



Vlaams
Parlement

vergadering **C190**
zittingsjaar 2016-2017

Woordelijk Verslag

Commissievergadering

Commissie voor Buitenlands Beleid, Europese
Aangelegenheden, Internationale Samenwerking,
Toerisme en Onroerend Erfgoed

van 28 maart 2017

INHOUD

VRAAG OM UITLEG van Joris Poschet aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over EventFlanders – 1021 (2016-2017)	3
VRAAG OM UITLEG van Emmily Talpe aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over oorlogstoerisme in de Westhoek – 1591 (2016-2017)	5
VRAAG OM UITLEG van Cathy Coudyser aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over het maximaliseren van het groeipotentieel voor meetings, incentives en congressen en de rol van Toerisme Vlaanderen – 1645 (2016-2017)	8

VRAAG OM UITLEG van Joris Poschet aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over EventFlanders – 1021 (2016-2017)

Voorzitter: de heer Rik Daems

De voorzitter: De heer Poschet heeft het woord.

Joris Poschet (CD&V): Op 20 mei 2016 is de conceptnota over het top-evenementenbeleid EventFlanders door de Vlaamse Regering goedgekeurd. Er werd een aansturingscomité samengesteld met mensen van Toerisme Vlaanderen, het departement Cultuur, Sport Vlaanderen, Buitenlandse Aangelegenheden, en de kabinetten van minister-president Bourgeois, de ministers Gatz en Muyters en van uzelf, aangevuld met een coördinator van EventFlanders. Voor het opzetten van de methodologie is in juli 2016 een overheidsopdracht uitgeschreven onder de noemer van de vereenvoudigde onderhandelingsprocedure met bekendmaking, voor de duur van een pilootproject van drie jaar. Op 24 augustus 2016 sprak een jury zich uit. Er is een partner gevonden om de ondersteuning van de topevents te coördineren, namelijk The Sports Consultancy, een partner van internationale allure.

Tijdens de bespreking van de beleidsbrief Cultuur wist minister Gatz te melden dat op het eerste formele aansturingscomité, op 22 december 2016, een shortlist van de mogelijke topevents zou worden voorgelegd aan het aansturingscomité. De stakeholders, de centrumsteden en de topsportfederaties zouden worden betrokken. Het potentiële rendement moet bij de selectie vooropstaan.

Minister, welke topevenementen werden door het aansturingscomité op de shortlist geplaatst? Kunt u een toelichting geven bij de manier waarop deze shortlist tot stand is gekomen? Hoe zal EventFlanders nu verder te werk gaan? Welke engagementen nemen de andere betrokken departementen bij het voeren van het topevenementenbeleid?

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: Ik vond en vind dat we wel wat kansen laten liggen doordat we het tot op heden aan steden en gemeenten en evenementen hebben overgelaten om zich toe te leggen op het binnenhalen van internationale topevenementen. Er ontbrak een Vlaamse structuur om heel dat proces te begeleiden, wat een specialisme op zich is. Na veelvuldig overleg binnen de Vlaamse Regering hebben we beslist om EventFlanders op te richten. Het doel was het aantrekken van meer internationale topevenementen via die bid- of biedingsprocedure én het ondersteunen van Vlaamse topevenementen bij hun organisatie. Het betreft topevenementen die een culturele, sportieve, historische of culinaire waarde hebben.

Bijgevolg zijn ook deze administraties en kabinetten betrokken. EventFlanders werd wel opgericht binnen Toerisme Vlaanderen, de vraag om uitleg hoort hier thuis, we zorgen voor de meeste mensen en middelen, maar er is participatie van het Departement Buitenlandse Zaken, het Departement Cultuur, Jeugd en Media en Sport Vlaanderen. De aansturing gebeurt door een multidisciplinair comité, waarin de betrokken ministers vertegenwoordigd zijn.

We laten ons bijstaan door een consultancybureau dat werd aangesteld om EventFlanders te begeleiden bij de opstart, net vanwege het heel specifieke karakter en de nood aan kennis om zo'n bidprocedure efficiënt te organiseren. Dat is The Sports Consultancy. Zij hebben de lijst van mogelijke topevenementen voorgesteld die tijdens de pilootfase als pilootevenementen kunnen worden gescreend.

