

C85 – BUI6

V L A A M S P A R L E M E N T



Zitting 2006-2007

30 januari 2007

HANDELINGEN

COMMISSIEVERGADERING

COMMISSIE VOOR BUITENLANDS BELEID, EUROPESE AANGELEGENHEDEN,
INTERNATIONALE SAMENWERKING EN TOERISME

INHOUD

Vraag om uitleg van de heer Eloi Glorieux tot mevrouw Fientje Moerman, viceminister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Economie, Ondernemen, Wetenschap, Innovatie en Buitenlandse Handel, over de houding van de Vlaamse vertegenwoordigers in de Nationale Delcrederedienst met betrekking tot het Dhamra Port Project in Indië	1
Vraag om uitleg van de heer Stefaan Sintobin tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over de nieuwe marketingstrategie van Toerisme Vlaanderen	2
Vraag om uitleg van de heer Jan Roegiers tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over het project Tafelen in Vlaanderen	6

Voorzitter: de heer Karim Van Overmeire

Vraag om uitleg van de heer Eloi Glorieux tot mevrouw Fientje Moerman, viceminister-president van de Vlaamse Regering, Vlaams minister van Economie, Ondernemen, Wetenschap, Innovatie en Buitenlandse Handel, over de houding van de Vlaamse vertegenwoordigers in de Nationale Delcrederedienst met betrekking tot het Dharma Port Project in Indië

De voorzitter: De heer Glorieux heeft het woord.

De heer Eloi Glorieux: Mijnheer de voorzitter, mevrouw de minister, collega's, de Nationale Delcrederedienst publiceerde op 21 december 2006 op zijn website dat het een transactie behandelt inzake de uitbreiding van het Dharma Port Project in India. Het milieueffectenrapport werd niet op de website gepubliceerd, maar kon wel opgevraagd worden.

Op 9 januari 2007 ontving de vereniging Proyecto Gato dit milieueffectenrapport en verspreidde ze er een aantal opmerkingen over.

– *Mevrouw Miet Smet, ondervoorzitter, treedt als waarnemend voorzitter op.*

Mijn vragen gaan over dit specifieke project en de negatieve impact op het mariene milieu, en in het bijzonder op de olive ridley turtle. Dat is een schildpadsoort die voorkomt in ondiepe tropische wateren en zich voedt met bentische crustaceeën. De soort wordt internationaal erkend als 'endangered'. Het is dus een bedreigde diersoort.

Op basis van het milieueffectenrapport en de verklaringen die de Dharma Port Company heeft gegeven, kan verkeerdelijk geconcludeerd worden dat het project geen negatieve impact heeft op die schildpadden. Op basis van informatie waarover Proyecto Gato beschikt, blijkt het milieueffectenrapport de impact op het mariene milieu echter sterk te onderschatten.

Ten eerste werd het veldwerk door Kirloskar Consultant, dat het milieueffectenrapport schreef, niet op een degelijke manier uitgevoerd. Het veldwerk vond enkel plaats op 8 plaatsen binnen een perimeter van 10 tot 20 kilometer ten opzichte van de plaats waar de werken voor tot het genoemde project zullen plaatsvinden. De 10 tot 20 kilometer radius is onlogisch omdat er rekening moet worden gehouden met belangrijke directe en indirecte effecten buiten die radius, met name de gevolgen van een lekkage van olie of chemische producten, de toenemende trafiek van schepen naar de haven enzovoort. Het milieueffectenrapport houdt hier geen rekening mee.

Mevrouw de minister, dit project voldoet niet helemaal aan de juridische verplichtingen die de Nationale Delcrederedienst binden, met name het verdrag inzake biologische diversiteit. Voorts voldoet dit project niet aan de milieuaanbevelingen die worden afgesproken door de OESO. Deze milieuaanbevelingen hebben nochtans een belangrijke politieke waarde. De Delcrederedienst verzekert industriële projecten van Belgische ondernemingen in het buitenland. Daarvoor moeten echter een aantal belangrijke regels gevolgd worden.

De Vlaamse overheid heeft ook vertegenwoordigers in de Nationale Delcrederedienst. Het ter beschikking stellen van het milieueffectenrapport wijst er indirect op dat de Nationale Delcrederedienst van mening is dat het project voldoet aan de milieuplichtingen, iets wat ik in vraag stel. Graag ontvang ik meer informatie over de houding van de vertegenwoordigers van het Vlaamse Gewest. Er zetelen drie vertegenwoordigers in de raad van bestuur van de NDD die worden voorgedragen door het Vlaamse Gewest.

Beschikten de vertegenwoordigers van het Vlaamse Gewest in de Delcrederedienst over de concrete informatie over de impact op het mariene milieu, en in het bijzonder op het voortbestaan van die bedreigde schildpaddensoort? Indien ja, waarom werd hier geen rekening mee gehouden?

De voorzitter: De heer Van Nieuwenhuysen heeft het woord.

De heer Luk Van Nieuwenhuysen: Mevrouw de voorzitter, mevrouw de minister, ik ga niet dieper in op dit specifieke dossier, maar ik wil van de gelegenheid gebruik maken om even in te gaan op de taak en de opdracht van de drie Vlaamse vertegenwoordigers in de Nationale Delcrederedienst, of de NDD.

We hebben het daar een hele tijd geleden al over gehad, namelijk op 5 oktober 2004 naar aanleiding van een vraag om uitleg van de heer Loones over de Vlaamse ondervertegenwoordiging in de bestuursorganen van de NDD en over de afstemming van het beleid inzake buitenlandse handel op het buitenlandse beleid. U hebt toen gezegd dat het u de moeite waard leek om met de drie bestuurders, die namens het Vlaamse Gewest in de raad van bestuur zitten, rond de tafel te gaan zitten om te bekijken of ze hun rol al dan niet spelen. U voegde er heel terecht aan toe: "Tenslotte zetelen ze namens de Vlaamse Regering in de raad van bestuur".

Mevrouw de minister, heeft dat gesprek met de drie

leden van de raad van bestuur plaatsgevonden? Werden uit dat eventuele overleg conclusies getrokken?

De voorzitter: Minister Moerman heeft het woord.

Minister Fientje Moerman: Mevrouw de voorzitter, mijnheer Glorieux, staat u me toe om eerst een algemene duiding te geven bij deze vraag.

– *De heer Karim Van Overmeire treedt als voorzitter op*

De Nationale Delcrederedienst is een autonome overheidsinstelling die tot opdracht heeft haar cliënten te beschermen tegen de risico's die samenhangen met de internationale handel, vooral – maar niet uitsluitend – op de opkomende markten en in de ontwikkelingslanden. De NDD is een door de OESO erkend exportkredietagentschap, met als belangrijkste rol de bevordering van handel in een competitieve omgeving.

In 2001 hebben de lidstaten van de OESO erkend dat exportkredieten kunnen bijdragen tot duurzame ontwikkeling en dus coherent moeten zijn met de objectieven daarvan. De NDD heeft zich ertoe verbonden om deze internationale afspraken na te leven. De dienst richt zich naar de nationale en internationale milieuverplichtingen die voortvloeien uit de 'Gemeenschappelijke Benaderingen inzake Milieu' van de OESO, de 'Richtlijnen voor Multinationale Ondernemingen' van de OESO en de Europese richtlijn die de publiekstoegang tot milieu-informatie regelt.

