Vlaams Parlement

1352 (2017-2018) – Nr. 1
ingediend op 30 oktober 2017 (2017-2018)

Beleidsbrief

Toerisme
2017-2018

ingediend door minister Ben Weyts

verzendcode: BUI

INHOUDSTAFEL

Inhoudstafel 2
Lijst met afkortingen 4
Managementsamenvatting 5
I. Inleiding 7
II. Omgevingsanalyse 8
1. Aantrekkelijkheid van de bestemming Vlaanderen 8
1.1 Toerisme wereldwijd 8
1.2 Trends en kenmerken van de toeristische vraag in Vlaanderen 8
1.3 Potentieel voor groei in het MICE-toerisme 10
1.4 Tevredenheid en reputatie Vlaanderen 11
2. Toeristisch ondernemerschap 11
2.1 Toerisme is een mondiale economische groeimotor 11
2.2 De economische betekenis van het toerisme in Vlaanderen 12
3. Toeristische drempels 12
3.1 Drempels voor deelname aan het toerisme 12
3.2 Jeugdtoerisme 12
III. Strategische en operationele doelstellingen 13
1. De toeristische aantrekkingskracht van de bestemming Vlaanderen vergroten 13
1.1 Het toeristisch merk 'Vlaanderen' thematisch ontwikkelen en promoten 13
1.1.1 De 'Vlaamse Meesters' als nieuwe productlijn ontwikkelen 14
1.1.2 De Vlaamse gastronomie als troef uitspelen 16
1.1.3 Verder bouwen op succesvolle productontwikkelingen 17
1.2 Het versterken van de troeven van onze onderscheiden deelbestemmingen 19
1.2.1 Investeren in hefboomprojecten en promotie van (macro-) bestemmingen 19
1.2.2 Brussel en de groene Vlaamse Rand toeristisch versterken 20
1.2.3 Opportuniteiten onderzoeken voor toerisme op en aan het water 21
1.3 Vlaanderen in de markt zetten als dé Europese bestemming voor 'special venues' 22
1.4 Doelgerichte initiatieven om de toeristische bereikbaarheid van Vlaanderen en zijn deelbestemmingen te verbeteren 23

2. De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector 25
2.1 Evalueren en bijsturen van het Logiesdecreet 25
2.2 Een gestroomlijnd kwaliteitsbeleid uitbouwen 26
2.3 Opstellen en uitvoeren van een horecabeleidsplan 27
2.4 De keuzes voor de vrijetijdseconomie binnen SALK onverminderd uitvoeren 27
2.5 Groen-blauwe fiets- en wandelnetwerken als hefboom voor lokaal verankerd ondernemerschap 28
2.6 Werken aan een ondersteunende overheid 29
2.6.1 Samenwerken over de grenzen heen 29
2.6.2 Een innovatieve financiële ondersteuning 30
2.6.3 Ontwikkelen van een gedragen internationaal promotiebeleid 30
3. Toerisme binnen het bereik brengen van élke Vlaming 32
3.1 Vlaanderen uitbouwen tot een leidende gezinsvriendelijke erfgoedbestemming in Europa 32
3.2 Het Steunpunt Vakantieparticipatie versterken tot dé referentie voor iedere Vlaming die specifieke budget- of zorgnoden heeft om op vakantie te gaan 32
3.3 Een aanbod aan kwalitatief logies voor alle mogelijke drempelgroepen voorzien 34
Bijlage 1: Regelgevingsagenda 35
Bijlage 2: Rapportering aanbevelingen Rekenhof 37
Bijlage 3: Rapportering moties en resoluties Vlaams Parlement 39
Bijlage 4: Koppeling van de strategische en operationele doelstellingen aan de begroting 2018 42

LIJST MET AFKORTINGEN

ADSEI	Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie
AHOVOKS	Agentschap voor Hoger Onderwijs, Volwassenenonderwijs, Kwalificaties en Studietoelagen
AWV	Agentschap Wegen en Verkeer
CIB	Confederatie van Immobiliënberoepen
CIP	Culinary Important People
DIV	Departement Internationaal Vlaanderen
EFRO	Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling
ETC	European Travel Commission
EU	Europese Unie
FIT	Flanders Investment and Trade
GR	Grote Routepaden
IBTM	Leading global event for the meetings, events and incentives industry
IMEX	Worldwide Exhibition for incentive travel, meetings and events
INTER	Agentschap Toegankelijk Vlaanderen
ITB	Internationale Tourismus-Börse
KOALA	KlimaatzOrg en -Advies voor toeristische Logies en Attracties
LEM	Luchthavenexploitatiemaatschappij
LF	Landelijke Fietsroute of langeafstandsfietsroute
LOM	Luchthavenontwikkelingsmaatschappij
MER	Milieueffectrapport
MICE	Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions
NMBS	Nationale Maatschappij der Belgische Spoorwegen
NBTC	Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen
PTO	Provinciale Toeristische Organisatie
SALK	Strategisch Actieplan Limburg in het Kwadraat
SILC	Statistics on Income and Living Conditions
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
VLIS	Vlaams Logies Informatiesysteem
WO I	Wereldoorlog I
WTM	World Travel Market

MANAGEMENTSAMENVATTING

Ik wil mensen uit de hele wereld verleiden om een toeristisch bezoek te brengen aan Vlaanderen. Ik investeer ook het komende jaar in de thematische ontwikkeling en de promotie van onze bestemming Vlaanderen. Naast onze sterke troeven, de Vlaamse Meesters en onze gastronomie, investeer ik ook in de ontwikkeling van nieuwe troeven en toeristische trekpleisters. Zo heb ik via twee oproepen fors geïnvesteerd in 30 hoogstaande hefboomprojecten over heel Vlaanderen. Deze nieuwe of vernieuwende toeristische attracties worden in de komende jaren volop ontwikkeld tot nieuwe toeristische uithangborden met internationale uitstraling. Hetzelfde geldt voor onze fiets- en wandelnetwerken. De investering via twee oproepen in 15 nieuwe projecten tillen de fiets- en wandelmogelijkheden in Vlaanderen naar een hoger niveau.

Vlaanderen heeft als toeristische bestemming heel wat concurrenten. Ik investeer daarom gericht in de sterke en unieke troeven die ons onderscheiden van onze concurrentie. Het ambitieuze programma rond onze Vlaamse Meesters zal vanaf 2018 uitgerold worden. In dat eerste jaar van ons meerjarenprogramma richten we de schijnwerpers op Rubens. Ik blijf ook investeren in de internationale promotie van onze rijke tafelcultuur. De campagne Jong Keukengeweld heeft in 2016-2017 alle records gebroken en wordt hernomen. De Flanders Food Faculty blijft achter de schermen als professionele netwerkorganisatie opereren om onze positie binnen de gastronomische wereld te versterken. Ons Young Chefs Team en ons Bocuse d'Or team worden klaargestoomd om Vlaanderen te vertegenwoordigen in internationale wedstrijden, zodat de hele wereld kan zien hoe lekker er gekookt wordt in Vlaanderen, de bestemming waar je kan genieten aan elke tafel én elke toog. Ik wil de Vlaming weer fier maken op zijn of haar culinaire identiteit. Het herdenkingstoerisme kent in 2017 en 2018 belangrijke jaren. In 2017 focussen we op de herdenking van de Slag bij Passchendaele. Ondertussen wordt het laatste jaar van de eeuwherdenking volop verder voorbereid. Ik werk verder aan de verlenging van de verblijfsduur van de buitenlandse festivalgangers door pre- en post toeristische belevingen te ondersteunen. Tenslotte investeer ik ook in het promoten van onze wielercultuur. Ik wil dat élke wielertoerist een rit op de Vlaamse 'bergen en kasseien' op zijn bucketlist heeft staan.

Vlaanderen heeft nog een enorm potentieel als congresbestemming. Vergaderen kan je overal, maar wij kunnen de zakenwereld een uniek (erfgoed)decor aanbieden. Ik investeer om ons potentieel te verzilveren. Dankzij de hefboomsteun kunnen twee congreslocaties nu verder ontwikkeld worden. Ik zet ook een professionaliseringstraject op voor onze 'special venues'. Met aangepaste dienstverlening en extra toeristische beleving kunnen we onze concurrentiepositie in de congresmarkt verstevigen. Ik lanceer een label voor toegankelijke MICE-infrastructuur. In 2018 zal het gerenommeerde en invloedrijke internationale congres van de associaties plaatsvinden in Antwerpen. We zullen die kans aangrijpen om Vlaanderen rechtstreeks bij de sleutelfiguren van de congreswereld te promoten.

De toeristische sector zal mee de vruchten kunnen plukken van het investeringsbeleid. Bovendien ondersteun ik de sector waar mogelijk rechtstreeks. Zo heb ik de instrumenten voor een gedegen kwaliteitsbeleid verder uitgebreid. Concreet kunnen logies nu bijvoorbeeld ook een beroep doen op mystery visits. De implementatie van het nieuwe logiesdecreet – van kracht sinds 1 april 2017 – ging gepaard met een uitgekiend communicatieplan gericht op de sector. Het horecabeleidsplan wordt verder uitgerold. Toegankelijkheid binnen de toeristische sector krijgt extra aandacht. Ik werk het komende jaar ook aan een actieplan dat de knelpunten voor de kampeerautosector aan gaat pakken.

Ik bouw het topevenementenbeleid verder uit. In de pilootfase maakt EventFlanders een biddossier op voor een select aantal internationale topevenementen.

Alle Vlamingen hebben recht op vakantie en toeristische ervaringen. In de campagne 'Wij gastvrij, jij blij' wordt de horecasector gestimuleerd om de deuren open te gooien voor de hele familie én voor gasten met een sensoriële beperking. Ik zet samen met Faro het lopende project rond familievriendelijk erfgoed verder. Ik rol de 'Vakantieschakel' – die een uitstekend rapport kreeg – verder uit om mensen die op een drempel stuiten sneller in contact te brengen met toeristische ondernemers, die kunnen inspelen op speciale noden. Een nieuw decreet rond sociaal toerisme laat mij toe om beter te kunnen inzetten op de reële noden. Na de goedkeuring van dit decreet maak ik de nodige uitvoeringsbesluiten op. Tot slot wil ik ook de bereikbaarheid van kampen voor jongeren vergroten. Daartoe heb ik twee proefprojecten voor 2017 en 2018 opgestart, met enerzijds tijdelijke haltes en anderzijds een groepstarief voor versterkingsritten.

I. INLEIDING

De toeristische sector heeft in het voorbije jaar blijk gegeven van veel veerkracht. Na de aanslagen van 22 maart 2016 hebben we niet gepanikeerd en zijn we niet bij de pakken blijven zitten. We zijn meteen beginnen timmeren aan een brede en uitgekiende herstelstrategie, die goed gebruik maakte van onze sterkste Vlaamse troeven. Dat heeft geleid tot een toeristisch herstel in het najaar van 2016 en de eerste helft van 2017. Zelfs de toeristen uit verre markten zoals de Verenigde Staten, China en Japan vinden nu terug de weg naar Vlaanderen. Terreur heeft altijd een grote impact op het toerisme, maar we zijn erin geslaagd om de slinger terug te laten keren.

Ik wil nu nog meer mensen verleiden om een bezoekje te brengen aan Vlaanderen. Mijn investeringsbeleid heeft twee rode draden. Ten eerste investeer ik gericht grotere bedragen in een beperkt aantal grote hefboomprojecten, die ook hun hele omgeving naar een hoger niveau tillen. Ten tweede trek ik volop de kaart van onze sterkste troeven: de unieke en onderscheidende dingen waarmee Vlaanderen bekendheid geniet in de hele wereld of waarmee we een internationaal publiek kunnen bekoren. De Vlaamse Meesters, de Vlaamse tafelcultuur en de Vlaamse wielercultuur spreken mensen uit de hele wereld aan en vormen de speerpunten van onze toeristische promotie. Ook niches zoals de Vlaamse festivals en het herdenkingstoerisme rond de Eerste Wereldoorlog blijven belangrijk.

Het Vlaamse beleid rond Toerisme wordt echter maar mogelijk dankzij een intensieve samenwerking met een gedreven, hoogstaande en immer innovatieve sector. Ik blijf investeren in deze samenwerking. Door het bundelen van onze krachten zorgen we er samen voor dat de tevredenheid na een bezoek aan Vlaanderen bij de buitenlandse toerist zeer hoog ligt. Ook de associaties wil ik op die manier verleiden om te komen vergaderen in onze speciale erfgoedsites. De zakentoerist van vandaag kan de vakantieganger van morgen zijn. Daarom geef ik hen tijdens hun zakelijk verblijf al een voorproefje van wat onze bestemming ook op leisure vlak te bieden heeft. Want iedereen verdient vakantie. Elke Vlaming heeft evenveel recht, ongeacht de mogelijke drempels die ze ervaren, om op vakantie te gaan en onze toeristische trekpleisters te gaan ontdekken. Ik probeer de drempel te verlagen en op die manier de participatie aan vakantie te verhogen.

Het recente toeristische herstel werd gerealiseerd door alle partners. Ik hoop verder te bouwen op die vruchtbare samenwerking en als bondgenoten vorm te geven aan het toeristische beleid, zoals het beschreven staat in deze beleidsbrief.

II. OMGEVINGSANALYSE

1. Aantrekkelijkheid van de bestemming Vlaanderen

1.1 Toerisme wereldwijd[1]

Wereldwijd vormt toerisme één van de belangrijkste economische groeisectoren. Ook in 2016 bleef het toerisme groeien. De UNWTO noteerde een stijging van 3,9% buitenlandse aankomsten. In een absoluut volume uitgedrukt staat dit gelijk aan 46 miljoen extra aankomsten ten opzichte van 2015. In totaal was 2016 goed voor 1,235 miljard internationale aankomsten wereldwijd. Met deze stijging van 3,9% doet 2016 het wel iets minder goed dan de voorgaande 6 jaren. De UNWTO verwacht een vergelijkbare wereldwijde groei tussen 3 en 4% voor 2017.

