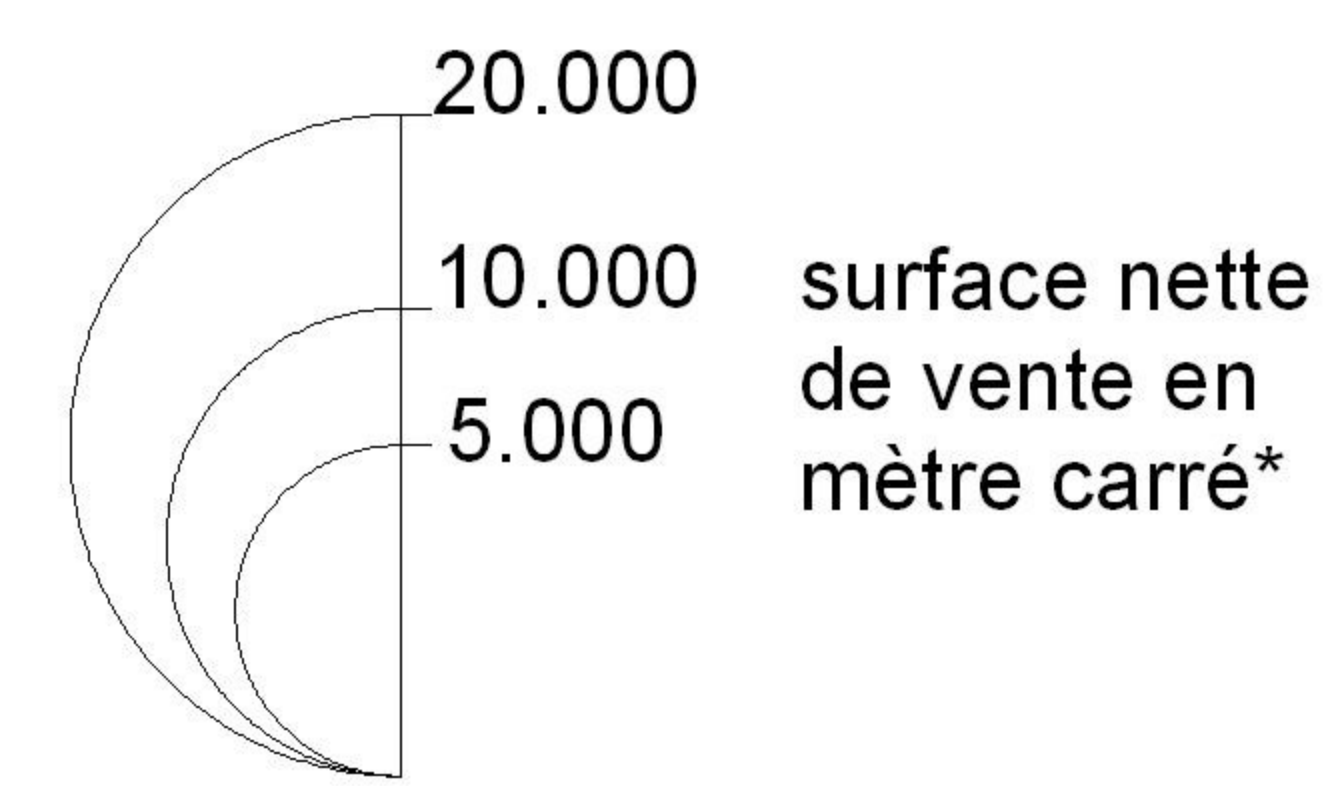
- boucherie
- alimentation générale
- boulangerie
- coiffure
- marchands de journaux
- pharmacie
- supérette, super- et hypermarché



Fonctions assurées

- proximité
- autres fonctions

Importance de l'offre

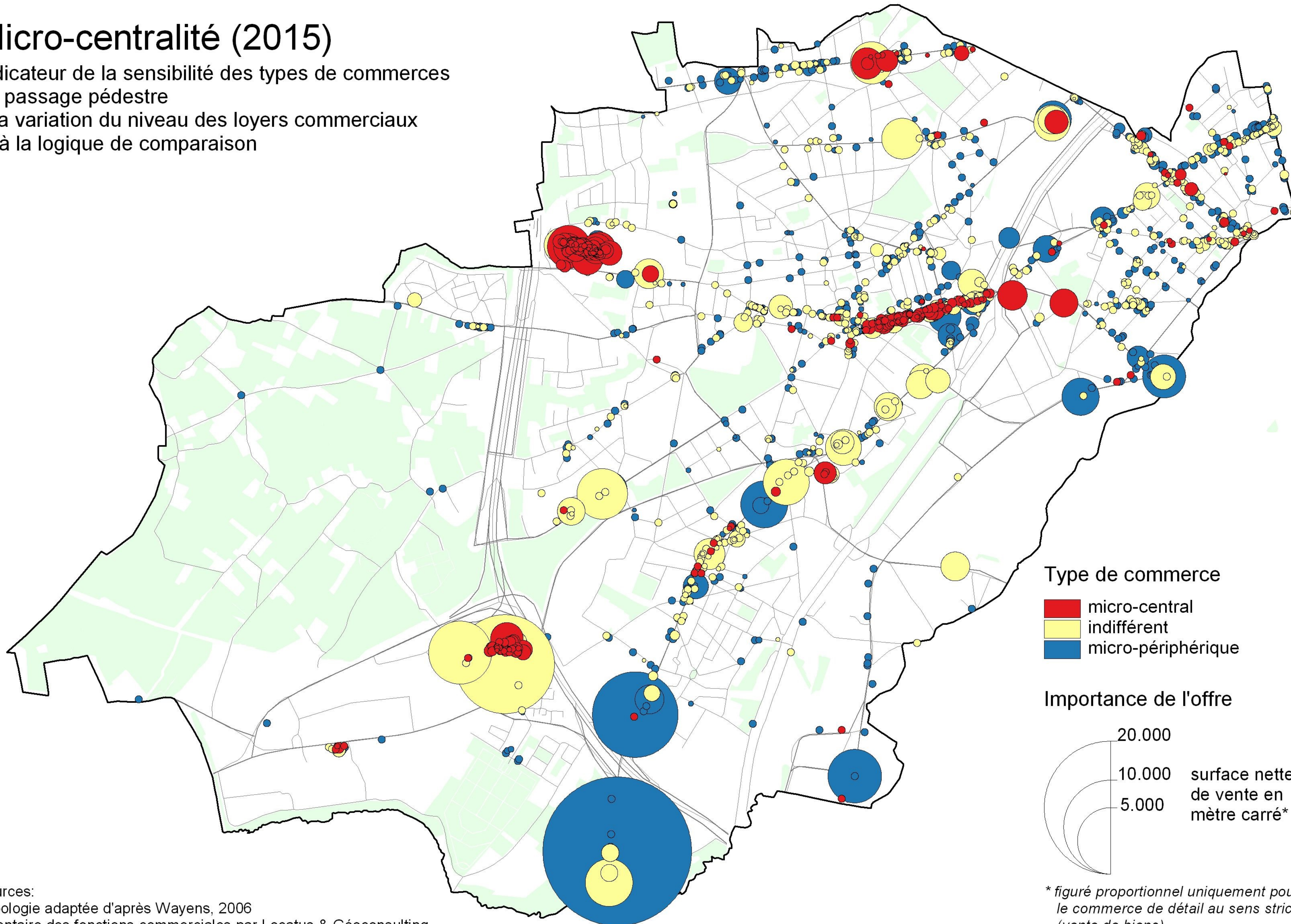


Sources:
Typologie adaptée d'après Grimmeau et Leroux, 2007
Inventaire des fonctions commerciales par Locatus & Géoconsulting

* figuré proportionnel uniquement pour le commerce de détail au sens strict (vente de biens)

Micro-centralité (2015)

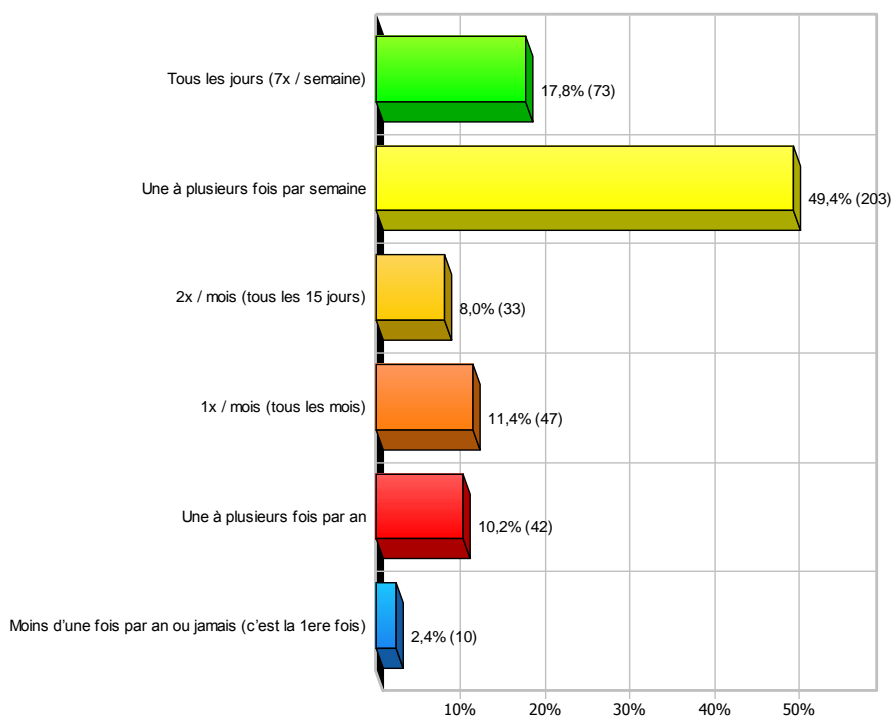
Indicateur de la sensibilité des types de commerces
au passage piéton
à la variation du niveau des loyers commerciaux
et à la logique de comparaison



Sources:
Typologie adaptée d'après Wayens, 2006
Inventaire des fonctions commerciales par Locatus & Géoconsulting

