



Agentschap  
Ondernemen



Vlaanderen  
In Actie  
Pact 2020



# Handleiding oproep **RENOVATIE HANDELSPANDEN**

## Handelskernversterking

# Inhoud

<b>1 Algemene informatie over de oproep 'Renovatie handelspanden'</b>	<b>3</b>
1.1 Doelstelling en situering	3
1.2 Begunstigde voor de subsidie	3
1.3 Projecten 'Renovatie Handelspanden'	3
1.4 Toelichting bij de voorwaarden voor subsidiëring	3
1.5 Beschikbare middelen en subsidiepercentage	5
1.6 Communicatie over de oproep	5
<b>2 Organisatie van de oproep 'Renovatie handelspanden'</b>	<b>6</b>
2.1 Indieningsvereisten	6
2.2 Selectieprocedure	6
2.3 Ontvankelijkheidscriteria	7
2.4 Minimale reglementsbepalings	7
2.5 Beoordeling van de projecten	8
<b>3 Administratieve instructies voor projectpromotoren</b>	<b>9</b>
3.1 Administratieve afhandeling van de toegekende subsidie	9
3.2 Projectadministratie	9
3.3 Subsidiabele uitgaven	10
3.4 Betaling: aanvraag en afhandeling	11
<b>4 Contactinformatie</b>	<b>11</b>
<b>Bijlagen</b>	<b>12</b>
1. Situering van de oproep 'Renovatie handelspanden' in het programma Handelskernversterking'	12
2. Communicatieverplichtingen	14

# 1 Algemene informatie over de oproep 'Renovatie handelspanden'

## 1.1 Doelstelling en situering

De oproep 'Renovatie Handelspanden' heeft als doelstelling de steden en gemeenten te ondersteunen bij het opwaarderen van hun kernwinkelgebied. Aantrekkelijke handelspanden zijn van groot belang voor de uitstraling van een winkelstraat. Daarom wordt binnen deze oproep voorzien in een subsidie voor steden en gemeenten die een subsidiereglement opstellen ter ondersteuning van handelaars die hun handelspand willen renoveren.

Deze oproep situeert zich binnen een ruimer programma 'Handelskernversterking' met als globale doelstelling te komen tot een lokaal kernversterkend handelsbeleid op maat van iedere gemeente. In bijlage 1 vindt u meer informatie over het programma 'Handelskernversterking'.

## 1.2 Begunstigde voor de subsidie

De oproep richt zich specifiek naar de steden en gemeenten. Enkel stads- en gemeentebesturen kunnen projecten indienen.

## 1.3 Projecten 'Renovatie Handelspanden'

Binnen deze oproep kunnen steden en gemeenten een project indienen indien ze een subsidiereglement opstellen voor handelaars. De handelaars kunnen dan volgens dit reglement kosten indienen voor de renovatie van hun handelspand in het kernwinkelgebied.

De stad of gemeente beslist zelf over de modaliteiten van de subsidiëring voor renovatie van handelspanden. Ze neemt in het reglement op voor wie de subsidie precies bedoeld is (bepaalde straten, ouderdom/oppervlakte handelszaken,...), welk subsidiepercentage zij kunnen verkrijgen, welke subsidiabele kosten kunnen meegenomen worden, hoe zij de aanvraag moeten indienen...

De minimale reglementsbepalingen die vanuit Vlaanderen worden opgegeven (zie paragraaf 2.4) worden meegenomen in het reglement.

De maximale projectperiode is 3 jaar gerekend van bij de officiële start van het project. Het project moeten starten binnen de 6 maanden na het ontvangen van de toekenningsbrief van de subsidie, zo niet komt de subsidie voor het project te vervallen.

De steden en gemeenten staan zelf in voor het uitwerken en het beheer van de subsidiemaatregel.

## 1.4 Toelichting bij de voorwaarden voor subsidiëring

Steden en gemeenten kunnen binnen deze oproep een project indienen op voorwaarde dat het opgestelde subsidiereglement additioneel is ten opzichte van het huidige beleid, de stad of gemeente een detailhandelsvisie heeft en er binnen de stad of gemeente een kernwinkelgebied is aangeduid.

### **Additionaliteit**

Het is niet de bedoeling dat binnen deze oproep projecten worden gesubsidieerd die reeds lopende zijn of die deel uitmaken van de diensten van de stad of gemeente. De middelen binnen deze oproep mogen nooit reeds bestaande of voorziene gemeentelijke middelen vervangen.

De stad of gemeente geeft dan ook duidelijk de additionaliteit van het voorstel aan ten opzichte van het bestaande beleid. Deze toelichting wordt als verplichte bijlage gevoegd bij het aanvraagformulier.

## Visie

Het hebben van een onderbouwde en gedragen detailhandelsvisie wordt als expliciete voorwaarde gesteld voor het indienen van projecten binnen deze oproep. Deze visie omvat minstens een beschrijving van het detailhandelsapparaat, de doelstellingen van het detailhandelsbeleid en de voorgenomen acties.