De helft van alle internationale aankomsten wordt opgetekend in Europa. Ten opzichte van de internationale groei in aankomsten, doet het toerisme het in West-Europa in 2016 minder goed. Met 180,3 miljoen aankomsten in 2016 is er geen merkbare groei ten opzichte van 2015. De eerste vier maanden van 2017 begint West-Europa wel sterk met een groei van 3,6%. Wereldwijd schat de UNWTO de groei in dit kwartaal op 6,2%.

De Long-Haul Travel Sentiment Index van het ETC, een studie die elk kwartaal respondenten uit een aantal landen zoals de Verenigde Staten, Japan, China en Rusland bevraagt over hun intentie om naar Europa te reizen, is positief voor de zomer van 2017. Tussen de 26% (Japan) en 52% (China) van de respondenten gaven aan in 2017 naar Europa af te reizen.

Hoewel de landen die werden getroffen door aanslagen een daling kenden in het aantal internationale aankomsten, bleef het toerisme dus globaal wel groeien in 2016. Toeristen wijken uit naar landen die als 'veilig' beschouwd worden, of blijven met een reis naar de buurlanden dichter bij huis. De perceptie 'een veilige bestemming' te zijn, zal in het huidige geopolitieke klimaat alleen maar in belang toenemen en een grote impact hebben op de groei van de internationale aankomsten in een land.[2]

1.2 Trends en kenmerken van de toeristische vraag in Vlaanderen

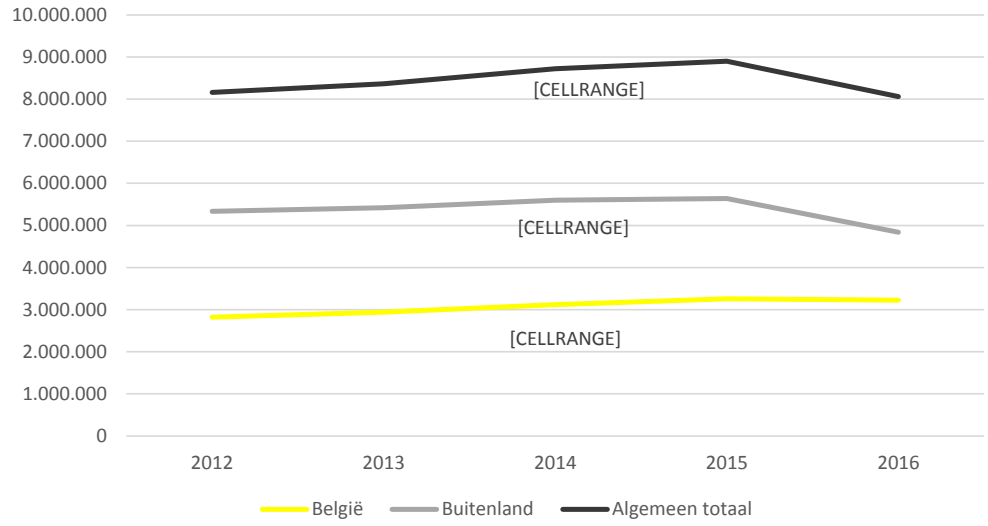
Het totale aantal overnachtingen in Vlaanderen in 2016 bedroeg 29 miljoen waarvan 14 miljoen afkomstig van buitenlandse bezoekers. 62% van deze buitenlandse overnachtingen werd geboekt door toeristen uit onze buurlanden. Sinds 2009 (67%) nam dit aandeel gestaag af ten voordele van andere markten, maar in 2015 en in 2016 is het opnieuw toegenomen, onder invloed van de gebeurtenissen in Parijs en Brussel.

Vorig jaar meldde ik reeds dat er geen evolutieve cijfers van bepaalde types logies meer weergegeven kunnen worden door een methodologische wijziging bij de FOD Economie bij het tellen van het aantal overnachtingen en aankomsten. Voor de hotels en de gastenkamers is er niets gewijzigd, waardoor deze langetermijntrends wel nog kunnen worden getoond. Aangezien de hotels verantwoordelijk zijn voor een groot deel van de aankomsten in de gehele logiessector, werd de

[1] UNWTO, *UNWTO-Barometer* 4, 2017. UNWTO, *European Union Short-Term Tourism Trends*, vol. 1., 2017.
[2] Yeganeh Morakabati, John Fletcher, John Beavis, *State of Play: the impact of geopolitical events on international tourism in 2017*, ITB Berlin, 2017.

evolutie van het aantal aankomsten in hotels in beeld gebracht. Hotels zijn goed voor 68% van het aantal aankomsten en 49% van het aantal overnachtingen in Vlaanderen.

Figuur 1 Evolutie van de gemiddelde jaarlijkse groei van de aankomsten in hotels in Vlaanderen, 2012-2016



Bron: Toerisme Vlaanderen op basis van ADSEI (2017)

Sinds 2012 gingen de aankomsten in hotels, zowel binnenlands als buitenlands, in stijgende lijn. Ten gevolge van de aanslagen in maart 2016 werd de groei, die de afgelopen jaren kenmerkend was, abrupt afgeremd. De aanslagen hadden een daling tot gevolg van het totaal aantal aankomsten in hotels met -9,4% ten opzichte van 2015. Vooral de buitenlandse aankomsten daalden, wat resulteerde in een negatieve gemiddelde jaarlijkse groei van -2,4% in de periode 2012-2016 voor de buitenlandse aankomsten. Op de binnenlandse markt hadden de gebeurtenissen van 2016 minder effect, waardoor hier toch een gemiddelde jaarlijkse groei van 3,4% genoteerd werd.

Een vergelijking van het totaal aantal aankomsten in 2016 ten opzichte van 2015 voor alle logiesvormen samen maakt de impact van de aanslagen duidelijk. De binnenlandse markt hield goed stand en tekende een groei op van 1,6%. Het aantal buitenlandse bezoekers daalde echter met -11,4%.

Tabel 1 Trend aankomsten in alle commerciële logies[3] in Vlaanderen 2015 - 2016

Aankomsten	2015	2016	Trend ’15-‘16
Belgen	5 610 656	5 701 817	+1,6%
Buitenland	7 008 550	6 208 610	-11,4%
Totaal	12 619 206	11 910 427	-5,6%

Bron: Toerisme Vlaanderen op basis van ADSEI (2017)

Op vlak van deelbestemmingen ligt het aandeel van de kunststeden (48,8%) het hoogst ten opzichte van het totaal aantal aankomsten in 2016. De meeste buitenlandse toeristen kiezen voor een

[3] Overnachtingen in alle commerciële logies, inclusief vakantiewoningen in het binnenland (steekproef) en huurlogies via immo aan de Vlaamse Kust.

overnachting in de kunststeden (66,5%). Bij de binnenlandse bezoekers zijn de Vlaamse regio's het populairst (41,4%).

Tabel 2 Aandelen van de aankomsten per deelbestemming met verdeling naar binnen- en buitenlandse toeristen

Aankomsten 2016	Kust	Kunststeden	Regio's
België	29,1%	29,5%	41,4%
Buitenland	7,1%	66,5%	26,4%
Totaal	17,6%	48,8%	33,6%
Totaal (absolute cijfers)	2 100 843	5 811 025	3 998 559

Bron: Toerisme Vlaanderen op basis van ADSEI (2017)

De meeste aankomsten in Vlaanderen hebben recreatieve doeleinden (68,9%). 20,3% van de aankomsten staat in teken van conferenties, congressen en seminaries en 10,8% is gelinkt aan andere beroepsdoeleinden. Buitenlandse toeristen komen hoofdzakelijk voor een recreatieve vakantie (61,8%). Nochtans is het aandeel reizen gekoppeld aan MICE bij hen beduidend hoger (25,6%) dan bij de binnenlandse toeristen (14,5%).

Tabel 3: Aandelen van de aankomsten naar motief met verdeling naar binnen- en buitenlandse toeristen

Aankomsten 2016	Vakantie	MICE	Ander beroepsdoeleind
België	76,6%	14,5%	8,9%
Buitenland	61,8%	25,6%	12,6%
Totaal	68,9%	20,3%	10,8%
Totaal (absolute cijfers)	8 203 124	2 417 191	1 290 112

Bron: Toerisme Vlaanderen op basis van ADSEI (2017)

Een eerste indicatie van herstel werd reeds eind 2016 opgemerkt, wat nogmaals een bewijs is van de uitzonderlijke veerkracht van de toeristische sector. De voorlopige cijfers van de eerste jaarhelft van 2017 zien er rooskleurig uit. De buitenlandse aankomsten stegen de eerste 6 maanden met +13,4% ten opzichte van 2016. De binnenlandse markt tekende een groei op van +5,4% aan aankomsten.

Tabel 4: Evolutie aantal aankomsten in Vlaanderen 2016-2017 in de eerste 6 maanden (2017: voorlopige cijfers)

Aankomsten	jan	febr	maar	april	mei	juni	Jan-juni '16	Jan-juni '17	Trend '16-'17 Jan-juni
België	+10,0%	-3,3%	+3,0%	+13,9%	-0,7%	+10,5%	2.545.029	2.683.657	+5,4%
Buitenland	+7,1%	+0,3%	+10,3%	+30,0%	+11,5%	+18,0%	2.903.228	3.292.661	+13,4%
Totaal	+8,3%	-1,3%	+6,8%	+22,1%	+5,6%	+14,6%	5.448.257	5.976.318	+9,7%

Bron: Toerisme Vlaanderen op basis van ADSEI (2017)

1.3 Potentieel voor groei in het MICE-toerisme

Dankzij de combinatie van unieke (erfgoed)decors, een goede, centrale ligging in Europa en de aanwezigheid van Europese instellingen kan Vlaanderen uitgroeien tot een interessante congres- en meeting bestemming. Daarnaast is Brussel, als hoofdstad van Europa, een populaire hub voor tal van hoofdzetels van associaties. Vergaderen op speciale locaties is een trend en dit biedt kansen voor Vlaanderen, dat kan uitpakken met een uniek (erfgoed)decor. In Vlaanderen kunnen diverse erfgoedlocaties omgetoverd worden tot state-of-the-art meeting venues. Bovendien beschikken we

over voldoende leisure troeven, zoals gastronomie en Vlaamse Meesters, om de doelgroep van de zakentoerist verder te verleiden om naar Vlaanderen te komen.

De meeting industrie injecteert meer dan één miljard euro in de Vlaamse economie, dankzij de bestedingen van deelnemers en organisatoren. De bijna 4,4 miljoen overnachtingen met MICE-motief vertegenwoordigen 15% van het totaal aantal overnachtingen in 2016. Dit is een kleine daling ten opzichte van 2015 (16%). De daling ten gevolge van de gebeurtenissen van maart 2016 was voor het zakentoerisme echter minder sterk dan voor vakantie en ontspanning.

Om het aanwezige potentieel verder aan te boren worden drie sporen gevolgd: het investeren in meeting infrastructuur in erfgoedlocaties, het uitvoeren van een marketingstrategie specifiek gericht op internationale associaties en het verder professionaliseren van de meeting sector.

1.4 Tevredenheid en reputatie Vlaanderen

Volgens het internationaal reputatieonderzoek over Vlaanderen[4], uitgevoerd in 2017, kent 72% van de reizigers uit onze Europese doelmarkten de regio Vlaanderen. Dat is een gevoelige verbetering ten opzichte van een vorig onderzoek in 2013. Toen lag dat percentage op 68%. In het algemeen wordt Vlaanderen vooral geassocieerd met erfgoed, kunst en kunstenaars, bier en lekker eten en drinken. De helft van de Europese reizigers heeft Vlaanderen, of een van de kunststeden in Vlaanderen, ooit al eens bezocht. Het onderzoek toont verder aan dat de tevredenheid van de bezoekers over de kwaliteit van de bediening en hun ervaring hoog is. Van alle respondenten die tijdens de laatste drie jaar naar Vlaanderen reisden voor een vakantie of voor zaken is meer dan 95% tevreden. De aantrekkelijkheid van Vlaanderen voor een kort verblijf of citytrip is vrij hoog. 56% van de Europese respondenten vindt Vlaanderen een aantrekkelijke bestemming en 33% geeft aan (waarschijnlijk) een bezoek te plannen in de komende drie jaar.

De reden waarom bepaalde respondenten geen reisintentie naar Vlaanderen hebben, is vooral te wijten aan de aantrekkelijkheid van andere bestemmingen en de onbekendheid van Vlaanderen. Daarom spits ik mijn beleid toe op de internationale promotie van onze sterkste troeven en investeer ik in grote hefboomprojecten, die de toeristische beleving naar een nog hoger niveau tillen.

2. Toeristisch ondernemerschap

2.1 Toerisme is een mondiale economische groeimotor

Het UNWTO schat het totaal aan internationale toeristische ontvangsten[5] in 2016 op 1.102 miljard euro wereldwijd. Het grootste deel, 404,1 miljard euro, werd in Europa ontvangen. Omgerekend, bedraagt dit gemiddeld 660 euro per internationale toerist die in 2016 in Europa reisde.

[4] Reputatieonderzoek Toerisme Vlaanderen is een online enquête uitgevoerd in 11 Europese landen en Amerika en Japan. De respondenten (1000 per land), waren minstens 18 jaar oud en hadden de laatste drie jaar minstens één buitenlandse reis ondernomen.

[5] Internationale toeristische ontvangsten worden gedefinieerd (door de UNWTO) als uitgaven van internationale inkomende bezoekers, waaronder hun transport en andere betalingen voor goederen en diensten die in het land van bestemming zijn ontvangen.

2.2 De economische betekenis van het toerisme in Vlaanderen

De economische waarde van toerisme en recreatie voor Vlaanderen is aanzienlijk. De sector is in 2014 goed voor 4,3% van de bruto toegevoegde waarde[6] in het Vlaams gewest. Dit percentage staat gelijk aan 8,3 miljard euro. De toeristische consumptie bedraagt 2,5% van de toegevoegde waarde.

De toeristische sector is in Vlaanderen goed voor 189.756 jobs, waarvan 133.315 loontrekkenden (4,6% van de totale loontrekkende tewerkstelling) en 56.441 zelfstandigen en helpers (7,9% van de totale tewerkstelling van zelfstandigen en helpers), personenvervoer niet meegerekend. Binnen de loontrekkenden ligt de grootste groep jobs, 65.260 of bijna de helft van het totale aantal, in de sector van de restaurants en cafés.