Zoals ik iets langer dan een jaar geleden reeds antwoordde op een schriftelijke vraag van de heer Van Nieuwenhuysen, heb ik de bestuurders die namens de Vlaamse Regering in de raad van bestuur van de NDD zetelen, uitdrukkelijk gevraagd om steeds rekening te houden met deze richtlijnen.

Met betrekking tot dit concrete dossier zou ik uw aandacht willen vestigen op het feit dat de NDD op zijn website liet verschijnen dat er een transactie behandeld wordt en dat het milieueffectenrapport op vraag kan worden bezorgd. Het vrijgeven van het milieueffectenrapport betekent echter niet dat het dossier al werd goedgekeurd. De NDD heeft enkel, in een streven naar een zo groot mogelijke transparantie, het rapport ter beschikking willen stellen.

Ik kan u ook meedelen dat het concrete dossier eind vorige week nog niet door de raad van bestuur werd besproken. Bijgevolg hebben de vertegenwoordigers van de Vlaamse Regering in deze raad van bestuur ook nog geen standpunt ingenomen. Het dossier wordt momenteel voorbereid door de NDD met het oog op een bespreking door de raad van bestuur. De NDD zal, zoals gezegd, rekening houden met de internationale milieuafspraken. Bovendien kan ik hier nog aan toevoegen dat

de informatie waarnaar u verwijst, door de heer Capelle, de voorzitter van Proyecto Gato, werd overgemaakt aan de vertegenwoordigers van de Vlaamse Regering in de raad van bestuur. Zij hebben me laten weten dat ze niet zullen nalaten om deze informatie te toetsen aan de informatie die door de NDD wordt verstrekt.

Mijnheer Van Nieuwenhuysen, op 24 juni 2005 vond er inderdaad een vergadering plaats op mijn kabinet. Mijn kabinetschef en medewerkers hebben toelichtingen gegeven bij het beleid dat we in Vlaanderen nastreven. Onze vertegenwoordigers in de raad van bestuur hebben gesteld dat ze tevreden zijn met het initiatief om te communiceren over het Vlaamse beleid zodat ze hun functie beter geïnformeerd kunnen uitoefenen. De beloofde vergadering heeft dus plaatsgevonden.

De voorzitter: De heer Glorieux heeft het woord.

De heer Eloi Glorieux: Mijnheer de voorzitter, mevrouw de minister, ik dank u voor uw antwoord. Het was heel duidelijk. Ik hoop dat onze Vlaamse vertegenwoordigers inderdaad uitdrukkelijk rekening zullen houden met de OESO-richtlijnen en de verschillende conventies, zoals de biodiversiteitsconventie, bij de deliberatie van het al dan niet dekken van risicovolle projecten in het buitenland.

De voorzitter: Het incident is gesloten.

Vraag om uitleg van de heer Stefaan Sintobin tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over de nieuwe marketingstrategie van Toerisme Vlaanderen

De voorzitter: De heer Sintobin heeft het woord.

De heer Stefaan Sintobin: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, collega's, enige tijd geleden werd de nieuwe marketingstrategie voor het buitenland voorgesteld bij Westtoer, het autonome provinciebedrijf voor Toerisme en Recreatie van West-Vlaanderen. Als ik goed ben ingelicht, bestaat daarover enige commotie. Volgens sommigen zou het uitgangspunt van de nieuwe strategie zijn dat Toerisme Vlaanderen afstapt van de promotie van de drie macroproducten. Dat staat nochtans expliciet vermeld in de beleidsnota en de beleidsbrief. Westtoer heeft bedenkingen bij de algemene uitgangspunten en de operationalisering van de nieuwe marketingstrategie. Volgens Westtoer zal de promotie voor de Vlaamse Kust versnipperd worden over diverse productlijnen alsook over bepaalde productniches.

Westtoer is echter van oordeel dat het product 'Vlaamse kust' als unieke belevingswaarde en volwaardig belevingsproduct, vooral wordt gekenmerkt door een totaalbeleving en dus het best niet wordt versnipperd over verschillende productlijnen en -niches. Bovendien vraagt de kust een andere benadering dan de korte, thematische vakantieproducten en is het type vakantie aan de kust proportioneel meer gericht op langere verblijven. Er zou in de nieuwe strategie een overwicht van de kunststeden zijn bij de keuze van de productlijnen.

Deze nieuwe benadering is in het licht van de promotie van de kunststeden bij de globale bewerking van de buitenlandse markten misschien wel probaat, maar Westtoer twijfelt eraan of dit in relatie tot het product 'Vlaamse kust' voor alle markten de juiste benadering is, vooral dan met betrekking tot de Duitse en Nederlandse markt. In de Duitse en Nederlandse markt is de Vlaamse kust nog steeds een motivator voor een verblijf in Vlaanderen. Als men vanuit Toerisme Vlaanderen dan toch werkt met aparte productlijnen en -niches, schuift Westtoer productlijnen als 'actieve recreatie in de gezonde buitenlucht' en 'health en wellness naar voren in plaats van 'het goede leven' en 'schoonheid en inspiratie', wat hen niet het meest geschikt lijkt voor de promotie van de kust. Sommigen stellen zich dan ook de vraag of er binnen de opmaak van een nieuw strategisch beleidsplan voor de Vlaamse kust tot een marketingvisie zal worden gekomen die gedragen wordt door alle partners, onder wie niet in het minst de tien kustgemeenten.

Naar aanleiding van de forse kritiek op de nieuwe buitenlandstrategie van Westtoer, heb ik enkele vragen, mijnheer de minister. Vroeger werden de logiesbrochures per macroproduct uitgegeven door Toerisme Vlaanderen. Hoe zal dat in de toekomst gebeuren? Hoe zal de nieuwe strategie worden geïmplementeerd in zijn algemeenheid? Zal de kust nog aan bod komen als een volwaardig gediversifieerd product?

Er zijn heel wat opmerkingen over het gebrek aan overleg en betrokkenheid van de provinciale toeristische federaties bij het uitstippelen van die nieuwe marketingstrategie. Wat is uw visie op die kritiek?

Meent u dat de Vlaamse kust als volwaardig belevingsproduct aan bod moet blijven komen in de buitenlandcampagnes van Toerisme Vlaanderen? Kan de nieuwe buitenlandstrategie eventueel nog in die richting worden aangepast?

De voorzitter: De heer Verstreken heeft het woord.

De heer Johan Verstreken: Mijnheer de voorzitter, het blijft belangrijk en het is evident dat we investeren in de promotie van de kust en de kustregio. Ik verwijs naar mijn betoog van vorige week over de luchthaven van

Oostende met betrekking tot een grotere rentabiliteit van passagiersvluchten.

De vraagstelling van de heer Sintobin verwondert me een beetje omdat hij suggereert dat er een keuze moet worden gemaakt tussen beide, terwijl het volgens mij gaat om een en-verhaal. Beide visies zijn belangrijk, zowel de visie die door Toerisme Vlaanderen naar voren wordt geschoven als die van Westtoer. De totaalbeleving is inderdaad van belang. Het is een gezond principe dat men niet ter plaatse moet blijven trappelen maar moet evolueren. Er worden terechte vragen gesteld door de heer Sintobin, bijvoorbeeld over hoe de benadering van Toerisme Vlaanderen zal zijn van dit nieuwe gegeven en of Westtoer daarbij wordt betrokken.

De voorzitter: Mevrouw Demeulenaere heeft het woord.

