

VERSLAG DENKTANK LOKALE ECONOMIE 10/12/2020

Aanwezig: An Cosaert, Leen Vercruysse, Emily Verhaeghe, Tine Van Walle, Maggie Vancraeynest, Fabienne Naessens, Stefanie Verduyn, Thomas Huyghe, Evelien Ghistelinc, Frauke De Keyser, Maarten Van Tieghem, Isabelle Van den Dorpe, Stefanie Dhaenens

1. Welkomstwoordje Maarten

2. Wie is wie? – ronde van de 'tafel' en verwachtingen denktank

- Isabelle Van den Dorpe (schepen van Lokale Economie)
- Maarten Van Tieghem (schepen van financiën)
- Stefanie Dhaenens (ambtenaar Lokale Economie)
- Thomas Huyghe en Evelien Ghistelinc
 - o Ambachtelijk houtwerk
 - o **Luisteren** naar de ideeën van collega-ondernemers en **input** geven naar de gemeente
- Emilie Verhaeghe
 - o Admily Office support en Admishift: kleine zelfstandigen ontzorgen bij administratieve en commerciële zaken, zaken overnemen zodat zij zich kunnen focussen op hun kerntaak, ook in samenwerking met andere zelfstandigen
 - o Meer **contact** met andere ondernemers, **van gedachten wisselen** met elkaar, door elkaar te leren kennen elkaar ook een duwtje in de rug geven, ons als **ondernemende gemeente** op de kaart zetten
- Fabienne Naessens
 - o Bienne fotografie en boetiek: tijdens de lockdowns zoekend om creatief te blijven en nieuwe mogelijkheden te ontdekken. Enkel nog B2B was mogelijk, daarom het idee van de Experience shoots. Leuk dat de gemeente dit mee wil delen, er kwamen al veel reacties binnen.
 - o Superfijn om elkaar te **leren kennen**, iedereen heeft het moeilijk en wil ondernemen en wil **groeien** in zijn zaken en dan kan het beste samen
- An Cosaert
 - o Inquirendi: technologisch ondernemerschap B2B, KMO's begeleiden op het kruispunt van innovatie, ondernemerschap en intellectueel eigendom, transformaties in bedrijven begeleiden
 - o Helpen om het **anders denken, inspireren**, uitdagingen, anders leren denken over businessmodellen door COVID, anderen en de gemeente hierin helpen
- Leen Vercruysse
 - o Bloomerang: bloemenzaak met hoofdzakelijk droogbloemen, hoofdzakelijk met een webshop (zowel in België en Nederland), ook een open atelier thuis waarbij mensen ontvangen worden om boeketten op maat te maken
 - o Fijn om nieuwe mensen te leren kennen, om nieuwe ondernemers te leren kennen, in andere gemeenten zijn ondernemers echt een hechte **groep** als middenstand, het zou fijn zijn om dit als ondernemers te kunnen creëren
- Tine Van Walle
 - o Vierschaar: restaurant sinds april dit jaar
 - o Het economische in de gemeente leren kennen, horen hoe iedereen het **ondernemerschap omarmt**, samen ondernemen en ervoor gaan in gelijk welke situatie

- Maggie Vancraeynest
 - o T-fashion en Uwlogo.be: 25 jaar textieldrukkerij en borduuratelier, gepersonaliseerde sport-, promotie- en werkkledij, relatiegeschenken
 - o Aftoetsen bij ondernemers wat zij voor elkaar en samen met elkaar kunnen betekenen, door elkaar beter te leren kennen, elkaars **noden en vragen** te horen, kunnen we elkaar ondersteunen en er samen voor gaan
- Frauke De Keyser
 - o Kudu Lodge: begonnen in de eerste lockdown, nu met een tweede lockdown is het financieel zeer moeilijk, er is nog geen oorlogspotje, zelfs met de huidige steunmaatregelen zijn mijn kosten niet gedekt
 - o Elkaar leren kennen, luisteren **wat mogelijk is/kan zijn**, nadenken over hoe we er allemaal kunnen doorgeraken
- Stefanie Verduyn
 - o Room to breathe: kunstgalerie, connecteren met zichzelf en met de natuur

3. Wat is ons idee

MJP: We onderzoeken de mogelijkheden in samenspraak met de lokale ondernemers, waar we als gemeente een meerwaarde kunnen betekenen in de ondersteuning naar de lokale ondernemers.

Samen met lokale ondernemers nadenken/brainstormen hoe we onze ondernemers kunnen ondersteunen, hoe we een meerwaarde kunnen betekenen. Lokale ondernemers als eerste bron kunnen aangeven welke noden er zijn, welke niet. Hoe kunnen wij als gemeente helpen en hoe kunnen we elkaar helpen.