De bestedingen per persoon en per nacht van recreatieve verblijfstoeristen in Vlaanderen zijn aanzienlijk. Vakantiegangers in de kunststeden geven gemiddeld 152 euro uit, aan zee 65 euro en in de Vlaamse regio's 81 euro. Opvallend: deelnemers aan congressen met minstens één overnachting zijn goed voor maar liefst 234 euro per nacht.

3. Toeristische drempels

3.1 Drempels voor deelname aan het toerisme

Iedereen heeft recht op vakantie, maar lang niet alle Vlamingen slagen er in gebruik te maken van dat recht. Financiële redenen, het aandeel jongeren in kansarme gezinnen en een ouder wordende bevolking met een grotere zorgnood zijn remmende factoren voor vakantieparticipatie. Volgens de SILC-enquête[7] van de FOD Economie antwoordde in 2016 iets meer dan 19% van de Vlamingen dat ze zich geen vakantie konden veroorloven.

Het Steunpunt Vakantieparticipatie faciliteerde in 2016 maar liefst 20.793 vakanties voor mensen met een financiële beperking. Dit zijn er bijna 500 meer dan in 2015. Daarnaast werden er 110.713 daguitstappen georganiseerd. Hierdoor konden heel wat Vlamingen met een financiële beperking in 2016 toch toeristisch actief zijn.

Daarnaast telt Vlaanderen momenteel 268 vakantieverblijven met een Vlaams toegankelijkheidslabel. Daarvan zijn er 22 zorgverblijven. In totaal staan deze logies garant voor 2.204 toegankelijke bedden.

3.2 Jeugdtoerisme

Vandaag beschikt Vlaanderen over 579 erkende jeugdverblijven met een gezamenlijke capaciteit van ongeveer 41.000 bedden. In 2016 waren alle jeugdverblijven samen goed voor 3,4 miljoen overnachtingen of 11,6% van alle overnachtingen in Vlaanderen en Brussel. De gemiddelde bruto gastenbezetting[8] op jaarbasis bedroeg 20%, met als topmaanden juli (62%) en augustus (40%). De

[6] Bruto toegevoegde waarde staat voor de toegevoegde waarde gegenereerd door de toeristische bedrijfstakken, ongeacht of toeristen ook consumeren wat er wordt geproduceerd.
[7] De SILC-enquête is een enquête naar inkomens en levensomstandigheden, uitgevoerd in de landen van de EU.
[8] De bruto gastenbezetting wordt berekend op basis van het aantal beschikbare bedden, en houdt geen rekening met sluitingsdata.

bruto bezettingsgraad van de jeugdverblijven is eerder laag omdat een groot deel van hen enkel in de schoolvakanties open is.

III. STRATEGISCHE EN OPERATIONELE DOELSTELLINGEN

1. De toeristische aantrekkingskracht van de bestemming Vlaanderen vergroten

1.1 Het toeristisch merk 'Vlaanderen' thematisch ontwikkelen en promoten

Realisaties 2016-2017

Ik zet in op de troeven die Vlaanderen onderscheiden van de concurrentie: de Vlaamse Meesters, gastronomie, de Groote Oorlog, wielererfgoed en de festivals. Ik wil toeristen uit de hele wereld verleiden tot een bezoekje aan Vlaanderen door te investeren in specifieke hefboomprojecten die uitgroeien tot nieuwe toeristische uithangborden. We hebben na elke oproep gekozen voor projecten die onze bestemming 'top of mind' maken ten opzichte van concurrerende producten en bestemmingen, zodat onze hele economie straks de vruchten kan plukken.

Intussen zijn alle hefboomprojecten gekend. De tweede ronde van de eerste oproep leverde eind 2016 10 hefboomprojecten op: 5 in het impulsprogramma Vlaamse Meesters, 4 in het impulsprogramma kernattracties en 1 MICE-project, voor een totaal subsidiebedrag van 36,8 miljoen euro. Voor de tweede oproep werden 17 businessplannen ingediend, waarvan er uiteindelijk 13 werden weerhouden voor betoelaging. Dit keer ging het om 6 Vlaamse Meesters projecten, 6 kernattracties en 1 MICE-venue die samen een subsidiebedrag van 16,5 miljoen euro ontvangen. We creëren dus heel wat perspectief: er staan 30 nieuwe toeristische trekpleisters in de steigers.

2017 was een jaar dat in teken stond van de voorbereiding van de ontwikkeling van Vlaamse Meesters als nieuwe productlijn. Daarnaast werden de promotionele activiteiten rond de Vlaamse gastronomie, de Groote Oorlog, het wielertoerisme en de Vlaamse festivals verder gezet.

Om deze unieke troeven bij internationale pers en toeristische partners nog meer onder de aandacht te brengen ontving Toerisme Vlaanderen in de tweede jaarhelft van 2016 760 buitenlandse journalisten en bloggers, en 552 touroperators en reisagenten uit 16 verschillende landen. In de eerste helft van 2017 kwamen daar nog eens 560 journalisten en bloggers, alsook 400 touroperators en reisagenten en 104 MICE-contacten bovenop. In oktober 2016 werd toerisme voor het eerst als een belangrijk onderdeel van het programma van een staatsbezoek opgenomen. Japan kwam eerst aan de beurt, later volgde Denemarken. In 2017 nam Toerisme Vlaanderen een aantal Vlaamse partners mee op handelsmissie in Korea, gevolgd door Japan. Het gastlandschap van Vlaanderen op de Frankfurter Buchmesse bood de opportuniteit om awareness te creëren over onze bestemming en mensen te motiveren om een (city)trip te maken naar Vlaanderen. Deze beurs leverde meer dan 200 reportages in binnen- en buitenlandse media op en lokte 64.382 bezoekers naar de blog flandern16.de. Meer dan 16.000 mensen namen deel aan de fotowedstrijd tijdens de Frankfurter Buchmesse.

Door middel van joint promotions met luchtvaartmaatschappijen werden nieuwe vliegroutes in de kijker gezet: naar Mumbay (Brussels Airlines), naar Salzburg (Eurowings) en naar Madrid (Ryanair). Ook met andere vervoersmaatschappijen zoals Eurostar, Thalys, Deutsche Bahn en P&O Ferries werd de samenwerking opnieuw aangegaan.

Objectieven 2017-2018

2018 is het eerste themajaar van het ambitieuze meerjarenprogramma rond de Vlaamse Meesters. Het programma wordt in 2018 voornamelijk geënt op de figuur van Pieter Paul Rubens. Zowel de communicatie naar het grote publiek en de tradesector als de campagne naar de binnenlandse toerist wordt afgetrapt. De reisindustrie wordt geïnspireerd om de Vlaamse gastronomie sterker te promoten. Om de reputatie van Vlaanderen als culinaire bestemming te versterken zet ik een pool van getalenteerde chefs in als culinaire ambassadeurs. Ook binnen de gastronomie wordt een project rond lokaal ambassadeurschap opgezet om de fierheid van de Vlaming aan te wakkeren. In het laatste jaar van de herdenking van de Groote Oorlog gaat extra aandacht naar de Wapenstilstand en het thema vrede. Vlaanderen wordt ook in 2018 gepromoot als aantrekkelijke meerdaagse bestemming tijdens de dubbele editie van Tomorrowland en ik blijf onze regio verder op de markt uitspelen als een 'bucketlist' wielerbestemming.

Toerisme Vlaanderen zorgt voor een intensieve begeleiding van de 30 hefboomprojecten tijdens de uitvoering van hun businessplannen en op vlak van bekendmaking en promotie.

Ik investeer in het verhogen van de visibiliteit van Vlaanderen, haar deelbestemmingen en haar toeristische troeven op Brussels Airport. Kwalitatieve belevingszones dompelen vertrekkende en aankomende toeristen onder in alles wat Vlaanderen te bieden heeft. Het investeringsproject omvat de herinrichting van meerdere wachtzones aan de gates, een belevingsvol onthaal voor aankomende passagiers en een multimediale bezoekersruimte voor vertrekkende- en transitpassagiers. In het voorjaar van 2018 zullen de eerste twee deelprojecten opgeleverd worden. Het multimediale bezoekerscentrum zal klaar zijn tegen de zomer van 2018.

1.1.1 De 'Vlaamse Meesters' als nieuwe productlijn ontwikkelen

Realisaties 2016-2017

Om het enorme potentieel van de Vlaamse Meesters te verzilveren heb ik in 2015 en 2016 twee oproepen naar kwalitatieve infrastructuur en evenementen gelanceerd. Dit heeft uiteindelijk geresulteerd in 15 hoogstaande projecten rond (voornamelijk) Rubens, Bruegel en Van Eyck. Naast de projecten Utopia, Jan Van Eyck en het hof van de Bourgondische hertogen, een nieuw bezoekerscentrum voor het Lam Gods in de Sint-Baafskathedraal en de vernieuwing van de onthaal- en presentatieinfrastructuur in het MHKA, die reeds in 2016 werden betoelaagd, werden tijdens de tweede ronde van de eerste oproep 5 nieuwe hefboomprojecten aan de lijst toegevoegd: de Wereld van Bruegel in Bokrijk, Vlaamse Meesters in Situ, The World of Bruegel in Black and White in de Koninklijke Bibliotheek in Brussel, Antwerp Baroque 2018, Rubens inspireert en de Vlaamse Meesters van de Mode in Antwerpen. De tweede oproep leverde eind april 2017 7 projectvoorstellen op binnen het impulsprogramma Vlaamse Meesters, waaruit 6 hefboomprojecten zijn gemond: Bruegelhuis in Brussel, Feast of Fools – Bruegel herontdekt in het kasteel van Gaasbeek, Beleef het laatste avondmaal, beleef Bouts in Leuven, Back to Bruegel - Experience the 16th Century in 3D in Brussel, Adriaen Brouwer in Oudenaarde en de Blik van Bruegel: reconstructie van een landschap in Dilbeek.

Elk lid van het Atelier van de Vlaamse Meesters, de stuurgroep die ik samen met mijn collega bevoegd voor Cultuur voorzit, engageerde zich sterk om via zijn of haar eigen organisatie, netwerk en

expertise bij te dragen tot de ontwikkeling en uitvoering van het programma rond Vlaamse Meesters. De nauwe samenwerking met de minister bevoegd voor Cultuur heeft reeds geleid tot een bijkomende ondersteuning voor bepaalde hefboomprojecten met een cultuur-erfgoed component.

Eind 2016 heeft Toerisme Vlaanderen een binnenlands marktonderzoek rond Vlaamse Meesters uitgevoerd. Er werd gepeild naar de interesse in kunst en cultuur, de kennis van de Vlaamse Meesters en de Vlamingen als ambassadeurs voor Vlaanderen en de Vlaamse Meesters. Uit het onderzoek blijkt dat bijna 50% van de Vlamingen het voorbije jaar minimaal één keer een museum in Vlaanderen of Brussel heeft bezocht. 47% van de bevraagde Vlamingen kent Vlaamse of Brusselse kunstschilders. Meer dan de helft vond Rubens de belangrijkste Vlaamse Meester. Het zelfportret van Rubens is met stip het bekendste schilderij, gevolgd door het Lam Gods.

In maart 2017 organiseerde Toerisme Vlaanderen een workshop voor buitenlandse tradecontacten in Antwerpen. Een zeventigtal 'hosted buyers' (internationale inkopers) uit 9 landen, met name Nederland, Duitsland, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk, Italië, Spanje, Oostenrijk, Brazilië en de Verenigde Staten, maakte er kennis met de toekomstige projecten rond de Vlaamse Meesters.

Naar aanleiding van het thema Vlaamse Meesters ging Toerisme Vlaanderen strategische samenwerkingen aan met buitenlandse musea die een link hebben met onze Meesters. De samenwerking met het Kunsthistorisches Museum in Wenen resulteerde in 'Flemish Masters on tour', waarbij gezamenlijk een communicatie wordt opgezet over de programmatie in Vlaanderen en Wenen in 2017-2019. In die context opende ik, samen met de minister-president, in oktober 2017 de Rubenstentoonstelling in Wenen. Daarnaast werkte Toerisme Vlaanderen in Londen samen met de Royal Academy of Arts, in Milaan met het Palazzo Real, in New York met The Frick Collection en in Frankfurt met het Städel Museum. In Moskou werd ondersteuning verleend aan een multimedia project rond de werken van Bruegel.

De ondertekende intentieverklaring tussen Toerisme Vlaanderen en het NBTC resulteerde in de uitwerking van de gezamenlijke geschiedenis van de Noordelijke en Zuidelijke Nederlanden. Het verhaal van de hoogtijdagen van de Vlaamse cultuur in de 15de en 16de eeuw, de focus van het project Vlaamse Meesters, wordt daarbij gekoppeld aan de Nederlandse Gouden Eeuw. Op die manier is een route ontstaan met locaties als het Pajottenland, Brugge, Brussel, Antwerpen, Gent, Mechelen, Leuven, Middelburg, Den Bosch, Dordrecht, Delft, Den Haag, Leiden, Haarlem, Amsterdam en Hoorn.

Objectieven 2017-2018

Nieuwe Vlaamse Meesters routes worden uitgewerkt op basis van de interessegebieden van de culturele meerwaardezoeker: schilderkunst, architectuur en design, eet-, drink- en tafelcultuur en lifestyle. Elke route wordt toegewezen aan een personage uit een schilderij van een Vlaamse Meester, dat potentiële internationale bezoekers inspireert en meeneemt op een reis door Vlaanderen. Op de campagnewebsite Flemishmasters.com bieden deze ‘gidsen’ een programma op maat aan.

Toerisme Vlaanderen ontwikkelt een Vlaamse Meesters merchandisinglijn en sluit partnerships af met commerciële partners om zelf met het thema Vlaamse Meesters aan de slag te gaan. Op die manier krijgen de Vlaamse Meesters ook internationale visibiliteit buiten het culturele veld. Toerisme Vlaanderen zorgt via een partnership met Brussels Airport voor de nodige visibiliteit rond het thema Vlaamse Meesters op de luchthaven. Om het lokaal ambassadeurschap bij de Vlamingen te versterken, lanceert Toerisme Vlaanderen een binnenlandcampagne met als doel Vlamingen fier te

maken op hun Vlaamse Meesters. Vlamingen zijn immers zelf ook ambassadeurs van Vlaanderen als toeristische bestemming. Toerisme Vlaanderen werkt hiervoor samen met partners binnen cultuur, media en onderwijs.