Mevrouw Stern Demeulenaere: Mijnheer de minister, ik wil van deze gelegenheid gebruik maken om terug te komen op de hotelkwalificaties. Ik was van plan daar een vraag over te stellen omdat er in de provincie West-Vlaanderen een subsidiëring op til is voor de opwaardering van hotels om tegemoet te komen aan de behoeften die door de heer Sintobin werden genoemd, namelijk het opstellen van wellnessproducten en specifieke productlijnen. De provincie stelt dat de kust behoefte heeft aan hoger gewaardeerde hotels om te kunnen voldoen aan die productlijnen. Ik heb dat ook al aangehaald bij de bespreking van de beleidsbrief.

Mijnheer de minister, hebt u weet van dat project van subsidiëring om de hotels aan de kust op te waarderen en overweegt u om die stappen verder uit te breiden? Die subsidiëring gaat wel uit van Europa. Ik weet dat de financiering aan beperkingen onderworpen is. Maar volgens mij kan zij, mocht de minister het willen, toch worden uitgebreid.

De voorzitter: Minister Bourgeois heeft het woord.

Minister Geert Bourgeois: Mijnheer de voorzitter, collega's, ik ga eerst in op wat mevrouw Demeulenaere zegt. Mevrouw Demeulenaere, u had het over de hotelkwalificaties, ik neem aan dat u de hotelclassificaties bedoelt. Er zijn twee zaken. Met het koepeldecreet hoop ik voor de zomer te kunnen landen. Na de pensionering van de projectleider binnen Toerisme Vlaanderen werd een nieuwe kracht aangesteld. Daarnaast alludeert u wellicht op een project van doelstelling 2, waarbinnen aan een dergelijk systeem wordt gewerkt. Dat is op zich geen voorwerp van subsidiëring door de Vlaamse overheid.

Wat in het algemeen de zorg voor de promotie van het macroproduct 'Vlaamse Kust' betreft, het voorwerp

van de vraag van de heer Sintobin, waarbij de heer Verstreken zich heeft aangesloten: onze doelstelling is het actief vermarkten van onze drie macroproducten. Wij willen het toeristische rendement maximaliseren. Wij hebben van in het begin, in de beleidsnota maar ook in de beleidsbrieven, herhaaldelijk gesteld dat er een onderscheid bestaat tussen de binnen- en buitenlandpromotie van die drie macroproducten. Het is evident dat we met onze kunststeden het verre buitenland kunnen bereiken, en dat we met de groene regio's enkel het binnenland en een stukje buitenland kunnen bereiken: voor Limburg een stukje Nederland en Duitsland, en voor de Vlaamse kust ook een stukje buitenland, maar zeker niet het verre buitenland.

We hebben daar telkens een specifieke benadering nodig. Die wordt, neem ik aan, ook door Westtoer onderschreven. In de brief die ik heb gekregen van Westtoer lees ik niet de forse kritiek waarover u het hebt. Integendeel, Westtoer zegt principieel te kunnen instemmen met de nieuwe benadering, maar stelt wel vragen bij de toekomstige blijvende promotie van de kust en de samenwerking met de betrokken actoren.

De vernieuwde positionering van Toerisme Vlaanderen moet inderdaad inspelen op de nieuwe maatschappelijke trends: aandacht voor medioren, wellness en authenticiteit, met een focus op kunst en cultuur, op beleving, op meer en kortere vakanties. Wij stellen deze tendensen vast, ze zijn al herhaaldelijk aan bod gekomen. Het is evident dat we met de drie macroproducten inspelen op die consumententrends en -behoeften. Binnen die krijtlijnen is het nieuwe buitenlandmarketingplan van Toerisme Vlaanderen tot stand gekomen.

Daarbij werd expliciet gekozen voor een focusstrategie. Ten eerste omdat onze mensen en middelen niet onbeperkt zijn en we dus keuzes moeten maken. Ten tweede omdat de mensen en middelen te verspreid werden ingezet. Drie: de concurrentie van andere en buitenlandse bestemmingen neemt elke dag toe. En vier: de aankomsten en overnachtingen uit de belangrijkste buurlanden staan onder druk.

De focusstrategie voor de periode 2006-2009 kan in negen strategische keuzes worden samengevat. Brussel, de kunststeden en de andere Vlaamse steden vormen het primaire product. De behoeften aan beleving en lifestyle vormen de uitgangspunten. Voor Vlaanderen wordt een eenduidige merkenstrategie gehanteerd. De kortevakantiemarkt is prioritair. Er wordt een beperkt aantal geografische markten gekozen. De MICE-marketingstrategie is afgestemd op leisure-marketingstrategie. Er wordt primair gewerkt met de sterke productelementen van Vlaanderen. Toerisme Vlaanderen richt zich enkel op de eerste fasen van het beslissingsproces. Toerisme Vlaanderen werkt samen met strategische partners in de uitvoering.

Ik ga nu in op uw concrete vragen, mijnheer Sintobin. Ik neem aan dat u de brochures van Toerisme Vlaanderen kent. Voor zover nodig, heb ik er hier enkele mee. U kunt zien dat er voor 2007 een aparte brochure is voor logies aan de Vlaamse kust, zoals er een is voor de regio's en een voor de Vlaamse kunststeden. Uiteraard moet het publicatieprogramma 2008 nog worden opgemaakt. Dat zal opnieuw, zoals altijd, gebeuren aan de hand van analyse en evaluatie van de logiesbrochures van het voorbije jaar, waarbij rekening zal worden gehouden met de marketingstrategie.

Logiesbrochures hebben eerder een informatief dan een wervend karakter. Toerisme Vlaanderen sluit niet uit dat een geografische indeling behouden blijft. Dat is een zinvolle indeling. Maar die opties zullen opnieuw moeten worden voorgelegd door het agentschap, ook voor het volgende jaar.

Wat de tweede vraag betreft: het nieuwe strategische marketingplan is uitgewerkt rond concepten die vertrekken van de behoeften en de beleving van de consument. Het toeristische product wordt daar weergegeven onder de vorm van een productenwaaier. De veelheid van producten correspondeert met de veelheid van belevenissen die de toeristen nastreven. De promotie moet daarop inspelen. Uiteraard wordt per product ingespeeld op de wensen en verlangens van de toerist die naar de Vlaamse Kust komt. Die zoekt andere of deels andere belevenissen dan de toerist die naar de kunststeden trekt, en vice versa. Negen categorieën vormen de nieuwe Vlaamse productenwaaier. Ik som ze op: historiek en traditie, decor en sfeer, het patrimonium, de kunsten, lifestyle, eten en drinken, made in Flanders, actief recreëren en de Europese betekenis. Vanuit die productenwaaier gebeurt de concretisering van de marketingstrategie. Het is evident dat de Vlaamse kust een apart product is met een aparte belevingswaarde. Dat wordt door niemand betwist, zeker niet door Toerisme Vlaanderen.

Mijnheer Sintobin, u weet dat er aan onze kust een ruim aanbod is aan activiteiten en mogelijkheden. Het is absoluut niet zo dat er de komende jaren niet meer over de Vlaamse kust zou worden gecommuniceerd of dat dit in een erg versnipperde vorm zou zijn. Die vrees leeft blijkbaar bij Westtoer.