4. Projecten rond lokale economie die nu lopen/gepland zijn

- Noodfonds lokale ondernemers (25.000 euro): 'We steunen degenen die het echt nodig hebben'
 - o Nadenken samen met jullie hoe we dit budget kunnen besteden, welke acties kunnen we ondernemen (begeleiding, administratie, communicatie, opleiding, financieel,...)
 - o Acties promotioneel of anderen voor ondernemers
 - o Of vanuit lokale ondernemers naar consumenten toe
- Graydon (1 jaar) – database met daarin overzicht van alle ondernemers in onze gemeente en cijfers welke impact corona heeft gehad op die lokale ondernemers
 - o 9 vakken: 3 keer hoe gezond voor de crisis – 3 keer hoe gezond na de crisis
 - o Kijken naar ondernemers die gezond waren en door de coronacrisis eronderdoor gaan
 - o Financiële steun vanuit noodfonds
- EFRO-project (Provincie): inventarisatie bestaande dienstverlening en optimalisering digitale dienstverlening naar de lokale ondernemers
- Starterspremies voor startende ondernemingen
- Opleiding KBO-select om dit beter te kunnen gebruiken
- Infobundel activiteiten lokale economie (uitgesteld naar het voorjaar) (Valerie - communicatie)
- Ondernemers in de kijker zetten (ism fotografie Bienne)
- Website: thuislevering en afhaalmogelijkheden
- Wortegem-Petegem app: je kan als ondernemer uw zaak registreren (gratis)

5. Welke acties vinden jullie interessant/gepast/nodig voor de lokale ondernemers?

- Bij verkoop van **waardenbonnen**, krijgt consument **van de gemeente er een consumptie gratis bij**, om zo waardenbonnen en cadeaubonnen te promoten
- Op de website worden handelaren vermeld die afhaal- en thuislevering doen. Bestaat er ook een **lijst met alle handelaars/ondernemers die kan gepubliceerd worden op de website**? Vanuit het KBO is het zeer moeilijk om een dergelijke lijst te verkrijgen, met contactgegevens. Er zijn al oproepen gebeurd in het infoblad en met flyers om contactgegevens te verzamelen van ondernemers, om de lijst zo volledig mogelijk te maken.
Kan je binnen de **website** een **soort volledige ondernemerspagina** ontwikkelen, waarin je kan zoeken op sector of product (zoals vb. de Klapper) met contactgegevens? In 2016 is er een horecagids opgemaakt, dit zou kunnen uitgebreid worden naar alle ondernemers.
Contactgegevens zijn geen verplicht item in het KBO, waardoor het zeer moeilijk is om zo'n lijst op te stellen, idee om een **standaardinfociche op te sturen naar elk KBO-nummer** in onze gemeente, met daarin verschillende vragen: wie ben je, wat doe je, wie is uw doelgroep, ben je geïnteresseerd in aanbestedingen, wil je meegenomen worden in gemeentelijke mailingen.
- De vraag is altijd gericht op communicatie naar burgers toe, voor bedrijven die B2B werken, is dit niet relevant. Het kan interessant zijn om een **onderscheid te maken tussen B2B en B2C**, zodat de doelgroep wordt opgesplitst. Nu moeten we vooral nadenken **wie er nu moet geholpen worden in eerste instantie en de communicatie en hulp op die groep richten en daarna dit opentrekken naar alle ondernemers**.
Ondernemingen die onder de impact van de coronacrisis zijn, hebben nood aan een klankbord. Hebben zij geen nood aan ruggespraak, vertrouwelingen, een **klankbordpanel**, waarbij ondernemingen hun problemen op tafel kunnen leggen en nieuwe inzichten krijgt. Er is zeker genoeg expertise in de gemeente om zo iets op poten te zetten.
- Budget vrijmaken voor een **infoavond/lezing/opleiding**, vb. social media beheer als kleine zelfstandige, een **spreker met ervaring** die optreedt als klankbord, van zodra het mag ook een echte **netwerkavond** op poten zetten om elkaar echt fysiek te leren kennen. In Oudenaarde wordt bijvoorbeeld heel hard ingezet op **Instagram**. **In het infoblad ondernemers in de kijker zetten** (zoals vb. in VOKA magazine), op die manier zie je dingen die je anders niet tegenkomt.
- Veel gelijkstemde opmerkingen, netwerken is belangrijk maar nu gelimiteerd tot de computer, bedrijven in de picture zetten zoals vb. Fabienne haar Experience shoots, dit geeft een boost om ondernemers in de kijker te zetten. **Netwerken** is een belangrijke factor, van zodra dit fysiek kan.
- Vanaf januari is er een vernieuwd infoblad, eerder magazinestijl, met daarin ook categorieën 'dossier', 'eigen kweek', 'uitgelicht'. Het initiatief van Fabienne zal bijvoorbeeld al beschreven worden. Naast de social media kanalen, is het de bedoeling om elke keer iets rond lokale economie in de kijker te zetten.
- **Inzetten op social media**, kunnen we de pagina van de gemeente **boosten**, zodat we ook buiten de gemeente bekend worden, zodat we in de kijker komen. Hoe zouden we dat kunnen doen? Het facebook-algoritme zorgt ervoor dat de pagina en posts niet altijd zichtbaar zijn. Het is jammer dat dit zo is, maar misschien kunnen we met het budget **iemand inschakelen die voor ons kan bekijken hoe we hiermee meer kunnen uithalen**. Met een beperkt budget voor adverteren kan je ook al verder geraken. Het feit dat dit een overheidspagina is, zal ook meespelen vs. Ondernemerspagina.
- Kan er nagedacht worden over een **ondernemerspagina**? Er is zeker iemand in de eigen gemeente die dit kan en hiermee kan helpen.

