

1. Inleiding

Om invulling te geven aan de software van onze binnenstad is in 2011 een Ondernemersfonds Binnenstad opgericht op basis van reclamebelasting. De gemeente verdubbelt de opbrengst van de reclamebelasting. Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal (SPWR) is de beheerder van dat fonds. Collectief Roosendaal is de ondernemersvereniging van de ondernemers in de Roosendaalse binnenstad. In 2016 is dit fonds verlengd.

Op 28 februari 2020 hebben SPWR en Collectief Roosendaal schriftelijk verzocht om dit fonds wederom te verlengen voor de periode 2022 tot en met 2026. Dit businessplan geeft aan op welke wijze gemeente, SPWR en Collectief Roosendaal vorm en inhoud willen geven aan de software in onze binnenstad. Dit businessplan is tevens de onderlegger van de overeenkomst die na besluitvorming tussen partijen zal worden opgesteld.

2. Doelen en taken

Collectief Roosendaal heeft de volgende vier doelstellingen :

- Samenwerking (collectief met anderen) aan de verbetering van de economische positie van de Roosendaalse binnenstad.
- Synergie bewerkstelligen om Roosendaal op de kaart te zetten als de winkelstad van West-Brabant.
- Het bevorderen van de aantrekkelijkheid van de binnenstad door verbetering van de leefbaarheid, de veiligheid en de ruimtelijke kwaliteit.
- De versterking van de binnenstad als plaatselijk en regionaal centrum op het gebied van detailhandel, dienstverlening en horeca.

Daarbij richten zij zich op onderstaande aandachtsgebieden:

- Accountmanagement ondernemers binnenstad (informatie, voorlichting, service)
- Veiligheid (veilig ondernemen en veilig uitgaan)
- Marketing (PR & Stads promotie)

Zoals reeds vermeld in het rapport Roosendaal Gezonde Stad (Riek Bakker, 2014) is voor een aantrekkelijke binnenstad niet alleen de ruimtelijke invulling, de 'hardware', van belang. De 'software', bestaande uit onder andere Smart Retail, Promotie, Marketing, evenementen, activiteiten, veilig ondernemen, aankleding etc. is onmisbaar voor een aantrekkelijke beleving. Voor deze software zijn vooral de ondernemers aan zet in samenwerking met de Smart City BV en Citymarketing/VVV.

Om inhoud en uitwerking te geven aan deze gezamenlijke doelstelling zijn financiële middelen nodig, het Ondernemersfonds Binnenstad. Collectief Roosendaal en SPWR stellen elk jaar een globale meerjarenbegroting op (zie bijlage).

Taken

Communicatie en informatieservice naar achterban (behoud van/ uitbouwen van draagvlak).

Collectief Roosendaal zorgt voor een voortdurende update van de laatste en komende ontwikkelingen in de binnenstad. Het gaat ook om het bouwen van breed lokaal netwerk, het delen van kennis, het promoten van de samenwerking, het bieden van service naar ondernemers en daarmee het zorgen voor loyaliteit naar en draagvlak.

Marketing - Verbetering (belevings)kwaliteit binnenstad (citydressing).

Collectief Roosendaal zorgt in overleg met Citymarketing Roosendaal voor een collectieve aanpak van de aankleding van de binnenstad (citydressing). De openbare ruimte moet er voor de consument aantrekkelijk uit zien. Met een aantrekkelijke aankleding met bijvoorbeeld bloembakken/ hanging baskets en sfeerverlichting wordt bijgedragen aan een betere winkelsfeer en een goed uitgaansklimaat. Met een doelgerichte aankleding kunnen tevens actuele marketingthema's worden ondersteund.

Marketing – Stadspromotie.

Met doelgerichte marketingcampagnes richt Collectief Roosendaal zich (vaak ondersteund door het Citymarketingbureau Roosendaal en het VVV) op de consument (lokaal, regionaal en België). Het gaat om het werven van nieuwe klanten, maar ook om klantenbinding, loyaliteit aan de eigen stad, beleving en trots. Met de invoering van de Roospas is hierin een belangrijke stap gezet.

Vanuit synergieoverwegingen werkt Collectief Roosendaal samen met partners als Designer Outlet Roosendaal en Leisurepark De Stok.

Marketing – Evenementen en winkel-ondersteunende activiteiten.

Ook evenementen en winkelondersteunende activiteiten dragen bij aan de aantrekkelijkheid van de stad en kunnen bovendien zorgen voor extra en nieuwe bezoekers aan de binnenstad. Om deze reden faciliteert en bevordert Collectief Roosendaal een doelgericht evenementenprogramma.

