

PERSCONFERENTIE OPENBARE MARKTEN RONSE

HET 10 PUNTEN PLAN VAN HET VLAAMS BELANG

Het Vlaams Belang stelt vast, en dit op basis van cijfers door de stad ter beschikking gesteld, dat het aantal vaste markthandelaars zowel op woensdag als op zaterdag tussen 2001 en 2007 gedaald is met meer dan een derde. (cfr bijgevoegd cijfermateriaal)

Bovendien werden in die periode 26 nieuwe abonnees verwelkomd.

Dat betekent dat van de in 2001 aanwezige vaste marktkramers nog slechts ongeveer de helft overblijft.

Het stadsbestuur haalt als redenen hiervoor aan: pensionering, de werken aan de grote markt en stopzetting van ambulante activiteit.

Nochtans stelt het Vlaams Belang Ronse vast dat nogal wat marktkramers die vroeger beschikten over een vaste standplaats te Ronse, nu een standplaats verworven hebben te Oudenaarde, Brakel en andere.

Niet alleen de marktkramers hebben Ronse de rug toegekeerd, maar ook heel wat Ronsenaars verkiezen hun inkopen te verrichten op de markt van Oudenaarde en van Brakel.

Daarom meent het Vlaams Belang dat het de hoogste tijd is om een plan uit te werken om de woensdag- en zaterdagmarkt nieuw leven in te blazen en dat zowel ten dienste van de Ronsenaars als van de marktkramers en ook van de Ronsese kleinhandel. Het is immers evident dat de grote massa's volk die destijds de markt te Ronse aandeden ondertussen ook bij de plaatselijke handelaars heel wat inkopen verrichtten.

Het stadsbestuur heeft beslist de markt te zullen herschikken om de vele lege plaatsen in het midden van de markt te verdoezelen. Het is duidelijk dat dit geen oplossing biedt voor de boven aangehaalde problematiek: het is niets meer dan een camouflage om het falen en de echte redenen voor de achteruitgang van de Ronsese markt te verbergen.

Onze voorstellen:

1. Er moet een actief recruiteringsbeleid gevoerd worden om nieuwe marktkramers te overtuigen weer naar Ronse af te zakken.
 - Er kan overwogen worden voor het eerste abonnement een gevoelige vermindering toe te kennen.
 - Om meer vaste marktkramers naar onze markt te krijgen zou men kunnen overwegen het abonnementsgeld te verminderen en tegelijkertijd de losse standplaatsen duurder te maken.
 - Om het marktgebeuren vlotter te doen verlopen, is het wenselijk het toezicht op het marktgebeuren door 2 marktleiders te laten verlopen

2. Deze recruterings mag niet blind gebeuren maar moet tot doel hebben een grotere diversiteit van producten aan de klanten te kunnen aanbieden.
3. De plaatsing van de kramen moet op een oordeelkundige manier gebeuren:
 - De kramen met grote aantrekkingskracht moeten verspreid worden over de verschillende gangen.
 - Handelaars die een gelijkaardig aanbod hebben mogen niet recht tegenover elkaar opgesteld worden
4. Er mogen hoogstens 3 handelaars met een gelijkaardig aanbod op dezelfde markt toegelaten worden met uitzondering van groenten, fruit en vleeswaren.
5. Bij het toekennen van de plaatsing moet er rekening gehouden worden met de anciënniteit van de markthandelaar. Wie langst op de Ronsese markt aanwezig is, moet voorrang krijgen bij het bepalen van zijn/haar plaats.
6. Het verplaatsen van de markt naar een andere locatie moet tot het strikte minimum beperkt worden. Navraag bij de markthandelaars en klanten, leert ons dat de omzet op die dagen gevoelig lager ligt.
7. Bij het innemen van de plaatsen moet meer aandacht besteed worden aan het effectief ingenomen aantal m²: lengte en diepte moeten beter gecontroleerd worden. Daardoor komen sommige kramen immers meer naar voor te staan en worden de marktkramers die de overeenkomsten naleven benadeeld.
8. Er zou kunnen overwogen worden de richting van de gangen van de markt aan te passen. Dit zou de plaatsing van de kramen waarschijnlijk makkelijker maken en tevens de lokale horeca ten goede komen.
9. Er moet overleg gepleegd worden met de Unie van Marktkramers. Het is noodzakelijk dat ook deze vereniging initiatieven neemt om het op te starten reactiveringsplan te doen slagen. Ook Unizo kan en moet hierbij geraadpleegd worden.
10. Van de Unie van Marktkramers mag verwacht worden dat zij in samenspraak met het stadsbestuur acties ondernemen om het marktgebeuren aantrekkelijker te maken en er meer bekendheid aan te geven bvb door het publiceren van het plan met de vaste marktkramers in de lokale weekbladen of via een huis aan huisbedeling.