

# **ATRIUM.BRUSSELS PRESENTEERT HAAR BAROMETER 2018**

De lockdown heeft niet voor verlaten straten gezorgd in de Brusselse  
Vijfhoek en Molenbeek



**Brussel, 8 december 2017 — Na de aanslagen van 2015 en 2016 liet een eenvoudige logica ons geloven dat er een leegloop aan de gang was in het historische centrum van Brussel en in Molenbeek. De cijfers van de nieuwe Barometer van Atrium.Brussels over de commerciële wijken in Brussel tonen aan dat niets minder waar is.**

We kunnen ons reeds een rapport inbeelden dat een beeld geeft van het cliënteel van de omringende buurten van het centrum, dit alles in een klimaat van een negatieve atmosfeer. Misschien zijn deze wijdverspreide ideeën bevestigd geweest door sommige getuigenissen; misschien hebben ze een kern van waarheid. De barometer van Atrium.Brussels geeft enkele verbazingwekkende antwoorden op deze vragen.

### **Molenbeek en Vanderkindere zorgen voor een verrassing**

“Een van de grootste verrassingen van onze barometer waren de cijfers over het aantal mensen die aanwezig zijn in het centrum van Brussel, wat een toch wat onverwachte reactie was van de Brusselse handelaars,” legt Julien Bacq, Directeur Retail en Ontwikkeling van het regionale handelsagentschap, uit.

“Sinds onze tellingen in 2016, net voor de aanslagen in Brussel, hebben we gezien dat de het aantal klanten bleef stijgen, zelfs ondanks de negatieve actualiteit. Op regionaal niveau staat 2017 zelfs hoger dan voor de lockdown van 2015.”

Dit jaar was ook de opkomst van de Gentsesteenweg, in het hart van Molenbeek als zesde grootste regionale ader met het meeste klanten, terwijl de Anspachlaan vooral een stijgende lijn kent in bezoekersaantallen, ondanks de werken aan de voetgangerszone.

Een ander mooi cijfer van de laatste tellingen van Atrium.Brussels gaat over een van de succesverhalen zoals die van de Vanderkinderestraat in Ukkel, waar het einde van de werken gezorgd heeft voor een ware heropleving, net zoals het Dr. Schweitzerplein aan de andere kant van de stad.

### **Werken en commerciële rotatie**

Met de terugloop, komen geverifieerde hypothese naar boven die met mondjesmaat aanduiden wat de oorzaak is van de bezoekersstromen in de commerciële wijken. Aangezien het te delicaat is om de bezoekersaantallen van een bepaalde wijk te linken aan macro factoren (stedelijke ontwikkeling, een groeiende demografie, economische conjuncturen of de ontwikkeling van e-commerce) kan men wel kijken naar welke lokale factoren een directe invloed kunnen hebben. Zo hebben bijvoorbeeld werken en de commerciële rotatie een sterke invloed op wijken.

Zo is de snelle rotatie in handelszaken in de Marollen (een verlies voor de toestroom van bezoekers) een oorzaak tot onrust, net zoals de vrije val in bezoekersaantallen in Madou, Rue Marie-Christine of in Midi-Lemonnier. Niet alleen de observaties neigen naar een daling, maar ook de perspectieven zijn steeds minder gunstig. In het geval van Midi-Lemonnier zijn deze zelf zorgwekkend aangezien de werken in het Metrostation Grondwet voor de grootste structurele werf in decennia zorgt, net aan het begin van de wijk.

“Een grote wisseling in handelszaken verstoort de eigenheid van een wijk en zal op zijn beurt ook het gastvrije imago van een wijk aantasten, met vaak een leegloop tot gevolg,” gaat Julien Bacq verder. “Op dezelfde manier zorgt een werf van een aanzienlijke grootte ook voor het verlies van oriëntatiepunten voor de klant, op korte of lange termijn. In beide gevallen zorgt dit voor een slecht imago van de wijk.”