Veilig ondernemen en veilig uitgaan.

Een collectieve aanpak gericht op veilig ondernemen helpt de ondernemers in hun strijd tegen criminaliteit en draagt bij aan een beter veiligheidsgevoel bij de consument en daarmee aan de aantrekkelijkheid van het winkel- en uitgaansklimaat. Veilig ondernemen blijkt ook een succesvolle verbindende factor in de collectieve aanpak van de binnenstad.

3. Resultaten

De afgelopen jaren is er veel bereikt. De binnenstad is veel meer de huiskamer geworden van de Roosendalers en de bewoners van de omliggende dorpen. Het aantrekkelijke aanbod wordt goed gewaardeerd en is door een intensieve marketing en promotie bij een steeds breder publiek bekend. De binnenstad is mooi aangekleed: afhankelijk van het seizoen geven de sfeerverlichting, banieren en hanging baskets een sfeervolle uitstraling aan onze binnenstad.

Collectief heeft een belangrijke bijdrage geleverd aan de opzet van Roos24. Daarnaast participeren zij (ook financieel) in de Smart City BV.

Voor de coronacrisis werden er verschillende thema-bijeenkomsten georganiseerd voor de leden en werden zij bijgepraat over de ontwikkelingen en plannen van Collectief Roosendaal. Omdat bijeenkomsten sindsdien niet meer mogelijk zijn, is Collectief in 2020 gestart met het uitgeven van een maandelijkse nieuwsbrief om ondernemers in de binnenstad op de hoogte te brengen en te houden van de laatste ontwikkelingen en de betrokkenheid te verhogen. Om de betrokkenheid te vergroten en de samenwerking te bevorderen zijn er verschillende activiteiten georganiseerd zoals een zomer BBQ, Nieuwjaarsreceptie voor het hele bedrijfsleven in Roosendaal en zijn er informatieve bijeenkomsten georganiseerd zoals een thema-avond over cybercrime, online/social media activiteiten, etc.

Ook in coronatijd heeft Collectief plannen gemaakt om de binnenstad gezellig en aantrekkelijk te houden. Ze zijn blijven investeren in nieuwe sfeerverlichting op de Nieuwe Markt, in 2020 zijn overal in de stad zomervlaggen opgehangen en de hanging baskets zijn uitgebreid. Collectief heeft ook ondersteuning geboden aan het coronateam en aan de ondernemers met het aanreiken van toolkits, stickers, bierviltjes voor de Retail en Horeca om de veiligheid (1,5 meter) te waarborgen.

Collectief biedt financiële en facilitaire ondersteuning van diverse thematische binnenstadsevenementen op het gebied van muziek, sport en cultuur. Vorig jaar is een zomerprijzenfestival georganiseerd en bij het 750-jarig bestaan hebben zij meegewerkt aan de busverbinding Binnenstad – Designer Outlet Roosendaal.

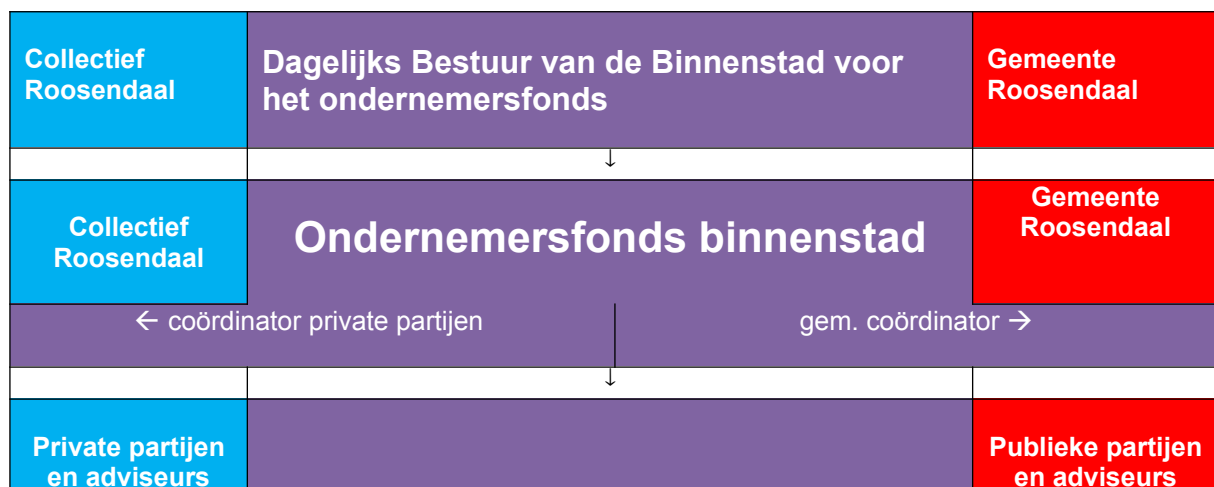
Alle activiteiten worden in goed overleg met Bureau Binnenstad en Citymarketing Roosendaal afgestemd en uitgevoerd. Verder speelt Collectief een belangrijke rol in het huidige binnenstadsbestuur, waar zij samen met de gemeente, Koninklijke Horeca Nederland, Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal, de Vereniging van Vastgoedeigenaren, Bewonersplatform Centrum, Cultuur Verbindt Roosendaal en Citymarketing Roosendaal invulling geeft aan de doelstellingen uit Roosendaal Gezonde Stad.

