

## Gigantisme zet economie en samenleving onder druk

Gigantisme betekent letterlijk een buitenmaatse of ziekelijke groei. Het is een medische term die gebruikt wordt om de negatieve gevolgen van buitensporig grote ondernemingen te beschrijven.

Het belangrijkste negatieve gevolg is **oneerlijke concurrentie**. Grote bedrijven beschikken over grotere reclamebudgetten en kunnen zo een soms minderwaardig product toch concurrentieel in de markt zetten en houden. Ze beschikken daarbij over big data over consumentenvoorkeuren waardoor ze een commerciële voorsprong hebben in hun marketing. Hun grootte zorgt ook voor schaalvoordelen in hun productie en logistiek en ze kunnen meer financiële risico's nemen. In de praktijk blijkt ook dat grote bedrijven relatief minder belastingen betalen dan kleinere bedrijven. Het gevolg is een schraler aanbod voor de consument.

## Waarom is lokale economie zo belangrijk ?

Een lokale gemeenschap en ondernemers staan dus tegenover **uitdagingen** en trends waar een (lokale) overheid zelf weinig aan kan doen. De uitdaging voor lokale ondernemers is dus zichzelf voortdurend opnieuw uit te vinden. Bijvoorbeeld door te specialiseren in diensten of ambachtelijke producten zijn en niet zomaar te vinden zijn via internet of om producten te verkopen waarvoor service belangrijk is want service vind je moeilijker op internet of kan je niet altijd zomaar op afstand aanbieden. Kleinere ondernemingen zullen dus moeten concurreren met nieuwe niches, specialisatie, kwaliteit of een lagere prijs.

Het komt er dus op aan te zoeken naar **opportunities**. Er is een tendens dat men meer in dorpskernen gaat wonen en er zijn meer eenpersoonsgezinnen. Bovendien is er een tendens van meer mensen zonder auto (ouderen verhuizen uit hun te groot huis naar dorpskernen – jongeren hebben later of bewust geen rijbewijs. Deze mensen zonder auto zijn daardoor aangewezen op dienstverlening in de buurt.

Lokale economie is niet enkel een opportuniteit, maar ook belangrijk voor een lokale gemeenschap. Het belang van lokale economie is uiteraard om te beginnen **financieel**; het zorgt voor inkomen voor een groot deel van de burgers en voor de overheid via belastingen: 68% van de werknemers werken in Vlaanderen voor een kmo. Maar het belang van lokale economie is veel ruimer.

De lokale economie heeft als belangrijke werkverschaffer ook een **sociaal belang**: in een sterke lokale economie is er namelijk ook plaats voor sociale economie, bijvoorbeeld voor mensen met een beperking - kijk naar de stad Geel waar veel lokale werkgevers in feite ook mantelzorgers zijn.

Tenslotte heeft een lokale economie ook een **ecologisch belang**. De **korte keten economie** in bijvoorbeeld de voeding wil lokale productie en consumptie fysiek dicht bij elkaar brengen. Het zorgt daardoor voor minder kilometers transport én tegelijk voor meer lokale tewerkstelling. #KoopLokaal is het antwoord op de ecologische vraag naar minder transport. Ook de **circulaire economie**, (in de ruime zin van het woord, dus ook de recyclage en herstel van toestellen) betekent minder uitgaven voor consumenten en zorgt voor minder afval en minder transport.

PRO gelooft daarom sterk in het belang van een gezonde lokale economie en streeft naar ruimer **integratie tussen economie en samenleving**: een sterke lokale economie versterkt een lokale gemeenschap en omgekeerd.

## Lokale economie is meer dan horeca en detailhandel

Het mag duidelijk zijn dat lokale economie veel ruimer is dan de detailhandel en horeca. Voor PRO gaat lokale economie over **alle zelfstandigen** en **elke activiteit die direct of indirect** economische activiteit genereert.

Dit betekent dus ook **landbouwers** en **vrije beroepen**, de **informele economie**, maar evengoed **start ups**, **coöperaties**, **kmo's** en **fair trade organisaties**.

**Toerisme** (cultuur, erfgoed, (groene) recreatie,...) is ook een deel van de lokale economie.

De **wekelijkse markt** (of gelegenheidsmarkten, - evenementen) zijn weliswaar geen lokale mensen en zelfs een concurrentie voor een aantal lokale handelaars, maar ze zijn tegelijk toch een regionale aantrekkingspool.

