

Retailcongres België focust op de impact van toerisme

21-02-2018 15:10

"Toerisme versterkt kansen van retail in binnensteden.", betoogd topvrouw Anneleen Desmyter van QRF City Retail en de moderator van het SPRYG-seminarie Winkellocatiemarkt België 2018 (1 maart in Brugge). Desmyter noemt het de hoogste tijd om "Juist in deze uitdagende tijden na te denken over de invloed van toerisme op de retailmarkt."

[caption id="attachment_53579" align="alignright" width="300"]



Toerisme en chocola in Antwerpen[/caption]

Binnensteden Desmyter: "Retailers in het algemeen hebben het lastig gehad met de opkomst van nieuwe e-commerce spelers zoals Zalando, Bol.com en Amazon. Zelfs Peter Zwart van Coolblue is ervan overtuigd dat e-commerce geen blijvend businessmodel oplevert, ze kunnen alleen op prijs concurreren. Het lastige is dat deze nieuwe webshops wel met een deel van de koek gaan lopen, dat, terwijl ze ook nog eens andersoortige investeerders achter zich hebben. Investeerders die niet verwachten dat er winst wordt gemaakt. Een klassieke winkelier kan zich dat niet permitteren. Die moet een merk creëren en rentabiliseren." **Merken creëren** Wil een retailer succesvol zijn, dan moet hij in 2018 een beleving bieden aan de koper. Desmyter: "Willen we een merk creëren, dan gaat het om het creëren van een binding met een product of dienst. Het gaat om het voelen, passen, aanraken ervan. Dat gaat niet in een webshop. De fysieke winkel moet vandaag maximaal inzetten op gastvrijheid en kwaliteit. Daarom geloof ik ook zo in binnensteden. Door gastvrijheid te creëren en kwaliteit te bieden, zorg je met elkaar voor meerwaarde. Horeca en retail gaan hand in hand en maken de merkbeleving van een stad nog beter. Bij QRF City Retail zijn we als investeerders in retail actief in binnensteden. Wij zien het belang van horeca voor retail en investeren om die reden ook steeds meer in food." [caption id="attachment_53580" align="alignright" width="300"]



In Ieper is het herdenkingstoerisme goed ontwikkeld. [caption] **Beleving realiseren** Desmyter is helemaal vol van de versterkende kracht en noemt in één adem topsteden als Antwerpen, Brugge en Nieuwpoort. Ze doen het alle drie erg goed bij toeristen. "Door als stad een keuze te maken en die keuze nog eens te versterken, vinden toeristen de stad interessant. Dat zorgt voor dagjesmensen, weekendtoeristen en buitenlandse toeristen. Het kan ook bij kleinere steden zoals bijvoorbeeld Ieper. Die stad heeft ingezet op de Last Post en Wereldoorlog I. Dat maakt dat er veel Amerikanen en Britten komen naar een tot voor kort vergeten hoek van België." [caption id="attachment_53583"]



align="alignright" width="300"]

Eigenzinnige horeca in Mechelen (de kinderstad) [caption] **Veranderende vraag** Desmyter is ervan overtuigd dat het geheel moet kloppen. In de binnenstad willen de mensen komen shoppen. "Dat betekent dat de parking enkel betalend mag zijn als het winkelgebied voldoende groot is. Het gaat er vooral om dat het geheel klopt. De stad moet zowel trendy winkels, ketens als horeca hebben. Daarbij gaat het erom dat de vastgoedmensen met retailers en beleidsmakers praten. Dat ze snappen wat de veranderende vraag is." Vroeger waren alle winkelstraten gevuld met de ene winkel na de andere, de ene keten na de andere. Desmyter: "Nu weten we dat mensen ook rust zoeken en dat ze graag een stop maken. Dat maakt dat er nu kansen zijn voor meer horeca en voor vernieuwende concepten. Zo is er veel interesse voor de frituur van Sergio Herman of het vernieuwde Motel One. Die keten heeft zichzelf op de kaart gezet met een sterk concept." **Seminarie Winkelloccatiemarkt** Desmyter is op 1 maart de moderator van het SPRYG-seminarie. Wat wil zij tijdens het seminarie aan de

deelnemers overbrengen? Desmyter: "Voor mij is het een geslaagd seminar als mensen zich erna afvragen: Wat doen wij met ons winkelgebied vandaag? Hoe kunnen we dit versterken en welke randfactoren moeten dan beter worden? Maar ook: hebben we wel goede horeca en delicatessenzaken in onze binnenstad? Die zorgen ervoor dat mensen er willen gaan en dat het gebied op de kaart staat." **Wat vraagt u van sprekers tijdens het seminarie?** "Ik wil van de sprekers vooral horen hoe toerisme hun omzet mee bepaalt en wat ze doen om deze te vergroten. We hebben mooie sprekers die daar een succesvolle visie op hebben. Hoe bestuderen zij toeristen en hoe nemen zij die kennis mee in hun keuzes? En hoe hebben ketens die het slechte tijt hebben kunnen keren, dat voor elkaar gekregen?" **Drijfveren** Voor Desmyter is het van belang om zelf op de hoogte te zijn en te blijven. Ze geniet dan ook al van het idee dat ze moderator is op 1 maart. "Ik kan dan dieper graven bij de sprekers die retailers, overheid of tussenpersonen zijn. Ik zie verbanden en zal die ook leggen als moderator. En het is leuk om de drijfveren van partijen boven water te krijgen. Die zijn soms tegengesteld, maar ook verrijkend voor deelnemers. Ik draag de verantwoording voor het leveren van deze inspanning graag, omdat ik me op deze manier ook medeverantwoordelijk kan maken voor een mooie samenleving." Meer informatie over het SPRYG congres: www.spryg.com/be/events/winkellocatiemarkt-belgie Met dank aan: Geschreven door Helma van den Berg, SPRYG Real Estate Academy

Redactie