Het hoeft niet te gaan om een apart uitgewerkt strategisch commercieel plan, maar dient wel de visie van de gemeente weer te geven op het volledige handelsapparaat. Het is mogelijk dat de stad of gemeente een voldoende onderbouwde visie heeft opgenomen in het structuurplan, het masterplan of ander visiedocument, voor zover dit een door de gemeenteraad gevalideerd document betreft.

Het visiedocument moet als verplichte bijlage toegevoegd worden aan het aanvraagformulier. In het aanvraagformulier wordt aangegeven wat de relevantie is van het project om de doelstellingen van het detailhandelsbeleid te bereiken.

Meer informatie over de opmaak van een strategisch commercieel plan kan gevonden worden in de leidraad die hierover werd opgesteld door het Agentschap Ondernemen voor alle lokale besturen. Deze leidraad kan terug gevonden worden op de website van het Agentschap Ondernemen onder de volgende link: <http://www.agentschapondernemen.be/beleid/detailhandel>).

## Kernwinkelgebied

Voor het verkrijgen van subsidies voor de renovatie van handelspanden dient het lokaal bestuur in zijn reglement op te nemen dat de gesubsidieerde panden gelegen zijn binnen het kernwinkelgebied van de stad of gemeente. Men dient dan ook aan te geven welke straten/gebieden bij het kernwinkelgebied behoren en hoe men tot deze aanduiding gekomen is.

De steden en gemeenten bepalen zelf welk gebied voor hen het 'kernwinkelgebied' is en hoe men bepaalt wat al dan niet als kernwinkelgebied wordt meegenomen. Algemeen kan gesteld worden dat het kernwinkelgebied bestaat uit een historisch gegroeid handelscentrum met afhankelijk van de stad of gemeente ook secundaire handelsstraten of handelsconcentraties die een belangrijke handels- en sociale functie hebben binnen het stedelijk weefsel. Een kernwinkelgebied hoeft dus niet per definitie een aaneengesloten geheel te vormen; het is zeker mogelijk dat een stad (of gemeente) aparte delen van zijn stedelijk weefsel als kernwinkelgebied aanduidt. Het kernwinkelgebied vormt het kloppend hart van de stad of gemeente en dient naast de handelsfunctie ook als sociale ontmoetingsplaats.

Het kernwinkelgebied dient aangeduid te zijn als voorwaarde voor subsidiëring binnen deze oproep, maar het dient nog niet formeel afgebakend te zijn. De formele afbakening van het kernwinkelgebied via het instrumentarium van de ruimtelijke ordening (RUP of verordening) of door een ondubbelzinnige afbakening in een strategisch commercieel plan of ander document, dient opgestart te worden maar moet nog niet voltooid zijn op het moment van indiening. Indien uw gemeente nog geen kernwinkelgebied heeft afgebakend maar dat wel zal doen tijdens de projectperiode, dient een timing en engagement te worden gegeven in het aanvraagdossier.

De documenten met betrekking tot het kernwinkelgebied (afbakening of engagement tot afbakening) zijn een verplichte bijlage bij het aanvraagdossier.

## 1.5 Beschikbare middelen en subsidiepercentage

Het subsidiepercentage vanuit Vlaanderen bedraagt voor deze oproep maximaal 30% van de subsidiabele kosten. De Vlaamse subsidie wordt becijferd als een percentage van de kosten voor de werken die de handelaar maakt en die aanvaardbaar zijn op basis van dat gemeentelijk reglement. Het steunpercentage dat in het stedelijk of gemeentelijk reglement wordt voorzien moet minstens voor de helft door de gemeente gefinancierd worden.

Voor elk handelspand kan maximum 10.000 euro subsidie (Vlaanderen + gemeente) ontvangen worden in het kader van het stedelijk of gemeentelijk reglement.

Het maximum subsidiebedrag aan Vlaamse subsidiëring waar elke stad of gemeente mag mee rekening houden bij het uitwerken van dat reglement bedraagt 400.000 euro voor de 13 centrumsteden en 200.000 euro voor de andere steden en gemeenten.

Voor deze oproep wordt vanuit Vlaanderen 4,5 miljoen euro subsidie beschikbaar gesteld.

## 1.6 Communicatie over de oproep

In deze handleiding wordt in volgende hoofdstukken verder ingegaan op de organisatie van de oproep en de administratieve vereisten. Om de steden en gemeenten verder te ondersteunen worden verschillende informatiemomenten georganiseerd.

De minister-president nodigt alle gemeenten uit op 15 maart voor een 'Vlaanderen in Actie'-studiedag in het congrescentrum Lamot in Mechelen. Hier zal toelichting gegeven worden over deze oproep en het volledige detailhandelsbeleid van Vlaanderen. U kan daar ook terecht op de 'informatiemarkt' waar u al uw vragen kan stellen omtrent deze oproep. Meer informatie over deze studiedag en het inschrijvingsformulier kan u vinden op de volgende link:  
<http://agentschapondernemen.be/event/winkelen-vlaanderen-20>.