Deze activiteiten wil Collectief Roosendaal graag voortzetten in de komende jaren. De coronacrisis heeft veel impact op de binnenstad. Mede daarom is er de behoefte om de activiteiten nog verder uit te breiden en te intensiveren om de bezoekers weer naar de binnenstad te krijgen. Denk aan het organiseren extra evenementen, extra aankleding, maar ook inspanningen en activiteiten rond de roospas om klanten te binden aan de ondernemers in Roosendaal.

4. Organisatie.

In 2011 is gekozen voor een publiek-private samenwerking, deze constructie werkt goed en willen we continueren. Namens de private partijen is Collectief Roosendaal de primaire samenwerkingspartner van de gemeente Roosendaal. Beide partijen kiezen voor:

- een publiek-private samenwerking op basis van een samenwerkingsovereenkomst,
- gericht op de gezamenlijke uitvoering van dit Businessplan Binnenstad,
- voor een nieuwe periode van 5 jaar,
- met de inzet van een structureel ondernemersfonds, collectief te voeden;
- waarbij voor het beheer van het fonds en de opdrachtverstrekking naar derden gebruik wordt gemaakt van de rechtspersoon en diensten van de Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal.



Voor het Ondernemersfonds Binnenstad is een Dagelijks Bestuur aangewezen, bestaande uit de voorzitter van Collectief Roosendaal en de wethouder Economische Zaken van de Gemeente Roosendaal. Het DB zorgt voor de jaarlijkse begroting en de meerjarenbegroting en is tevens verantwoordelijk voor de uitvoering hiervan en de presentatie van tussenrapportages aan de eigen achterban, zijnde de Gemeente Roosendaal en Collectief Roosendaal.

De Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal :

- beheert als rechtspersoon het Ondernemersfonds Binnenstad,
- bewaakt de inzet van middelen op basis van de vastgestelde jaarbegroting,
- verricht op aanwijzing van het DB de betalingen en ontvangt de bijdragen aan het Ondernemersfonds Binnenstad; kan derhalve niet vrij beschikken over deze middelen;
- verzorgt namens het DB van de Stuurgroep Binnenstad de formele opdrachten aan derden,
- legt met de jaarrekening verantwoording af aan het DB van de Binnenstad.

Er zijn een aantal vaste activiteiten die worden uitgevoerd door Collectief en/of gemeente binnen het ondernemersfonds binnenstad. In het DB worden de activiteiten met elkaar besproken. Er is zowel vanuit Collectief Roosendaal als vanuit de gemeente een contactpersoon die bepaalde taken op zich neemt.

- een coördinator vanuit Collectief:
 - het aanspreekpunt van en naar de ondernemers in de binnenstad en als zodanig ook primair de behartiger van de ondernemersbelangen,
 - gelet op deze pps handelend in samenspraak met Collectief Roosendaal, specifiek de bestuurlijke vertegenwoordiging in het DB van de stuurgroep,
 - in de praktijk “het gezicht” van de binnenstad: de binnenstadsmanager;
- een gemeentelijk coördinator:
 - het aanspreekpunt van en naar de gemeentelijke organisatie en als zodanig ook handelend vanuit het algemeen (consumenten)belang,
 - gelet op deze pps handelend in samenspraak met de gemeente (via het gemeentelijke afstemmingsoverleg binnenstad), specifiek de bestuurlijke vertegenwoordiging in de stuurgroep.

5. Financieringsbehoefte/ meerjarenbegroting.

Het ondernemersfonds binnenstad is structureel geborgd in de begroting van de gemeente Roosendaal. Op basis van een meerjarenbegroting wordt bepaald waaraan deze middelen worden besteed. De meerjarenbegroting is opgenomen in Bijlage 1.