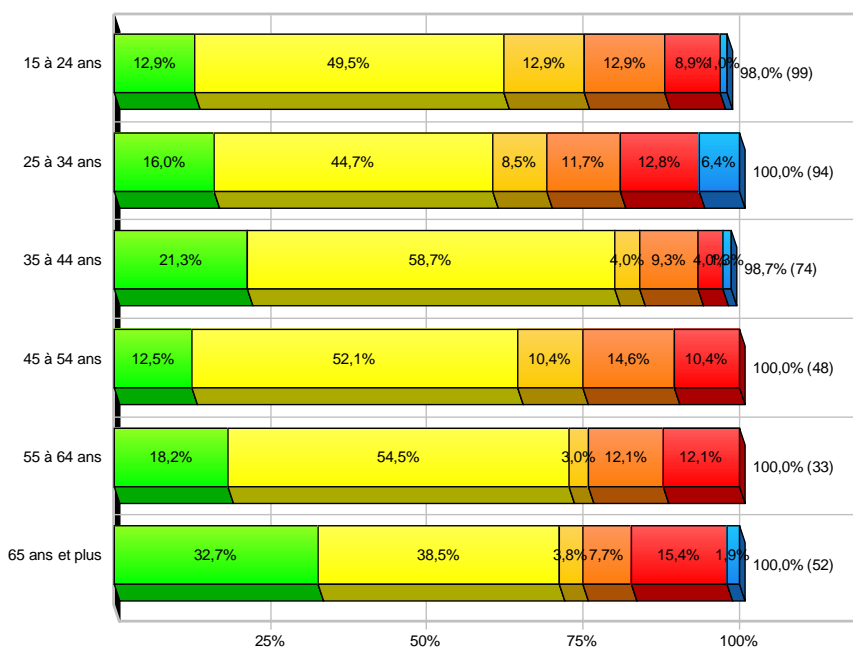
* figuré proportionnel uniquement pour le commerce de détail au sens strict (vente de biens)

Annexe des enquêtes effectuées dans les pôles commerciaux d'Anderlecht.



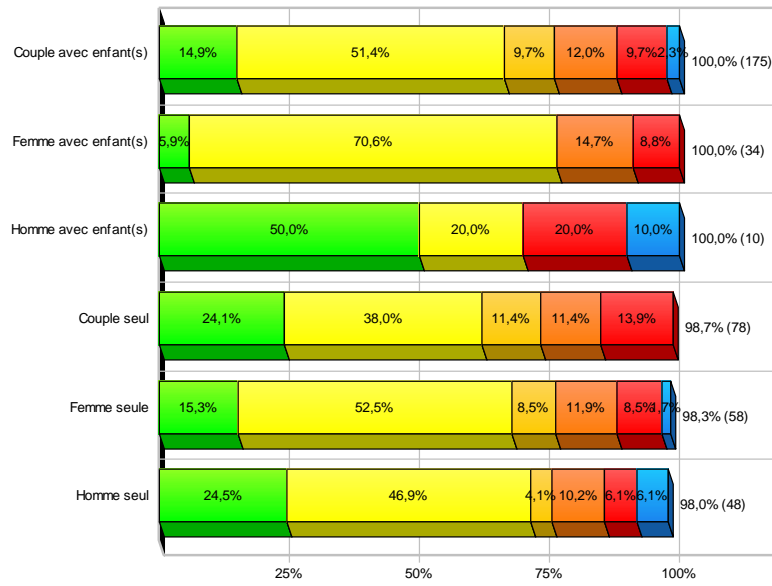
« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial ? »

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



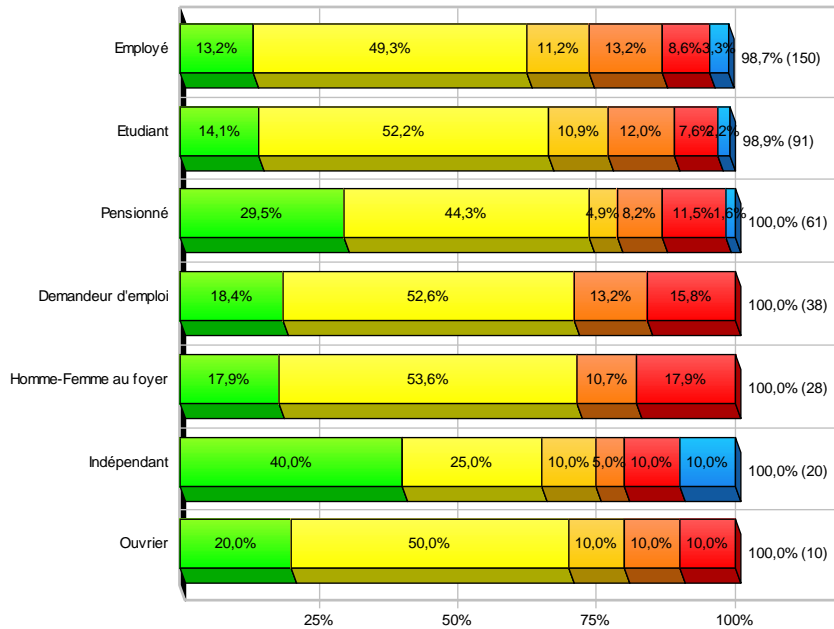
« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial ? En fonction de l'âge »

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)

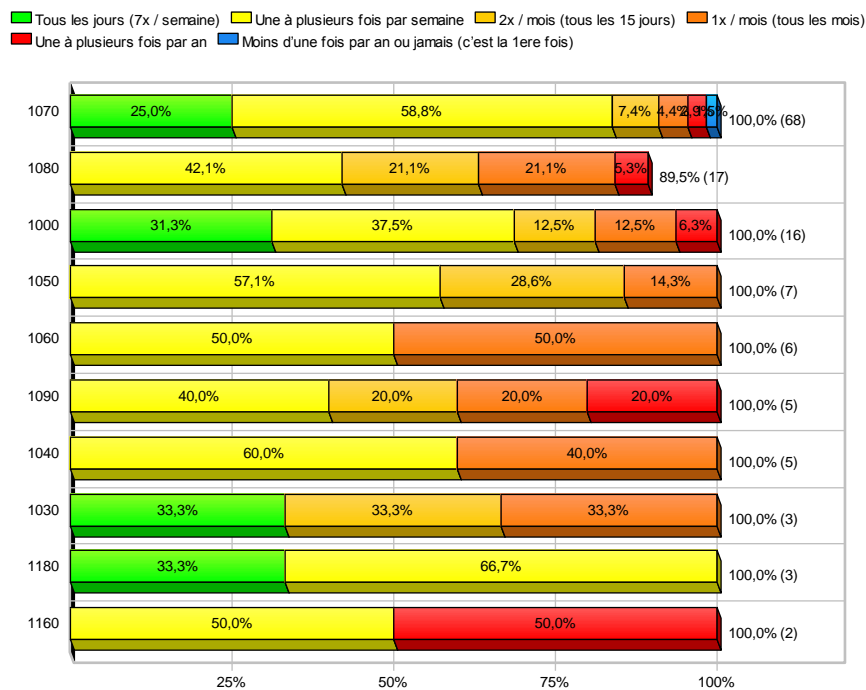


« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial et quelle est votre composition de ménage ? »

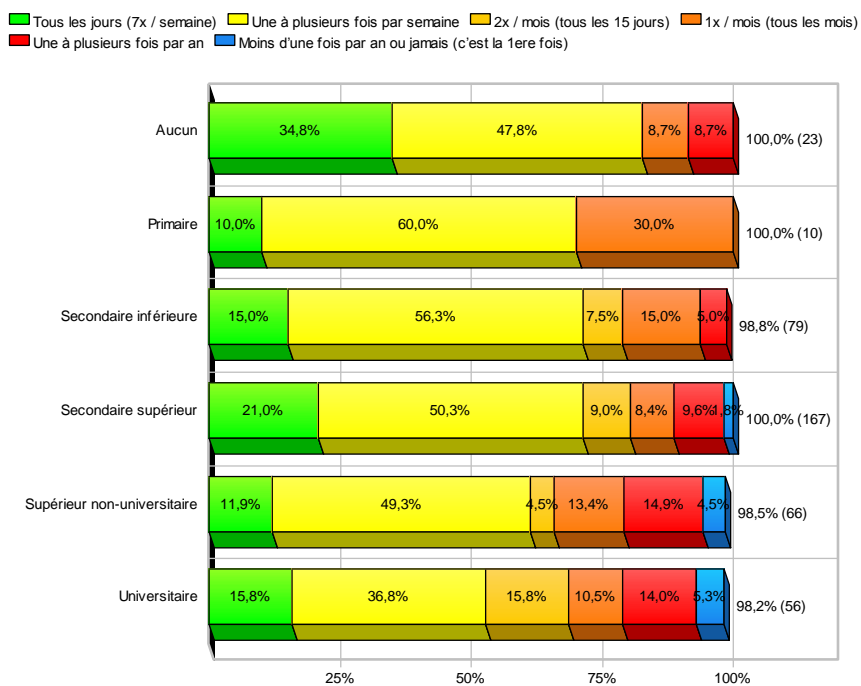
■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial et quel est votre statut socioprofessionnel ? »



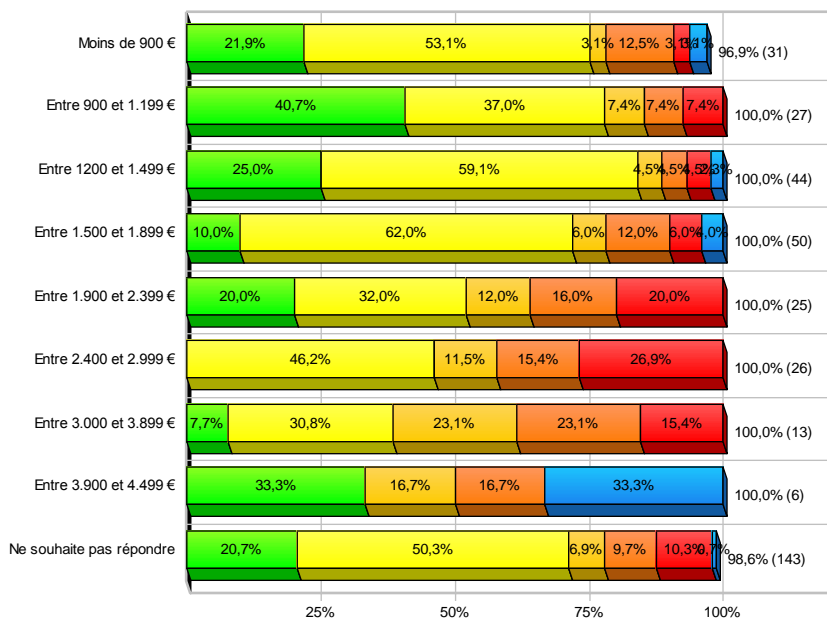
« A quelle fréquence venez-vous au pôle commercial ? » En fonction du lieu de travail.