Zij zijn vertrokken van een longlist met alle mogelijke bestaande evenementen in Vlaanderen en alle internationale topevenementen, waarvoor een bidprocedure kan worden gelanceerd. Op basis van een aantal highlevelcriteria waaraan een topevenement minstens dient te voldoen, individuele gesprekken met verschillende stakeholders en een bevraging bij verschillende sportfederaties en centrumsteden is een shortlist tot stand gekomen. Wat staat daarop? Het lijkt me verstandiger om die lijst niet openbaar te maken omdat verschillende evenementen nog een grondige screening moeten doorlopen. Het is ook niet aangewezen om de mogelijke interesse voor de organisatie van deze evenementen in Vlaanderen al wereldkundig te maken. Dit zou bepaalde verwachtingen creëren in de sector zonder enige zekerheid rond de wens en haalbaarheid. Aan de andere kant zou dat onze concurrentiepositie in heel het bidproces nu en later enigszins hypothekeren, waardoor we de doelstelling, namelijk het binnenhalen van zulke evenementen, verderaf zouden brengen in plaats van dichterbij.

De methodologie die samen met The Sports Consultancy wordt uitgebouwd, zal in de loop van de pilootfase op pilootevenementen worden toegepast. Dit houdt in dat in eerste instantie een haalbaarheidsonderzoek zal worden uitgevoerd. Op basis van de resultaten van deze screening zal worden beslist of de betrokken evenementen aan het aansturingscomité worden voorgesteld als mogelijk topevenement. Enkel de door het aansturingscomité positief bevonden evenementen zullen worden voorgelegd aan de Vlaamse Regering, die finaal zal beslissen om het event als topevenement te kwalificeren met alle gevolgen van dien op het vlak van de participatie en de bidprocedure.

Op dit moment worden alle beleids- en apparaatsmiddelen aangerekend op het budget van Toerisme Vlaanderen. We trekken hiervoor jaarlijks 380.000 euro uit. De coördinator van EventFlanders is ook aangesteld door Toerisme Vlaanderen. De personeelsinvulling en het aanreiken van de vereiste profielen om EventFlanders verder uit te bouwen en te versterken zijn nu en de volgende weken het voorwerp van overleg.

De voorzitter: De heer Poschet heeft het woord.

Joris Poschet (CD&V): Minister, ik kan al een bijkomende vraag schrappen, want ik zou een deel van de kroon ontbloten. Ik wil uiteraard uw concurrentiepositie niet ondermijnen. Wie zou ik zijn om dat te doen?

Hoeveel evenementen staan er op die shortlist? Binnen hoeveel tijd zullen ze plaatsvinden? Wanneer zal de shortlist aan de Vlaamse Regering worden voorgelegd? Is er samenwerking met Belgische partners, zoals *visit.brussels*, om samen topevenementen binnen te halen? Op welke manier worden niet-publieke partners betrokken bij het opmaken van de shortlist? Zonder een evenement te vermelden: ik heb gehoord dat een bepaald evenement op de lijst zou staan. Mensen uit de sector zeggen mij dat we dat eigenlijk al kunnen vergeten, want er is een rotatiesysteem waarbij het evenement elk jaar naar een ander continent moet gaan. Dat kan niet binnen een bepaalde tijd op hetzelfde continent plaatsvinden. Men moet daar dus al zijn tijd niet in steken, want we halen dat toch nooit binnen. Op welke manier wordt met niet-publieke partners samengewerkt?

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: Uit het hoofd: ik denk dat er een vijftal evenementen op de shortlist staan. Maar het varieert. Het kan veranderen. Het is alleszins van die grootteorde. We moeten niet al te breed gaan, het is de bedoeling om te focussen.

Wat betreft de betrokkenheid van andere publieke en private partners is er een openheid. Vandaar die betrokkenheid bij Sports Consultancy. Dat wordt niet bij

voorbaat uitgesloten. Er is altijd samenwerking mogelijk, als dat leidt tot een betere positie in het kader van de bidprocedure.

De voorzitter: De heer Poschet heeft het woord.

Joris Poschet (CD&V): Minister, ik heb u niet de datum horen zeggen waarop de shortlist aan de Vlaamse Regering zou worden voorgelegd. Ik wil u niet op een datum vastpinnen.

Minister Ben Weyts: Ik heb daar nog geen idee van.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Emmily Talpe aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over oorlogstoerisme in de Westhoek – 1591 (2016-2017)

Voorzitter: de heer Rik Daems

De voorzitter: Mevrouw Talpe heeft het woord.