Het activiteitenbudget is gebaseerd op de volgende uitgaven en investeringsbehoeften:

- aankleding binnenstad (plantenbakken, uniforme sfeerverlichting, banieren, kerstbomen, etc.),
- advertentiecampagnes gericht op lokale, regionale en bovenregionale consumenten waaronder de Belgische markt (winkelkrant, website, 3-hoeksborden, radio en tv, passe-partout, shoppinggids, stadsmagazines, etc.) op basis Marketingplan Binnenstad,
- promotie- en marketingcampagnes,
- synergiebevordering: gezamenlijke promotieactiviteiten ontwikkelen met Rosada Factory Outlet/ Recreatiepark De Stok en, Go Stores Oostplein,
- uitvoering plan van aanpak veilig ondernemen in de binnenstad
- lokale activiteiten in de winkelstraat of het winkelgebied; activiteiten (van winkeliersverenigingen) die door de andere financieringsstroom niet verloren mogen gaan.

6. Kostendekking

De voeding van het ondernemersfonds binnenstad is als volgt geregeld:

- de ondernemers betalen reclamebelasting; (ondernemersbijdrage)
- de gemeente verdubbelt de opbrengst van de reclamebelasting (gemeentelijke bijdrage)

Daarnaast draagt de gemeente ook in personele zin bij. Voor sommige activiteiten zal naar aanvullende inkomsten worden gezocht van projectpartners (bijv. Parkeerbeheer), risiconemende opdrachtnemers of door andere (in)directe participatie bijvoorbeeld van adverteerders en/ of sponsors.

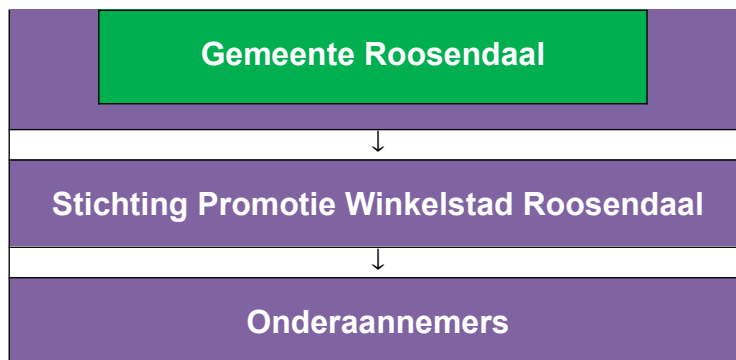
Vaste gemeentelijke bijdrage.

In de gemeentebegroting is reeds rekening gehouden met de benodigde jaarlijkse bijdrage. (6.310.202).

Ondernemersbijdrage:

De ondernemersbijdrage kan op verschillende manieren tot stand worden gebracht. In 2011 heeft onderzoek plaats gevonden naar de beste variant voor de Roosendaalse binnenstad. Dat is de reclamebelasting gebleken. Ook nu wordt deze variant als de beste beschouwd. In 2011 is hiervoor de “Verordening op de heffing en invordering van reclamebelasting binnenstad Roosendaal” vastgesteld. Reclamebelasting dient door de gemeente te worden geheven bij bedrijven waar de reclame zichtbaar is vanaf de openbare weg. Voor de gebieden Roselaar en Passage is langs privaatrechtelijke weg een oplossing gevonden, zodat ook deze ondernemers bijdragen aan het ondernemersfonds. Dit leidt tot onderstaande geldstroom.





De benodigde ondernemersbijdrage wordt voor de jaren 2022-2027 verkregen door:

- ➔ De verlenging van de reclamebelastingverordening.
 - De wettelijke basis hiervoor is geregeld in art. 227 van de Gemeentewet.
 - De belasting is van toepassing op openbare aankondigingen zichtbaar vanaf de openbare weg;
 - hieronder vallen: de “echte” reclame-uitingen, vermelding van de bedrijfsnaam of de vermelding van een activiteit;
 - mits deze duurzaam zijn (het geldt dus niet voor een tijdelijk (enkele dagen) bord).
 - De belastingopbrengst mag vrij worden ingezet.
 - De belasting wordt geheven aan de gebruikers van de panden waar de openbare aankondigingen zijn aangebracht.
 - Mits objectief kunnen bepaalde gebruikers worden vrijgesteld.
 - Voor de heffing dient de gemeenteraad een belastingverordening reclamebelasting vast te stellen.
 - Het is de gemeente die de belastingheffing en –inning uitvoert.
- ➔ Een privaatrechtelijke bijdrage vanuit Roselaar en Passage
De reclamebelasting beperkt zich tot reclames die zichtbaar zijn vanaf de openbare weg, waardoor deze niet geheven kan worden in de overdekte winkelcentra. Dit wordt privaatrechtelijk geregeld met de beheerders van de winkelcentra.