Fréquence de fréquentation du pôle commercial en fonction du plus haut diplôme obtenu par l'enquêté.

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)

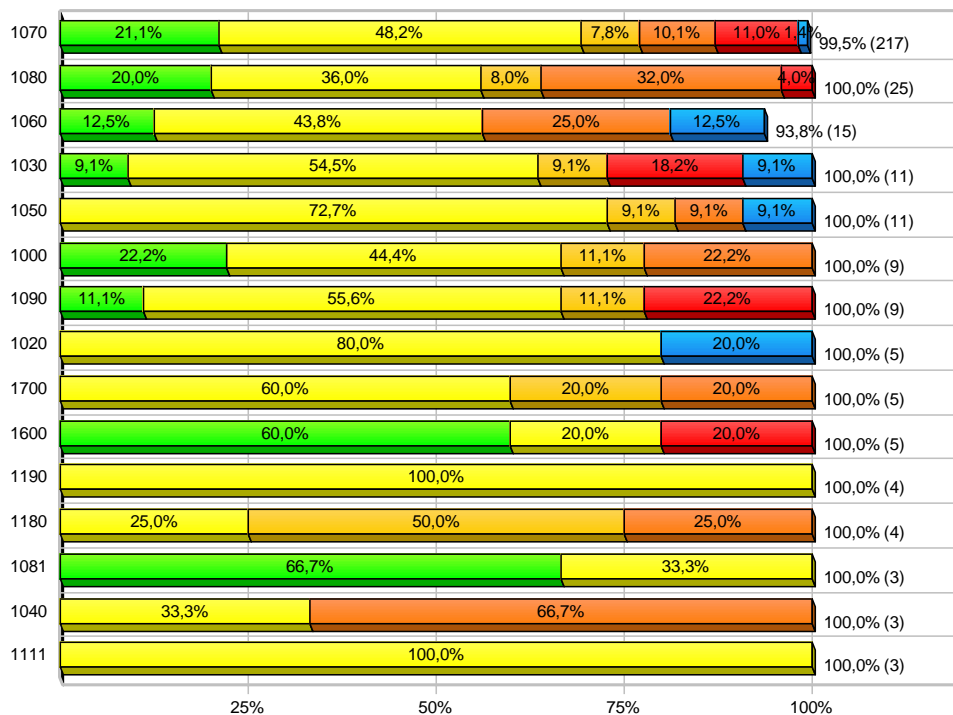
■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



Fréquence de fréquentation du pôle commercial en fonction des revenus mensuels

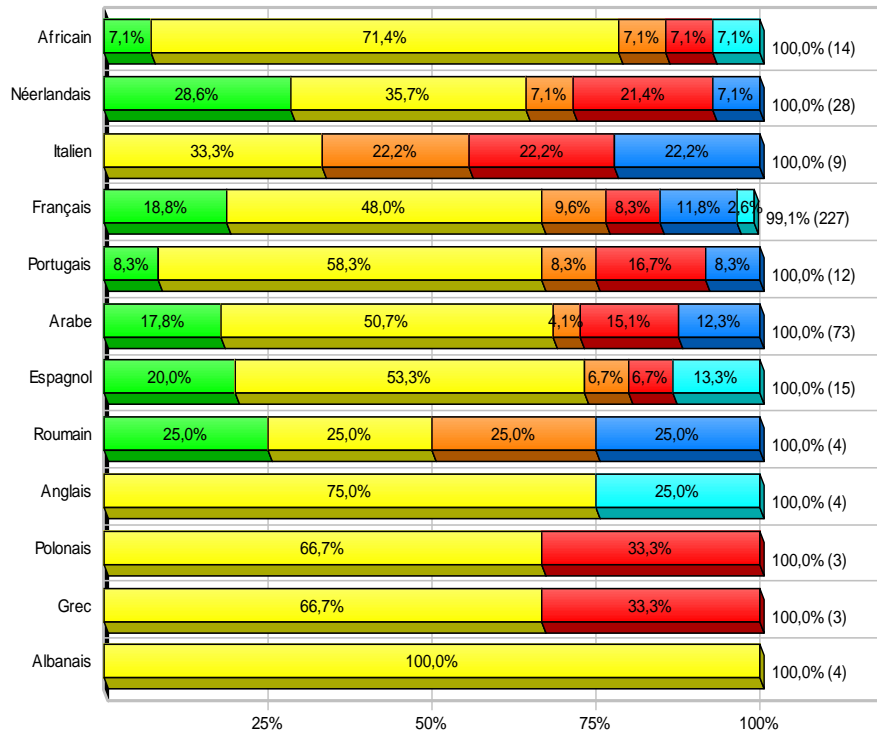
■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)

■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



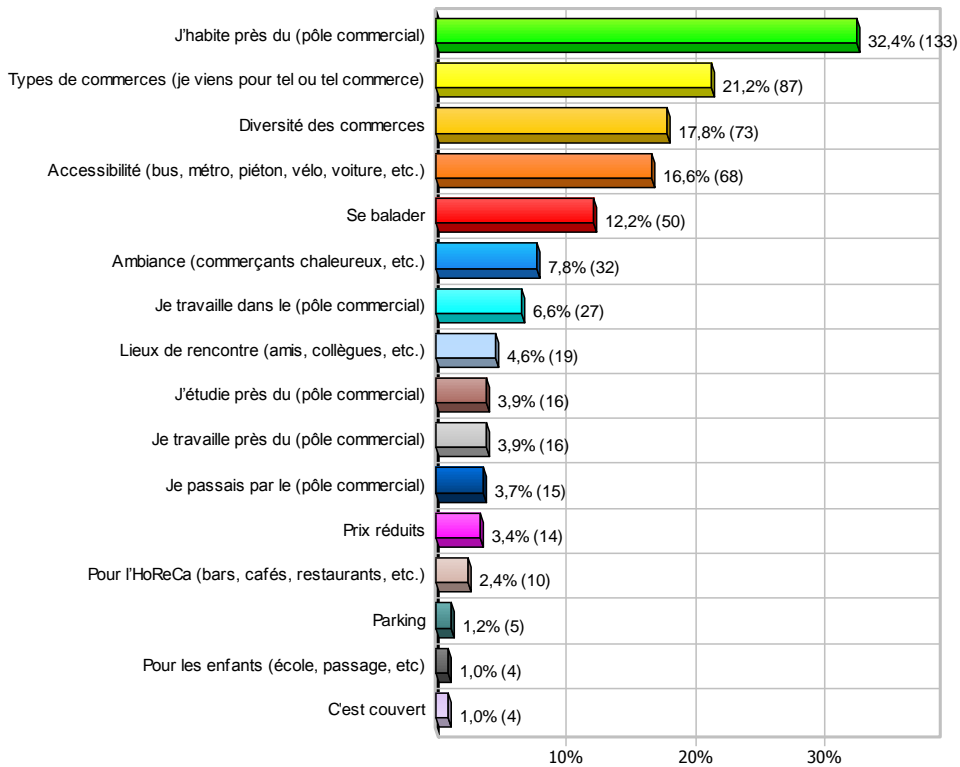
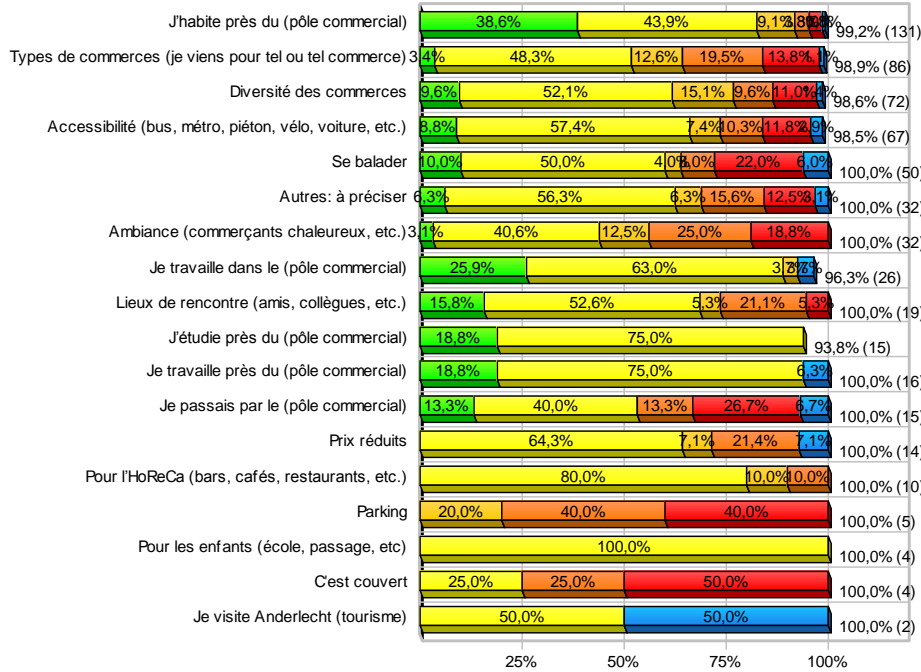
« A quelle fréquence effectuez-vous des achats dans le pôle commercial ? » selon la commune de résidence

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



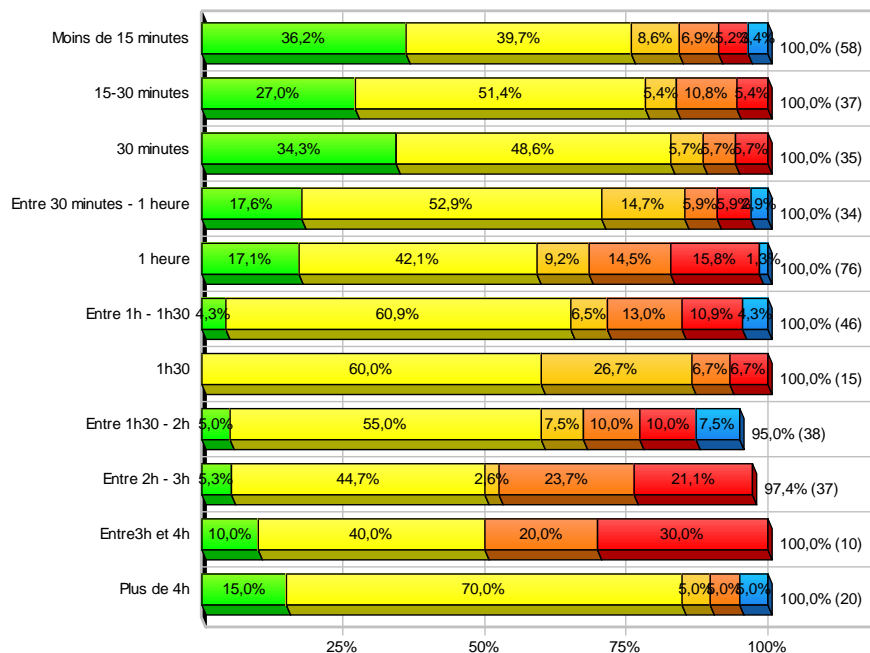
A quelle fréquence vous rendez-vous dans un des pôles commerciaux ? En fonction de la langue maternelle.