Een voorbeeld van een PRO-lid uit Merchtem:

[https://promerchtem.be/mensen\\_detail.asp?kandidaat=59](https://promerchtem.be/mensen_detail.asp?kandidaat=59)

## Hoe kunnen we een lokale economie versterken ?

PRO ziet voor de gemeente belangrijke rollen om de lokale economie te versterken.

### 1. Overheid als regisseur

#### 1.1. Projectmanager

De overheid moet als regisseur **initiatieven** nemen.

PRO ziet weinig in rechtstreekse financiële interventie (subsidie, waardebonnen, ...), maar gelooft meer in een **sterke overheid als regisseur**. PRO wil zelfs investeren in een **projectmanager 'lokale economie'**. Het is een ambtenaar die de regie mee moet helpen inspireren, uitwerken en uitvoeren in samenwerking met de adviesraad 'lokale economie'. PRO wil met deze projectmanager onder andere werken aan de beleidsacties in dit document.

Een lokale overheid moet ook de rol spelen van **interface** tussen de lokale economie en de **hogere overheden**. Denken we maar aan het aantrekken van subsidies van hogere overheden of beslissingen die impact hebben op de mobiliteit naar de gemeente. Of denken we maar aan allerlei informatie en vorming.

#### 1.2. Herbestemming van niet gebruikte gebedshuizen en historische panden

<https://stad.gent/sites/default/files/media/documents/Stadsmagazine%20januari%202021.pdf>

<https://lokaalbestuur.vlaanderen.be/financiering/fiscaliteit/opcentiemen-en-aanvullende-belastingen/heffingen-ter-bestrijding-van-leegstand-en-verkrotting>

Gebedshuizen kan men bijvoorbeeld herinrichten voor gemeentelijke diensten (bib , cultuur).

#### 1.3. Citymarketing

PRO wil een gemeente **aantrekkelijk maken voor buitenstaanders**. De aantrekkelijkheid en identiteit van een gemeente worden bepaald door alles wat er te zien, te beleven en te doen valt.

Een gemeente moet aantrekkelijk zijn voor **occasionele bezoekers**, voor shoppers, maar ook voor recreatie (cultuur en natuur) en toerisme. Een gemeente moet echter ook aantrekkelijk zijn voor **permanente bezoekers**, met name de mensen die overwegen om er te komen/blijven wonen of er een economische activiteit willen starten. Een voorbeeld is het beleid van de stad Antwerpen in het verleden om jonge gezinnen in de stad te houden.

Een belangrijke leidraad daarbij is **beleving** en dan speelt de inrichting van de openbare ruimte een belangrijke rol : de sfeer, de verlichting, (residentieel) groen, bereikbaarheid, parkeren (aanbod afstemmen).

PRO wil de troeven van een gemeente uitspelen in campagnes en **publiciteit** via diverse kanalen.

PRO wil deze doelstelling als een specifieke opdracht voor een Schepen.

Pulptuur is een familiefestival dat georganiseerd wordt door de de cultuurdienst van de gemeente Kapellen. Kleinere artiesten en performers krijgen via loting de kans om het beste van zichzelf te tonen. Het is een voorbeeld hoe de gemeente Kapellen zich regionaal in de kijker zet.

## 2. Overheid als platform: adviesraad lokale economie

PRO gelooft in de **collectieve intelligentie en creativiteit** van burgers (zie onze visie) en wil daarom de stakeholders mee betrekken bij het beleid. PRO wil daarvoor een volwaardige adviesraad 'lokale economie' die bij specifieke beleidsdomeinen betrokken wordt: ruimtelijke ordening, mobiliteit, investeringsklimaat, ...

De adviesraad start als een taskforce en zoekt oplossingen voor de huidige impasse en problemen in de lokale economie. Het is een creatief team dat mogelijk tijdelijk is maar waaruit na verloop een lange termijn werking voortvloeit.

De samenstelling van de adviesraad kan in functie daarvan evolueren.

Mogelijke projecten van zo'n adviesraad :

**Netwerkevenementen** zoals in Kortenberg, waar lokale ondernemers elkaar ontmoeten en waar nieuwe ondernemers voorgesteld worden. Het biedt kansen aan onderlinge handelsopportunities)



Het eerste Netwerkmoment voor Kortenbergse ondernemers dat op maandag 20 mei plaatsvond in GC Colomba was een groot succes met bijna 150 deelnemers. Wordt zeker vervolgd!