Op de regionale overlegtafels van de VVSG zal dieper ingegaan worden op de verschillende oproepen. Deze vinden plaats in de loop van maart en april 2013. Meer informatie vindt u op de website van de VVSG. Inschrijven kan via [conomie@vvsg.be](mailto:conomie@vvsg.be).

Steden en gemeenten die bij het opstellen van hun project vragen hebben kunnen hiervoor terecht bij Eline Horemans van het Agentschap Ondernemen (zie contactinformatie).

## 2 Organisatie van de oproep 'Renovatie handelspanden'

### 2.1 Indieningsvereisten

Projectaanvragen kunnen tot uiterlijk **15 september 2013 om 24u** ingediend worden bij het Agentschap Ondernemen op basis van het aanvraagformulier. Het aanvraagformulier kan gevonden worden op de website van het Agentschap Ondernemen: [www.agentschapondernemen.be/themas/handelskernversterking](http://www.agentschapondernemen.be/themas/handelskernversterking).

Het correct en volledig ingevuld aanvraagformulier met bijlagen wordt enerzijds per mail verstuurd naar het Agentschap Ondernemen. Anderzijds wordt 1 losbladig ondertekend exemplaar via de post naar het Agentschap Ondernemen gestuurd. De poststempel geldt hierbij als indieningsdatum. De adresgegevens vindt u achteraan deze handleiding.

### 2.2 Selectieprocedure

De selectie van de aanvragen gebeurt op basis van de volgende stappen:

1. Het projectvoorstel moet voldoen aan de ontvankelijkheidscriteria (zie paragraaf 2.3).  
Projecten die niet voldoen aan deze criteria komen niet in aanmerking om een subsidie te ontvangen, ze zijn onontvankelijk en zullen niet op hun verdere inhoud beoordeeld worden.
2. De projectvoorstellen krijgen scores op de motivatie van het voorstel en de haalbaarheid van de organisatie (zie paragraaf 2.5).  
Projecten dienen minstens 50% te halen op elk van de selectiecriteria en 60% voor de globale beoordeling.
3. Indien het totale aangevraagde bedrag van de projecten boven het vastgelegde subsidiebudget van deze oproep ligt en verschillende projecten gelijk gequoteerd worden, zullen deze evenwaardige projecten gerangschikt worden op basis van het leegstandspercentage in het kernwinkelgebied van de gemeente waarbij deze met het hoogste percentage voorrang krijgen.

Voor de beoordeling van de projecten organiseert het Agentschap Ondernemen een selectiecomité. De beschreven selectieprocedure kan tot 3 maanden duren waarna het voorstel ter goedkeuring aan de minister wordt voorgelegd.

De projectpromotoren worden per brief op de hoogte gesteld van de beslissing van het selectiecomité over het door hen ingediende project. Bij vragen kan contact worden opgenomen met het Agentschap Ondernemen (zie contactinformatie).

## 2.3 Ontvankelijkheidscriteria

Om ontvankelijk te zijn dienen projecten te voldoen aan de volgende ontvankelijkheidscriteria:

- ▶ Het standaardformulier moet volledig ingevuld worden en moet ondertekend zijn door de verantwoordelijke van het project.
- ▶ Het projectvoorstel wordt correct ingediend bij het Agentschap Ondernemen volgens de indieningsvereisten (zie paragraaf 2.1).
- ▶ De stad of gemeente moet de minimale reglementsbevestigingen die vanuit Vlaanderen worden gesteld overnemen in zijn reglement (zie paragraaf 2.4).  
Projecten die deze bepalingen niet overnemen, worden niet verder meegenomen in de selectie.
- ▶ De volgende verplichte bijlagen worden toegevoegd aan het aanvraagformulier:
  - het ontwerp van het stedelijk of gemeentelijk reglement 'Renovatie handelspanden';
  - de visie van de stad of gemeente op het detailhandelsapparaat;
  - de documenten met aanduiding van het kernwinkelgebied; als het kernwinkelgebied nog niet formeel afgebakend is wordt aangegeven op welke manier de stad of gemeente dit gaat doen en wordt hiervoor een timing opgegeven;
  - de toelichting met betrekking tot de additionaliteit van het voorstel ten aanzien van het bestaande beleid.

## 2.4 Minimale reglementsbevestigingen

Vanuit Vlaanderen worden de volgende reglementsbevestigingen opgegeven die verplicht dienen te worden overgenomen in het reglement van de stad of gemeente die een subsidieaanvraag doet binnen deze oproep:

- ▶ De handelspanden die subsidie ontvangen voor renovatie zijn gelegen in het kernwinkelgebied van de stad of gemeente.
- ▶ De oproep beperkt zich tot winkels die een kleinere netto vloeroppervlakte hebben dan 700m<sup>2</sup>.
- ▶ Het gemeentelijk reglement wordt opgesteld met een maximum totaal subsidiebedrag van 10.000 euro per ingediend renovatieproject.
- ▶ Het handelspand moet tenminste 5 jaar na uitkering van de subsidie zonder onderbreking (van meer dan 3 maanden) als handelszaak in gebruik blijven tenzij er sprake is van overmacht.
- ▶ Het steunpercentage dat in het gemeentelijk reglement wordt voorzien moet minstens voor de helft door de gemeente gefinancierd worden.