Naast de promotie van onze Vlaamse Meesters op internationale leisure beurzen, zoals FITUR in Madrid, WTM in Londen en ITB in Berlijn, brengt Toerisme Vlaanderen het thema ook onder de aandacht van de zakentoeristen op internationale MICE-beurzen. Verder organiseert Toerisme Vlaanderen een 2de internationale trade workshop & fam trip rond de Vlaamse Meesters in Brussel, met de focus op Bruegel & Van Eyck. Daarnaast wordt de reeds bestaande tradebrochure 'Experience The Flemish Masters' geüpdatet met de recent goedgekeurde hefboomprojecten. In april en mei 2018 organiseert Toerisme Vlaanderen individuele pers- en blogreizen met een preview op het programma 'Antwerp Baroque 2018, Rubens inspireert'. Een maand later strijkt een internationale groep journalisten neer om het openingsweekend in Antwerpen mee te maken.

Samen met het NBTC concretiseert Toerisme Vlaanderen de ontwikkeling van de Old Masters route doorheen Nederland en Vlaanderen. Eind 2017 wordt in Rusland een samenwerking opgestart met een touroperator die een 'duet van Vlaamse en Nederlandse Meesters' aanbiedt. In Japan en Italië organiseren Toerisme Vlaanderen en het NBTC tradereizen die Vlaanderen en Nederland combineren.

1.1.2 De Vlaamse gastronomie als troef uitspelen

Realisaties 2016-2017

De zes projecten die binnen de Flanders Food Faculty zijn gedefinieerd, werden verder uitgerold. Het Vlaamse Culinaire Manifest, dat ik in het najaar van 2016 heb voorgesteld, werd vertaald in een kwaliteitsvol magazine 'From Flanders with Food'. Dit magazine wordt nu consequent verspreid tijdens persreizen, internationale events en beurzen en aan CIP's, food lovers en food fanatics. Het traject om culinaire talenten op te sporen en te begeleiden tijdens internationale topwedstrijden werd verder uitgevoerd. In januari 2017 maakte ik de ambities van dit traject bekend tijdens de wereldfinale van de internationale culinaire topwedstrijd Bocuse D'Or in Lyon. Het team, dat aangestuurd wordt door een culinaire bondscoach, bestaat uit een jongerendelegatie, het Young Chefs Team, en een professionele delegatie, het Bocuse D'Or Team. Onder de noemer 'Flanders Kitchen Lab' wil de Flanders Food Faculty een wetenschappelijk en creatief kader voor de horeca tot stand brengen. In maart 2017 sloot Horeca Vlaanderen een samenwerkingsovereenkomst af met Flanders' Food voor de uitwerking en stimulering van dat kader. In het kader van de culinaire uitwisselingen ondersteunt de Flanders Food Faculty de werking van Stichting Master Talent. Deze stichting werkt aan een traject van stages voor professionals in de gastronomie (chefs, patissiers, chocolatiers, slagers, …) in binnen- en buitenland. In het najaar van 2016 werd de ontwikkeling van een nieuwe campagne opgestart om van Vlamingen lokale ambassadeurs te maken van onze culinaire regio. Met deze campagne wil ik Vlamingen aanzetten om op culinaire ontdekking te gaan, nieuwe hotspots te verkennen en hun culinaire ervaring te delen via hun sociale media.

In mei 2017 heb ik voor internationale toeristische beleidsmakers de werking van de Flanders Food Faculty toegelicht op het derde 'UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism' in San Sebastián. Tijdens dit congres heb ik bekendgemaakt dat Vlaanderen kandidaat is om in 2020 het 6de 'UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism' te ontvangen. Deze zending gaf me ook de kans om een intentieverklaring tot samenwerking tussen Toerisme Vlaanderen en Toerisme Baskenland te

ondertekenen. Kennis, onderzoek, ervaringen en praktijkvoorbeelden worden met elkaar uitgewisseld.

De achtste editie van Jong Keukengeweld brak alle records. Zowel in oktober 2016 als in maart 2017 lokte deze actie meer dan 13.500 jongeren naar de deelnemende restaurants. In totaal zijn 27.000 jongeren gaan tafelen bij 51 jonge chefs. De nieuwe editie 2017-2018 werd afgetrapt in september. Via sociale media campagnes wordt sterker gefocust op het profiel van de jonge doelgroep. Internationaal werden jonge chefs onder de noemer Flanders Kitchen Rebels als culinaire ambassadeurs uitgestuurd naar China, Oostenrijk, Zwitserland, Zuid-Korea en Spanje.

In augustus 2017 sloegen Toerisme Vlaanderen, Arts Flanders Japan en restaurant Hertog Jan de handen in elkaar om 3 topchefs uit Japan en 10 CIP's uit o.a. Azië en de Verenigde Staden onze rijke eetcultuur te laten ontdekken via proeverijen, rondleidingen bij streekproducenten en een interactief diner voor Vlaamse en internationale pers.

Objectieven 2017-2018

De netwerkorganisatie Flanders Food Faculty zet zich verder in voor de uitvoering van de projecten. De communicatie 'From Flanders with Food' loopt verder via het magazine en videoboodschappen op sociale media.

De culinaire teams worden samengesteld en klaargestoomd voor hun eerste uitdaging. Een selectie van 8 jonge talenten neemt met het Young Chefs Team in november 2018 deel aan de 'Culinary World Cup'. Daarnaast begeleidt de bondscoach ook de chef en de commis die aantreden op de Europese finale van de Bocuse D'Or in juni 2018.

De culinaire uitwisselingen zorgen ervoor dat buitenlandse stagiairs na hun ervaring in Vlaanderen in hun eigen land kunnen optreden als ambassadeur voor de Vlaamse gastronomie. Anderzijds leren onze stagiairs door hun buitenlandse ervaring hun recepten verder te verfijnen. Samen met mijn federale collega staatssecretaris bevoegd voor Asiel en Migratie werk ik aan de administratieve vereenvoudiging van de buitenlandse stageaanvragen.

De werking van het Flanders Kitchen Lab wordt sterker gepromoot naar de horecasector. In het najaar van 2017 start het project Innochef. Dit project vertaalt bestaande wetenschappelijke kennis, ontwikkeld voor de voedingsindustrie, naar de praktijk in de keuken, zodat chefs hiermee aan de slag kunnen.

Het lokaal project rond ambassadeurschap wordt uitgewerkt onder de noemer 'Vlaanderen Smaakt' en gecommuniceerd naar het grote publiek in het najaar van 2017. Via korte video's en media-acties met Het Nieuwsblad en Radio 2 wil ik de Vlaming laten kennis maken met het brede culinaire aanbod van Vlaanderen.

1.1.3 Verder bouwen op succesvolle productontwikkelingen

Realisaties 2016-2017

In de tweede helft van de eeuwherdenking van de Eerste Wereldoorlog zet ik onverminderd in op de internationale communicatie van dit wereldwijd bekende erfgoed. Een aantal van de gesubsidieerde cultuur-toeristische evenementen, die voortspruiten uit de oproep van 2014, heeft plaatsgevonden of is van start gegaan. De tentoonstelling 'Oorlog in korte broek' liep in het najaar van 2016. In het voorjaar van 2017 was er een tentoonstellingencircuit op 11 verschillende locaties in de Westhoek

'1917, Totale oorlog in Vlaanderen', de culturele herdenking van de Mijnenslag binnen het kader van Gone West 'Kraterfront en Zero Hour' en de tentoonstelling 'China in Poperinge'.

Er werd een promotieplan voor de herdenking van de Slag bij Passchendaele uitgetekend. Het zwaartepunt van deze herdenking viel in de zomer en herfst van 2017. In de aanloop ernaar werden twee 'vroegboek' acties op sociale media in Australië, Nieuw-Zeeland en het Verenigd Koninkrijk op poten gezet. Meer dan 500.000 personen bekeken de video over de herdenking in Vlaanderen, waarvan er 5.000 verder doorklikten naar de websites van touroperators. In juni 2017 werd in Londen via een tijdelijke installatie 'the Mud Soldier' het startschot gegeven van een ruime digitale actie, die zich op het Verenigd Koninkrijk, Ierland, Nieuw-Zeeland, de Verenigde Staten en Nederland richt. Ruim 50 journalisten zakten naar Vlaanderen af om een reportage te maken over de herdenking, en in het bijzonder Passchendaele. Daarnaast bereikt het facebookkanaal m.b.t. de herdenking 142.000 actieve volgers. Alle informatie over de Slag bij Passchendaele werd verzameld op een specifieke site www.flandersfields1418.com/passchendaele.

Zoals verwacht lag het aantal bezoekers van de WO I-sites in de Westhoek iets lager dan de voorbije jaren. In totaal bezochten 447.600 personen de sites, waarvan 56% (268.000) uit het buitenland afkomstig. Deze daling werd voorspeld omdat in 2016 de focus van de herdenking vooral in Frankrijk lag. De terreuraanslagen in de lente in Brussel speelden ook een rol, zeker voor wat betreft schoolreizen (het Verenigd Koninkrijk) en sommige verre markten (Australië, de Verenigde Staten). Opvallend is dat het aantal binnenlandse bezoekers sterker afnam dan het aantal buitenlandse bezoekers.

De viering van de 100ste editie van de Ronde van Vlaanderen in 2016 was een succesverhaal. De campagne 'Ride Like a Flandrien' sleepte zelfs een nominatie binnen op de Global Sport Tourism Awards in Londen. Deze internationale erkenning bewijst de appreciatie voor de sterke promotie van het Vlaams wielerfgoed. Er werd een nieuwe samenwerkingsovereenkomst met Flanders Classics afgesloten om samen verder te werken aan de promotie van Vlaanderen fietsland. In het najaar organiseerde Toerisme Vlaanderen verschillende perstrips, zoals met het Britse magazine Rouleur rond 'de Groote Oorlog cyclo' en een zesdaagse met Scandinavische en Ierse media rond cyclocross en in samenwerking met Ridley Bikes. Dit voorjaar werd een 'Beleef de koers' perstrip georganiseerd voor Nederlandse journalisten, in samenwerking met Toerisme Oost-Vlaanderen en Westtoer. Tijdens de voorjaarsklassiekers kwam de Amerikaanse media Velonews en Peloton Magazine wielerminnend Vlaanderen een bezoek brengen. Het recent goedgekeurde hefboomproject 'The Homeland of Cycling' zet sterk in op beleving voor sportieve wielertoeristen. Concreet gaat het om in totaal 750 kilometer fietsroute met 85 zogenaamde 'Lion Challenges', waarbij bestaande wieler(erfgoed)attracties met elkaar worden verbonden.

Afhankelijk van de doelmarkt werden diverse muziekfestivals promotioneel ondersteund. Cactus Brugge is via sociale media posts in het Verenigd Koninkrijk gepromoot, Gent Jazz verscheen in het Duitse cultuurmagazine Art Tourist, het MAfestival in Brugge werd via een speciale nieuwsbrief naar de Italiaanse pers onder de aandacht gebracht en Tomorrowland kwam aan bod in de Indiase magazines The Hindu en Voyager's World. Door de samenwerking met Brussels Airlines konden meer dan 800 Tomorrowland festivalgangers op hun party flight kennis maken met de culinaire talenten van onze Jong Keukengeweld chefs. Tijdens beide edities van het festival brachten 5.400 bezoekers een bezoek aan het 'Taste of the World' restaurant, waar 6 Jong Keukengeweld chefs hun creaties serveerden.

Objectieven 2017-2018

Het herdenkingstoerisme in het najaar van 2017 staat volledig in het teken van de Slag bij Passchendaele. We voorzien de opening van de laatste projecten uit het impulsprogramma Groote Oorlog (2010), met name het bezoekerscentrum in Waregem en het Guynemerpaviljoen in Langemark-Poelkapelle. Ook de laatste gesubsidieerde herdenkingsevenementen zullen in 2017-2018 tot stand komen, zoals de editie 2018 van GoneWest, evenementen in Poperinge en een tentoonstelling over de Slag om de Noordzee in Brugge. Een landschapskunstinstallatie in het vroegere Niemandsland nabij Ieper brengt 600.000 beeldjes samen, waarbij elk beeldje staat voor een burger of soldaat die tijdens de oorlog het leven liet op ons grondgebied, ongeacht nationaliteit. 2018 is het laatste jaar van de eeuwherdenking. Het concrete communicatieplan wordt in het najaar van 2017 verder uitgewerkt. Drie verhaallijnen zullen de communicatie schragen: het eindoffensief tot en met de wapenstilstand, de kost van de oorlog en de sporen die hij heeft nagelaten, nooit 'the Last Post' met focus op de herdenking na 2018.

Onder het motto 'Vlaanderen is koers, 365 dagen per jaar' wil ik Vlaanderen een plek geven op de bucketlist van elke wielerliefhebber. Via samenwerking met diverse partners wil ik 'Cycling in Flanders' nog meer in de kijker zetten. Eind dit jaar is de website www.cyclinginflanders.cc geactualiseerd als platform voor partners en buitenlandse toeristen, die op zoek zijn naar relevante informatie voor hun wielervakantie. Samen met de Britse mediapartner Rouleur organiseert Toerisme Vlaanderen een publieksevenement in Londen, de Rouleur Classic. Dit jaar is het thema 'Monumenten', waarvan de Ronde van Vlaanderen er één is. Met Golazo wordt een joint promo afgesloten om de nieuwe cyclo Eddy Merckx Classic gezamenlijk in de markt te zetten. Eind maart opent het nieuwe Wielermuseum in Roeselare, de sluitsteen van de projecten uit het impulsprogramma 'Ronde 100' uit 2013. Het hefboomproject 'The Homeland of Cycling' wordt uitgerold en nauwgezet begeleid.