**Niche-evenementen** zoals het wekelijkse “boerenmarktje” in Kapellen of oogstfeesten.

**Culturele evenementen met plaats en/of samenwerking met de lokale ondernemers**, zoals de dorpsdag in Kapellen waar naast de verenigingen ook lokale ondernemers plaats krijgen om zich te presenteren. Het is aan de adviesraad om bij dergelijke evenementen te pleiten voor samenwerking met en plaats voor lokale ondernemers.

**Integratie in diverse communicaties** en acties zoals bijvoorbeeld <http://www.duurzamegemeente.be> en <https://www.heerlijklokaal.be/>

### 3. Overheid als facilitator: investeringsklimaat scheppen

Een aantrekkelijk investeringsklimaat begint met een duidelijke visie met een plan dat perspectief biedt voor de ondernemers met de lokale overheid als trouwe partner.

De inrichting van de publieke publieke ruimte:

- gezelligheid, terrasjes,
- veiligheid, straatverlichting, optimaliseren van sociale controle
- mobiliteit en bereikbaarheid, verhouding kwetsbare weggebruikers en auto's verbeteren, parkeerbeleid dat vraag en aanbod op elkaar afstemt
- openbaar vervoer, deelfietsen (bakfietsen of fietsen met een winkelmandje)

- stadsmeubilair en verfraaiing (groen)
- een gunstig fiscaal beleid (minstens voor startups)
- acties en activiteiten die publiek aantrekken (manifestaties, optredens, markten...)
- woon-, horeca en winkelfuncties vermengen: aparte ingang voor woning in de bouwschriften

### 3.1. Buurten economisch aantrekkelijk maken met een grond en pandenbeleid

#### 3.1.1. Commerciële leegstand aanpakken

Gemeenten kunnen leegstaande bedrijfsruimten op de 'gemeentelijke lijst' opnemen. Deze kan daarna in de Vlaamse "inventaris" worden opgenomen. Die inventaris wordt jaarlijks bijgewerkt. Wanneer een bedrijfsgebouw minstens 3 jaar in de inventaris staat, moet de eigenaar een leegstandsheffing betalen. Deze heffing gaat niet naar de gemeente, maar naar het zogenaamde "Vernieuwingsfonds".

PRO stelt zich luidop de vraag of lokale ambtenaren en het gemeentebestuur niet te dicht staan bij de betrokkenen op pv's te maken.

PRO gelooft echter ook in een positieve aanpak, zoals gemeenschappelijke initiatieven met huiseigenaren. Daarbij worden pandeigenaren overtuigd om contracten aan te gaan met een lager startbedrag.

#### 3.1.2. Als een wijk achteruit gaat, moet een lokale overheid met een grond en pandenbeleid een buurt aantrekkelijker maken.

PRO kijkt daarbij naar het voorbeeld van AG Vespa in Antwerpen dat met aankoop en transformatie van panden een buurt aantrekkelijker maakt.

PRO wil daarvoor de Vlaamse subsidies gebruiken die hiervoor beschikbaar zijn. PRO wil hierbij de adviesraad lokale economie betrekken.

### 3.2. Huisvesting voor (startende) kleine en middelgrote ondernemingen

Door het gebrek aan ruimte (Vlaanderen is dichtbevolkt) is de Vlaamse vastgoedmarkt oververhit, zowel voor woningen als voor commercieel vastgoed. Fysieke ruimte is daardoor dikwijls te duur voor (startende) ondernemers.

PRO wil met een grond- en pandenbeleid vastgoed verwerven en een deel als eigenaar behouden. De overheid kan zo haar vastgoed door middel van erfpacht en recht van opstal ter beschikking stellen van ondernemingen (en van een sociaal huisvestingsbeleid). PRO kijkt daarbij naar het voorbeeld van het Antwerps Havenbedrijf die dit al decennialang met succes toepast.

Op deze manier heeft de onderneming minder kapitaal nodig en blijft de overheid de regisseur omdat zij de economische activiteiten en de voorwaarden kan bepalen.