Emmily Talpe (Open Vld): De herdenking van 100 jaar Grote Oorlog is nog volop aan de gang. Er is een terugval van het herdenkingstoerisme in de Westhoek. In de pers verscheen een overzicht van de bezoekerscijfers van zes oorlogsmusea en vier begraafplaatsen in de Westhoek. Terwijl die in 2014 nog bijna 800.000 toeristen aantrokken, was dat in 2016 teruggevallen tot 450.000. Uiteraard konden de topcijfers van 2014 niet worden aangehouden. Dat was te verwachten. Toch is de daling heel wat groter dan ingeschat. Zo telde het bekende In Flanders Fields Museum in Ieper vorig jaar bijna 45.000 bezoekers minder dan verwacht. Dat is toch een bijzonder hoog aantal. Uit de cijfers blijkt dat vooral Vlamingen het Ieperse museum links laten liggen. Toeristen uit de Commonwealth komen wel nog, maar ook daar blijft de stijging beperkt tot 1 tot 2 procent. Dezelfde tendens zien we ook bij de IJzertoren in Diksmuide.

De voorzitter van Westtoer, Franky De Block, ziet verschillende redenen voor deze terugval. Eerst en vooral lag de focus van de oorlogsherdenkingen in 2016 veeleer op Noord-Frankrijk, met de slag om Verdun en de slag aan de Somme. Hierdoor waren er in België minder activiteiten gepland. Daarnaast was er uiteraard ook de jammerlijke impact van de terreuraanslagen in Parijs en Brussel. We verwachten dat de bezoekersaantallen in 2018, na de herdenking van 100 jaar Grote Oorlog, nog verder zullen teruglopen.

Minister, volgt u de bezoekerscijfers in het kader van de herdenking van de Eerste Wereldoorlog op? Hoe evalueert u deze cijfers?

1917 en 1918 waren voor de Westhoek bewogen oorlogsjaren. Er zullen de komende twee jaar hierover nog heel wat expo's en tentoonstellingen worden georganiseerd. Hoe zal dit vanuit Vlaanderen gepromoot worden? Worden er bijkomende acties opgezet nu blijkt dat het aantal bezoekers naar de Westhoek sneller daalt dan verwacht?

Plant u initiatieven om specifiek Vlamingen – de bezoekersgroep die onder meer volgens het In Flanders Fields Museum en de IJzertoren de grootste terugval kende – naar de oorlogssites, -musea en -tentoonstellingen in de Westhoek te lokken?

Verwacht u dat de bezoekersaantallen na de herdenkingen in 2018 zullen teruglopen? Hoe wilt u daar desgevallend op anticiperen?

Volgens de Ieperse schepen zal na 2018 alles in het teken van de heropbouw staan. Zijn hier vanuit Vlaanderen initiatieven gepland?

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: Ik wil beginnen met te zeggen dat we niet spreken van oorlogstoerisme maar van herdenkingstoerisme. Dat is een positievere benadering.

Dankzij de jaarlijkse studie van Westtoer kennen we de evolutie van de bezoekersaantallen in het kader van dat herdenkingstoerisme. We baseren ons op zeven musea en bezoekerscentra en vier begraafplaatsen waarvan we de bezoekerscijfers kennen.

In 2016 ontving de Westhoek zo'n 450.000 herdenkingstoeristen, in 2015 zo'n 500.000. De doelstelling was het ronden van de kaap van 500.000. Dus die is gehaald. Gemiddeld zaten we over 2014, 2015 en 2016, vooral door de grote piek van 2014, toen er meer dan 700.000 toeristen kwamen, toch boven de 500.000, namelijk ongeveer 580.000.

In 2016 heeft Vlaanderen het op het vlak van toerisme niet onder de markt gehad. De Westhoek is daar ook niet aan ontsnapt. Er kwamen 7 procent minder Britten dan in 2015. Ook het aantal bezoekers uit de verre markten zoals Canada, de Verenigde Staten en Australië daalde met 15 procent. We mogen dat natuurlijk niet vergelijken met 2014, omdat de omstandigheden toen totaal anders waren.

2016 is ook een overgangsjaar. U haalt correct aan dat de focus lag op Noord-Frankrijk, op Verdun en de Somme, en dat heeft een vertaling gekend in het toeristische bezoekerscijfer. Het heeft er ook voor gezorgd dat zo'n 37.000 binnenlandse toeristen minder de sites hebben bezocht. Dat heeft een serieuze impact gehad op de cijfers. In 2017 en 2018 zetten we de inspanning onverminderd voort. We krijgen dan de highlights met de Mijnslag en de slag om Ieper, beter gekend als Passendale, waarbij we internationaal opnieuw voor het voetlicht zullen komen. Zeker de slag bij Passendale is een internationaal gekend begrip.