Ik wil de verblijfsduur van de festivalgangers in Vlaanderen verlengen. We hebben genoeg troeven om festivalbezoekers te verleiden om voor of na het festival de rest van Vlaanderen te verkennen. Daartoe evalueert Toerisme Vlaanderen de samenwerking met Tomorrowland voor de dubbele editie in 2017 en maakt het agentschap werk van een globale samenwerkingsovereenkomst voor de periode 2018-2020. Deze samenwerking focust vooral op toeristische belevingen vóór, tijdens en na het festival, maar ook op cross-overs met gastronomie zoals Jong Keukengeweld, bierproeverijen, …. In 2018 komt er een nieuwe bevraging bij de bezoekers van Rock Werchter naar de behoeftes van festivalgangers qua toeristische belevingen voor en na het festival.

1.2 Het versterken van de troeven van onze onderscheiden deelbestemmingen

1.2.1 Investeren in hefboomprojecten en promotie van (macro-) bestemmingen

Realisaties 2016-2017

De oproep naar hefboomprojecten heeft nieuwe, ambitieuze attracties opgespoord. Attracties die niet alleen een reason to come vormen, maar ook de verblijfsduur van internationale toeristen verlengen. In de eerste ronde van de eerste oproep werd reeds een subsidie toegekend aan 3 kernattracties: DIVA in Antwerpen, Librije van de Hertogen van Bourgondië in Brussel en Time Castle in Gent. In de tweede ronde werden 4 projectvoorstellen binnen het impulsprogramma kernattracties goedgekeurd voor betoelaging. Het gaat over Beleef Ensor in Oostende, de Plantentuin in Meise, een Bourgondisch Stadspaleis in Mechelen en Van Steen tot Steen langs de Schelde.

Bij de tweede oproep, gelanceerd in 2016, dienden er 9 kandidaten een businessplan in. Na beoordeling door een onafhankelijke expertenjury werden volgende 6 hefboomprojecten weerhouden voor betoelaging: de Wondervolle Wintertuin in Onze-Lieve-Vrouw-Waver, be-MINE PIT in Beringen, het Zoniënwoud, The Homeland of Cycling, en de Gruuthusesite en Sacred Books/Secret Libraries, allebei in Brugge.

In functie van een kwaliteitsvolle toeristische ontwikkeling van de hefboomprojecten met een onroerend erfgoed component zochten de agentschappen Toerisme Vlaanderen en Onroerend Erfgoed naar optimale afstemming.

Objectieven 2017-2018

De twee oproepen hebben 13 inspirerende en belevingsvolle kernattracties opgeleverd, gespreid over heel Vlaanderen. Toerisme Vlaanderen begeleidt de indieners intensief inzake het professionaliseren van het projectbeheer. Vanaf de conceptfase tot de oplevering wordt er specifieke aandacht besteed aan kwaliteit, familievriendelijkheid, toegankelijkheid, monitoring, ... Elk hefboomproject doorloopt een volledig traject voor de begeleiding op het vlak van promotie. In oktober 2017 organiseert Toerisme Vlaanderen een bootcamp voor alle goedgekeurde hefboomprojecten.

1.2.2 Brussel en de groene Vlaamse Rand toeristisch versterken

Realisaties 2016-2017

Het merendeel van de projecten die in Brussel en de Vlaamse Rand werden betoelaagd, had een grote focus op Bruegel. In de tweede ronde van de eerste oproep werd 'The World of Bruegel in Black and White' van de Koninklijke Bibliotheek in Brussel betoelaagd. De tweede oproep leverde ook een aantal goedgekeurde projecten op in Brussel en in de Vlaamse Rand. 'The Bruegel Experience' creëert een belevingscentrum rond de Vlaamse Meester in het Bruegelhuis. De belevingstentoonstelling 'Back to Bruegel' is geënt op de Hallepoort. In het kasteel van Gaasbeek wordt een tentoonstelling 'Feast of Fools, Bruegel herontdekt' georganiseerd. 'De Blik van Bruegel' is een tentoonstelling die interageert met het kenmerkende landschap uit de schilderijen van de Meester. Daarnaast ontvingen ook de Plantentuin in Meise in de eerste oproep en het Zoniënwoud in de tweede oproep een impulssubsidie. De Plantentuin bouwt een nieuw, state-of-the-art bezoekerscentrum, dat zal fungeren als toeristische uitvalsbasis naar de groene Vlaamse Rand. In het Zoniënwoud wordt de site Groenendaal ingericht als toegangspoort met onder meer twee uitkijkpunten, een boomtoppenpad en een belevingspad.

De vernieuwing en uitbreiding van de jeugdherberg Bruegel in Brussel is voltooid. In september 2017 opende ik de vernieuwde jeugdherberg officieel.

Een vernieuwde formule van de 100 km lange fietstocht bracht heel wat fietsers op de been voor het Gordelfestival in 2017. Door het in peloton rijden creëerde de organisatie een unieke ervaring voor wielerliefhebbers.

Objectieven 2017-2018

Toerisme Vlaanderen begeleidt de hefboomprojecten in Brussel en in de Vlaamse Rand verder. Deze hefboomprojecten zullen de komende jaren de toeristische aantrekkingskracht van Brussel en de Vlaamse Rand fors versterken.

Om bij de volgende editie van het Gordelfestival in 2018 ook meer recreatieve fietsers aan te trekken, wordt voor de 100 km Gordelklassieker een peloton voorzien dat aan een lagere snelheid zal rijden dan in 2017 het geval was. Hierdoor wil ik nog meer recreatieve wielerliefhebbers verleiden tot een sportief en toeristisch bezoek aan de Vlaamse Rand.

1.2.3 Opportuniteiten onderzoeken voor toerisme op en aan het water

Realisaties 2016-2017

Ik investeer door de uitvoering van het 12-puntenplan van het Overlegplatform Waterrecreatie, -sport en -toerisme verder in waterrecreatie op en langs het water. Het gaat bijvoorbeeld om de uitbreiding van de jachthaven in Klein-Willebroek, een nieuwe fiets- en voetgangersbrug over de Zenne en de bouw van een nieuwe jachthaven in Bocholt.

De studie naar de economische betekenis van de Vlaamse waterrecreatiesector is opgestart. Er werden 4 verschillende hoofdsegmenten gedefinieerd binnen waterrecreatie: niet-gemotoriseerde waterrecreatie, gemotoriseerde waterrecreatie, jaagpadrecreatie en oeverrecreatie. Dit project berekent de economische impact voor het gehele Vlaamse bevaarbare waterwegennetwerk, inclusief alle Vlaamse binnenlandse jachthavens, de 4 Vlaamse kustjachthavens en alle aanpalende jaagpaden.

In het kader van duurzaam toerisme aan de Vlaamse Kust en de binnenwateren ondersteunde ik de werking van GoodPlanet. Deze organisatie promoot de Blauwe Vlag als internationaal eco-label voor stranden, zwemvijvers en jachthavens, die zich onderscheiden op vlak van waterkwaliteit, milieuzorg en netheid, veiligheid en toegankelijkheid.

De Mercator keerde, na een grote onderhoudsbeurt door Vlaanderen, terug naar zijn vertrouwde ligplaats, waarna het iconische schip overgedragen werd aan de stad Oostende. Dankzij deze beslissing kan het vaartuig nu volop ontwikkeld worden als een toeristische trekpleister aan de Vlaamse Kust.

Dankzij het hefboomproject ‘Van Steen tot Steen langs de Schelde’ van het Regionaal Landschap Schelde Durme wil ik diverse kastelen in de Scheldevallei laten uitgroeien tot sterke toeristische sites.

Objectieven 2017-2018

Via De Vlaamse Waterweg investeer ik aan de jachthavens en aanmeerplaatsen in nieuwe infopanelen, die heldere informatie verstrekken over de beschikbare faciliteiten van de eerstvolgende jachthaven en aanmeerplaats in beide vaarrichtingen. Het optimaliseren van de investeringen in de jachthavensector zorgt voor een verhoging van het aantal ligplaatsen en een verhoogde belevingswaarde van de kustjachthavens. Dit is onder meer het geval in Nieuwpoort en Oostende. Vanaf 2018 starten we met de uitbouw van het Vuurtorendok in Oostende als jachthaven. In kader van de recreatieve ontsluiting van de Vlaamse Kust voor wandelaars en fietsers lopen de voorbereidende werken voor de aanleg van een fiets- en wandelpad op de nieuwe Zwindijk verder en wordt in het voorjaar van 2018 een fietspad langs de ringdijk in Blankenberge gerealiseerd. Om de kustgemeenten toe te laten een duidelijke visie uit te werken op hun strand- en zeedijkrecreatie sluit ik vanaf begin 2018 langdurige concessies af voor het beheer en de exploitatie van het strand en de

zeedijk. Daarnaast breng ik lokale actoren samen die ideeën hebben over de specifieke troeven en uitdagingen, waarmee we het toeristische potentieel van onze Vlaamse Kust kunnen versterken.

De studie inzake de economische betekenis van de Vlaamse waterrecreatiesector, die tot stand komt door de participatie van alle betrokken actoren, wordt opgeleverd tegen het einde van 2017.

Het project 'Van Steen tot Steen langs de Schelde' wordt verder begeleid door Toerisme Vlaanderen. Om de kastelen langs de Schelde niet alleen toeristisch te ontsluiten, maar ook op vlak van mobiliteit, wordt de koppeling met fiets- en wandelnetwerken, vaartoerisme en de waterbus gemaakt.

1.3 Vlaanderen in de markt zetten als dé Europese bestemming voor 'special venues'

Realisaties 2016-2017

Door te investeren in infrastructuur, personeel, promotie en professionalisering wil ik Vlaanderen als topbestemming voor zakentoeristen in de markt zetten. Via de twee oproepen naar hefboomprojecten werden twee projectvoorstellen in kader van MICE betoelaagd: het ICC in Gent en Thor Central in Genk. Het ICC wil het huidige congrescentrum en de Floraliënhal verder uitbouwen tot een state-of-the-art congres- en meeting locatie. Thor Central is een nieuwe congres- en meeting locatie op de voormalige mijnsite van Waterschei in Genk. Deze locatie combineert de link met het mijnerfgoed en met energie, technologie en innovatie. Eind 2016 opende het Flanders Meeting & Convention Center Antwerp. Intussen heeft al een 60-tal event organisers, professionele congresorganisatoren, alsook associaties kennis gemaakt met deze nieuwe MICE-infrastructuur.

Er werd een nauwe samenwerking met de lokale congresbureaus van de steden Antwerpen, Gent, Brugge en Leuven opgezet. Door middel van salestraining voor de congresbureaus, maar ook voor de buitenlandkantoren, gericht op het bewerken van de associatiemarkt, werd de werking verder geprofessionaliseerd. Ook de samenwerking met FIT op vlak van MICE-afstemming is geïntensifieerd. In kader van de kwaliteitsverbetering en professionalisering van de verschillende meeting locaties werd een traject 'Flanders special meeting venues' voorbereid. Via dit traject worden erfgoedlocaties met vergadermogelijkheden gestimuleerd en ondersteund om unieke (erfgoed)belevingen te creëren.

Op promotioneel vlak is de vernieuwde MICE-website www.meetinflanders.com officieel gelanceerd en extra in de kijker gezet op IBTM World 2016 in Barcelona. Naar aanleiding van de IMEX-beurs heeft Toerisme Vlaanderen een diner met een 25-tal Amerikaanse associaties georganiseerd. Een 40-tal meeting planners uit het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Nederland en de Verenigde Staten werden uitgenodigd op ontdekkingstrips naar Vlaanderen voor een kennismaking met onze meeting- en toeristische troeven van Vlaanderen. Het Association World Congress, een prestigieus en invloedrijk congres voor de associatiewereld, werd binnengehaald samen met de stad Antwerpen en het Flanders Meeting & Convention Center Antwerp. In maart 2018 komen zo een 400-tal internationale associaties en beleidsbepalers naar Vlaanderen.

Objectieven 2017-2018

Het team dat zich binnen Toerisme Vlaanderen toelegt op het aantrekken van associatiecongressen in kader van de economische groeisectoren is nu volledig, waardoor de associatiewerking op kruissnelheid komt. Het potentieel van associaties binnen de economische groeisectoren is in kaart

gebracht en is gedeeld met de buitenlandkantoren. Via een intensieve training zijn de trademanagers van de buitenlandkantoren vertrouwd gemaakt met MICE en de associatiewerking.

Om de internationale reputatie van Vlaanderen als congresbestemming een extra impuls te geven, wordt de buitenlandpromotie met focus op de associatiemarkt uitgebreid. Er wordt een filmpje over Vlaanderen ontwikkeld ter ondersteuning van de partners tijdens hun biddings. De bid support tools ter ondersteuning van de steden staan op punt. Het kennisplatform voor een systematische dataverzameling van de meeting industrie is voorbereid en aan de congresbureaus voorgelegd.

De unieke troeven van Vlaanderen, zoals Vlaamse Meesters en Vlaamse gastronomie, worden maximaal aangewend bij congressen. Er worden speciale programma's uitgewerkt die tijdens associatiecongressen, plaatsbezoeken of ontdekkingstrips worden ingezet. De bedoeling is om de beleving bij meeting planners en congressisten te versterken en de herinnering aan Vlaanderen te stimuleren. Deze motiverende bestemmingstriggers zijn een noodzakelijke impuls om congresorganisatoren te overtuigen om naar Vlaanderen te komen.

Het professionaliseringstraject voor de meeting industrie is opgezet. Binnen dit traject worden instrumenten en initiatieven ontwikkeld waarmee alle venues, maar ook andere spelers in de meeting industrie, de kwaliteit van hun dienstverlening kunnen verhogen. De potentiële 'special meeting venues' kunnen zich door een externe partner laten adviseren om een passende meeting beleving te creëren op basis van hun erfgoedwaarde. De campagne en branding 'experience our special meeting venues' wordt in mei 2018 tijdens IMEX gelanceerd.

1.4 Doelgerichte initiatieven om de toeristische bereikbaarheid van Vlaanderen en zijn deelbestemmingen te verbeteren

Realisaties 2016-2017

Om de bereikbaarheid binnen Vlaanderen en naar deelbestemmingen te verbeteren heb ik een overlegplatform rond bereikbaarheid opgericht. De eerste vergadering van dit overlegplatform waarin o.a. de openbare vervoersmaatschappijen, de regionale luchthavens, Brussels Airport, AWV, de kunststeden en Toerisme Vlaanderen zijn vertegenwoordigd, vond plaats in mei 2017. In eerste instantie werden een aantal concrete knelpunten, die de internationale toerist ervaart, in kaart gebracht. Vervolgens werden mogelijke oplossingen naar voor geschoven in kader van een betere ontsluiting van de regionale luchthavens. Op vlak van branding, werd 'Flanders' toegevoegd aan de 'baseline' International Airport in de logo's van de regionale luchthavens.