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



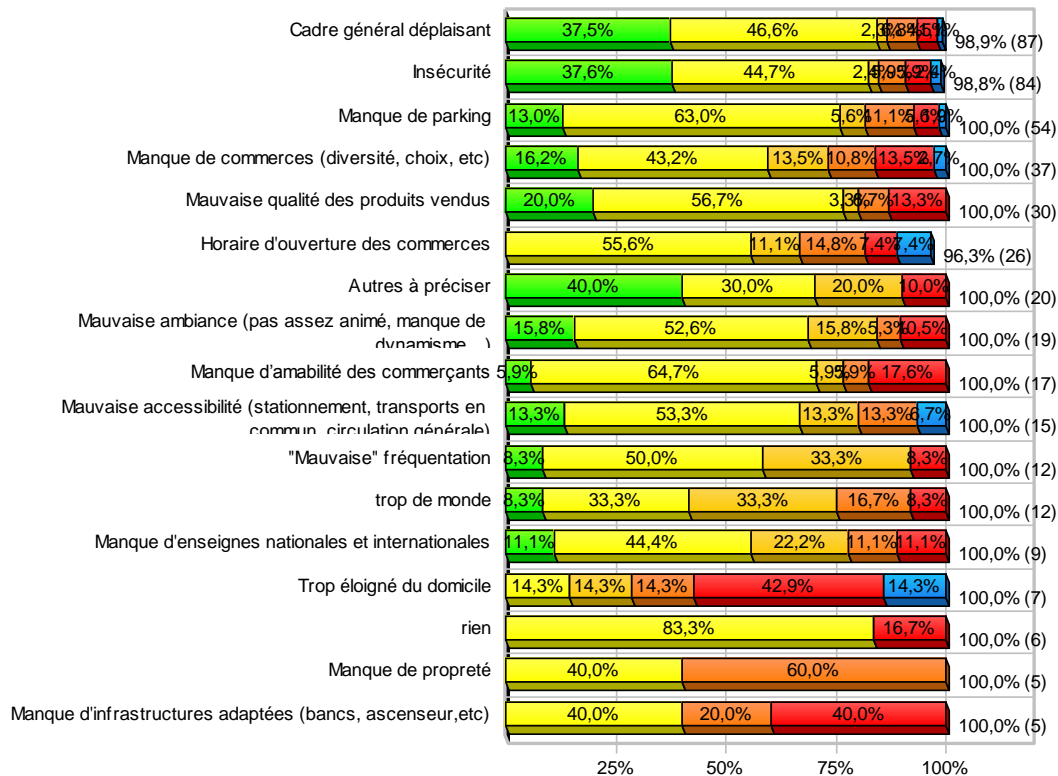
« Pour quelle raison venez-vous dans un des pôles commerciaux ? » indépendamment du pôle commercial

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



« A quelle fréquence venez-vous dans un des pôles commerciaux et combien de temps comptez-vous y passer ? »

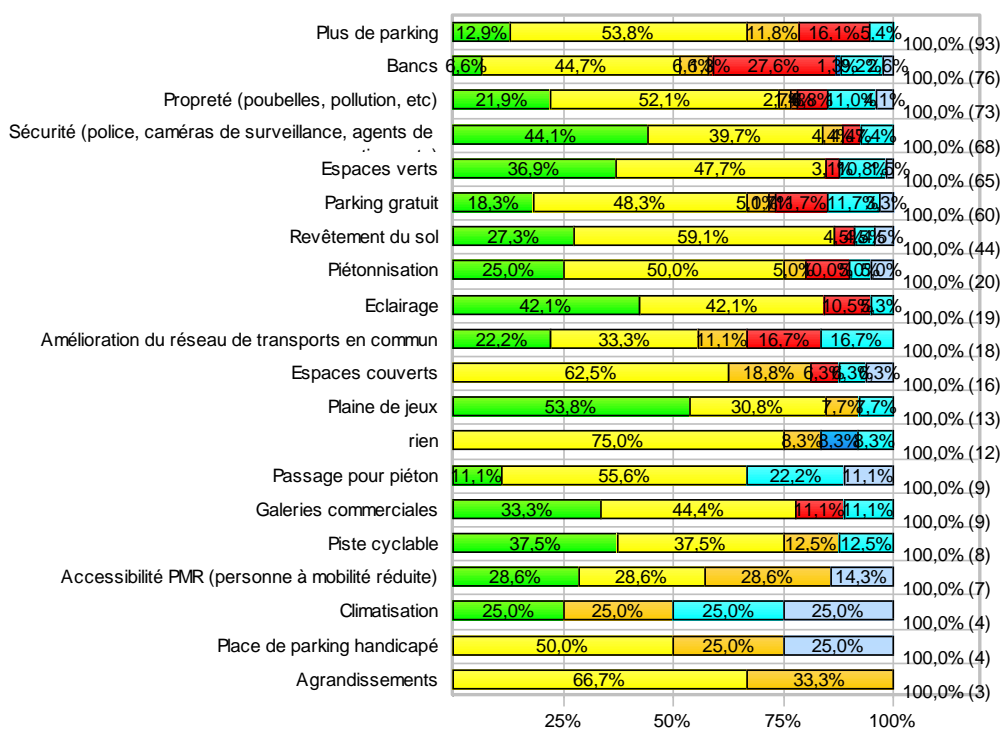
■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
 ■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



« Quels sont les points faibles du pôle commercial selon vous ? En fonction de la

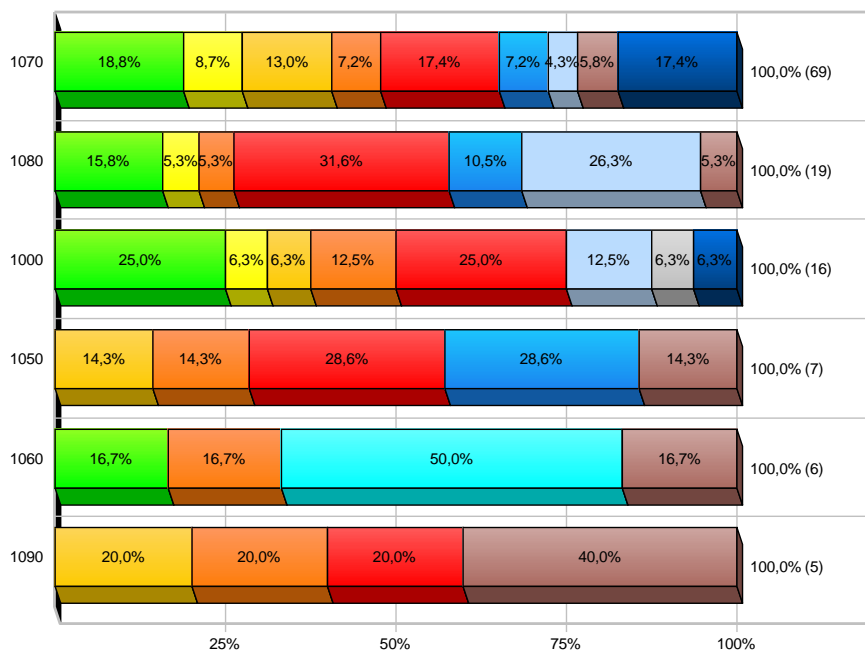
fréquentation. »

■ Tous les jours (7x / semaine)
 ■ Une à plusieurs fois par semaine
 ■ 2x / mois (tous les 15 jours)
 ■ 1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an/1x / mois (tous les mois)
 ■ Une à plusieurs fois par an
■ Moins d'une fois par an ou jamais (c'est la 1ere fois)



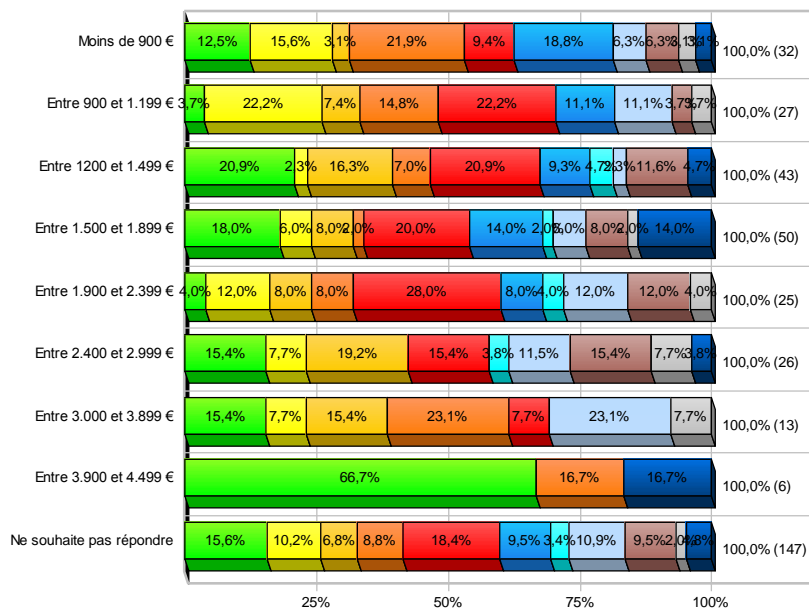
« Selon vous, que pourrait améliorer la commune en termes d'aménagements urbain pour le pôle commercial ? » En fonction de la fréquentation.