Toerisme Vlaanderen is al in 2016 gestart met de specifieke promotie daarvan, vooral in de Verenigde Staten, Australië, Canada en Nieuw-Zeeland. Dit voorjaar zal men ook de toeristische markten van het Verenigd Koninkrijk en Ierland bewerken. Naast die geplande promotie gaan we geen bijkomende acties opzetten. We wisten op voorhand dat 2016 een overgangsjaar zou zijn en hadden daar ook rekening mee gehouden.

Het is 'reculer pour mieux sauter', want 2017 moet zich aandienen als een sterk jaar. Toerisme Vlaanderen heeft het budget en de promotionele planning hieraan aangepast. In 2018 gaat de campagne verder. Het einde van de oorlog is opnieuw een internationaal momentum dat we moeten aangrijpen. We moeten dat niet beperken tot Vlaanderen, maar goed, we zullen daar zeker ons graantje meepikken.

Toerisme Vlaanderen zal in zijn promotie verder blijven focussen op de binnenlandse markten. Voor de promotie in Vlaanderen en naar Vlamingen kijken we natuurlijk ook naar de provincies en de gemeenten om die rol te spelen. Via Toerisme Vlaanderen kijken we natuurlijk in de eerste plaats naar het bewerken van de buitenlandse markten.

Er staat heel wat in de steigers op het terrein, met dank aan Westtoer en tal van lokale spelers. Op dit moment is de promotie van een aantal grotere evenementen al op gang getrapt, waaronder Het Kraterfront – het openingsevenement van

editie 2017 van GoneWest – en '1917, Totale Oorlog in Vlaanderen'. Een jaar later vindt ComingWorldRememberMe plaats, waarbij 600.000 beeldjes in de vorm van een kunstwerk in het landschap worden geplaatst. Elk beeldje staat symbool voor een gesneuvelde op onze bodem.

Na 2018 verwacht ik geen drastische terugval door de sterke investering in infrastructuur, evenementenprogramma's en promotie. We gaan ervan uit dat dat een langer effect zal hebben. Een deel van de budgetten is geïnvesteerd in blijvende infrastructuur, dus niet zuiver in evenementen. Als bestemming voor herdenkingstoerisme blijven we Vlaanderen internationaal in de markten zetten die ik al heb vernoemd en die daarvoor het meest in aanmerking komen. We blijven dus inzetten op dat herdenkingstoerisme.

De voorzitter: Mevrouw Talpe heeft het woord.

Emily Talpe (Open Vld): Minister, de Westhoek en het toerisme aldaar liggen me als Ieperse na aan het hart. Het verlies van het In Flanders Fields Museum had ik begin maart al aangekaart op onze gemeenteraad. De schepen zei dat ik me geen zorgen moest maken voor de periode na 2018, dat alles onder controle was. Minister, toen ik de cijfers zag van de volledige Westhoek, vond ik dat ik even bij u moest polsen naar welke initiatieven er worden genomen.

Het is goed dat er wordt ingezet op verschillende markten in het buitenland, en dat ook de binnenlandse markten worden aangesproken. Het is heel belangrijk dat we daarin diversifiëren.

Eind 2014 had u ook al tijdens uw bezoek aan de internationale toerismebeurs gezegd dat u zou inzetten op die nieuwe markten. U geloofde erin dat het promoten van de herdenkingsprojecten ook na 2018 nog zou renderen. Ik hoor vandaag dat u er nog altijd op rekent dat het een warme overdracht zal zijn naar 2018. Ik hoop het in ieder geval, want toerisme is voor onze regio enorm belangrijk. Het is een belangrijke pijler. Ook inzake het meer algemene toerisme in de Westhoek kunnen we nog heel wat andere facetten belichten. Daar doet Westtoer al heel wat inspanningen.

Minister, ik las dat Westtoer en de provincie op extra steun uit Vlaanderen rekenen. Met extra centen willen ze de Westhoek verder promoten in het buitenland. Daarom mijn vraag of er bijkomende financiële middelen worden gepland voor dat toerisme in de Westhoek.

De voorzitter: Mevrouw Coudyser heeft het woord.

Cathy Coudyser (N-VA): Wat het herdenkingstoerisme betreft, is er in het verleden duurzaam geïnvesteerd in infrastructuur, niet alleen voor de vier herdenkingsjaren, maar ook voor de toekomst.