Idee is bijvoorbeeld een apart (digitaal) *warenhuis* - pand van de overheid dat aan een lage prijs wordt verhuurd

<https://locatus.com/>

## 4. Toegang van kmo's tot overheidsopdrachten

Kmo's en overheidsopdrachten vormen geen vanzelfsprekend huwelijk. Uit de praktijk bleek dat een aantal elementen de toegang van kmo's tot overheidsopdrachten verhindert, zoals

1. een aanzienlijke administratieve last,
2. te lange betalingstermijnen,
3. een gebrek aan informatie of kennis (zowel van onderneming als van overheid) en te complexe overheidsopdrachten.

De Europese wetgever is van mening dat aanbestedingen daarom moeten worden aangepast aan de behoeften van de kmo en voorzag daarvoor de Richtlijn 2014/24/EU.

Op federaal niveau werd de Europese wetgeving omgezet en aangevuld met de wet van 17 juni 2016 inzake overheidsopdrachten.

De FOD Economie heeft voor aanbestedende overheden ook een charter opgesteld, bestaande uit 13 principes en geformuleerd vanuit een juridisch perspectief, met bijhorende doelstellingen.

Het charter wil bestaande onevenwichten rechttrekken en elke onderneming gelijke kansen bieden zodat zij kan deelnemen aan overheidsopdrachten.

PRO wil de adviezen uit dit charter gemeentelijk toepassen.

## 5. Bovenlokaal beleid ten behoeve van lokale economie en coöperaties

Een aantal beleidsmaatsinitiatieven gebeuren beter op bovenlokaal niveau in plaats van op gemeentelijk niveau.

### 5.1. Financiering van haalbaarheidsstudie

Vandaag lopen er burgers rond met ambitieuze en realistische coöperatieve plannen. De missing link tussen het idee en het daadwerkelijk oprichten van een solide vennootschap, is een haalbaarheidsstudie. Maar meestal ontbreken tijd, geld en kennis voor een ondernemings- en financieel plan dat de plannen realistisch kadert. Overheidsmaatregelen uit het verleden (o.a. de adviespremie voor startende ondernemingen in de sociale economie) toonden aan dat coöperatieve projecten succesvol starten dankzij een financiële tussenkomst van de overheid voor een haalbaarheidsonderzoek. We pleiten voor een resultaatgerichte en geplafonneerde financiering: bijv. 50% overheidstussenkomst als het project niet uit de startblokken komt met een plafond van 2.500 € en een overheidstussenkomst van 75% als het project daadwerkelijk leidt tot de oprichting van een coöperatieve vennootschap met een plafond van 8.000 €.

### 5.2. Digitale deelplatformen

We pleiten voor een faciliterende overheid met onder andere de rol als platform. Lokaal kan dit door bijvoorbeeld een adviesraad, bovenlokaal als digitaal deelplatform.

Buitenlandse voorbeelden (maar ook het Brusselse Urbike, [www.urbike.be](http://www.urbike.be)) bewijzen dat via de coöperatieve vennootschap de voordelen van de digitale deelplatformen (o.a. de technologische innovatie en de klantvriendelijkheid) gecombineerd kunnen worden met degelijke statuten voor de flexwerkers. Dit dankzij haar lokale verankeringen en haar eigenheid die eerder streeft naar het bevredigen van de behoeften van haar vennoten, dan het maken van winst.

### 5.3. Lokale energiegemeenschappen

Twee Europese richtlijnen, de Vierde Elektriciteitsrichtlijn en de herschikte Richtlijn Hernieuwbare Energiebronnen, introduceren enkele nieuwe concepten. Deze concepten zijn enerzijds gericht op de activering van afnemers door het bevorderen van hun rechtstreekse deelname aan de energiemarkt, op zowel individuele als collectieve basis, en anderzijds op het verbruik van zelfopgewekte hernieuwbare energie.

Concreet betreft het de concepten 'actieve afnemer' en 'energiegemeenschap van burgers' in de Vierde Elektriciteitsrichtlijn, en de concepten 'zelfverbruiker van hernieuwbare energie', 'gezamenlijk optredende zelfverbruikers van energie' en 'hernieuwbare-energiegemeenschap' in de beschikbare Richtlijn Hernieuwbare Energiebronnen. Om in de praktijk te kunnen starten met lokale energiegemeenschappen en de daaraan verbonden rechten, moeten deze eerst door het Vlaams Parlement en de Vlaamse Regering worden omgezet in Vlaamse regelgeving.