■ Moins de 15 minutes ■ 15-30 minutes ■ 30 minutes ■ Entre 30 minutes - 1 heure ■ 1 heure ■ Entre 1h - 1h30 ■ 1h30
■ Entre 1h30 - 2h ■ Entre 2h - 3h ■ Entre 3h et 4h ■ Plus de 4h



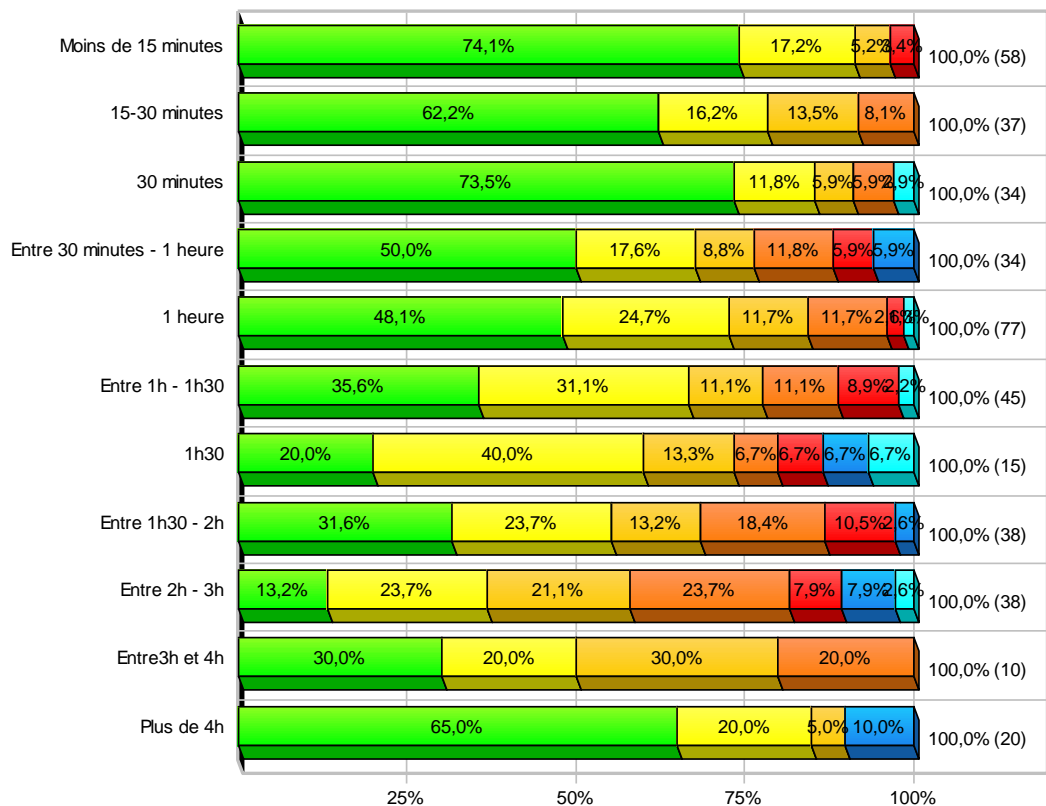
« Combien de temps passez-vous dans un des pôles commerciaux ? » en fonction de la commune de résidence.

■ Moins de 15 minutes ■ 15-30 minutes ■ 30 minutes ■ Entre 30 minutes - 1 heure ■ 1 heure ■ Entre 1h - 1h30 ■ 1h30
■ Entre 1h30 - 2h ■ Entre 2h - 3h ■ Entre 3h et 4h ■ Plus de 4h

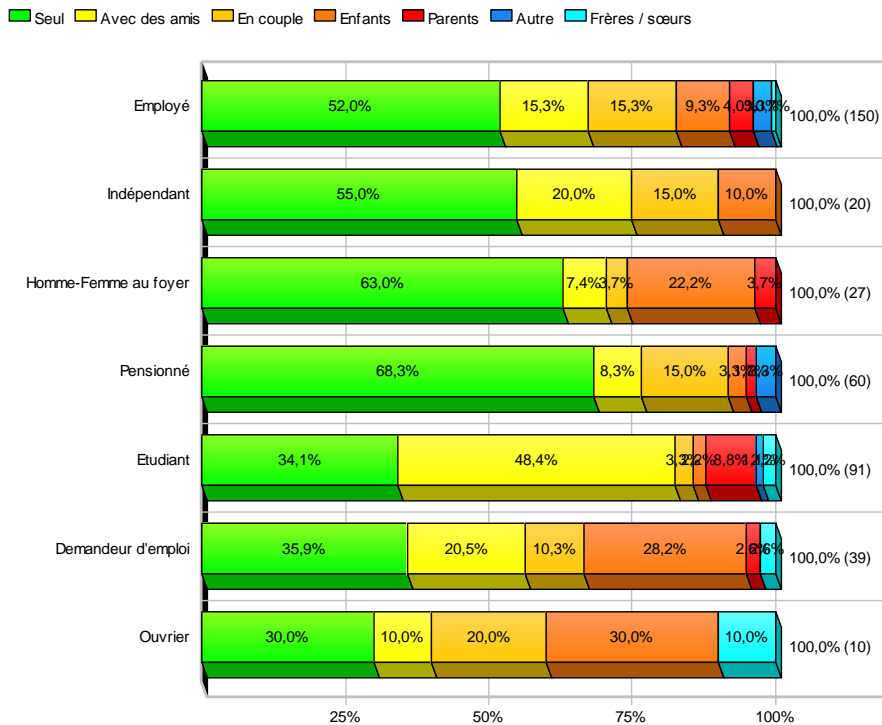


« Combien de temps passez-vous dans un des pôles commerciaux ? » en fonction du revenu mensuel des ménages.

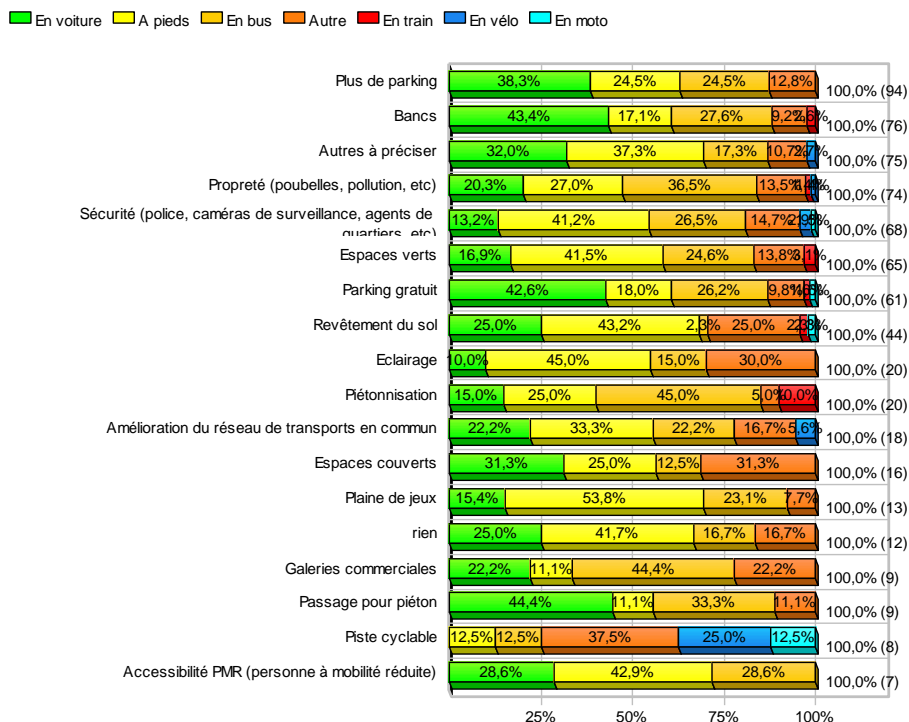
■ Seul
 ■ Avec des amis
 ■ En couple
 ■ Enfants
 ■ Parents
 ■ Autre
 ■ Frères / sœurs



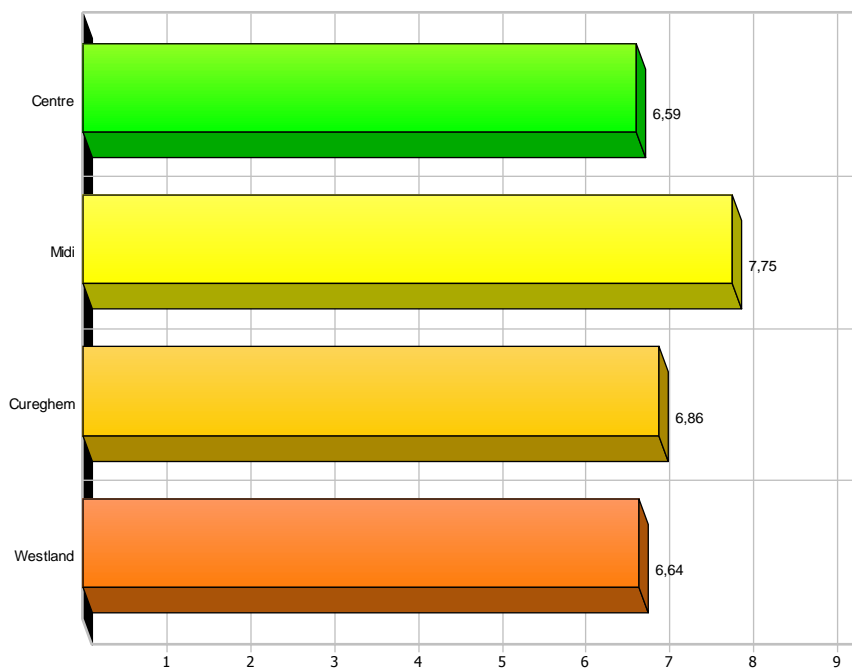
« Combien de temps passez-vous dans le pôle commercial ciblé et venez-vous accompagné ou seul ? »