- Er zijn **opleidingen 'social media/marketing/communicatie'** die smeken om **stageplaatsen**, je kan een student inschakelen om het social mediagebruik op punt te zetten. Daarvoor moeten we enkel connecties leggen met hogescholen.
- Er is veel horeca in Wortegem-Petegem, er zijn veel **wandelroutes** in Wortegem en Elsegem, worden de wandelroutes nog uitgebreid? De Frans De Wolf-route staat niet goed aangeduid, kan dit verbeterd worden?
Er is in de vorige legislatuur gestart met de uitbouw van de trage wegen in samenwerking met RLVLA, er zijn ondertussen 2 **trage wegen wandellussen** ontwikkeld, waarbij geprobeerd wordt om te horecazaken te passeren. De volgende trage wegen wandelingen staan gepland voor deze legislatuur. De hoeveroute en Twee Vlaandersroute zijn uitgewerkt en komen uit voorjaar 2021. Het knooppuntennetwerk hier is weinig uitgewerkt, dit is in handen van Toerisme Vlaanderen. Er is wel een **wandelportaal** ter beschikking om nieuwe wandelingen te importeren. Iedereen kan een leuke wandeling doorgeven aan Silke en zij kan dit dan als wandelroute op het portaal zetten.
- Het uitgeven van een **'Wortegem-petegembon'** (zoals in de gemeente) of een soort digitale bon (bijvoorbeeld via de app), die mensen kunnen gebruiken in zaken in onze gemeente. Als gemeente is er niet ingegaan op een soort bon waarbij de gemeente een percentage bijlegt, bij de waarde. Personen die budget hebben om bonnen te kopen, zijn niet meteen de personen die het financieel moeilijk hebben.
- Vanuit de gemeenten een **winactie** te doen op Facebook, om de betrokkenheid van de inwoners op sociale media te verhogen, iedereen kan dit delen, zodat we **als ondernemers samen naar buiten treden**. Iedereen steekt iets in de **box** (dit kan iets fysiek zijn, maar bijvoorbeeld een gratis intakegesprek), die we dan verloten aan de inwoners. Op die manier kan je de krachten bundelen en de ondernemers in de kijker te zetten.
Dit kan dan ook gekoppeld worden aan een **slogan**.
Winactie koppelen aan een slogan, aan de hand van een **nieuwe facebookpagina**, we koppelen de winactie aan het bedenken van een **nieuwe naam voor onze ondernemers**. Onze lokale mensen bedenken de naam voor ons. Vb. WOPE
- Als er een lijst wordt opgemaakt van alle ondernemers, is het interessant om hen te vragen **wat hun expertise is en welk expertise ze willen delen met andere ondernemers**. Experts kunnen starters helpen. **Opleidingen voor/door ondernemers**, met mensen van hier, om elkaar op weg te helpen, die niet veel hoeft te kosten.
- **Gemeentepakketten voor startende ondernemingen** met daarin geschenken van lokale ondernemers. Of te koop stellen voor ondernemers als **relatiegeschenk** met het nieuwe jaar voor hun klanten, met daarin een variatie van ondernemers.

6. Contactenlijst ondernemers

Voorstel: naar alle KBO-nummer een **infofiche** opsturen (per post) en vragen dit ingevuld terug te sturen/mailen

items: Bereidheid om display met folders van gemeente te zetten die wij aanvullen?

Interesse bij goodiebags (evenementen gemeente)

Interesse voor aanbestedingen?

Werkveld/specialisatie

Zijn jullie bereid om starters te helpen?

- Bedenking: Wij krijgen als starters/ondernemers **heel veel enquêtes en formulieren** die we moeten invullen. Soms vraagt dit veel tijd. Hoe kunnen we anderen triggeren om ook van zich

te laten horen? Hoe kunnen we iedereen- zonder iemand te vergeten- bereiken. Onze mailinglijst is op dit moment zeker niet volledig.

- Mensen **persoonlijk aanspreken en contacteren**. Iedereen heeft wel een bevriende ondernemer die je kan contacteren. Als iedereen drie of vier mensen aanspreekt, raken we al verder. Een persoonlijke aanpak vraagt wel tijd en energie, maar is wel direct. Een nee heb je, een ja kan je krijgen.

Als de winactie op punt staat, zou je in de **lokale media** (AVS, streekkrant,...) dit kunnen bekendmaken. Mensen zouden verrast zijn dat wij zoveel ondernemers hebben, en zouden zich misschien ook aansluiten.

- Idee om bij evenementen van de gemeente een goodiebag te geven aan de deelnemers, met daarin stalen/bonnen/... van ondernemers. Kunnen we informatie rond de ondernemers ook meegeven aan de nieuwe inwoners vb. lijst?