Het is goed dat we nu, in 2017, daar echt weer op gaan inzetten, nog altijd met die gerichte acties, maar ook vooral met promotie naar de verschillende markten die daarin geïnteresseerd zijn. We hebben die promotie in 2016 al opgestart voor 2017 en 2018, maar dat moet ook doorgaan naar 2019 en de volgende jaren, want die streek zal altijd gekend zijn voor dat herdenkingstoerisme en dat moeten we sowieso altijd promotioneel blijven uitspelen.

Aan de andere kant is het ook goed dat we daar complementair zijn met wat de provincies en de steden en gemeenten daar in de regio doen, en dat ze, nu ze al verankerd zijn, dat aanbod verder gaan differentiëren. Het is belangrijk dat ze nu nadenken om die streek ook los van het herdenkingstoerisme – dus ook op het vlak van het culinaire, het culturele en andere vlakken – waar te maken, zodat we ervoor kunnen zorgen dat we in de toekomst de herdenkingstoeristen hebben

die dan twee of drie dagen langer in de regio West-Vlaanderen blijven. Daar zal onze regio alleen maar baat bij hebben.

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: We blijven doorgaan op de uitgestippelde koers. Dat is een lang op voorhand bepaalde koers, ook met betrekking tot de aangekondigde investeringen en ondersteuning.

Als je trouwens die cijfers ziet, is dat nogal merkwaardig. Ik kan niet genoeg benadrukken dat we elk onze taak hebben met betrekking tot de promotie naar de binnenlandse markt en naar de buitenlandse markt. Maar als je kijkt naar de vergelijking tussen 2015 en 2016 voor de binnenlandse markt, is dat min 16 procent. Voor de buitenlandse markt is het min 6 procent. Je zou het, gelet op de internationale context, de perceptie en de gevolgen van de terreuraanslagen, misschien andersom verwachten, maar dat is niet het geval. Dus als er ergens nog eens extra inspanningen kunnen worden gedaan, dan is dat misschien in eerste instantie op het verder bewerken van de binnenlandse markt.

De voorzitter: Mevrouw Talpe heeft het woord.

Emmily Talpe (Open Vld): Toerisme is ook een belangrijk economisch verhaal, zeker voor de Westhoek, waar er toch velen leven van het herdenkingstoerisme. De bezorgdheid gaat dus ook uit naar de tewerkstelling, want het toerisme in de Westhoek is toch goed voor zo'n 2100 voltijdse jobs.

Dat is uiteraard, collega Coudyser, een verantwoordelijkheid van verschillende niveaus. We hebben Vlaanderen, de provincies, de steden en gemeenten. Het is dus heel belangrijk dat we heel goed afstemmen om de middelen zo efficiënt en effectief mogelijk in te zetten. Het wordt in ieder geval een uitdaging om de bezoekersaantallen en het herdenkingstoerisme na 2018 hoog te houden. Het is een uitdaging waar we nu al gericht over moeten nadenken, zowel inzake een ruim doelpubliek, als wat betreft een aantrekkelijk aanbod en specifieke acties.

U zult het mij wel vergeven, minister, dat ik dit hier ook even aanhaal, maar ook een goede mobiliteit – ik bedoel dan de aanpak van de missing link Ieper-Westkust – is een belangrijke sleutel voor een succesvol toerisme in de Westhoek.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.

VRAAG OM UITLEG van Cathy Coudyser aan Ben Weyts, Vlaams minister van Mobiliteit, Openbare Werken, Vlaamse Rand, Toerisme en Dierenwelzijn, over het maximaliseren van het groeipotentieel voor meetings, incentives en congressen en de rol van Toerisme Vlaanderen – 1645 (2016-2017)

Voorzitter: de heer Rik Daems

De voorzitter: Mevrouw Coudyser heeft het woord.

Cathy Coudyser (N-VA): Minister, de markt van meetings, incentives en congressen zorgt elk jaar opnieuw voor een grote financiële injectie in onze Vlaamse economie en heeft nog een aanzienlijk groeipotentieel. Ook in Antwerpen heeft men dat ondertussen ingezien. Ik lees in de media dat het nieuwe congrescentrum Flanders Meeting & Convention Center Antwerp (FMCCA), onderdeel van het Elisabeth Center en de zoo, ondertussen zorgt voor een stijging van het zakentoeerisme met 3 procent. Dat is zonder meer een positieve zaak, niet alleen voor het congrescentrum zelf, maar ook voor de horeca, de hotels en de middenstand in Antwerpen.