Er wordt ingespeeld op de diverse motivaties om naar de Vlaamse kust te komen. Ik geef enkele voorbeelden vanuit de verschillende productcategorieën die in het nieuwe marketingplan werden vastgelegd. De productcategorie 'het goede leven' gaat over gezelligheid en convivialiteit, over lekker eten en drinken en een algemene relaxte sfeer. De productcategorie 'schoonheid en inspiratie' gaat over cultuur in brede zin en design, over lifestyle, de artistieke kant van Vlaanderen. De productcategorie 'fietsen en wandelen' gaat niet over

fietsen als activiteit binnen een grotere vakantie, maar over fietsvakanties, waarbij fietsen een motiverende factor is voor het boeken van het verblijf. Daarbij komen ook andere zaken in aanmerking, zoals de Ronde van Vlaanderen, fietsarrangementen met vast verblijf en fietstrekvakanties. Uiteraard is het zo dat de kust een eigen beleving inhoudt, door de aanwezigheid van zee en strand, maar dat geldt natuurlijk ook voor andere producten.

De basis van het nieuwe marketingplan is dat de communicatie moet vertrekken vanuit de basisbehoeften en wensen van de consumenten en zich daarop moet enten. Dat principe wordt ook door Westtoer erkend als een goede marketingbenadering. Het onderscheiden van diverse belevingen moet niet leiden tot een totale versnippering van het belevingsaanbod. Dat is er niet noodzakelijk een gevolg van, maar het is een valkuil die vermeden moet worden. Zon, zee en strand geven de vakantiebeleving een koepel- en magneetfunctie mee en dat zal zo blijven, vandaag en morgen.

De Vlaamse kust heeft bij veel van de voorgestelde productclusters veel te bieden en het is dus evident dat de streek vanuit deze vernieuwde marketingstrategie sterker uit de verf zal komen.

Mijnheer Sintobin, ik weet niet of u de consumentenwebsites in het buitenland hebt gezien, maar ik heb de marketingbenadering in het buitenland nog eens bekeken. In Nederland staat er: "Veel meer dan zee en zand. Stijl en rust aan de kust. Met de kinderen aan de Vlaamse kust." Het is dus een volledige promotie voor de Vlaamse kust. Ook in Duitsland is dat het geval, waarbij alle evenementen staan vermeld, met doorklikmogelijkheden naar de diverse steden en gemeenten. Onder het trefwoord Vlaamse kust blijft men ook in het buitenland terecht komen op het macroproduct, als een geheel van belevenissen en een geheel van de tien badplaatsen.

De betrokkenheid van de provincies bij de opmaak van het buitenlandse marketingplan was lager dan bij de opmaak van het binnenlandse marketingplan. Bij het nieuwe binnenlandse marketingplan is Toerisme Vlaanderen het overleg gestart met de publieke partners, om daarna de bevindingen en keuzes te toetsen bij de private sector. Bij de opmaak van het buitenlandse marketingplan heeft Toerisme Vlaanderen voor een andere aanpak gekozen. In de klankbordgroep werden de zes kunststeden – die bij het binnenlandplan minder betrokken werden – en de vele private actoren, zoals incomingreisagenten, luchtvaartmaatschappijen, de autocarsector, Brussels Airport, hotelgroepen enzovoort van bij het begin van het proces betrokken.

De provincies zijn niet eenduidig actief in het buitenland. Oost-Vlaanderen en Vlaams-Brabant zijn enkel actief op de Nederlandse markt. Toerisme Antwerpen en

Toerisme Limburg zetten daarnaast ook in op de Duitse markt en Westtoer voert ook promotie in Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. Er was dus een gediversifieerde benadering en een andere aanpak voor wat het buitenlandmarketingplan betreft.

De kunststeden zijn op al onze buitenlandse markten mee actief, zowel in de proactieve campagnes, de pers- of tradewerking, maar ook bijvoorbeeld op Flanders Travel Forum of in pers- of tradereizen. Het buitenlandse marketingplan is een globaal plan, over alle markten heen. Het is evident dat de kunststeden hier meer bij betrokken waren, want zij zijn het enige toeristische product dat effectief wereldwijd gepromoot wordt.

Ik wil er geen onduidelijkheid over laten bestaan dat het toeristische volume waar onze Vlaamse kust voor staat inzake overnachtingen en omzet, een directe en open betrokkenheid van de kustactoren, zowel publiek als privaat, rechtvaardigt bij de werking van het agentschap Toerisme Vlaanderen. Ik heb deze beleidslijn van meet af aan getrokken. Wat mij betreft, geldt ze voor de investeringen inzake marketingcommunicatie, maar ook voor de investeringen in het fysieke product.

Ik verwijs even naar het derde Kustactieplan, waarin ik heb voorzien in een structureel overleg tussen Toerisme Vlaanderen, Westtoer, de kustburgemeesters en de private toeristische kustactoren. Westtoer en Toerisme Vlaanderen zijn heel sterke spelers. Het is evident dat men al eens van mening verschilt en dat er botsingen zijn. Op zich is dat geen probleem, zolang er maar voldoende dialoog en voldoende wederzijds respect is, met de bedoeling om tot een oplossing te komen.

Tijdens de presentatie door het agentschap op 12 december 2006 op Flanders Connection werd al aangehaald dat de kust voor Nederland en Duitsland belangrijk is en blijft en een substantieel onderdeel vormt van de promotie op deze markten. In 2007 zal Toerisme Vlaanderen meer middelen uittrekken voor kustpromotie dan in 2006. De vertaalslag voor de buurlanden geeft ook blijk van die aandacht. Het is allerminst de bedoeling om de kust minder te promoten.

Westtoer heeft mij een brief geschreven over haar inzichten over en opmerkingen bij de nieuwe buitenlandse marketingstrategie. Ik heb aan het agentschap gevraagd om hierover het overleg op te starten met Westtoer. Zodra de nieuwe administrateur-generaal op 1 februari in dienst is bij Toerisme Vlaanderen kan dit overleg georganiseerd worden. Ondertussen wordt er door de beide organisaties al samengewerkt aan de operationalisering van het plan.

Westtoer zegt dat dat plan nog ruimte laat voor interpretatie. Dat is juist. Met het oog daarop is het belangrijk dat de gesprekken gevoerd worden, zodat de partijen op elkaar afgestemd raken.

Het strategisch beleidsplan Toerisme en Recreatie Vlaamse Kust is volgend jaar aan herziening toe. De opmaak van een nieuw strategisch beleidsplan biedt een ideale kans om ook de concurrentiepositie van onze Vlaamse kust, vanuit het oogpunt van belevingsproduct, verder te detailleren. Het is een opdracht voor Toerisme Vlaanderen en voor Westtoer om daaruit een aantal concrete actiepunten te halen.

De heer Stefaan Sintobin: Mijnheer de minister, ik dank u voor uw uitgebreide antwoord. U weet dat mijn vraag gebaseerd is op informatie die ik vanuit een bepaalde hoek gekregen heb. U stelt dat er weinig kritiek te horen is vanuit Westtoer, maar ik vrees dat ik toch iets anders gelezen heb.

Ik meen uit uw antwoord te begrijpen dat er al een nieuw overleg gepland is tussen Toerisme Vlaanderen en Westtoer. Het lijkt mij de aangewezen weg om dat overleg in de toekomst te intensifiëren. Dit zou bepaalde problemen kunnen vermijden.

Wanneer ik de nota's van Westtoer lees, lijkt mij dit een onverholven kritiek op de nieuwe buitenlandstrategie. Een deel van uw antwoord weerlegt die kritiek. Ik hoop dat dit overleg in de toekomst mee gestalte kan geven aan een nieuwe buitenlandstrategie en dat de Vlaamse kust in de verdere toekomst blijvend als macroproduct gepromoot zal worden in het buitenland.

Mijnheer Verstreken, ik heb uiteraard geen probleem met een en-en-verhaal. Als het de kust ten goede komt, heb ik daar geen problemen mee.