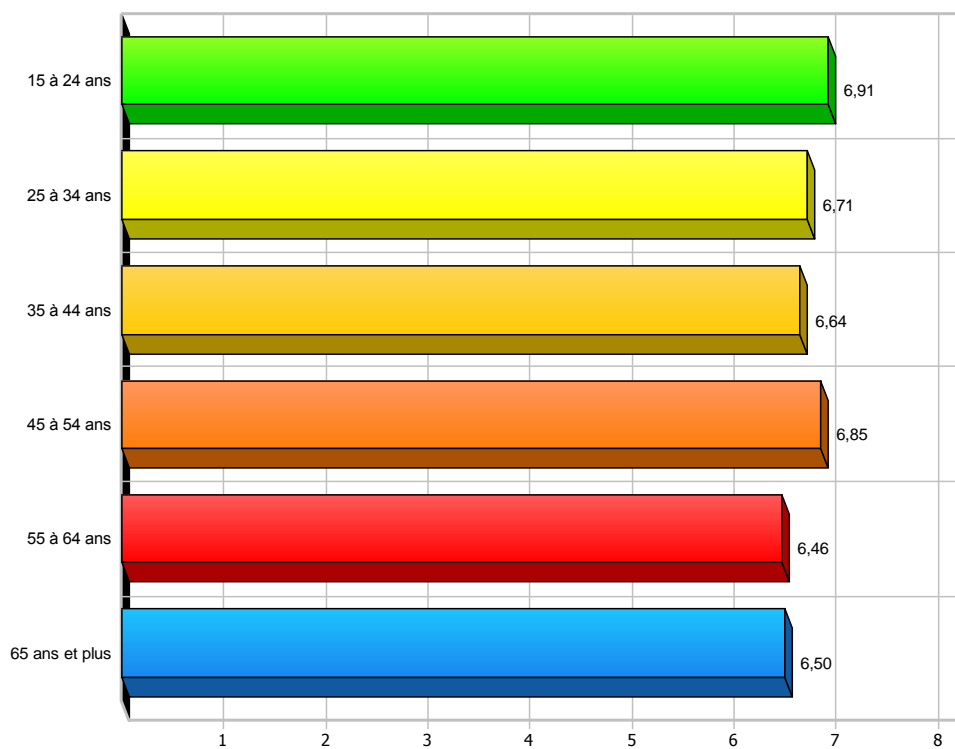
« Venez-vous seul ou accompagné dans le pôle commercial ciblé ? » En fonction du statut socioprofessionnel



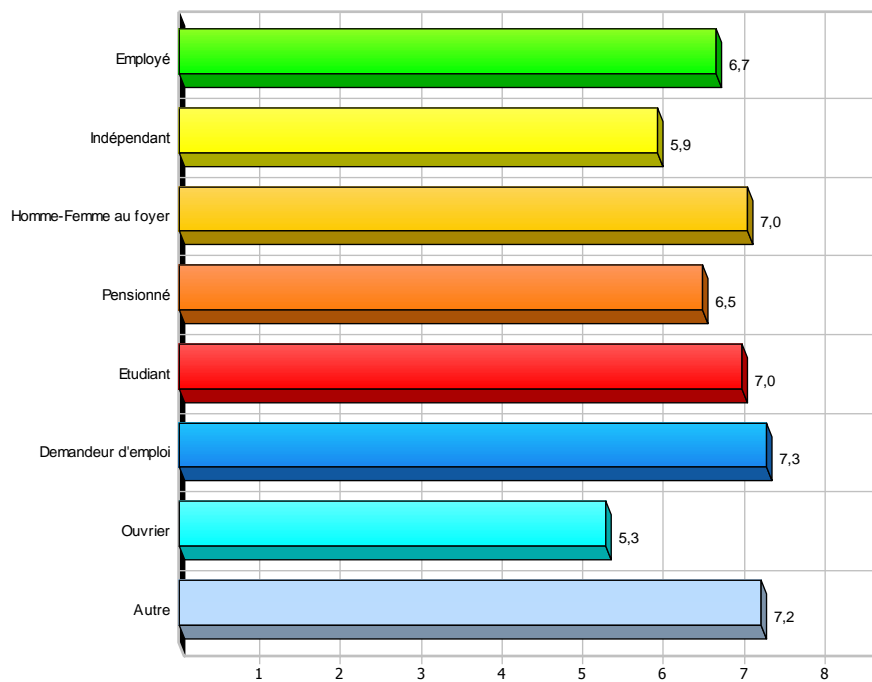
« Selon vous que pensez-vous que la commune doit améliorer ? » En fonction du moyen de transport utilisé par l'enquêté pour se rendre dans l'un des pôles commerciaux



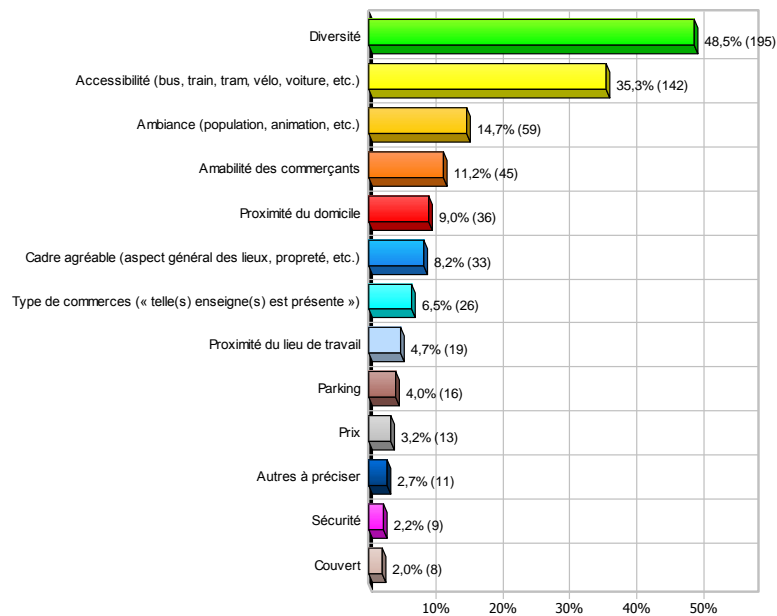
« Satisfaction générale sur une échelle de 1 à 10 des différents pôles commerciaux enquêtés »



« Satisfaction globale sur une échelle de 1 à 10 en fonction de l'âge des personnes interrogées »

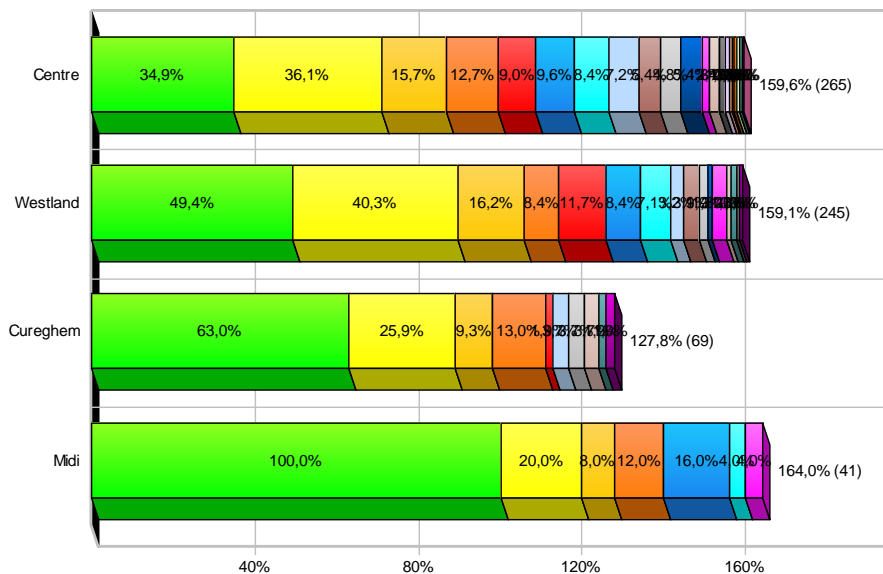


« Satisfaction globale sur une échelle de 1 à 10 en fonction de la situation socioprofessionnelle des personnes interrogées »

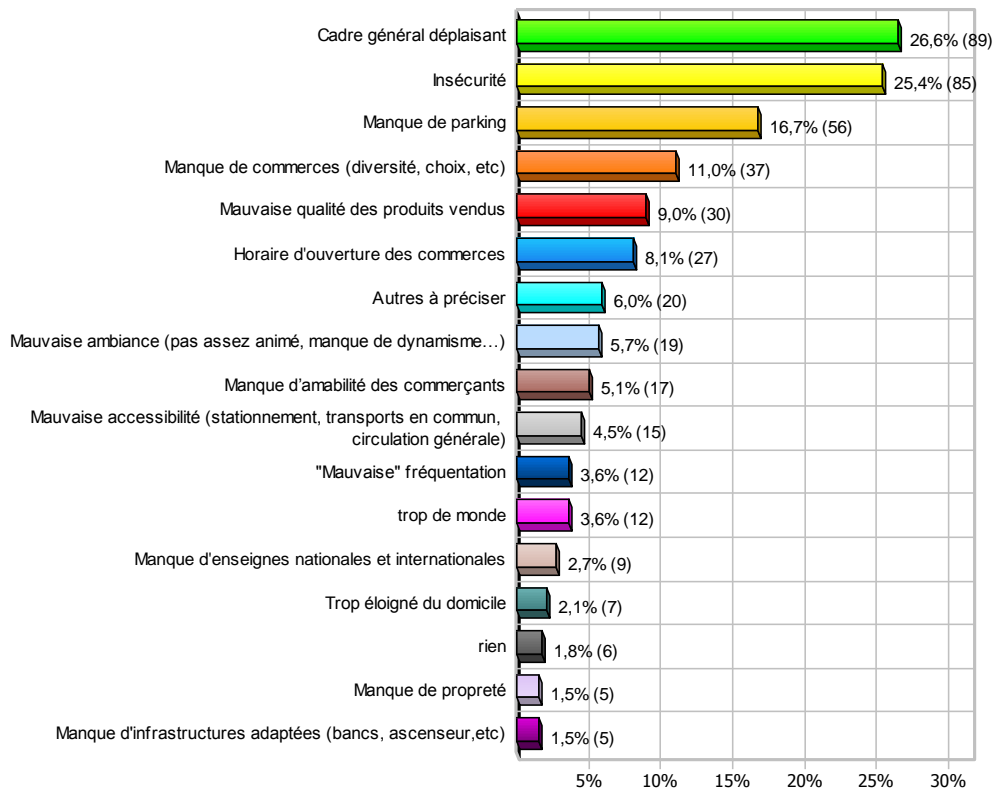


« Les points forts des pôles commerciaux, tous pôles confondus »

■ Diversité ■ Accessibilité (bus, train, tram, vélo, voiture, etc.) ■ Ambiance (population, animation, etc.)
■ Amabilité des commerçants ■ Proximité du domicile ■ Cadre agréable (aspect général des lieux, propreté, etc.)
■ Type de commerces (« telle(s) enseigne(s) est présente ») ■ Proximité du lieu de travail ■ Parking ■ prix ■ Autres à préciser
■ Sécurité ■ couvert ■ Qualité des produits vendus ■ Stationnement ■ proximité du centre ■ popularité
■ plus d'offre que de demande ■ concurrence ■ petit ■ Fermeture tardive des commerces
■ zone pour les mamans et leurs enfants ■ proximité ■ petits commerçants indépendants