De steden en gemeenten kunnen deze minimale reglementsbevestigingen aanvullen.

## 2.5 Beoordeling van de projecten

De beoordeling van de projecten gebeurt aan de hand van scores op de motivatie van het voorstel en de haalbaarheid van de projectorganisatie.

Wanneer een project minder dan 50% scoort op minstens één van deze twee aspecten (motivatie en haalbaarheid) of minder dan 60% op de globale beoordeling zal het Agentschap Ondernemen de subsidieaanvraag niet in de selectie voor subsidiëring opnemen.

### Motivatie van het projectvoorstel

- ▶ Waarom dient uw stad/gemeente dit projectvoorstel in?

Uit de aangereikte motivatie moet blijken waarom precies de subsidiëring van renovaties van handelspanden opportuun wordt geacht voor het versterken van de handelskern.

De stad of gemeente geeft (beknopt) de visie op het gewenste detailhandelsapparaat en geeft aan hoe dit projectvoorstel bijdraagt tot het behalen van de doelstellingen van het kernversterkend detailhandelsbeleid.

Het actuele strategisch commercieel plan of ander document waarin de visie van de stad of gemeente op de detailhandel beschreven staat, wordt opgenomen als bijlage.

De motivatie van het project moet op zichzelf staan. De jury beoordeelt de motivatie van het project enkel op basis van de hier aangereikte motivatie en niet op basis van de detailhandelsvisie in bijlage.

De beoordeling gebeurt voornamelijk op de relevantie van het initiatief in het kader van de vooropgestelde doelstellingen voor het detailhandelsbeleid.

- ▶ Omschrijf het project en het beoogde resultaat.

De stad of gemeente licht het reglement toe en motiveert daarbij de keuzes die zij hebben gemaakt/de voorwaarden die worden gesteld. De gemeente bespreekt hierbij op welke manier het gemeentelijk reglement voor renovatie zal bijdragen tot het behalen van de beleidsdoelstelling met betrekking tot het versterken van de handelskern.

De minimale reglementsbepalingen worden opgenomen in het reglement (zie paragraaf 2.4)

Het ontwerp van stedelijk of gemeentelijk reglement 'Renovatie handelspanden' wordt als verplichte bijlage toegevoegd.

### Haalbaarheid van de projectorganisatie

- ▶ Leg uit op welke manier de raming van het aangevraagde subsidiebedrag gedaan werd.

Er wordt verduidelijkt op basis van welke informatie de stad of gemeente heeft ingeschat hoeveel handelspanden en welke renovatiekosten mee worden genomen in het aangevraagde subsidiebedrag;

- ▶ Geef aan hoe de stad of gemeente het project zal coördineren.

Er wordt ingegaan op de organisatie van de selectie van de projecten en de verdere opvolging ervan.

De stad of gemeente geeft aan welke extra workflow zij verwachten en wie zij hiervoor kunnen inzetten. Welke personen/instanties zullen dit opnemen.

- ▶ Licht de financiering van het project toe.

De stad of gemeente geeft aan welk percentage subsidie de handelaar zal ontvangen en van waar de middelen zullen komen.

Naast maximum 30% subsidie via dit programma wordt aangegeven hoeveel de stad of gemeente zelf subsidieert en welke eventuele andere financieringsbronnen worden meegenomen in de oproep. Het steunpercentage dat in het stedelijk of gemeentelijk reglement wordt voorzien, wordt minstens voor de helft door de stad of gemeente gefinancierd. De financiën van het project worden in een overzichtelijke tabel weergegeven en als verplichte bijlage toegevoegd aan het dossier. Ook de cofinancieringsbewijzen worden als verplichte bijlage bij het dossier gestoken.



## 3 Administratieve instructies voor projectpromotoren

### 3.1 Administratieve afhandeling van de toegekende subsidie

Bij de administratieve afhandeling van de toegekende subsidie wordt een Ministerieel Besluit opgesteld dat minstens de volgende elementen inhoudt:

- ▶ De essentiële informatie over het project (inhoud, verwachte resultaten, financiële tabel, timing)  
Indien zich ingrijpende wijzigingen voordoen bij de uitvoering van het project (financieel of inhoudelijk) zoals beschreven in het aanvraagformulier, bepaalt het Ministerieel Besluit dat het Agentschap Ondernemen schriftelijk haar toestemming moet verlenen aan de voorgestelde wijzigingen.
- ▶ Het subsidiepercentage van het Vlaams Gewest en het daarmee overeenkomende maximum subsidiebedrag in absolute cijfers (euro's).