7. Gebiedsafbakening

Draagvlak

Het draagvlak wordt in deze bepaald door de instemming die de Algemene Ledenvergadering van Collectief Roosendaal heeft gegeven aan het voorstel van hun bestuur om de gemeente te verzoeken om het ondernemersfonds binnenstad te verlengen.

Gebiedsdefinitie

Op verzoek van Collectief Roosendaal wordt vastgehouden aan de bestaande gebiedsafbakening en tariefdifferentiëring. Er is gekozen voor een duidelijke en herkenbare afbakening waar belasting wordt geheven. Het betreft het gebied van de voormalige centrumring, aangevuld met de gebieden Kade en het Kadeplein. Dit sluit aan bij het lidmaatschapsgebied van Collectief.

Binnen het gebied wordt onderscheid gemaakt tussen:

- zone A, het gebied binnen de autoluwe zone (het kernwinkelgebied): Roselaar, Passage, Biggelaar, Markt, Raadhuisstraat (deels), Dokter Braberstraat, Bloemenmarkt, Kerkstraat, Tongerloplein, Kuiperstraat, Nieuwe Markt, Tussen de Markten en Roselaarplein.
- zone B, het overige gebied.

Tariefdifferentiatie

Ook de tariefdifferentiatie Van Zone A en B wordt voortgezet. De tarieven zijn als volgt:

- zone A: € 400,- per onderneming.
- zone B: € 250,- per onderneming.

Reclamebelastingverordening.

Om de reclamebelasting te kunnen innen, stelt de gemeenteraad de "Verordening op de heffing en invordering van reclamebelasting binnenstad Roosendaal" 2022-2026 opnieuw vast.

Waarborg inbreng belastingopbrengst in Ondernemersfonds Binnenstad (en gemeentelijke bijdrage).

Om er voor te zorgen dat de belastingopbrengst (minus de perceptiekosten) en de gemeentelijke bijdrage in het Ondernemersfonds Binnenstad terecht komen, zijn deze verplichtingen vastgelegd in de samenwerkingsovereenkomst tussen Collectief Roosendaal, de gemeente en de Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal. Daarbij is, net als de vorige keer, gekozen voor een rechtspersoon (Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal) die het fonds gaat beheren. In deze overeenkomst is o.a. ook de looptijd van 5 jaar bepaald.

Ambtelijke inzet/ inhuur expertise/ Perceptiekosten

In de begroting hoeft geen rekening gehouden te worden met ambtelijke personele kosten. Wel zullen perceptiekosten voor de belastingsamenwerking in rekening worden gebracht. De perceptiekosten zullen in mindering worden gebracht van de bruto-reclameopbrengsten. Het betreft de volgende posten.

- Jaarlijkse opname van de panden door de Belastingamenwerking
- Juridische advisering over mogelijke bezwaarschriften
- Heffingskosten voor het versturen van de aanslagen
- Inningskosten voor het innen van de belastinggelden

Storting van de middelen.

De gemeentelijke bijdrage zal aan het begin van het kalenderjaar ter beschikking worden gesteld voor het fonds. De ondernemersbijdragen/ belastingopbrengsten zullen steeds na de inning na aftrek van de perceptiekosten ter beschikking komen.

8. Planning

Invoeringsdatum

Op 31 december 2021 loopt de huidige Samenwerkingsovereenkomst en de "Verordening op de heffing en invordering van reclamebelasting binnenstad Roosendaal" af. De verlenging zou op 1 januari 2022 in werking moeten gaan.

Voor die tijd zal de gemeenteraad moeten besluiten tot:

- Vaststelling van de "Verordening op de heffing en invordering van reclamebelasting binnenstad Roosendaal" voor de periode 2022 tot en met 2026,
- Aangaan van een nieuwe samenwerkingsovereenkomst met Collectief Roosendaal en de Stichting Promotie Winkelstad Roosendaal over de invulling, werkzaamheden en financiering met een looptijd van 5 jaar.

BIJLAGE 1

globale opzet - **MEERJARENBEGROTING Collectief Roosendaal en SPWR 2022 t/m 2026**