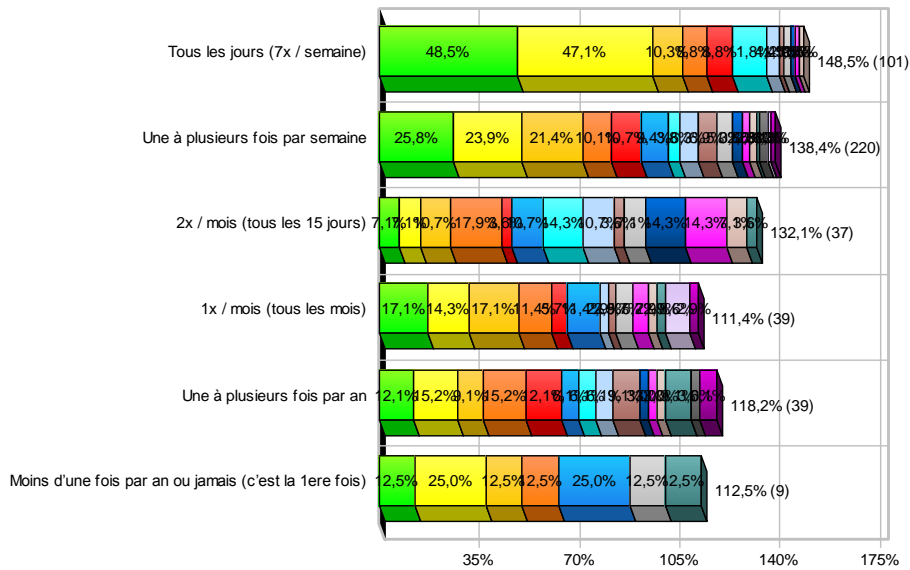


« Points forts retenus en fonction des différents pôles commerciaux enquêtés »

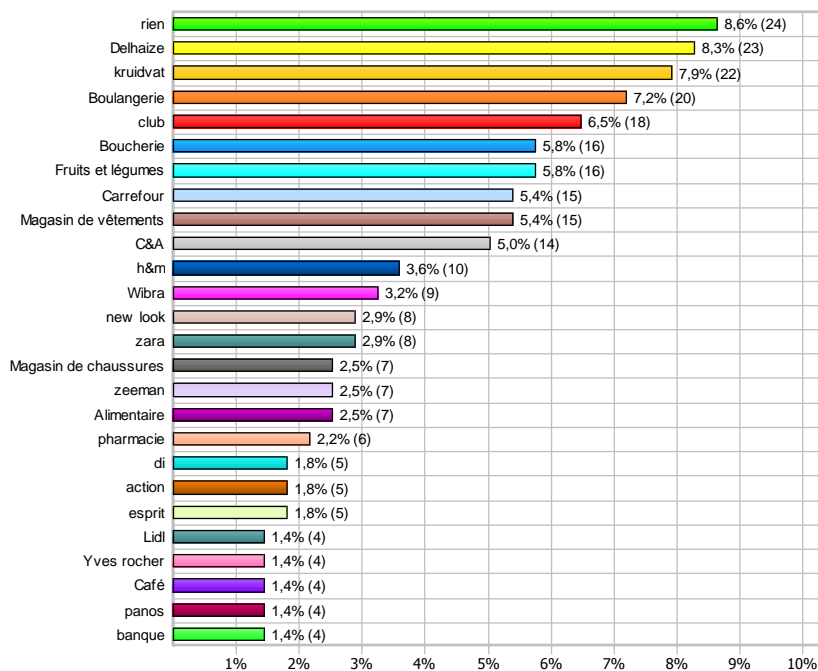


« points faibles retenus par les enquêtés, tous pôles commerciaux confondus »

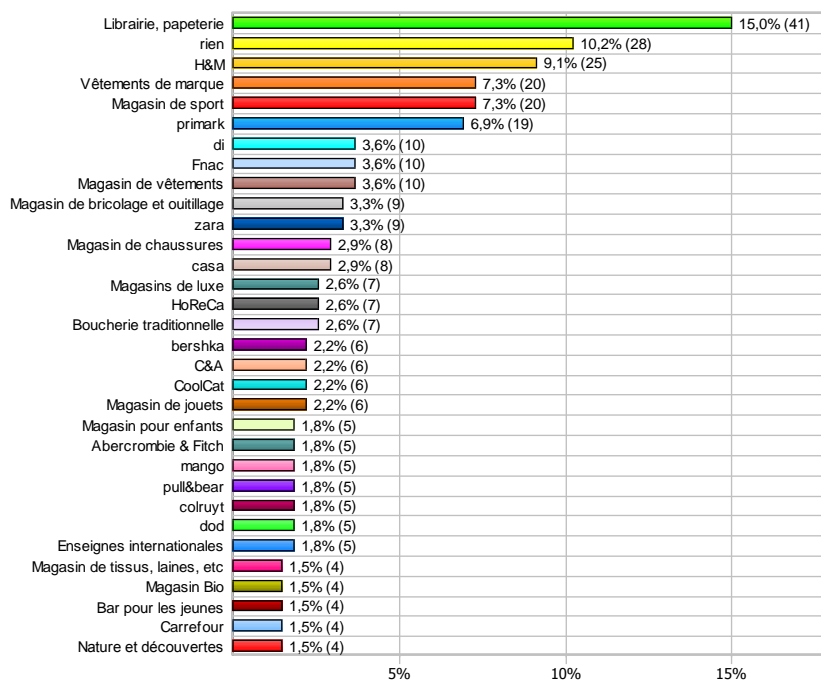
■ Cadre général déplaisant ■ Insécurité ■ Manque de parking ■ Manque de commerces (diversité, choix, etc)
■ Mauvaise qualité des produits vendus ■ Horaire d'ouverture des commerces ■ Autres à préciser
■ Mauvaise ambiance (pas assez animé, manque de dynamisme...) ■ Manque d'amabilité des commerçants
■ Mauvaise accessibilité (stationnement, transports en commun, circulation générale) ■ "Mauvaise" fréquentation ■ trop de monde
■ Manque d'enseignes nationales et internationales ■ Trop éloigné du domicile ■ rien ■ Manque de propreté
■ Manque d'infrastructures adaptées (bancs, ascenseur, etc)



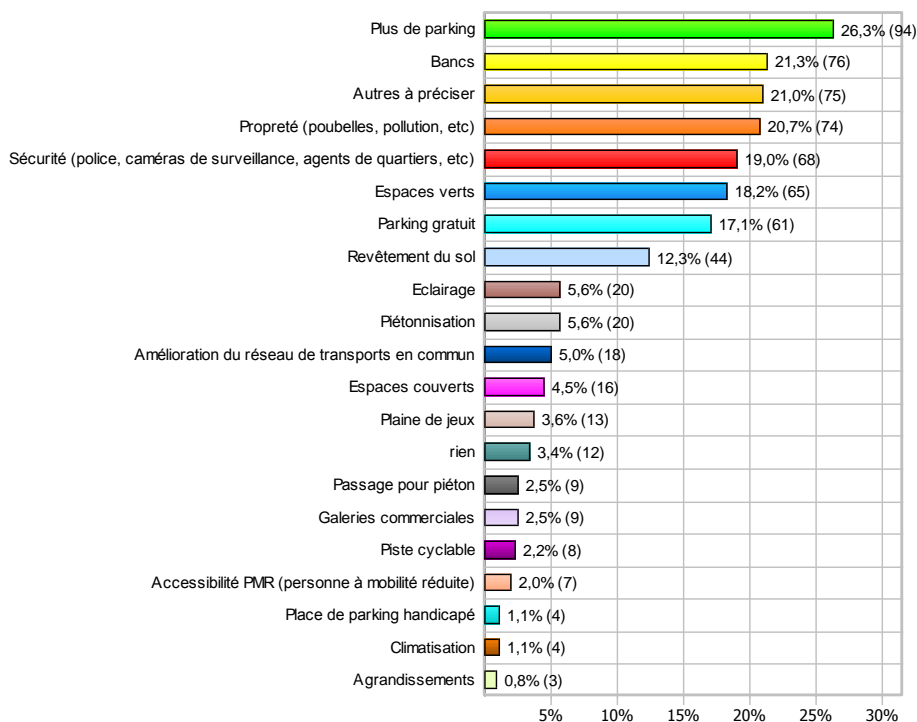
« Les points faibles des pôles commerciaux en fonction du taux de fréquentation de celui-ci »



« Aujourd'hui, dans quels commerces allez-vous effectuer vos achats ? » tous pôles confondus.

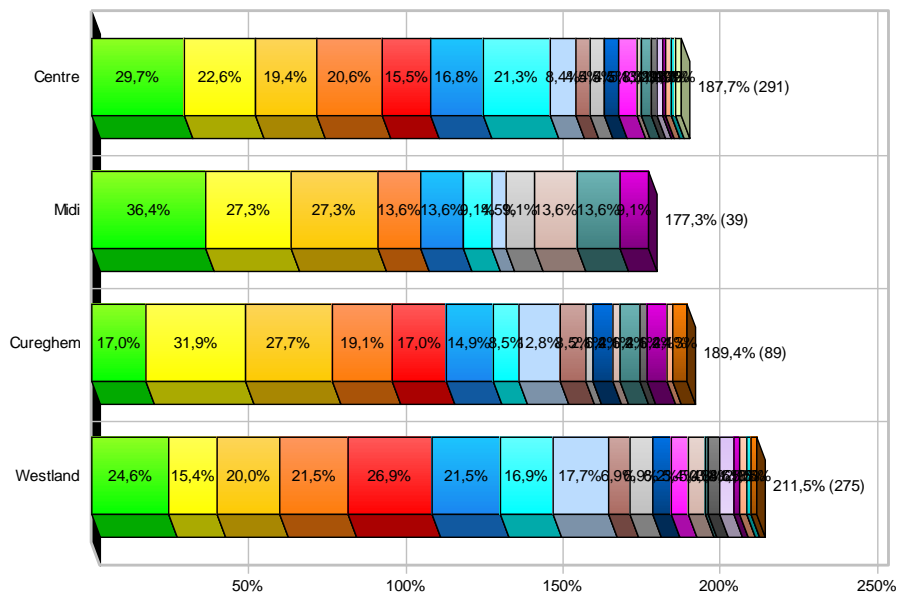


« Citez dans l'ordre 3 magasins que vous aimeriez voir s'implanter dans ce pôle commercial ? »