Bij controle wordt nagegaan of is voldaan aan zowel de inhoudelijke als de financiële verantwoording zoals opgenomen in het Ministerieel Besluit.

In het Ministerieel Besluit worden ook de volgende voorwaarden opgenomen:

- ▶ De uitvoerder van het project is bereid om ervaringen en leerpunten uit het project bekend te maken;
- ▶ De uitvoerder van het project vermeldt bij elke rapportering en communicatie over het project steeds de medewerking van het Agentschap Ondernemen.  
De communicatievoorschriften van het Agentschap Ondernemen vindt u in de bijlage.

Het Ministerieel Besluit wordt opgesteld en naar de Vlaamse minister voor economie verstuurd ter goedkeuring binnen de drie maanden na de indiening van het projectvoorstel.

### 3.2 Projectadministratie

De promotor van het project dient een aparte projectadministratie bij te houden. Deze projectadministratie dient op een overzichtelijke en geordende wijze te worden gevoerd met het oog op:

- ▶ Een doeltreffende beheersing van de subsidies.
- ▶ Het verschaffen van gedetailleerde en overzichtelijke factuuroverzichten.
- ▶ Een efficiënt verloop van de mogelijke controle door Inspectie Economie voor uitbetaling van het saldo.

De originele facturen en betalingsbewijzen dienen conform de btw-voorschriften te worden bewaard en dienen steeds beschikbaar te zijn voor controle.

### 3.3 Subsidiabele uitgaven

De subsidiabele kosten die in aanmerking komen binnen deze oproep zijn:

- ▶ De renovatiekosten voor het handelspand die de stad of gemeente meeneemt in zijn reglement
- ▶ De kosten met betrekking tot communicatie voor een maximum subsidiebedrag van 3500 euro.

De steden en gemeenten staan zelf in voor het beheer van hun projecten. De werkingskosten van de stad of gemeente en de kosten voor personeel en overhead behoren bijgevolg niet tot de subsidiabele kosten.

Algemeen geldt dat kosten enkel aanvaardbaar zijn voor subsidiëring binnen dit programma als:

- ▶ ze gefactureerd zijn op adres van de handelaar die de werken laat uitvoeren voor wat betreft de renovatiekosten en op naam van de stad of gemeente voor wat betreft de communicatiekosten;
- ▶ ze kunnen worden gestaafd met facturen met een prestatiedatum binnen de subsidieperiode (maximum 3 jaar binnen deze oproep);
- ▶ de factuurdatum valt binnen de 15 dagen na de maand waarin het project eindigt;
- ▶ de facturen betaald zijn;
- ▶ de betaling van de facturen gebeurd is binnen de 3 maanden na de beëindiging van het project.

In de kostentabel worden de rubrieken 'Renovatie' en 'Communicatie' onderscheiden.

#### Rubriek Renovatie

De stad of gemeente bepaalt in het reglement 'Renovatie Handelspanden' zelf welke renovatiekosten in aanmerking komen voor subsidiëring.

Voor elk handelspand kan maximum 10.000 euro subsidie (Vlaanderen + cofinanciering stad of gemeente en andere instanties) ontvangen worden in het kader van het stedelijk of gemeentelijk reglement.

De steden en gemeenten moeten deze kosten kunnen aantonen aan de hand van facturen en betalingsbewijzen op naam van de handelaar.

#### Rubriek Communicatie

Onder deze rubriek vallen de kosten in verband met sensibilisering, distributie, marketing en reclame voor zover ze noodzakelijk zijn voor het project. De kosten voor communicatie worden enkel aanvaard wanneer ze direct toewijsbaar zijn aan het project en noodzakelijk zijn voor een goed resultaat.

Kosten voor het voeren van de communicatie met betrekking tot het project kunnen gesubsidieerd worden tot een maximum subsidiebedrag van 3500 euro. De steden en gemeenten kunnen dus subsidiabele kosten inbrengen tot 11.666 euro waarvan dan 30% of 3500 euro gesubsidieerd kan worden.

Als bewijsstukken levert de stad of gemeente de facturen en de betalingsbewijzen aan.

#### Bepaling met betrekking tot btw

Btw vormt enkel een subsidiabele uitgave wanneer zij effectief en definitief door de promotor wordt gedragen (dat wil zeggen niet terugvorderbaar is). Bij elke betalingsaanvraag dient vermeld te worden wat het btw-statuuat is van de aanvrager. Bij een gemengd btw-statuuat moet de promotor meedelen welk percentage van de btw terugvorderbaar is. Informatie met betrekking tot het btw-statuuat wordt opgenomen in de financiële tabel.

## 3.4 Betaling: aanvraag en afhandeling

De betalingen worden gedaan aan de hand van de voorgelegde facturen en de officiële betalingsbewijzen.

De stad of gemeente geeft in tabelvorm heel duidelijk aan welke kosten onder subsidiabele kosten vallen volgens hun reglement, welke bewijsstukken hiervoor meegeleverd worden (facturen, betalingen) en volgens welke verdeelsleutel de subsidiebedragen werden berekend.