Het renoveren van de publieke ruimte is een investering. Het is een periode van noodzakelijke inspanningen met het uitzicht op een periode van voorspoed, maar is nog steeds een uitdaging. Zal de wijk opnieuw opstaan? Zal ze heropleven? Het is dus beter om te denken aan het volledige project. Hoe beter het totaalproject is ontwikkeld, hoe gunstiger het zal zijn nadien.

### **Verantwoordelijkheid publieke instanties – privé**

Al deze vaststellingen leiden tot één conclusie: de publieke instanties en private partijen zijn samen verantwoordelijk voor de gezondheid en de (lokale of niet-lokale) aantrekkingskracht van



hun commerciële wijken. De eerstgenoemden kunnen zorgen voor een nauwlettend onderhoud van de publieke ruimte, terwijl de anderen zich moeten toeleggen op realistische huurprijzen die het handelaars kunnen toelaten om een vaste waarde te worden in hun wijk, een professionele dienstverlening te kunnen aanbieden en hun verkooppunt verder te verzorgen.

Het belangrijkste element om een goede gezondheid van een wijk aan te tonen, ligt in de kwaliteit van de handelszaken die een positief imago kunnen geven aan passanten die een trouw en regelmatig cliënteel kunnen vormen. Dit alles kan positieve economische perspectieven bieden voor het hele ondernemende weefsel in Brussel, maar ook risico's op macroniveau. Het Koningin Astridplein in Jette is een perfect voorbeeld. Indien klanten niet in grote getallen aanwezig zijn, zijn belangrijke investeringen in de publieke ruimte en de toegankelijkheid tot de wijk noodzakelijk. Wanneer de werken gedaan zijn is het noodzakelijk de aantrekkelijkheid van de wijk opnieuw te lanceren en het beeld dat bezoekers in hun collectieve geheugen hebben opnieuw naar boven te brengen.

“Wij zijn allemaal klanten. En onze verwachtingen als consument worden hoger en hoger. Daarom dient de overheid de ontwikkeling van de handel te ondersteunen”, zegt Didier Gosuin, Minister Economie, Tewerkstelling van de Brusselse Regio. “Met deze volledig digitale Barometer met een voorspellend karakter, hebben we alle middelen om handen om de belangrijke uitdagingen op dit gebied aan te pakken. Met meer dan 100.000 banen en bijna 25.000 bedrijven vertegenwoordigd deze sector een enorm potentieel, zowel voor de Brusselse economie als voor de Brusselse werkgelegenheid.”

\*\*\*

## PERSCONTACT:

InstiCOM, Hans Karperien  
T : 0497 / 077 538  
E : [press@atrium.brussels](mailto:press@atrium.brussels)

## OVER ATRIUM.BRUSSELS

Atrium Brussels is het Gewestelijke Agentschap voor Handel en stimuleert al vijftien jaar lang de ontwikkeling van handelsactiviteiten in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Het agentschap is actief op drie terreinen:

1. We **THINK** our city!: Voor de overheid en voor zijn partners stelt Atrium Brussels zijn kennis van de stedelijke handel en de stad ter beschikking om innovatieve projecten te starten, zodat Brussel kan stralen en een echte smart retail city kan worden.
2. We **OPEN** our shops!: Dankzij zijn expertise op het terrein en zijn talrijke analytische tools op het vlak van geomarketing, prospectie of identiteit, biedt het starters een blik op de commerciële diversiteit van Brussel en zijn wijken. Op die manier begeleidt Atrium Brussels kandidaat-handelaars en retailers bij de definitie, lokalisatie en vestiging van hun project.
3. We **BOOST** our districts!: Atrium.Brussels ijvert voor een visie met een kwalitatieve, originele handel, aangepast aan zijn tijd en zijn gebruiken. Om de commerciële aantrekkelijkheid van het Gewest te valoriseren en aan te moedigen, coördineert het agentschap een reeks acties voor de verfraaiing en promotie van de handelswijken.

Voor meer informatie: [Atrium.Brussels](http://Atrium.Brussels)