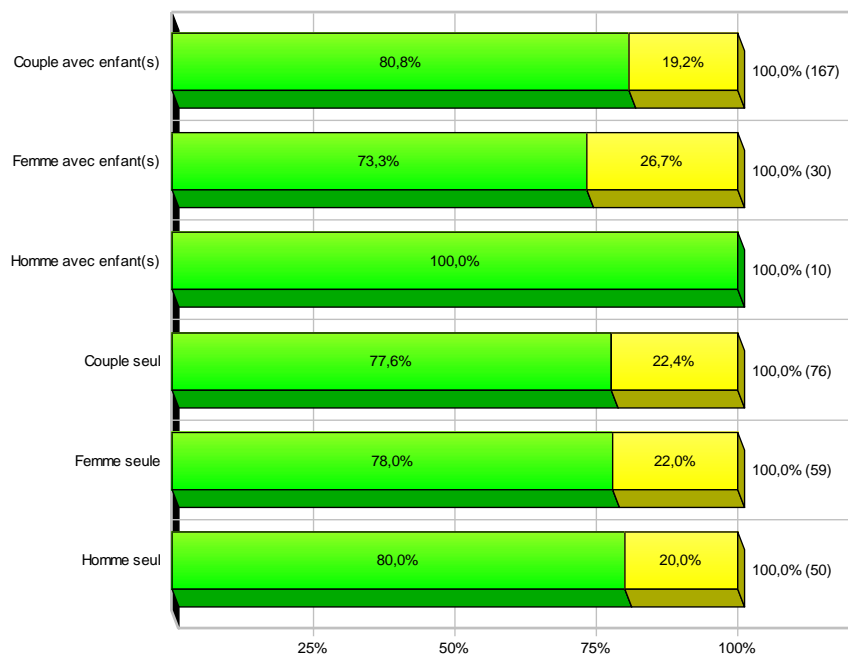
« Selon vous qu'est-ce que la commune pourrait améliorer en terme d'aménagements urbains pour le pôle commercial ? »

■ Plus de parking ■ Bancs ■ Autres à préciser ■ Propreté (poubelles, pollution, etc)
■ Sécurité (police, caméras de surveillance, agents de quartiers, etc) ■ Espaces verts ■ Parking gratuit ■ Revêtement du sol
■ Eclairage ■ Piétonnisation ■ Amélioration du réseau de transports en commun ■ Espaces couverts ■ plaines de jeux ■ rien
■ Passage pour piéton ■ Galeries commerciales ■ Piste cyclable ■ Accessibilité PMR (personne à mobilité réduite)
■ Place de parking handicapé ■ climatisation ■ Agrandissements

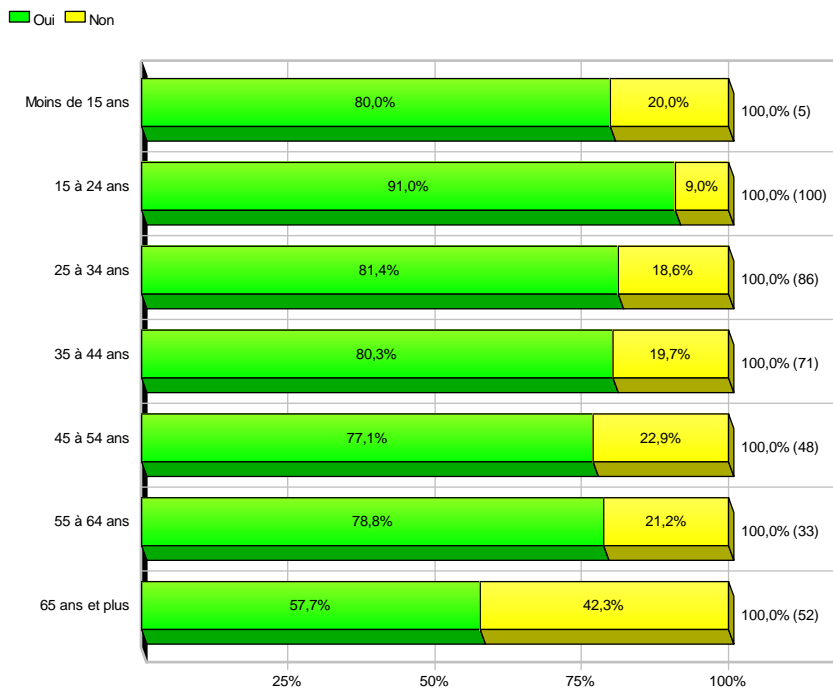


« Selon vous qu'est-ce que devrait faire la commune en terme d'aménagements urbains pour le pôle commercial » pour chaque pôle sondé.

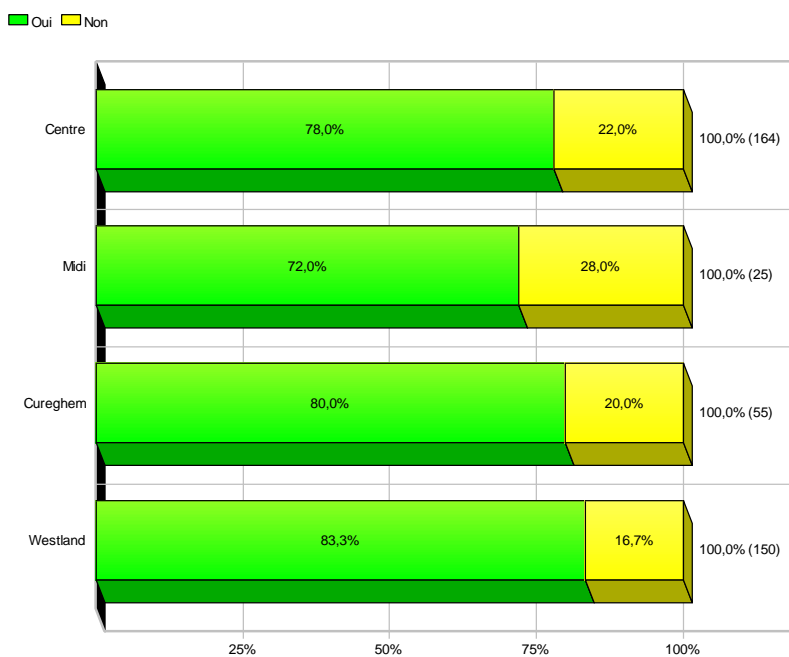
■ Oui ■ Non



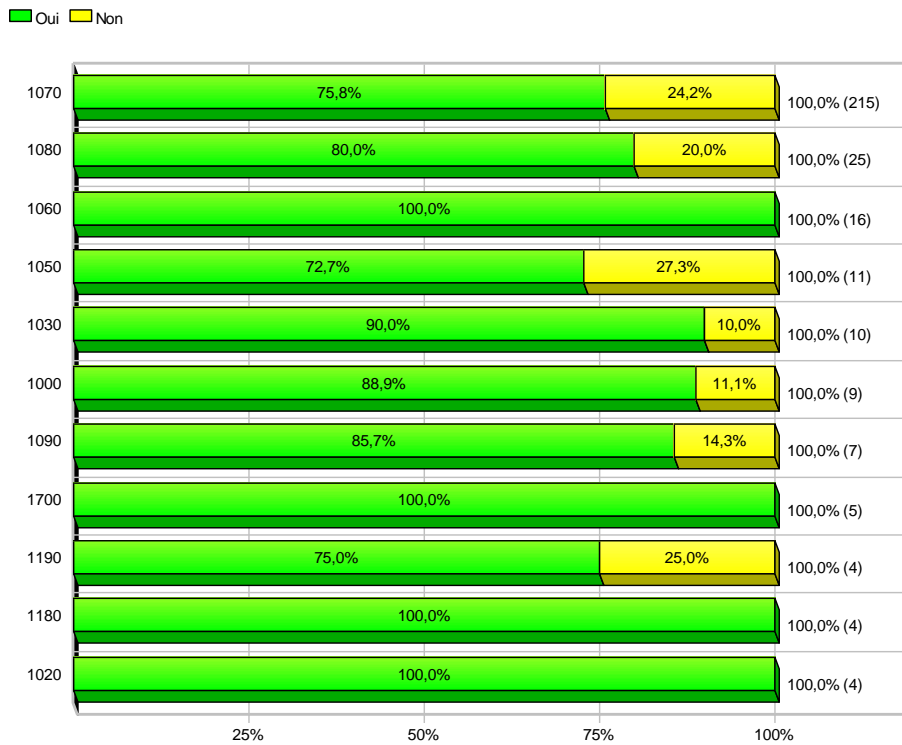
« Faites-vous du shopping ailleurs qu'à Anderlecht? Et quelle est la composition de votre ménage ? »



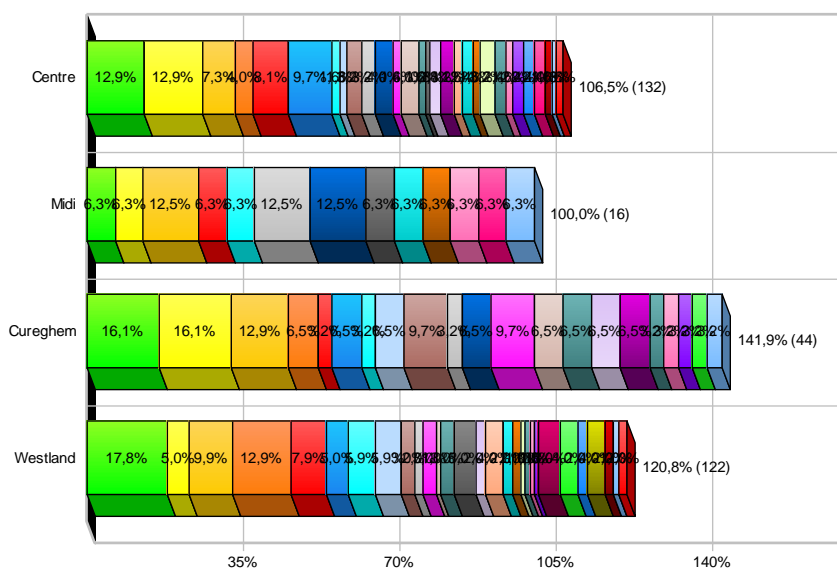
« Faites-vous du shopping ailleurs qu'à Anderlecht et dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ? »



« Faites-vous du shopping ailleurs qu'à Anderlecht ? » En fonction du pôle commercial



« Faites-vous du shopping ailleurs qu'à Anderlecht, et dans quelle commune habitez-vous ? »



« Citez dans l'ordre 3 nouveaux magasins que vous souhaiteriez voir s'implanter dans ce pôle commercial » En fonction des différents pôles.