De voorzitter: Mevrouw Smet heeft het woord.

Mevrouw Miet Smet: Mijnheer de minister, u toont de mooie brochures die uitgegeven zijn door Toerisme Vlaanderen. Wij krijgen van alle mogelijke instanties dit type brochures toegestuurd, maar van Toerisme Vlaanderen heb ik nog nooit een brochure gekregen. Mevrouw Demeulenaere ook niet.

Het zou misschien nuttig zijn dat wij, leden van de commissie voor Toerisme, op de listing van Toerisme Vlaanderen komen.

Mevrouw Stern Demeulenaere: Het zou zelfs nuttig zijn dat we alle cahiers die zij uitgeven toegestuurd krijgen. Vorig jaar heb ik moeten betalen voor een cahier dat ik opvroeg, zelfs toen ik vermeldde dat ik lid was van de Commissie voor Toerisme. Ik vond dat nogal vreemd. Het zijn werkcahiers, en wij hebben recht op die informatie.

Minister Geert Bourgeois: De waarnemende administrateur-generaal is hier in het publiek aanwezig. Hij heeft ongetwijfeld nota genomen van deze opmerking.

Ik neem aan dat hij er voortaan voor zal zorgen dat de commissieleden die documenten krijgen.

Mijnheer Sintobin, in de lange brief van Westtoer staat: "Als conclusie kunnen we stellen dat Westtoer principieel kan instemmen met de nieuwe benadering met betrekking tot productlijnen en productniches, meer bepaald met betrekking tot de promotie van de (kunst)-steden en van de Vlaamse regio's." Westtoer uit zijn bekommernis dat in de toekomst de Vlaamse kust ook als geheel gepromoot zou blijven worden. Zij vrezen dat dit op een versnipperde manier zou gebeuren. In de brochures die u voortaan bezorgd zullen worden, zult u kunnen zien dat dit inderdaad in zijn geheel blijft gebeuren. Ik heb drie brochures bij: 'Logies Vlaamse kunststeden', 'Logies Vlaamse regio's' en 'Logies Vlaamse Kust'. Hetzelfde blijkt uit de websites voor Duitsland en Nederland.

Er zal binnenkort opnieuw overleg zijn. Uit hoofde van het convenant dat gesloten is in juni 2006, tussen Toerisme Vlaanderen en Westtoer en de burgemeesters, moet er ook overleg gepleegd worden. Westtoer brengt 800.000 euro per jaar in in de promotiepool, en dit voor de periode 2006-2009. De zorgen die Westtoer zich maakt, zullen op een positieve manier beantwoord worden.

De heer Stefaan Sintobin: Mijnheer de minister, u leest maar een klein stukje uit de conclusies. Er staat nog wat meer in.

De voorzitter: Het incident is gesloten.

Vraag om uitleg van de heer Jan Roegiers tot de heer Geert Bourgeois, Vlaams minister van Bestuurszaken, Buitenlands Beleid, Media en Toerisme, over het project Tafelen in Vlaanderen

De voorzitter: De heer Roegiers heeft het woord.

De heer Jan Roegiers: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, collega's, mijn vraag sluit goed aan bij wat De Morgen vandaag blokletterde bij een interview met de nieuwe topvrouw van Toerisme Vlaanderen. Zij zei: "Onze troeven zijn natuur, cultuur en eten". Het project Tafelen in Vlaanderen is in die zin brandend actueel, maar toch kunnen we er een aantal vragen bij stellen.

Mijnheer de minister, sinds 20 oktober moet de nieuwe vzw Tafelen in Vlaanderen helpen om binnen- en buitenlandse toeristen te overhalen om letterlijk en figuurlijk van Vlaanderen te komen proeven. Het doel van de vzw is het ondersteunen van de Vlaamse regionale

tafelcultuur als centraal gegeven in de marketing van toerisme in Vlaanderen, het promoten van de Vlaamse streekgastronomie en het ontwikkelen van afgeleide toeristische initiatieven.

De horecasector is erin vertegenwoordigd via de beroepsfederatie Ho.Re.Ca Vlaanderen. De federatie draagt het initiatief samen met de vijf provinciale toeristische diensten. Ho.Re.Ca Vlaanderen zal de sector en in het bijzonder de eigen leden mobiliseren tot deelname aan dit project. De vijf provinciale toeristische federaties zullen dan weer de samenwerkingsverbanden met de provinciale en regionale toeristische actoren opzetten, begeleiden en bewaken. Het agentschap Toerisme Vlaanderen zorgt voor ondersteuning op het vlak van de logistiek, de inhoud en de marketing.

Om de voorbereidings- en opstartfase van het project tijdens het eerste werkjaar te kunnen financieren, heeft de vzw via uw kabinet een subsidie van 500.000 euro aangevraagd. Deze aanvraag kreeg echter een negatief advies van de Inspectie Financiën. Toch stond die aanvraag, met voorstel tot goedkeuring, op de agenda van de Vlaamse Regering. In de loop van de maand januari communiceerde u daar zelf over.

Tafelen in Vlaanderen is na een initiële fase officieel van start gegaan met wat u een “impulssubsidie van 440.000 euro” noemt en krijgt de komende 3 jaar ook telkens 243.000 euro voor toeristische tewerkstelling. Op die manier moeten 2008 en 2009 “de jaren van het tafelen in Vlaanderen” worden. Op langere termijn is het de bedoeling dat het project geïntegreerd wordt in de werking van Toerisme Vlaanderen waarvoor het zal worden ingepast in de binnen- en buitenlandmarktstrategieën van Toerisme Vlaanderen.

Naast de twee structurele partners, die samen 135.000 euro bijdragen in de opstartfinanciering, zal Tafelen in Vlaanderen volgens uw persmededeling ook streven naar samenwerkingsverbanden met onder meer de Week van de Smaak, de VLAM, hotelscholen, de cultuur- en erfgoedsector, en de producenten van streekproducten. Het moet de vlag worden waarachter de Vlaamse horeca en ruime toeristische sector zich kan scharen en een trekker zijn voor de volledige toeristische productwaai.

De Vlaamse overheid is het al een tijdje eens over het feit dat – ondanks onze rijke en in vele opzichten specifieke tafelcultuur – Vlaanderen zijn potentieel op het vlak van toerisme, recreatie en horeca onvoldoende benut of benutte. In die context werd in de week van 16 tot 25 november jongstleden onder coördinatie van minister Anciaux een nieuw eetcultuurevenement, de Week van de Smaak, opgestart. Dit initiatief wil op een toegankelijke wijze zoveel mogelijk mensen kennis laten maken met ‘smaak’ en hen laten genieten van eten en drinken, gastronomie en alles wat daarbij komt kijken.

Het evenement vertrekt vanuit een cultureel perspectief en heeft niet alleen aandacht voor de voedingsproducten zelf, maar ook voor het erfgoed, de verhalen en de studies erover. De Week van de Smaak wordt opgevat als een groeitraject dat na enkele jaren tijd op kruissnelheid zal komen als een jaarlijks volwaardig landelijk evenement.

De Week van de Smaak wordt uitgewerkt in overleg met diverse partnerorganisaties die actief zijn in de sociaal-culturele sector, de media, het onderwijs, de jeugdsector, het toerisme, de horeca, de landbouw, de economie en de voeding. Ook het lokale niveau is van groot belang bij dit initiatief.