De knelpuntennota over de problematiek van de kampeerauto's is gerealiseerd. Deze nota beschrijft het profiel van de kampeerautotoerist en de vraag en het aanbod van camperplaatsen in Vlaanderen. Verder gaat de nota in op een aantal knelpunten met betrekking tot het kampeerautotoerisme zoals het overnachten in en parkeren van kampeerauto's en de ruimtelijke mogelijkheden voor het inrichten van camperplaatsen. Tot slot omvat deze nota een aantal acties die kunnen ondernomen worden in het kader van deze problematiek.

Objectieven 2017-2018

De bereikbaarheid van een bestemming blijft voor toeristen van het grootste belang. Daarom vraag ik aan het overlegplatform om, op basis van de geregistreerde knelpunten en uitdagingen op het vlak van mobiliteit en toerisme, bepaalde thema's te selecteren waarop in de komende periode wordt

gewerkt. In het najaar van 2017 komen de diverse actoren opnieuw samen. Voor wat betreft de ontsluiting van de luchthaven van Oostende en Antwerpen verzamelt LEM, met ondersteuning van LOM, een aantal extra gegevens over de trafiek en worden gesprekken met de partners (o.a. NMBS, De Lijn en AWV) opgestart teneinde de bereikbaarheid van de luchthavens te verbeteren.

Ik geef de opdracht aan Toerisme Vlaanderen om samen met de provinciale en stedelijke partners te bekijken welke acties er dienen te worden ondernomen en hoe we tot de creatie van een netwerk van kampeerautoplaatsen kunnen komen. Hiertoe wordt in het najaar van 2017 een overleg opgestart met alle betrokken partijen.

2. De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

2.1 Evalueren en bijsturen van het Logiesdecreet

Realisaties 2016-2017

Het nieuwe logiesdecreet, dat een regelgevend kader biedt voor de volledige logiessector, trad in werking op 1 april 2017. De eerste 6 maanden na de inwerkingtreding ontving Toerisme Vlaanderen 1.257 nieuwe aanmeldingen van toeristische logies. In totaal waren er in Vlaanderen op 1 oktober 2017 21.212 aangemelde logies, waarvan er 3.636 erkend zijn of beschikken over een vergunning volgens het vorige logiesdecreet. Van de 426 logies die reeds erkend zijn volgens het nieuwe decreet, koos 86% van de uitbaters ook voor een comfortclassificatie. Samen met het nieuwe logiesdecreet werd een Vlaamse versie van de Europese 'Hotel Stars Union'-comfortclassificatie ingevoerd als hotel-comfortclassificatie. Al 40 hotels stapten sinds 1 april in deze nieuwe comfortindeling.

Om de brede toeristische sector snel vertrouwd te maken met de nieuwe regelgeving werd een uitgebreid communicatietraject uitgerold. Via o.a. mailings naar alle aangemelde en vergunde logies, de brochure 'Logiesdecreet in één oogopslag', meer dan 50 informatiesessies door de projectleider en communicatie gericht naar onlineplatformen zoals Airbnb, Belvilla en Campr werden alle actoren uit het ruime speelveld uitvoerig geïnformeerd. Daarenboven werd een brochure gepubliceerd 'Jouw logies en de Ruimtelijke Ordening' die tot stand kwam door samenwerking tussen Toerisme Vlaanderen en Ruimte Vlaanderen. Het VLIS werd omgevormd tot een laagdrempelig en gebruiksvriendelijk nieuw online 'uitbatersportaal'. De gegevens van het VLIS werden automatisch overgezet. Er werd tevens een koppeling voorzien met de databanken van de PTO's en de Kruispuntbank Vakantiewoningen van CIB. De inspecteurs kregen zowel een interne als externe training om hen op te leiden tot logiesadviseurs.

We houden de vinger aan de pols door regelmatig overleg met de sector. Ik heb de opdracht gegeven aan de projectleider, die belast werd met de opmaak van de uitvoeringsbesluiten en het communicatietraject, om de signalen uit het veld via een werkgroep op te pikken en hierover terug te koppelen. Het eerste overleg vond plaats eind augustus 2017.

Objectieven 2017-2018

Begin 2018 contacteert Toerisme Vlaanderen alle logies die dan nog beschikken over een vergunning volgens het vorige logiesdecreet om deze oude uitbatingsvergunning en comfortclassificatie om te zetten in een nieuwe erkenning. De logies, die aangemeld waren bij de inwerkingtreding van het nieuwe logiesdecreet en tot 1 april 2018 de tijd krijgen om een brandveiligheidsattest te bekomen, krijgen in de loop van 2017 en het voorjaar van 2018 nog een herinneringsmail.

De sectorwerkgroep die door de projectleider werd opgericht, buigt zich verder over eventuele knelpunten bij de uitvoering van het nieuwe logiesdecreet. Daarnaast zal Toerisme Vlaanderen via een halfjaarlijks cijferrapport de uitvoering van het logiesdecreet monitoren. Een eerste tussentijdse evaluatie van de uitvoering van het nieuwe decreet wordt voorbereid via de ontwikkeling van een evaluatiekader en een bevraging binnen de logiessector.

In 2018 start Toerisme Vlaanderen, in samenspraak met de FOD Financiën, met de opmaak van een brochure rond fiscaliteit voor kleinschalige logies.

2.2 Een gestroomlijnd kwaliteitsbeleid uitbouwen

Realisaties 2016-2017

Om de toeristische sector uit te bouwen tot een bruisende sector zijn heel wat instrumenten inzetbaar. Al die instrumenten zijn terug te vinden op het portaal kwaliteit.toerismevlaanderen.be. Op vlak van het onthaal namen 46 medewerkers van toeristische diensten deel aan workshops over de toekomstige noden inzake inrichting, werking en inzet van digitale en sociale media. De mystery visits voor onthaal werden positief onthaald door de 20 deelnemende toeristische onthaalcentra. Ook logiesuitbaters kunnen nu intekenen op mystery visits. Via het portaal vinden logiesuitbaters alle informatie terug over een profilering als duurzaam of fietsvriendelijk logies. Voor de gidsen werden 6 infosessies over het project 'Vlaamse Meesters' georganiseerd, waarop 307 deelnemers aanwezig waren. Het netwerkevent 'Omgaan met superdiversiteit' lokte 53 deelnemers.

Met het oog op een betere afstemming van het onderwijs op het beroepsleven werden de beroepskwalificatiedossiers 'Reisagent' en 'Animator' afgerond en goedgekeurd door AHOVOKS.

Ik streef naar maximale aandacht voor toegankelijkheid doorheen de volledige toeristische sector. De criteria voor het verwerven van een toegankelijkheidslabel voor MICE-infrastructuur werden door INTER uitgewerkt. Alle ingediende projectvoorstellen en businessplannen werden beoordeeld op vlak van toegankelijkheid. Een infosessie over sensoriële beperkingen inspireerde de indieners van de projecten. Op Access Day gingen 10 musea in op de vraag van Faro om een toegankelijke rondleiding te voorzien. Samen met INTER organiseerde Toerisme Vlaanderen 12 vormingen over klantvriendelijk onthaal en het gidsen van personen met een beperking voor 170 deelnemers. Ik lanceerde, samen met Horeca Vlaanderen en Gert De Mangeleer, de campagne 'Wij gastvrij, jij blij'. Via deze campagne werd de horecasector gesensibiliseerd om zich meer open te stellen voor mensen met een sensoriële beperking. Een nieuwe editie van de brochure met toegankelijke logies is begin 2017 verspreid.

KOALA, het begeleidingstraject dat toeristische ondernemers gratis ondersteunt bij maatregelen om de CO_2-uitstoot te verminderen, loopt eind oktober 2017 af. Vanaf september 2016 tot augustus 2017 zijn er 88 energiescans uitgevoerd in logies, attracties en MICE-sites met een goedgekeurd energiescanrapport. Daarnaast zijn er 23 aanvragen toegewezen voor het uitvoeren van een implementatieadvies waarvan er 9 zijn afgerond. In 2017 ontvingen 5 nieuwe toeristische locaties een Groene Sleutel. Dat brengt het totaal aantal accommodaties in Vlaanderen met een label op 123. In september 2017 ontving Kasteelhoeve Wange voor de tweede maal op rij de Internationale Groene Sleutel Award.

Objectieven 2017-2018

Ik breid de tools en instrumenten uit naar andere deelsectoren. Binnen de dienst kwaliteit krijgt het professionaliseringstraject voor de meeting industrie, waarover ik reeds sprak in 1.3, vorm. Daarnaast worden de knelpunten, die logies ervaren, onderzocht. Op basis van die resultaten wordt een kwaliteitsinstrumentarium geënt. Ik organiseer in het najaar van 2017 interactieve workshops om startende logiesuitbaters beter te informeren over alle aspecten die relevant zijn. Opleidingspartners bieden de gidsen in 2018 een lessenreeks aan over de drie bekendste Vlaamse Meesters. Specifiek voor de kampeersector ga ik na hoe we de kwaliteit kunnen verbeteren en de sector kunnen ondersteunen bij het doorvoeren van vernieuwing in strategie of terreininrichting.

Eind 2017 bestaat het toegankelijkheidslabel 10 jaar. Het toegankelijkheidslabel, specifiek voor MICE-infrastructuur, wordt in de loop van 2018 officieel gelanceerd. Alle betoelaagde hefboomprojecten

worden verder geadviseerd inzake integrale toegankelijkheid, ook voor mensen met sensoriële beperkingen. De brochures met toegankelijke logies en over toegankelijkheid aan de Vlaamse Kust, in Brugge en in Flanders Fields worden geactualiseerd.

In functie van een beter afstemming van het onderwijs op het beroepsleven wordt in 2018 het beroepskwalificatiedossier 'Host' voorbereid door de sector en AHOVOKS.

Het eindrapport van KOALA met daarin onder meer de cijfers over de CO_2-reductie is beschikbaar tegen einde 2017. Via het EFRO-project KEEP, het energieadvies voor KMO's dat loopt tot einde 2018, kunnen geïnteresseerde toerismebedrijven verder een beroep blijven doen op een gratis energiescan en op 40% steun voor implementatieadviezen.

2.3 Opstellen en uitvoeren van een horecabeleidsplan

Realisaties 2016-2017

Ik heb samen met mijn collega bevoegd voor Werk een horecabeleidsplan opgemaakt om extra zuurstof te geven aan de horecasector. Aan de taskforce, samengesteld uit publieke actoren, werden nog twee partners toegevoegd: de VVSG en de VDAB. Een eerste realisatie is de totstandkoming van een mini energiebeheerovereenkomst om de energiekosten te drukken. Horeca Vlaanderen is de eerste sectorfederatie waarmee deze overeenkomst werd afgesloten. Het is de bedoeling om duizend horecazaken te begeleiden van advies tot uitvoering van energiebesparende maatregelen. Daarnaast is het proefproject duaal leren in 2017 uitgebreid naar o.a. de volgende opleidingen in de horecasector: 'hotelreceptionist' en 'chocolatier'. Voor wat de vierde strategische doelstelling betreft, zijnde 'Vlaanderen op de kaart zetten als een bestemming met een kwaliteitsvolle horeca' verwijs ik naar 1.1.2 voor de gastronomische sector en 2.1 en 2.2 voor de logiessector.

Objectieven 2017-2018

Ik volg de acties, die binnen het horecabeleidsplan werden vooropgesteld, nauwgezet op. Hiertoe levert de taskforce in het voorjaar van 2018 een eerste voortgangsrapport op, dat via een mededeling wordt overgemaakt aan de Vlaamse Regering.

2.4 De keuzes voor de vrijetijdseconomie binnen SALK onverminderd uitvoeren

Realisaties 2016-2017

Ik volg de zesmaandelijkse voortgangsrapportage over al deze projecten nauwgezet op. Van de 9 toeristische SALK-projecten, die in 2014 werden betoelaagd, zijn 4 projecten in 2017 gehergroepeerd: 'De Mijnroute', 'De Bronsgroen-route', 'De Tijdreis' en 'De Limburg-pod' werden verzameld onder één strategisch project 'Cycling Synergy'. Deze heroriëntering heeft niets veranderd aan de initiële doelstellingen. De drie centrale thema's blijven behouden: familievriendelijk erfgoed, mijnerfgoed en landschapsbeleving.

Objectieven 2017-2018

Drie toeristische projecten binnen het SALK-programma openen in 2018. De opening van La Biomista, de thuisbasis van kunstenaar Koen Vanmechelen, is voorzien medio 2018. De avondattractie in Alden Biesen, Bilzen Mysteries, is reeds in oktober 2016 geopend. Het tweede gedeelte, de dagattractie, wordt verwacht in 2018. Tot slot zal de restauratie en de herbestemming van de Rentmeesterswoning eveneens afgerond worden tegen medio 2018. Aan de hand van tussentijdse voortgangsrapportages hou ik de vinger aan de pols.

2.5 Groen-blauwe fiets- en wandelnetwerken als hefboom voor lokaal verankerd ondernemerschap

Realisaties 2016-2017

Eind 2016 kende ik 1,5 miljoen euro toe aan acht fiets- en wandelprojecten. Ik wil de beleving van de netwerken verhogen, het toeristisch ondernemerschap stimuleren en de hiaten in de wandelnetwerken wegwerken. Beide oproepen hebben ervoor gezorgd dat in totaal 15 fiets- en wandelprojecten betoelaagd werden.

Begin 2017 organiseerde Toerisme Vlaanderen een brainstormsessie over de toekomstvisie van langeafstand fietsroutes in relatie met de andere fietsproducten in Vlaanderen. In een overleg met de PTO's werden een aantal concrete thema's besproken: bewegwijzering, grensoverschrijdende internationale routes en een betere vermarkting van routes. De organisatie GR stelde vervolgens samen met Toerisme Vlaanderen een nota op met mogelijke toekomstscenario's.