De aanvraag tot betaling wordt verstuurd naar het Agentschap Ondernemen (zie contactgegevens) met als bijlage de gevraagde bewijsstukken (facturen, betalingen).

De steden en gemeenten kunnen vanaf de startdatum van het project na afloop van elk onderscheiden werkingsjaar de reeds gemaakte kosten overmaken aan het Agentschap Ondernemen voor uitbetaling van het overeenkomstige subsidiebedrag.

### Financiële wijziging van het project

De bij het Ministerieel Besluit gevoegde financiële tabel van de goedgekeurde projectfiche bepaalt welke de subsidiabele kosten van het project zijn. Verschuivingen binnen de kostenposten zoals bepaald in de goedgekeurde projectfiche zijn aanvaardbaar mits voorafgaandelijke en schriftelijke goedkeuring door het Agentschap Ondernemen. Indien wezenlijke verschillen optreden tussen de reëel gemaakte uitgaven en de geraamde uitgaven in de projectfiche dient de administratie schriftelijk haar toestemming te verlenen op basis van de motivering gegeven door de projectbegunstigde. Er mag niet automatisch van uitgegaan worden dat elke wijziging zal goedgekeurd worden. De essentie van het voor subsidie vatbaar geachte project moet bewaard blijven en het maximum subsidiebedrag kan niet overschreden worden.

## 4 Contactinformatie

Het formulier moet worden ingediend op het volgende adres:

**Vlaamse Overheid  
Agentschap Ondernemen  
Oproep handelskernversterking  
Koning Albert II-laan 35 bus 12  
1030 Brussel**

En per e-mail naar:

**[handelskernversterking@agentschapondernemen.be](mailto:handelskernversterking@agentschapondernemen.be)**

Informatie en contactgegevens van het KennisNetwerDetailhandel kan u terugvinden onder de volgende link:

[www.agentschapondernemen.be/kndh](http://www.agentschapondernemen.be/kndh)

# Bijlagen

## 1. Situering van de oproep 'Renovatie handelspanden' in het programma 'Handelskernversterking'

De Vlaamse Regering heeft met de goedkeuring van de startnota 'Winkelen in Vlaanderen' op 23 juli 2010 aangegeven de lokale besturen te zullen ondersteunen in het voeren van een kernversterkend detailhandelsbeleid. Een cruciale randvoorwaarde voor het welslagen van een detailhandelsbeleid in Vlaanderen ligt immers bij de lokale besturen.

Deze steun wordt reeds in diverse vormen aangeboden via de initiatieven die werden genomen in uitvoering van de Startnota 'Winkelen in Vlaanderen', o.a. voor de uitbouw van het lokale beleid (bv. de leidraad bij de opmaak van een strategisch commercieel plan) en in samenwerking met de provincies door het aanbieden van data (bv. over evolutie van de handelszaken en koopstromen) via het KennisNetwerk Detailhandel. Maar ook met initiatieven waarop de lokale besturen kunnen intekenen om de handelaars rechtstreeks te ondersteunen (bv. het project voor de financiering van de gevelrenovatie en leegstandsbestrijding, projectoproep OVG,...).

Op 21 december 2012 werd een tweede nota met betrekking tot detailhandel goedgekeurd door de Vlaamse Regering, namelijk de nota 'Winkelen in Vlaanderen 2.0', waarin het kernversterkend beleid verder wordt uitgerold en een coherent pakket van nieuwe beleidsmaatregelen wordt voorgesteld. In de nota wordt eerst ingegaan op de stand van zaken van de lopende en gefinaliseerde initiatieven en worden kerngegevens gegeven over de detailhandel in Vlaanderen. Nadien wordt ingegaan op het beleid met betrekking tot handelsvestigingen na de regionalisering van de zogenaamde Ikeawet-wetgeving. Voor gevestigde handelaars wordt het project 'Commerciële Inspiratie' ondersteund waarbinnen zij trajectbegeleiding kunnen krijgen op het vlak van de vernieuwing van hun handelszaak. De ondersteuning van de gemeenten bestaat, naast de lopende initiatieven, uit een nieuw programma 'handelskernversterking'. De Vlaamse Regering reserveert 13 miljoen euro cofinanciering voor kernversterkende maatregelen, aankoop en renovatie van handelspanden, wat zal leiden tot een globale investering van 43 miljoen euro voor kernversterking.

### 1.1 Doelstelling van het programma 'handelskernversterking'

Globale doelstelling van het programma 'handelskernversterking' is te komen tot een lokaal kernversterkend handelsbeleid op maat van iedere gemeente.

De Vlaamse minister bevoegd voor economie wil met het programma 'handelskernversterking' verder werk maken van het ondersteunen van de lokale besturen om een sterke actor- en regisseursrol op te nemen inzake een kernversterkend detailhandelsbeleid.