Als ik beide evenementen, Tafelen in Vlaanderen vanuit Toerisme en de Week van de Smaak vanuit Cultuur, naast elkaar leg, vallen de gelijkenissen mijns inziens nogal op. De verschillen – of zo u wilt de compatibiliteit – zijn echter niet altijd even duidelijk, vandaar mijn vragen.

Mijnheer de minister, waarop is de beslissing van de Vlaamse Regering gebaseerd om het negatieve advies van de Inspectie Financiën betreffende de subsidieaanvraag door de vzw Tafelen in Vlaanderen naast zich neer te leggen?

Wat is uw motivatie en/of argumentatie om naast de reeds bestaande Week van de Smaak van start te gaan met het erg gelijkende Tafelen in Vlaanderen? Is er geen sprake van overlapping of zelfs van concurrentie? Zou met andere woorden een bundeling van de krachten niet productiever zijn? Waarom is een combinatie volgens u niet de meest efficiënte weg om de Vlaamse tafelcultuur te promoten?

Werden er binnen de Vlaamse Regering, en meer specifiek tussen uw kabinet en dat van minister Anciaux, afspraken gemaakt over de te volgen strategie? Zo ja, welke? Zo nee, waarom niet?

U stelt in een persbericht te zullen streven naar samenwerkingsverbanden tussen beide evenementen en onder meer ook met de VLAM. Hoe ziet u die samenwerking concreet verlopen? Welke stappen zult u zetten om de samenwerking effectief op te starten, te begeleiden en te garanderen? Welke timing houdt u daarbij voor ogen?

Mijnheer de minister, ik heb nog een extra vraag. Ik zou graag van u vernemen wie verantwoordelijk is voor de samenstelling van de raad van bestuur van de vzw. Ik stel die vraag omdat ik merk dat slechts één van de twaalf leden van de raad van bestuur een vrouw is. Dat is toch wel een beetje weinig. Als u vandaag geen antwoord kunt geven op deze bijkomende vraag, dan begrijp ik dat. In dat geval zal ik het antwoord wel later mogen vernemen.

De voorzitter: De heer Sintobin heeft het woord.

De heer Stefaan Sintobin: Mijnheer de voorzitter, mijnheer de minister, collega's, het evenement Tafelen in Vlaanderen werd in deze commissie al meerdere keren aangekaart. Dat gebeurde recent nog bij de bespreking van de beleidsbrief. Een deel van de antwoorden op de vragen van de heer Roegiers kunnen dan ook teruggevonden worden in de verslagen van de diverse gedachtewisselingen over dit thema.

Ook ik meen dat de evenementen Tafelen in Vlaanderen en Week van de Smaak als concurrenten worden gepercipieerd en dat ze elkaar in grote mate overlappen, maar dat zult u ongetwijfeld straks weerleggen, mijnheer de minister.

Mijnheer Roegiers, misschien weet u het niet of hebt u tijdens de voorbereiding van uw vraag niet gemerkt dat ik op 7 december een vraag heb gesteld aan minister Anciaux over de Week van de Smaak. Toen bracht ik ook de mogelijke concurrentie tussen de twee evenementen ter sprake. Ik weet niet of u het verslag hebt doorgenomen. Ik heb dat gisteren nogmaals gedaan en volgens mij is er inderdaad sprake van concurrentie, niet zozeer tussen de twee evenementen, maar wel tussen twee ministers en twee kabinetten. Minister Anciaux was immers vrij duidelijk en vroeg zich luidop af: "Wie is concurrent van wie?" Ook in zijn verdere antwoord liet hij duidelijk uitschijnen dat zijn evenement, de Week van de Smaak, er eerst was en dat pas later het project Tafelen in Vlaanderen werd uitgewerkt. In december luidde het bij minister Anciaux nog als volgt: "In verband met Tafelen in Vlaanderen is het nog altijd wachten op de blauwdruk die Toerisme Vlaanderen hieromtrent zal voorleggen."

Mijnheer Roegiers, als u het verslag van mijn vraag aan minister Anciaux doorneemt, zal er u heel wat duidelijk worden. Er is inderdaad sprake van concurrentie maar dan op een ander vlak.

Mijnheer de minister, de Week van de Smaak is een terugkerend evenement. Is Tafelen in Vlaanderen een eenmalig project of zal het in de toekomst herhaald worden? Er zit inderdaad één vrouw in de raad van bestuur, zoals de heer Roegiers zegt, maar er zit geen enkele vrouw in de algemene vergadering. Misschien kunt u daar toch iets over zeggen.

De voorzitter: Mijnheer Roegiers, het is ongebruikelijk dat parlementsleden bij een vraag om uitleg met elkaar beginnen te debatteren, maar omdat u desalniettemin het woord vraagt krijgt u kort de tijd om te antwoorden.

De heer Jan Roegiers: Ik heb de vraag van de heer Sintobin en het antwoord van de minister gelezen. Er was naar mijn aanvoelen echter een nieuw feit, namelijk

de communicatie die de minister heeft opgestart. Ik weet dat een aantal vragen al zijn beantwoord.

De voorzitter: Minister Bourgeois heeft het woord.

Minister Geert Bourgeois: Mijnheer Roegiers, de Vlaamse Regering heeft het advies van de Inspectie van Financiën niet naast zich neergelegd. Als er een negatief advies komt van de Inspectie van Financiën, geef je daar een antwoord op. Dat is ook gebeurd in mijn brief aan de minister van Begroting bij de vraag tot begrotingsakkoord. Daarin ben ik omstandig en in detail ingegaan op dat advies. Enerzijds heb ik een aantal opmerkingen weerlegd en anderzijds heb ik mijn nota aangepast op een aantal punten, bijvoorbeeld op de opmerking dat de subsidie meer dan 50 percent bedroeg. Ik heb het nominale bedrag verminderd, hoewel de facto de subsidiëring niet hoger ging dan 50 percent want er kwam een grote inbreng van de provinciale toeristische organisaties en de horeca, in totaal een budget dat ongeveer even groot was. Om formeel te beantwoorden aan de opmerking, heb ik de toelagen verminderd. Ik kom straks in detail terug op de opmerkingen van de Inspectie van Financiën.

De Vlaamse Regering heeft haar beslissing in consensus genomen, mede op basis van het begrotingsakkoord van de minister. Exact hetzelfde heeft zich voorgedaan met de Week van de Smaak. Daar was ook een negatief advies van de Inspectie van Financiën over. Er is een positief advies op gekomen van Begroting en een positieve beslissing van de regering. Dergelijke dingen doen zich wel meer voor. Omtrent de omvang van de bedragen is er een parallellisme. Het gaat hier om 450.000 euro. Bij de Week van de Smaak gaat het om 200.000 plus 250.000 euro. Hier gaat het om een subsidie die verleend wordt voor een periode van 2 jaar voor een gelijkaardig bedrag, met dien verstande dat het gaat over 2008 en 2009. Het is een subsidiëring in het kader van de begrotingspost 'evenementen van toeristisch belang en/of internationale uitstraling', basisallocatie 33.12 van het programma 49.2 op de begroting van de Vlaamse Gemeenschap.

Er werden vier punten opgemerkt door de Inspectie van Financiën. Eerst was er een opmerking over het tijdelijke karakter. Projectsubsidies voor evenementen hebben per definitie een tijdelijk karakter, wat hier ook het geval is. Het is de bedoeling met de subsidies een impuls te geven aan bepaalde evenementen met als doel dat die krachtig door kunnen gaan en een hefboom zijn voor hopelijk een latere stabiele werking van de projectdoelstelling.