In juni 2017 zorgde Toerisme Vlaanderen voor een automatische koppeling van de 5 provinciale routedatabanken. Dankzij deze koppeling worden de trajecten van alle Vlaamse fiets-, wandel- en ruiterknooppuntennetwerken samengevoegd en ontsloten via het open data portaal. De belangrijkste gebruikers van deze data zijn toeristische uitgeverijen, online routeplanners en routeplannerapps, die op hun beurt een breed publiek van toeristen en recreanten bereiken.

De financiële ondersteuning van de aanleg en inrichting van camperplaatsen, die zich meestal in de omgeving van fiets- en wandelnetwerken bevinden, heeft ervoor gezorgd dat er in 2016 47 nieuwe camperplaatsen werden gesubsidieerd en in 2017 33 nieuwe camperplaatsen.

Objectieven 2017-2018

In de nieuwe visie op de langeafstand fietsroutes, in relatie tot de knooppunten, wordt gesteld dat beide netwerken complementair moeten zijn. Daarom bespreekt Toerisme Vlaanderen de haalbaarheid van de mogelijke toekomstscenario's voor LF met de provinciale partners.

Ook in 2018 ondersteun ik via de subsidieoproep voor logies de aanleg en inrichting van camperplaatsen, al dan niet op openluchtrecreatieve terreinen.

2.6 Werken aan een ondersteunende overheid

2.6.1 Samenwerken over de grenzen heen

Realisaties 2016-2017

De Captains of Industry bogen zich in het Raadgevend Comité o.a. over het concept van de toeristische draagkracht in Vlaanderen, het belanghebbendenmanagement van Toerisme Vlaanderen en het versterken van de relatie tussen het agentschap en de private toeristische actoren.

Om een coherent topevenementenbeleid op poten te kunnen zetten werd door EventFlanders een methodologie voor het uitvoeren van haalbaarheidsstudies en processen ontwikkeld, die verder verfijnd wordt in de loop van de pilootfase. Daarnaast werden tijdens het eerste werkjaar van EventFlanders criteria bepaald die in overweging worden genomen bij de beoordeling van potentiële topevenementen. Er kwam een shortlist tot stand met mogelijke topevenementen die tijdens de pilootfase als pilootevenement worden gescreend. Op basis van die shortlist voerde EventFlanders verschillende haalbaarheidsonderzoeken uit. Twee liaison officers, die instaan voor de dagelijkse contacten tussen EventFlanders en de betrokken entiteiten, werden aangeduid.

Via onderzoek en dataverzameling volgt Toerisme Vlaanderen accuraat de trends en wijzigingen in binnen- en buitenlandse markten op. Eind 2016 leverde een bewonersonderzoek met betrekking tot de houding ten aanzien van toerisme in de stad Brugge relevante informatie op inzake de draagkracht van de stad. Ook in functie van specifieke beleidsthema's wordt marktonderzoek gedaan om de juiste klemtonen te kunnen leggen. Een binnenlands marktonderzoek naar de reputatie van de Vlaamse Meesters en een awareness onderzoek rond WO I, in samenwerking met Westtoer, zijn hiervan voorbeelden. Medio 2017 werden de resultaten bekend gemaakt van het onderzoek naar het profiel van de Vlaanderen Vakantieganger aan de Vlaamse Kust, eveneens in samenwerking met Westtoer. De conclusies van het internationaal reputatieonderzoek in de belangrijkste doelmarkten werden reeds uitgebreid besproken in 1.4 van de omgevingsanalyse. Tot slot heeft de Vlaamse studiedienst een methodologie ontwikkeld om de economische impact van de hefboomprojecten te meten. Aan de hand van de bezoekersaantallen, het type bezoekers en de bestedingen wordt de economische impact ingeschat. Om de methodologie te optimaliseren worden nog een aantal kengetallen beter in kaart gebracht.

Het verdedigen van de internationale belangen van Vlaanderen mondde uit in een aantal samenwerkingen over de grenzen heen. In december 2016 ontmoette ik de secretaris-generaal van de UNWTO Taleb Rifai tijdens een bezoek aan Brussel. Van deze gelegenheid werd gebruik gemaakt om een samenwerkingsovereenkomst te ondertekenen met betrekking tot de ontwikkeling van ethische richtlijnen voor toerisme naar conflict-gerelateerde gebieden. Tijdens het 'UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism' in San Sebastian was ik, zoals reeds vermeld in punt 1.1.2, aanwezig bij de ondertekening van de samenwerkingsovereenkomst tussen Toerisme Vlaanderen en Toerisme Baskenland. Verder heeft Vlaanderen actief bijgedragen aan de Europese besluitvorming betreffende de UNWTO Conventie over de bescherming van toeristen en de verplichtingen van toeristische dienstverleners. Vlaanderen verlengde haar mandaat als vertegenwoordiger van de geassocieerde leden in de Uitvoerende Raad en het Programma- en Budgetcomité van de UNWTO voor de periode 2017-2021 tijdens de Algemene Vergadering van de UNWTO in Chengdu.

Objectieven 2017-2018

Tijdens het komende werkjaar verfijnt EventFlanders haar methodologie en processen en start ze met het verzamelen van alle informatie voor de bid databank, waarin alle relevante informatie wordt opgeslagen met betrekking tot transport, veiligheid, media, venues, wetgeving en accommodatie, …. Het aansturingscomité stelt een select aantal potentiële topevenementen voor aan de Vlaamse Regering. Afhankelijk van het type evenement werkt EventFlanders aan of biedt ze ondersteuning bij de opmaak van het biddossier, nadat de Vlaamse Regering een topevenement heeft goedgekeurd.

Onderzoek en kennis vormen een belangrijk instrument voor het beleid. Het marktonderzoek naar het profiel van de Vlaanderen Vakantieganger in de kunststeden is klaar tegen de zomer van 2018. Ook de andere kunststeden Antwerpen, Gent, Mechelen en Leuven worden, naar analogie met Brugge, aan een grondig draagkrachtonderzoek onderworpen. De resultaten zijn in het najaar van 2017 beschikbaar. Door het bezoekersonderzoek WO I, dat in samenwerking met Westtoer loopt, krijgen we in 2018 niet alleen een beeld van de bezoekersaantallen, maar ook van de herkomst, de tevredenheid, de bestedingen en het profiel van de herdenkingstoerist. In 2018 worden de Satellietrekeningen voor Toerisme in Vlaanderen geactualiseerd, zodat we nog beter zicht krijgen op het economisch belang van de toeristische sector.

In 2018 worden de ethische richtlijnen voor toerisme naar conflict-gerelateerde gebieden geconcretiseerd, in samenwerking met de UNWTO. Naar analogie met het samenwerkingsakkoord met Schotland onderteken ik een ‘memorandum of understanding’ met Catalonië. Toerisme Vlaanderen en de Catalan Tourist Board gaan nauw samenwerken op vlak van o.a. lokaal draagvlak, duurzaam toerisme en bestemmingspromotie.

2.6.2 Een innovatieve financiële ondersteuning

Realisaties 2016-2017

We hebben een punt gezet achter de hervorming van het subsidiestelsel voor logies tot één financieringsstelsel gericht op de verbetering van logiesinfrastructuur, met prioritaire aandacht voor toegankelijkheid, zorg en familievriendelijkheid. De eerste geïntegreerde oproep, waarvoor ook de sociaal volwassenverblijven en de erkende hostels in aanmerking kwamen, werd in april 2017 gelanceerd. Met deze ondersteuning wil ik Vlaanderen verder uitbouwen tot een toegankelijke bestemming, waar iedereen terecht kan voor een deugddoende vakantie.

Het instapmodel werd voorgesteld aan de toeristische partners. Dit wordt verder besproken in 2.6.3.

Objectieven 2017-2018

In 2018 kunnen logies een nieuwe subsidieaanvraag indienen in functie van de vastgelegde prioriteiten. De investeringen die in aanmerking komen, zijn analoog aan deze van 2017.

2.6.3 Ontwikkelen van een gedragen internationaal promotiebeleid

Realisaties 2016-2017

De nieuwe internationale marketingstrategie van Toerisme Vlaanderen is intussen in uitvoering en fungeert als uitgangspunt voor gerichte samenwerkingen met publieke en private partners. Om extra slagkracht te genereren op het vlak van buitenlandpromotie werd het nieuwe instapmodel

ontwikkeld. Dit model geeft publieke en private partners concrete instapmogelijkheden om te participeren in o.a. workshops, beurzen, sales calls en events. Zo werkten Toerisme Vlaanderen en Visit Brugge samen voor promotionele acties in o.a. Nederland, Noord-Italië, het zuiden van het Verenigd Koninkrijk en Rusland. Toerisme Vlaanderen nam o.a. Duvel Moortgat en Chocostory mee naar de Frankfurter Buchmesse. In Lyon werkte Toerisme Vlaanderen samen met FIT ter gelegenheid van de finale van de Bocuse D'Or en de voedingsbeurs SIRHA. Ook op sales missie naar India en Japan werden partners uit de toeristische sector uitgenodigd. Verder werd de tradewerking gediversifieerd, zowel wat kanalen als instrumenten betreft.

Objectieven 2017-2018

Voor de samenwerking met de private en publieke partners wordt een online portaal gemaakt waar partners alle acties kunnen terugvinden en waarop ze alle nodige informatie vinden over samenwerken met Toerisme Vlaanderen. Om het succes van onze acties zowel voor ons als onze partners te meten, ontwikkelt Toerisme Vlaanderen in 2018 de nodige meetindicatoren.

In 2018 nemen opnieuw verschillende toeristische partners deel aan de beurzen FITUR, ITB en WTM. Verder wordt onderzocht of Toerisme Vlaanderen en Brussels Airport kunnen samenwerken in Zuid-Korea en Brazilië.

3. Toerisme binnen het bereik brengen van élke Vlaming

3.1 Vlaanderen uitbouwen tot een leidende gezinsvriendelijke erfgoedbestemming in Europa

Realisaties 2016-2017

Om de toeristische keten te stimuleren om het bestaande aanbod beter af te stemmen op families met kinderen blijf ik de focus op familievriendelijkheid in mijn beleid aanhouden. Het pilootproject 'Familievriendelijk Erfgoed', in samenwerking met Faro en Herita, werd verder gezet. Het Koninklijk Museum voor Midden-Afrika, het Museum voor Schone Kunsten in Gent en het Provinciedomein Raversyde deden inspiratie op in familievriendelijke sites in Nederland en werden begeleid door experts. Inspiratiesessies rond familievriendelijkheid voor Vlaamse en Brusselse jeugdherbergen en hostels, maar ook voor de indieners van de hefboomprojecten onderstrepen het belang ervan. Wie de nodige aandacht aan families schenkt, kan meedingen naar de 'Toerisme Vlaanderen Award voor meest toeristisch familievriendelijk product'. In januari 2017 stelde ik in het Zwin de viertalige pers- en tradebrochure 'Familievriendelijk Vlaanderen en Brussel' voor, waarin het familievriendelijke aanbod in Vlaanderen en zijn deelbestemmingen is opgenomen. Ook de restaurantuitbaters werden aangesproken om iedereen welkom te heten in hun zaak, ook families met kinderen. Om deze campagne 'Wij gastvrij, jij blij', die ik begin 2017 aftrapte, extra kracht bij te zetten, werden 500 promotiepakketten verspreid.

Objectieven 2017-2018

De drie attracties die werden geselecteerd voor het pilootproject 'Familievriendelijk Erfgoed' starten een publieksonderzoek om na te gaan welke sterktes en zwaktes er momenteel zijn op het vlak van familievriendelijk onthaal, infrastructuur en faciliteiten. In het najaar van 2018 organiseren we een open studiedag voor de erfgoedsector. Samen met een aantal buitenlandkantoren werkt Toerisme Vlaanderen in het najaar van 2017 tradepakketten uit rond familievriendelijkheid. Voor alle logiesuitbaters die eerder een subsidiedossier hebben ingediend, organiseert Toerisme Vlaanderen eind 2017 een vormingssessie rond familievriendelijke logies. Thema's zoals onthaal, communicatie, beleving en infrastructuur komen aan bod. Via permanente opvolging en een bootcamp in het najaar wordt de aandacht voor familievriendelijkheid in de ontwikkeling van de hefboomprojecten levendig gehouden.

3.2 Het Steunpunt Vakantieparticipatie versterken tot dé referentie voor iedere Vlaming die specifieke budget- of zorgnoden heeft om op vakantie te gaan

Realisaties 2016-2017

Door de inspanningen van het partnernetwerk 'Iedereen verdient vakantie', gecoördineerd door het Steunpunt Vakantieparticipatie, konden in 2016 131.506 mensen genieten van een daguitstap of vakantie in Vlaanderen. Om te begrijpen wat er leeft in dit omvangrijke netwerk werd in december 2016 het project 'Leen jouw oor- verbind je verhaal' gelanceerd. Daarin werd een oproep gedaan naar vrijwilligers en organisaties om hun verhalen en ervaringen te delen.

De evaluatie van het pilootproject 'Vakantieschakel' was uitgesproken positief. Het online platform genereert een goede match tussen personen die een zeer specifieke drempel ervaren en aanbieders die hierop kunnen inspelen. In de proefperiode werden al 320 geslaagde 'verbindingen' gelegd.

Toerisme Vlaanderen lanceerde in het voorjaar van 2017 een thematische projectoproep 'Iedereen verdient vakantie'. Deze projectoproep kadert binnen de doelstellingen van het transitieplan sociaal toerisme. Er werden 35 projectvoorstellen ingediend. De stuurgroep, die instaat voor het uitvoeren en het opvolgen van het actieplan 'transitie sociaal toerisme', is opgericht.

In totaal telt het Rap-op-Stap netwerk nu 65 kantoren, gespreid over heel Vlaanderen. Toerisme Vlaanderen werkt aan de netwerking tussen de diverse kantoren, zodat ze van elkaar kunnen leren en goede praktijkvoorbeelden kunnen delen. Daarnaast heeft het, samen met de medewerkers van de Rap-op-Stap kantoren en De Lijn, een informatiefolder samengesteld waarin op een zeer toegankelijke manier het gebruik van het aanbod van De Lijn is toegelicht. De opmaak van deze folder kadert binnen de samenwerkingsovereenkomst tussen Toerisme Vlaanderen en De Lijn.