Een studie van Toerisme Vlaanderen heeft ook aangetoond dat het totale aantal meetings en congressen in Vlaanderen nog met 12 procent kan toenemen, tot ongeveer 84.000. De studie toont ook aan dat het grootste groeipotentieel in de internationale associaties zit.

Om het Vlaamse MICE-potentieel (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) maximaal te kunnen benutten, heeft Toerisme Vlaanderen vorig jaar samen met het bureau GainingEdge in kaart gebracht wat daarvoor allemaal nodig zou zijn. In de commissie Toerisme wees u in antwoord op eerder gestelde vragen ook al op de volgende elementen: "De troeven van Vlaanderen maximaal uitspelen; verder investeren in de promotie voor onze congressen; investeren in lokale congresbureaus, en dan vooral deze in de kunststeden; goede afspraken over de rol van Vlaanderen en die van de lokale congresbureaus; en ten slotte, concrete structuren en systemen opzetten om die rolverdeling optimaal te laten werken."

Ik denk dat dat inderdaad de ingrediënten zijn om het potentieel dat we nog hebben, optimaal te gaan benutten. Wat betreft het uitspelen van onze Vlaamse troeven, hebt u terecht gesproken over ons erfgoedkader, waar wij uniek in zijn. De 'special venues' zijn echte belevingscentra en geven een meerwaarde om hier in Vlaanderen op congres of meeting te komen.

Over de afspraken inzake de rol van Vlaanderen en die van de lokale congresbureaus, in het bijzonder die van de kunststeden, gaf u aan dat u met Toerisme Vlaanderen een rol zou opnemen wat betreft het 'lead development'. Met andere woorden: Toerisme Vlaanderen zou faciliteren bij het vinden en aanbrengen van potentiële congressen en kandidaat-organisatoren. Het effectief binnenhalen van de congressen is dan veeleer een rol van de lokale congresbureaus. Zij zouden ook de biddingprocedures begeleiden. De concrete rolverdeling en werkafspraken tussen Toerisme Vlaanderen en de congresbureaus zouden daarvoor nog verder vastgelegd worden.

Minister, in het kader daarvan wil ik u graag de volgende vragen voorleggen. Dat er nog een groeipotentieel is op het vlak van de internationale associaties volgens de studie en het bureau GainingEdge, lijkt mij duidelijk. U haalt in de beleidsbrief dat er vooral een nauwe samenwerking opgezet wordt met Antwerpen, Gent, Brugge, Leuven en Mechelen. Welke rolverdeling en welke concrete werkafspraken werden er gemaakt tussen Toerisme Vlaanderen en de lokale congresbureaus? Hoe evalueert u de huidige samenwerking tussen het agentschap en de congresbureaus? Werpt de samenwerking ondertussen al vruchten af? Kunt u dit toelichten? Welke invloed heeft deze samenwerking specifiek gehad op dat nieuwe congrescentrum in Antwerpen? Wat betreft de 'special venues' zou Toerisme Vlaanderen in 2017 een speciale promotie-campagne lanceren. Is deze campagne inhoudelijk reeds op punt gezet? Wat zijn de grote lijnen van de campagne en wat is de timing voor de lancering ervan?

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: Dit sluit een beetje aan op de vorige vraagstelling met betrekking tot EventFlanders. Er is een gelijkenis, in die zin dat we trachten om mensen, middelen en initiatieven te bundelen om te proberen een grotere slagkracht te hebben naar het buitenland. In het geval van EventFlanders is dat op het vlak van het aantrekken van internationale evenementen. In dezen gaat het over het aantrekken van grote congressen, wat gepaard gaat met een grote economische return.

We hebben concrete afspraken gemaakt over de rolverdeling en werkafspraken tussen Toerisme Vlaanderen en de lokale congresbureaus. In het verleden deden de stedelijke lokale congresbureaus dat vaak los van elkaar, alleenstaand, soms zelfs tegen elkaar, waarbij Vlaamse steden in bidprocedures waren verwickeld

om internationale congressen binnen te halen en waarbij ze elkaar aan het concurreren waren. Daar willen we van af. We werken samen met de congresbureaus van Antwerpen, Gent, Brugge en Leuven. Mechelen was ook even een mogelijkheid maar daar heeft men beslist om zich niet op die associatiemarkt, die grotere evenementen te gaan richten, maar te blijven werken op meetings en congressen.