Een tweede opmerking sloeg op het nominale bedrag van de subsidie. Daaraan is tegemoet gekomen: het bedrag is nominaal verminderd. De stichtende partners van de vzw Tafelen in Vlaanderen zijn de vijf provin-

ciale toeristische organisaties en de Federatie Ho.Re.Ca. Vlaanderen, en niet de Vlaamse Regering of Toerisme Vlaanderen. De stichtende partners nemen evenzeer engagementen op zich om voor ongeveer een gelijk bedrag van de budgetten, in totaal zelfs 800.000 euro, mee te werken, zoals promotie voeren en instaan voor een gedeelte van de betaling van de medewerkers. Dat budget zal veel hoger zijn.

De Inspectie van Financiën stelde ook een vraag over de aanwijsbare eigen basis van de organisatie. Mensen die het dossier misschien te snel lazen hadden de indruk dat het ging om een oprichting van een vzw door de Vlaamse overheid. Dat is niet het geval. Dan zou er trouwens een decretale basis voor moeten gecreëerd worden. Het gaat om een vzw opgericht door derden, namelijk de vijf provinciale toeristische organisaties en de Federatie Ho.Re.Ca Vlaanderen. Deze organisaties geven al jaren blijk van operationele en budgettaire stabiliteit en betrouwbaarheid. Er is geen enkel probleem inzake de eigen basis van die organisatie.

Een vierde opmerking sloeg op de concrete tegenprestaties. Het is een subsidieproject met algemene beleidsdoelstellingen waarbij we als tegenprestatie beogen een toeristisch product neer te zetten dat een concrete meerwaarde betekent voor het Vlaams toeristisch beleid.

Het is evident dat we daarnaast intersectorieel en sectoroverschrijdend werken om het toeristische aanbod te versterken. Er zullen overkoepelende communicatie-initiatieven zijn; er is de ontwikkeling van regionale pilootproducten; er is de sterkere en adequatere positionering van Vlaanderen op de buitenlandse toeristische markten.

De concrete return is, in de vorm van het gebruik en de promotie van het logo en de naambekendheid, evident. De concrete tegenprestatie ligt in de sterke return voor de economie, voor de horeca en voor Toerisme Vlaanderen. Dat is de bedoeling van dit project.

Vanwege de Inspectie van Financiën waren er, in mijn ogen althans, enkele misverstanden. Zo zegt de inspectie dat die taken al worden ingevuld door de VLAM, het Centrum voor Agrarische Geschiedenis of, bijvoorbeeld, het beleidsvoorbereidende Steunpunt voor Toerisme en Recreatie. Maar die hebben telkens een ander doel. We werken graag met hen samen, maar zij hebben niet dezelfde doelstelling als dit concrete project.

Een tweede misverstand: de Inspectie van Financiën zei dat er te eenzijdig op de horeca werd gefocust. Uiteraard mikken we met dit initiatief op de stimulering van de omzet, de tewerkstelling en de economische impact van de sector. De horeca is dan ook, zo bleek op de voorstelling, zeer tevreden. Vaak zitten zij in de hoek waar wordt geklaagd over fiscaliteit en andere zaken. Hier is

de horeca zeer positief gestemd over het feit dat we hem zowel in het binnen- als in het buitenland als een sterke troef uitspelen.

De projecten Week van de Smaak en Tafelen in Vlaanderen overlappen elkaar niet. Het tegendeel is waar. U hebt zelf de klemtoon gelegd op het culturele aspect van de Week van de Smaak. Beide initiatieven zijn gegroeid in de beleidsnota's en de beleidsbrieven. Dat werd herhaaldelijk beklemtoond. Deze initiatieven zijn niet gelijk maar kunnen elkaar aanvullen. Tafelen in Vlaanderen richt zich op een sterkere samenwerking tussen twee actoren: het toerisme en de horeca, de sector waarin het grootste deel van de toeristische omzet wordt verwezenlijkt. Tafelen in Vlaanderen wil het hele aanbod van de streekgebonden tafel- en eettraditie, gedragen door de Vlaamse horeca, koppelen aan de toeristische promotie van zowel de Vlaamse regio's als de steden, zowel in het binnenland als in het buitenland. Dat gebeurt met lokale producten en met allerlei acties.

De concrete doelstellingen zijn: ten eerste 'tafelen' uitspelen als een belangrijke troef in het toeristisch-recreatief imago van Vlaanderen, van onze regio's en steden. Tot nu toe doen we dat te weinig – hoewel buitenlanders die hier komen altijd ontzettend verrast zijn door onze gastronomie. Wij beschikken over zeer goede gastronomische troeven. Ik wees er daarnet al op in het antwoord op de vorige vraag: ik wil dat we dit naast andere productenwaaiers als een sterk product promoten en vermarkten.

Tweede doelstelling: deze troef versterken en verbreden door het stimuleren van een kwaliteitsvol en adequaat horeca-aanbod. Drie: het bevorderen van de structurele samenwerking tussen horeca, toerisme en andere sectoren zoals streekproducten, landbouw, cultuur en erfgoed. Vier: een beter rendement genereren voor de betrokken sectoren, elk vanuit de eigen doelstellingen, namelijk omzet, naambekendheid, imago, belevingswaarde. Vlaanderen kan bogen op een heel rijke en specifieke traditie van convivialiteit: het genieten van een goed gastheerschap, met belangrijke historische, hedendaagse en trendsettende dimensies. Dit alles zal daarbij aan bod komen.

Recent onderzoek toont aan dat Vlaanderen dit element te weinig uitspeelt in zijn productontwikkeling, zowel in de binnenlandse als in de buitenlandse toeristische promotie. Wij moeten daar samen met de horeca en de toeristische sector onze schouders onder zetten. Alle actoren, ook de vijf provinciale toeristische organisaties, zijn heel enthousiast over dit project en werken er sterk aan mee.

De Week van de Smaak onderscheidt zich van Tafelen in Vlaanderen. Tafelen in Vlaanderen focust op toeris-

tisch en economisch rendement, met een sterke focus op verblijfstoerisme. De Week van de Smaak bouwt meer op een cultureel-maatschappelijke roeping en focust op diversiteit en interculturaliteit. De Week van de Smaak focust op vrijetijdsbesteding en beleving; de ‘verzoeting’ van de samenleving is de doelstelling van het project.

Natuurlijk kunnen beide projecten elkaar versterken. Dat staat ook in mijn nota. Het is uitdrukkelijk de bedoeling. Tafelen in Vlaanderen kan waar dat mogelijk en opportuun is ongetwijfeld bruggen helpen slaan tussen enerzijds de Week van de Smaak en anderzijds de horeca en de toeristische sector. Culturele en erfgoedelementen die in het kader van de ‘Week van de Smaak’ worden ontwikkeld, zullen een kwalitatief extraatje betekenen voor het toeristisch-recreatieve productaanbod.

Het raakvlak is zeker voldoende groot voor samenwerking. Ik wil dit niet in de concurrentiële sfeer plaatsen. Ik moet er trouwens op wijzen – en de collega’s die de Commissie voor Toerisme volgen, zullen het volmondig beamen – dat een toeristisch product altijd een samengesteld product is. Toerisme is altijd de promotie van andere producten. Het gaat over kunst, musea, natuur, recreatie, fietsen, de kust, cultuur, erfgoed, gastronomie of ontspanning. Het is altijd een samengesteld product. Toerisme bouwt dus altijd productwaarde op via horizontale verbanden met andere elementen in de samenleving en het economische en culturele leven.