Het is de bedoeling dat het programma een breed bereik van steden en gemeenten heeft en daarmee ook een hefboomeffect kan creëren in steden die vandaag minder inzetten op handelskernversterking.

Het programma wordt georganiseerd in verschillende luiken die doelen op een ander soort initiatieven die de gemeenten kunnen ondernemen om hun handelskern te versterken. De doelstellingen van de verschillende luiken worden in volgende paragrafen afzonderlijk beschreven.

#### Luik 1 'Kernversterkende maatregelen'

Bij het detailhandelsbeleid van de gemeenten wordt meestal vertrokken vanuit de rol van een lokale overheid op vlak van een voorwaardenscheppend beleid om het handelscentrum attractief te houden of te maken. Het betreft dan initiatieven rond bereikbaarheid, parkeren, verfraaiing van het openbaar domein, bestikking, centrummanagement enzovoort. De Vlaamse Regering wil de steden en gemeenten ondersteunen bij het opnemen van dergelijke projecten. Binnen luik 1 'kernversterkende maatregelen' is het mogelijk hiervoor subsidie te ontvangen.

De oproep 'Kernversterkende maatregelen' is laagdrempelig gehouden waardoor meer steden en gemeenten worden bereikt. Door geregeld (kleinere) initiatieven te ondernemen blijven de gemeenten actief bezig met kernversterking.

## Luik 2 Aankoop en renovatie van handelspanden

Naast het bovenstaande voorwaardenscheppend beleid wil de Vlaamse Regering zich ook richten op additionele hefboomen voor een effectief kernversterkend beleid. Daarom focust het tweede luik van het programma handelskernversterking zich specifiek op het voeren van een gemeentelijk beleid rond handelspanden. De focus op handelspanden geeft een nieuwe dimensie aan de rol van de lokale besturen. De steden en gemeenten die voldoende visie en kennis hebben over de werking van hun handelsapparaat kunnen een stap verder gaan door het voeren van een beleid rond handelspanden. Een handelspandenbeleid op lokaal niveau kan het sluitstuk vormen van kernversterkende initiatieven en biedt meer mogelijkheden om de vastgoedmarkt te sturen dan met extra regelgevende initiatieven. Op deze manier wordt het mogelijk voor de gemeenten om in functie van de doelstellingen van hun strategische visie, een actief beleid te voeren op het gebied van commercieel vastgoed. Het kunnen sturen op beschikbaarheid, type, ligging, uitstraling, oppervlaktes en prijszetting geeft de lokale besturen een grote hefboom om een attractief winkelaanbod in de kern te bekomen. Een handelspandenbeleid is relevant om minstens de volgende redenen:

- ▶ om de panden in winkelstraten te kunnen verfraaien/aantrekkelijk te houden;
- ▶ (potentiële) handelspanden geschikter te maken qua vloeroppervlakte enz.;
- ▶ specifieke types van winkels aan te trekken door het ter beschikking stellen van geschikte handelspanden
- ▶ via modaliteiten van terbeschikkingstelling (prijszetting of formules huur, selectieve doelgroep, voorwaarden...) bepaalde doelstellingen te kunnen nastreven zoals wonen boven winkels, stimuleren van starters, panden in aanloopstraten interessant maken, enz.
- ▶ ...

Met een projectoproep rond een gemeentelijk handelspandenbeleid wil de Vlaamse Regering de aanzet geven voor het exploreren van de mogelijkheden van gemeenten om zich actief in te zetten op het gebied van vastgoed voor detailhandel. Door een financiële stimulans hoopt de Vlaamse Regering de gemeenten te stimuleren om de drempelvrees te overwinnen en te zoeken naar manieren om vastgoed strategisch in te zetten voor het behalen van de doelstellingen rond kernversterking.

Door gebruik te maken van de meerwaarde die de initiële projecten met zich meebrengen hoopt de Vlaamse regering dat een eerste financiële injectie de aanzet kan zijn van een blijvende inzet van de gemeenten op vlak van vastgoed daar waar dit kan helpen de kernen te versterken. Zo kan bijvoorbeeld de financiële meerwaarde die wordt behaald uit de verkoop/verhuur van een pand opnieuw geïnvesteerd worden. Maar de behaalde meerwaarde hoeft niet altijd financieel te zijn. De inzet kan bijvoorbeeld ook resulteren in een hoger aantal succesvolle starters of een hogere passantenstroom.

Binnen dit tweede luik rond handelspanden zijn er twee (niet combineerbare) mogelijkheden om in te schrijven:

- A. een gemeente kan subsidie aanvragen voor het aankopen van handelspanden om ze (opnieuw) op de markt te brengen en op die manier het handelsapparaat te versterken;
- B. de gemeente kan subsidie aanvragen om de handelaars te ondersteunen bij de renovatie van hun handelspanden.

## 2. Communicatieverplichtingen

### 1. Algemeen

De partner(s) moet(en) in elke communicatie Vlaanderen in Actie en het Agentschap Ondernemen duidelijk kaderen. Vlaanderen in Actie (ViA) moet gepositioneerd worden als het beleidskader. Het Agentschap Ondernemen als contactpunt voor concrete informatie en aanspreekpunt m.b.t. het ruimere, operationele kader.