De samenwerking met de lokale congresbureaus moet leiden tot gemeenschappelijke 'leads' en 'bids'. Toerisme Vlaanderen zal zich met drie associatielead-experten, die daarvoor worden aangeduid, in eerste instantie toeleggen op de economische groeisectoren die gelinkt zijn aan Vlaanderen en aan de steden. Daarbij trachten we ons te concentreren op die domeinen waar we in onze bid iets extra's te bieden hebben, waar we een zekere expertise en voorsprong hebben en een perceptie die in ons voordeel speelt. Zo is bijvoorbeeld de diamant in Antwerpen voor de hand liggend, maar er zijn nog mogelijkheden als het gaat over erfgoed, tafelen, kunst en cultuur of fietsen. Daar hebben we een streepje voor, gelet op de troeven die we vandaag kunnen presenteren. Op dat vlak kunnen we Vlaanderen als toerisme- en congresbestemming versterken.

Toerisme Vlaanderen zorgt voor de associatiebewerking en dus voor de leadbewerking. Op basis van actieve research en geïntegreerde salesinspanningen zal men binnen de afgesproken sectoren leads doorgeven aan de lokale congresbureaus. Toerisme Vlaanderen zorgt dus voor de leadbewerking en speelt die door aan de lokale congresbureaus. Op het niveau van die lokale congresbureaus zal dan in concreto een bid worden uitgewerkt door specifieke medewerkers, met steun van hun lokale partners.

De taakverdeling en werkafspraken zitten vervat in de samenwerkingsovereenkomst tussen Toerisme Vlaanderen en de steden. Men heeft die afgesloten voor drie jaar. In deze overeenkomst zit ook de loonkost van de medewerkers. Die wordt gesubsidieerd vanuit Toerisme Vlaanderen voor maximaal 50 procent van de loonkost en met een maximum van 30.000 euro op jaarbasis. Voor Antwerpen gaat het om een betoelaging voor twee personeelsleden, en voor de andere steden gaat het over één personeelslid.

Aangezien we nog maar in de kinderschoenen staan en het nog maar een verse opstart is van die associatiewerking, is het moeilijk om te oordelen of die samenwerking concreet vruchten heeft afgeworpen. Bij Toerisme Vlaanderen zijn ondertussen twee associatie-experten aangeduid en er moet nog een derde bijkomen. De medewerkers van de lokale congresbureaus zullen ten laatste tegen deze zomer aangeworven zijn. Die selectie is momenteel bezig en alles zou moeten rond zijn tegen deze zomer, waarbij we pas medio dit jaar op kruissnelheid zullen zijn om ons op die internationale markt met een sterkere slagkracht dan ooit te kunnen bewegen.

Zoals u terecht aanhaalt, is Antwerpen en het FMCCA, de Elisabethzaal zoals men ook wel zegt, goed van start gegaan. Daar heeft men een fantastisch aanbod. De eerste contacten en het verkennen van de markt zijn zeer positief. Het kan moeilijk anders met een dergelijk aanbod en een unieke locatie, die etaleert welk groot voordeel we in Vlaanderen hebben, namelijk niet zozeer onze congresfaciliteiten op zich dan wel het historisch erfgoed, het kader, het decorum waarbinnen een congres kan worden georganiseerd.

In het geval van het FMCCA is dat dan ook nog eens vlak bij Antwerpen Centraal, in een zoo: 'A Room with a Zoo'. Het is gelegen in een prachtige stad – die wordt uitstekend bestuurd, mijnheer Vanbesien –, daar zijn we het allemaal over eens. De mobiliteitsinplanting is uitstekend, het ligt vlakbij het centraal station. Unieker en mooier kan absoluut niet.

We hebben al de opstart van de zalen zelf gehad. Nu, de congresfaciliteiten zijn voor weldra. De eerste indruk op de internationale MICE-markt over het FMCCA ervaren we als positief en illustreert zich in een aantal leads van internationale associatiecongressen die binnenkort zullen worden bevestigd. Dat zit dus goed.

Alvorens de cluster 'special meeting venues' in de markt te zetten, wenst Toerisme Vlaanderen in eerste instantie te focussen op het optimaliseren van de kwaliteit en dienstverlening. Storytelling zal hiervan een essentieel onderdeel zijn. Het unieke verhaal van de site moet als troef kunnen worden uitgespeeld naar de meeting planner. Deze inspanningen om de Vlaamse special venues kwaliteitsversterkend te positioneren, gaan vooraf aan de ontwikkeling van de campagne. Daarom zal de campagne zelf rond special meeting venues pas in 2018 worden gelanceerd.