Mijnheer Sintobin, u hebt al verwezen naar het antwoord van minister Anciaux op uw vraag van 7 december. Minister Anciaux zei toen: “Samengevat kan ik besluiten dat hier zeker mogelijkheden liggen tot complementair beleid, waardoor de diverse initiatieven elkaar aanvullen en versterken, maar dat het zeer aangewezen is dat de initiatieven zelf vanuit hun eigen logica en doelstellingen vertrekken. Mits voldaan is aan deze voorwaarde, zie ik geen enkele reden waarom hier sprake zou zijn van concurrentie.”

Mijnheer Roegiers, mijn kabinet en het kabinet van minister Anciaux hebben daarover vorig jaar regelmatig overleg gepleegd. Het subsidiedossier werd tijdens een interkabinettenoverleg ook met de overige kabinetten besproken. Er werd geconcludeerd dat er een raakvlak is om te komen tot een vorm van samenwerking. Er werden afspraken gemaakt met minister Anciaux om de wederzijdse samenwerking op het niveau van de betrokken vzw’s te verzekeren en duurzaam te verankeren. Een wederzijdse aanwezigheid van de aansturende vzw’s in de adviesraden is volgens ons de meest aangewezen werkwijze.

Ik kan bevestigen dat de evenementiële werking van Tafelen in Vlaanderen helemaal niet de bedoeling heeft om uit te monden in enige overlapping of concurrentie met de Week van de Smaak. Ik heb het agentschap Toe-

risme Vlaanderen gevraagd het evenement Week van de Smaak als najaarsevenement mee op te nemen in de toeristische promotie die via de buitenlandkantoren van het agentschap Toerisme Vlaanderen wordt gevoerd. Dit jaar kon dat niet meer, omdat de Week van de Smaak veel te laat werd gelanceerd. Daarom was ook de samenwerking met de horeca moeilijker.

Ik zoek uiteraard samenwerking met andere actoren. Het is evident dat VLAM hier in beeld komt. De minister-president en de mensen van VLAM zijn heel enthousiast om samen te werken. De diverse streekproducten krijgen op die manier een kans om, van de Vlaamse kust tot in de Voerstreek, aan bod te komen in de toeristische promotie. Sinds vorig najaar zijn er daarover contacten tussen mijn kabinet en het kabinet van de minister-president. Op korte termijn zal de vzw Tafelen in Vlaanderen rond de tafel zitten met VLAM voor overleg en afspraken. Dat zou een meerwaarde kunnen genereren. Het is evident dat ook met de landbouwsector en het plattelandsbeleid in het bijzonder samenwerking moet worden nagestreefd.

De Vlaamse Regering gaf op 22 december groen licht voor het project Tafelen in Vlaanderen. De vzw die het project zal uitvoeren, zet thans een reeks organisatorische en personeelsafspraken op punt. Het is evident dat de vzw nog even de tijd moet krijgen om alle modellen van samenwerking uit te werken. Het project gaat van start in 2008-2009. We bereiden het goed voor, met een sterke aanloop en met heel veel samenwerking op het terrein tussen de horeca, de streken en de steden. In de steden waar ik kom, verneem ik dat de schepenen van Toerisme heel enthousiast zijn over dit project.

De samenwerking moet worden uitgewerkt, maar daar is nog voldoende tijd voor, aangezien de jaren van actie 2008 en 2009 zijn. Het is de bedoeling om de adviesraad open te stellen voor allerlei interessante mensen en actoren, zodat we een zo breed mogelijke werking opzetten.

De raad van bestuur bestaat uit de vijf Vlaamse provinciale toeristische organisaties, samen met Ho.Re.Ca Vlaanderen. Zij hebben elk een bestuurder aangeduid. Bij de medewerkers is er een overwicht aan vrouwen. Drie van de vijf medewerkers die de actie zullen coördineren in de provincies zijn vrouwelijk.

Ik hoop dat het een structurele werking zal krijgen. Deze steun is voor 2008-2009, maar het is de bedoeling en de hoop dat de mensen van de vzw – waar de Vlaamse overheid geen deel van uitmaakt – met hun werking voortgaan en dat Tafelen in Vlaanderen permanent aandacht krijgt in onze toeristische producten in binnen- en buitenland, zodat de provinciale toeristische organisaties en Toerisme Vlaanderen bij hun productvermarkting het product gastronomie en tafelen

– van het eenvoudige frietkot, over bistrotjes, tot de rijke gastronomie – permanent als een troef uitspelen.

De voorzitter: De heer Roegiers heeft het woord.

De heer Jan Roegiers: Mijnheer de minister, ik wil u danken voor het uitgebreide antwoord. U hebt met uw antwoord bewezen dat, als de Inspectie van Financiën een negatief advies geeft, de keuze omstandig moet worden gemotiveerd. Ik vind het goed dat u ook voor ons duidelijk maakt welke motivatie u hebt gegeven.

Mijnheer de minister, ik heb er alle vertrouwen in, maar ik blijf wel wat sceptisch staan tegenover die twee initiatieven. In uw antwoord over Tafelen in Vlaanderen hebt u meer dan eens de woorden erfgoed, cultuur, streekproducten en traditie gebruikt. Dat zijn zaken die ook in de Week van de Smaak aan bod komen. Ik vind het dus ook logisch dat vanuit de commissie dergelijke vragen gesteld worden. U hebt ook een impulssubsidie van 400.000 euro gegeven, wat niet weinig is. Ik blijf daar vragen bij hebben. Het was wellicht beter geweest als er een meer coherente en grotere samenwerking was. U wees er in uw antwoord op dat er een samenwerking zal komen. Of daarvoor twee vzw's hadden moeten bestaan, laat ik in het midden.

Ik kijk in elk geval uit naar 2008 en 2009, wanneer uw initiatief op kruissnelheid komt. Dan kunnen we zien hoe de samenwerking met de Week van de Smaak zal zijn. We kunnen alleen maar hopen dat onze Vlaamse gastronomie er wel bij vaart, zowel voor binnen- als buitenlands toerisme.

Minister Geert Bourgeois: Het is niet omdat er raakvlakken zijn met andere aspecten, dat de focus dezelfde is. Hier is de focus economisch en toeristisch. Wij gaan de Week van de Smaak ook in de mate van het mogelijke mee promoten in het buitenland. Ik heb dat gevraagd aan Toerisme Vlaanderen.

Dat is echter een evenement van één week, terwijl we hier heel breed willen gaan. We willen het hele jaar door toeristen aantrekken met dat tafelen als een sterk, Vlaams product. Daar zullen natuurlijk andere zaken aan gekoppeld worden. De horeca zal inventief genoeg zijn om in te spelen op een aantal evenementen. Daar zullen dus brede, horizontale banden gecreëerd worden. En dat is ook nodig om dat het hele jaar te kunnen doen.

De Week van de Smaak heeft een andere doelstelling. We gaan ervoor zorgen dat die verschillende zaken op elkaar afgestemd zijn, zodat ze elkaar niet in de weg lopen. Dat kan perfect, ook al hebben ze een verschillende bedoeling.

Ik heb ook zelf aangeboden om de Week van de Smaak in de mate van het mogelijke mee op te nemen in de

toeristische promotie. De Week van de Smaak werkt natuurlijk wel met een gastland. Dit jaar was dat Zwitserland. Wij gaan met Toerisme Vlaanderen uiteraard geen promotie maken voor een Zwitsers toeristisch product.

De voorzitter: Het incident is gesloten.