Het etiket van de Vlaamse overheid, meer specifiek Vlaanderen in Actie en Agentschap Ondernemen, is een kwaliteitslabel dat toegekend worden aan het gesubsidieerde project. Dit betekent dat deze logo's ook de nodige visibiliteit verdienen.

Dit vertaalt zich in:

- ▶ **WOORD:** Positionering van Vlaanderen in Actie en Agentschap Ondernemen in elke tekst (website, brochure en eventueel aanvullende communicatiemiddelen).
- ▶ **BEELD:** het ViA logo moet een prominente plaats krijgen. Het logo van het Agentschap Ondernemen (of een gelijkwaardige alternatieve vermelding in de tekst) moet eveneens voldoende visibiliteit krijgen (in verhouding tot de grootte van de steun).
- ▶ **KOEPELCONCEPT:** Indien een koepelconcept wordt uitgewerkt door het Agentschap Ondernemen (cf Startersinitiatieven Vlaanderen, Ondernemingsplanwedstrijd Vlaanderen), moet de visual gebruikt worden zoals gespecificeerd door het Agentschap Ondernemen. De projectcoördinator moet erop toezien dat de logo's voldoende leesbaar zijn bij druk.

### 2. Concreet

Hierna enkele concrete voorbeelden, niet limitatief.

#### **BROCHURE**

In een brochure mag de tekst m.b.t. de positionering achteraan staan. De tekst is te bepalen in overleg met het Agentschap Ondernemen.

Het ViA logo moet vooraan, voldoende groot en leesbaar, geplaatst worden. Het logo van het Agentschap Ondernemen of een gelijkwaardige alternatieve vermelding in de tekst moet eveneens voldoende visibiliteit krijgen.

Indien er een koepelconcept is, moet dit vooraan gebruikt worden.

#### **EVENT**

Bij elk event van de organisatoren/promotoren is het verplicht om Vlaanderen in Actie en Agentschap Ondernemen voldoende visibiliteit te geven.

Het Agentschap Ondernemen stelt aan de organisatoren/promotoren 1 roll up met de correcte logo's ter beschikking (per organisatie). Deze moet duidelijk zichtbaar aan het onthaal geplaatst worden. Deze roll up dient de organisator/promotor tijdig op te vragen bij [communicatie@agentschapondernemen.be](mailto:communicatie@agentschapondernemen.be).

De organisatoren zorgen er tevens voor dat de voormelde logo's bij een power point presentatie of filmpjes die betrekking hebben op het project, aan het begin en het einde getoond worden .

#### **TV SPOT**

De beide logo's moeten voldoende visibiliteit krijgen, conform de afgesproken filosofie (cf punt 1).

## **RADIOSPOT**

Gezien de krappe timing van een radiospot is enkel een duidelijke vermelding van Vlaanderen in Actie (het beleidskader) voldoende.

## **AFFICHE**

Op een affiche moeten Vlaanderen in Actie en Agentschap Ondernemen als kwaliteitslabel de nodige visibiliteit krijgen. Het ViA-logo moet een voorkeurplaats krijgen t.o.v. eventuele andere al dan niet commerciële partners.

Indien er een koepelconcept is, moet dit voldoende visibiliteit krijgen op de affiche.

## **WEBSITE**

Het ViA en Agentschap Ondernemen logo moeten duidelijk zichtbaar op de homepage van de website staan (boven de scrolllijn), met een duidelijke link naar de tekst met positionering van het initiatief in het kader van Vlaanderen in Actie en met steun van het Agentschap Ondernemen.

Beide logo's moeten een voorkeurplaats krijgen t.o.v. eventuele andere al dan niet commerciële partners.

Achter de logo's moet de link naar [www.agentschapondernemen.be](http://www.agentschapondernemen.be) zitten of naar een specifieke pagina (af te stemmen met Agentschap Ondernemen). Het Agentschap Ondernemen kan hiervoor, indien ze dit opportuun acht binnen een bepaald project, een banner aanleveren.

## **3. Afspraken**

Elk communicatiemiddel dat ontwikkeld wordt, moet vooraf en tijdig (minstens 1 week op voorhand) voorgelegd worden aan de dienst communicatie ([communicatie@agentschapondernemen.be](mailto:communicatie@agentschapondernemen.be)) van het Agentschap Ondernemen voor goedkeuring. Alle communicatievragen moeten aan diezelfde dienst gericht worden.

Afwijkingen voor specifieke gevallen moeten aangevraagd worden bij de dienst communicatie.

De logo's zijn in verschillende formaten beschikbaar op [www.agentschapondernemen.be/logos](http://www.agentschapondernemen.be/logos).

Bij het niet nakomen van de communicatieverplichtingen, zal het projectbudget voorzien voor communicatie niet uitgekeerd worden.