We bouwen het dus geleidelijk aan op, waarbij het me evident lijkt dat de basis van een en ander is: de samenwerking met de lokale congresbureaus. We moeten zien dat we sterke lokale teams hebben om te participeren aan de bidprocedures. Vanaf volgend jaar gaan we dan heel specifiek inzetten op wat ons zo onderscheidt, namelijk de special meeting venues.

De voorzitter: Mevrouw Coudyser heeft het woord.

Cathy Coudyser (N-VA): Minister, het klopt dat we daar gezamenlijk aan moeten werken om die grote slagkracht te hebben om die congressen in Vlaanderen binnen te halen. We hebben uiteraard onze troeven, zoals ons uniek erfgoed, maar ook, zoals u aanhaalt: diamant, tafelen en kunst en cultuur. Onze ambachten en ons vakmanschap zijn ook iets dat we kunnen meenemen daarin.

Er is een deel van de weg afgelegd door die afstemming tussen Toerisme Vlaanderen en de lokale congresbureaus. Men is nu het personeel verder aan het aanwerven.

Als ik het goed begrijp, start de promocampagne niet in 2017 omdat het inderdaad beter is om eerst kwaliteitsvol werk af te leveren en dan heel specifiek daarrond een promocampagne te doen.

De storytelling – men vertelt het verhaal van de erfgoedlocatie – moet in de markt worden gezet. Is dat de taak van het lokale congresbureau? Of zit dat mee in de afstemming met Toerisme Vlaanderen?

De voorzitter: De heer De Meulemeester heeft het woord.

Marnic De Meulemeester (Open Vld): Voorzitter, minister, dames en heren, in het kader van deze vraag wil ik graag nog eens wijzen op het enorme potentieel dat Brussel biedt voor het MICE-toerisme. Vlaanderen en Brussel moeten hierin volgens ons meer dan ooit aan hetzelfde zeel trekken. De rol van Brussel als kunststad is belangrijk voor het eventueel van MICE, voor het programma rond de Vlaamse meesters en nog tal van andere zaken. Dit duidt nogmaals het belang aan van een goede samenwerking.

Ik wil hier zeker geen schuldige zoeken, verre van, maar ik wil u, minister, graag verzoeken om alles in het werk te stellen om de toch ietwat verzuurde relatie tussen visit.brussels en Toerisme Vlaanderen te herstellen. Ik denk dat we daar alle belang bij hebben in het kader van het toerisme. Zowel voor Vlaanderen als Brussel als heel ons land is het belangrijk dat die relatie weer verbetert. We hebben daar uiteindelijk allemaal baat bij. Ik vraag u om daar de nodige inspanning voor te leveren.

De voorzitter: De heer Poschet heeft het woord.

Joris Poschet (CD&V): Ik sluit me aan bij de laatste spreker.

De voorzitter: Minister Weyts heeft het woord.

Minister Ben Weyts: Wat dat laatste betreft: in een productieve relatie moet de liefde van twee kanten komen. In het verleden waren de relaties beter, tot op het moment van de politisering van visit.brussels, maar goed, men blijft daar het nodige doen en de hand reiken. Trouwens, met de markt zelf, de lokale toeristische spelers, of belangrijke toeristische spelers in Brussel, zijn de contacten zeer goed. Ter illustratie de participatie van verschillende Brusselse hotels aan onze campagne die we gevoerd hebben in het kader van de aanslagen van 22 maart, 'We share our smile with you'.

Mevrouw Coudyser, de storytelling is natuurlijk bij uitstek weggelegd voor de lokale spelers, voor het ontwerpen en participeren in de bidprocedure, omdat zij een uniek verhaal kunnen vertellen. Dat moet bij voorkeur vanuit de steden zelf komen, van de lokale congresdiensten. In Antwerpen bijvoorbeeld zou men een fantastisch en uniek verhaal kunnen vertellen. Toerisme Vlaanderen doet de lead search, bekijkt de markt, zoekt wat interessant zou kunnen zijn voor onze steden en waarom, in functie van een bepaalde specialisatie. Ik zeg maar wat, we hadden het over Antwerpen, maar als het gaat over Leuven is er de mogelijke link met biotech.

De marktverkenning gebeurt daar door Toerisme Vlaanderen en vervolgens begint het lokale congresbureau aan de bidprocedure, natuurlijk vertrekkend van de eigen sterktes, in dit geval bijvoorbeeld ook van de storytelling, namelijk het historisch erfgoed waar een congres kan worden georganiseerd.

De voorzitter: De vraag om uitleg is afgehandeld.