Verder werkt het Steunpunt Vakantieparticipatie nauw samen met partners binnen cultuur zoals Cultuurnet, Uitpas, Demos en Fonds Vrijetijdsparticipatie, om het vrijetijdsaanbod bij mensen in armoede te brengen. Er loopt een denkoefening rond een geïntegreerd platform met het volledige bovenlokale aanbod, dat toegankelijk is voor de eindgebruiker.

In oktober 2016 vond in de Commissie voor Toerisme een hoorzitting plaats van diverse actoren uit het sociaal toerisme. De bijsturing van het huidige Toerisme voor Allen decreet werd opgestart. Op hetzelfde moment werd de evaluatie van het decreet Jeugdverblijven opgestart, onder mijn collega bevoegd voor Jeugd.

Objectieven 2017-2018

De werking van het Steunpunt Vakantieparticipatie blijft geënt op de doelstelling om de participatie van mensen met een vakantiedrempel te verhogen. Op het forum 'Iedereen verdient vakantie' worden de resultaten voorgesteld van het luisteronderzoek, dat zo'n 1.000 Vlamingen heeft bevraagd. De sensibilisering van het belang van vakantie bij het brede publiek wordt groter door de wekelijkse publicatie van twee verhalen uit het netwerk 'Iedereen verdient vakantie'.

De gunning voor de verderzetting van de 'Vakantieschakel' is afgerond, waardoor de 'Vakantieschakel' permanent kan worden uitgerold. De afstemming met bovenlokale vrijetijdspartners zoals Cultuurnet, Fonds Vrijetijdsparticipatie en Demos gaat verder met als doel tot een eenduidig aanbod te komen voor de eindgebruiker.

Uit deelnemersevaluaties leren we dat een vakantie een ideale leermogelijkheid biedt om ongedwongen te experimenteren met het openbaar vervoer. Het is een lage opstap naar het gebruik van bus en tram. Daarom verleng ik de samenwerkingsovereenkomst tussen Toerisme Vlaanderen en De Lijn, die eind 2017 afloopt.

Op parlementair initiatief wordt het decreet Toerisme voor Allen bijgestuurd. Van zodra een nieuw decreet voor sociaal toerisme wordt goedgekeurd door het Vlaams Parlement, zal ik de werkzaamheden opstarten voor het opstellen van de nodige uitvoeringsbesluiten. In het najaar 2017 wordt het evaluatierapport van het decreet Jeugdverblijven door mijn collega bevoegd voor Jeugd opgeleverd.

3.3 Een aanbod aan kwalitatief logies voor alle mogelijke drempelgroepen voorzien

Realisaties 2016-2017

De werkzaamheden in kader van de vernieuwing van de jeugdherberg Bruegel te Brussel verliepen volgens planning. Ik opende de vernieuwde jeugdherberg in september 2017.

De subsidieoproep voor logies richtte zich bij de lancering in april 2017 een eerste keer tot de erkende hostels en sociaal volwassenverblijven. Financiële ondersteuning kon verkregen worden voor investeringen in familievriendelijke infrastructuur, toegankelijkheid en zorgspecifieke infrastructuur, wat leidt tot inclusieve verblijven, en de aanleg of inrichting van kwalitatieve camperplaatsen. Via dit nieuw geïntegreerd financieringsstelsel hebben 50 logies een subsidie ontvangen voor in totaal circa 1,2 miljoen euro. De subsidieoproep binnen Toerisme voor Allen was enkel gericht op de jeugdverblijven. In de eerste ronde van deze oproep werd meer dan 1 miljoen euro subsidie toegekend aan 53 projecten. Investeringen in brandveiligheid, toegankelijkheid, modernisering en projecten die de familievriendelijkheid van het verblijf verhogen, kwamen in aanmerking.

Het eerste werkjaar van de taskforce Masterplan Bivakplaatsen resulteerde in een aantal concrete verwezenlijkingen, zoals de opmaak van een kampcharter. Ik startte, vanuit mijn bevoegdheden mobiliteit en toerisme, een pilootproject op om de bereikbaarheid van de jeugdverblijven via het openbaar vervoer te verbeteren. Enerzijds werden tijdelijke haltes nabij drie minder makkelijk bereikbare jeugdverblijven ingevoerd. Anderzijds bood ik de mogelijkheid om versterkingsritten te vragen tegen groepstarieven. Wat de problematiek van de zonevreemde jeugdverblijven betreft werd vooruitgang geboekt. Het plan-MER voor de vijf jeugdcentra gelegen in VEN-gebied werd eind 2016 afgerond. In de eerste helft van 2017 heeft Ruimte Vlaanderen, samen met Toerisme Vlaanderen, voor deze 5 jeugdverblijven een ontwerp RUP opgemaakt, het RUP ‘Jeugdverblijven’. Een nieuwe brochure ‘Jouw logies en ruimtelijke ordening’ moet de wetgeving ruimtelijke ordening voor logiesuitbaters, waaronder ook uitbaters van jeugdlogies, verder verduidelijken.

Objectieven 2017-2018

Zoals reeds vermeld in 2.6.2, is de logiesoproep voor 2018 analoog aan die van 2017. Op die manier weten logiesuitbaters ruim op voorhand voor welke infrastructuurwerken ze een subsidie kunnen aanvragen. In het najaar van 2017 worden de weerhouden subsidiedossiers van de tweede ronde van de Toerisme voor Allen oproep bekend gemaakt. De prioriteiten van de in aanmerking komende investeringen van jeugdverblijven voor 2018 worden in het najaar vastgelegd.

Binnen de taskforce Masterplan Bivakplaatsen streven we verder naar een organisatorische vereenvoudiging van de kampen door jeugdgroepen. Het RUP ‘Zonevreemde Jeugdverblijven’ is in voorbereiding door mijn collega bevoegd voor Omgeving met het oog op de voorlopige vaststelling door de Vlaamse Regering. In het najaar evalueer ik de pilootprojecten met betrekking tot het beter bereikbaar maken van de jeugdverblijven via het openbaar vervoer met het oog op een verdere optimalisatie in 2018.

Bijlage 1: Regelgevingsagenda

Dit is een uittreksel uit de regelgevingsagenda met informatie aangevuld tot op 05/10/2017.

BVR uitvoering logiesdecreet

Status van het initiatief: Afgewerkt

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

---

BVR brandveiligheidsnormen toeristische logies

Status van het initiatief: Afgewerkt

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

---

BVR voorwaarden investeringssubsidies logies

Status van het initiatief: Afgewerkt

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

---

BVR overdracht personeelsleden DiV-TVL

Status van het initiatief: Afgewerkt

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

---

BVR SALK|Besluit Vlaamse Regering houdende uitvoering van het SALK

Status van het initiatief: Afgewerkt

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

---

Wijziging decreet toeristisch logies

Status van het initiatief: Afgewerkt

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

---

Wijziging decreet toerisme voor allen

Status van het initiatief: In voorbereiding

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector
SD 3: Toerisme binnen het bereik van elke Vlaming

MB classificatienormen comfort logies

Status van het initiatief: Afgewerkt

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

---

MB erkenningstekens toeristisch logies

Status van het initiatief: Afgewerkt

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

---

MB logiessubsidies 2017-2018

Status van het initiatief: Lopende

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

---

MB toerismesubsidies 2016

Status van het initiatief: Afgewerkt

Strategische doelstelling:
SD 1: De toeristische aantrekkingskracht van de bestemming Vlaanderen vergroten

---

MB personeel toeristische dienst Voeren 2018

Status van het initiatief: In voorbereiding

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

---

MB personeel toeristische dienst Voeren 2017

Status van het initiatief: Afgewerkt

Strategische doelstelling:
SD 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

Bijlage 2: Rapportering aanbevelingen Rekenhof

Rekenhofrapport – Onkostenvergoedingen bij Toerisme Vlaanderen, rekeningenboek over 2012, Stuk 36 (2013-2014) – Nr.1

1. **Aanbeveling**: TVL dient het principe van de functiescheiding door te trekken tot op het niveau van zijn administrateur-generaal en zijn directeurs bij de buitenlandkantoren.

   Status met verduidelijking: Deze aanbeveling is gerealiseerd.

   De administrateur-generaal tekent de eigen uitgaven niet zelf. De functiescheiding is doorgetrokken tot op het niveau van de directeurs van de buitenlandkantoren. Deze maatregel wordt continu opgevolgd en waar nodig bijgestuurd.

2. **Aanbeveling**: TVL dient zijn interne controle op de verantwoording van het kredietkaartgebruik en onkostennota te versterken en meer corrigerend op te treden.

   Status met verduidelijking: Deze aanbeveling is gerealiseerd.

   Toerisme Vlaanderen heeft diverse dienstorders geëvalueerd en bijgestuurd, die de uitvoering van de omzendbrieven operationaliseren. De bijgestuurde dienstorders zijn eind 2016 in voege getreden. Op regelmatige basis worden aanpassingen aangebracht aan de dienstorders of worden nieuwe dienstorders uitgewerkt.

   Het specifieke dienstorder met betrekking tot het kredietkaartgebruik heeft ertoe geleid dat alle kredietkaarten omgevormd werden in corporate cards met scherpe betaallimieten. Alle houders van corporate cards hebben duidelijke richtlijnen gekregen over de verantwoording van de uitgaven in OraFin. Voor het declareren van onkosten gemaakt door personeel tijdens het uitoefenen van hun functie is overgestapt op e-declaraties via OraFin. Zowel naar het personeel als naar de leidinggevenden, die de declaraties valideren, werden de interne regels duidelijk gecommuniceerd. Voor nieuwe personeelsleden en ter opfrissing voor de huidige personeelsleden worden regelmatig nieuwe vormingen gegeven.

   In 2017 voerde Audit Vlaanderen een audit uit op het gebruik van kredietkaarten bij Toerisme Vlaanderen. Uit de audit bleek dat Toerisme Vlaanderen de jongste jaren grote inspanningen geleverd heeft om de risico's verbonden aan de toekenning en het gebruik van kredietkaarten, in te perken. Audit Vlaanderen deed één aanbeveling en twee voorstellen tot verbetering om het risico nog verder in te perken. Toerisme Vlaanderen gaat hiermee aan de slag om de maturiteit verder te verhogen en de risico's tot het minimum te beperken.

   Voor de controle op de uitgaven (met inbegrip van de declaraties) gedaan door de buitenlandkantoren gebeurt maandelijks een ex post controle. De aanbevelingen van deze controle worden intern doorgesproken met de verantwoordelijken voor de buitenlandkantoren en de buitenlandkantoren zelf om fouten te detecteren en recht te zetten, en nauwgezet de richtlijnen na te leven.

3. **Aanbeveling**: TVL dient de bestaande regelingen te optimaliseren (bv. de reserveringswijze en kostenrapportering bij buitenlandse dienstreizen) en te respecteren (bv. de circulaire over buitenlandse dienstreizen).

   Status met verduidelijking: Deze aanbeveling is gerealiseerd.

   Er werden duidelijke afspraken gemaakt, opgenomen in de dienstorders en in het delegatiebesluit, over hoe buitenlandse dienstreizen moeten worden aangevraagd, hoe voorschotten kunnen worden aangevraagd en hoe deze kosten kunnen worden gedeclareerd. Voor de buitenlandkantoren is een andere regeling van toepassing dan voor het hoofdkantoor waarbij buitenlandse dienstreizen door de buitenlanddirecteurs ex post worden gecontroleerd. De declaraties van personeelsleden uit het buitenland gebeuren niet via OraFin omdat dit systeem niet beschikbaar is in het buitenland.

   Alle personeelsleden van Toerisme Vlaanderen kregen een opleiding om dit correct toe te passen. Regelmatig worden opfrissingen hiervan voorzien en nieuwe personeelsleden krijgen de volledige opleiding. Audit Vlaanderen gaf als verbeterpunt in haar audit op het gebruik van kredietkaarten in 2017, zie supra, aan om dit verder te formaliseren. De nodige stappen zijn genomen om ervoor te zorgen dat bij uitdiensttredingen een extra controle gebeurt op het buitengebruik stellen van de corporate card.

4. **Aanbeveling**: De Vlaamse overheid dient de regelgeving te verduidelijken en te vervolledigen op het vlak van telethuiswerk en van de vergoeding van onkosten van personeelsleden met een standplaats in het buitenland.

   Status met verduidelijking: Deze aanbeveling is gerealiseerd.

   De nieuwe omzendbrief Telewerken wordt strikt nageleefd door Toerisme Vlaanderen.

   Toerisme Vlaanderen heeft in 2017 een afsprakenkader voor plaats- en tijdonafhankelijk werken ingesteld en gecommuniceerd naar het personeel. Het personeel van Toerisme Vlaanderen kent de rechten en plichten die met plaats- en tijdonafhankelijk werken gepaard gaan.

Bijlage 3: Rapportering moties en resoluties Vlaams Parlement

Motie van 25 november 2014 tot besluit van de in commissie besproken beleidsnota Toerisme 2014-2019 (stuk 155 (2014-2015))

Motie	Uitvoering
de toeristische aantrekkingskracht van Vlaanderen te vergroten door onder meer voluit in te zetten op de ontwikkeling en promotie van onze Vlaamse kroonjuwelen met absolute focus op dossiers waarin Vlaanderen zich onderscheidt van zijn toeristische concurrenten;	Ik verwijs naar punt 1 van deze beleidsbrief
onze unieke troeven, thema's en talenten maximaal uit te spelen – met oog voor het behoud van authenticiteit – om Vlaanderen te laten uitgroeien tot een unieke toeristische topbestemming door onder meer te focussen op een nieuw toeristisch project rond de Vlaamse Meesters, Vlaanderen ook als culinaire genietbestemming op de kaart te zetten, Vlaanderen als moderne en trendy bestemming te profileren ('urban innovation'), blijvend in te zetten op de promotie van de herdenking van de Groote Oorlog, ons wielererfgoed en onze festivals voor het voetlicht te plaatsen met het oog op de maximalisering van de spill-overeffecten en de nodige aandacht te besteden aan het watertoerisme;	Ik verwijs naar punt 1 van deze beleidsbrief
de troeven van onze onderscheiden deelbestemmingen te versterken en op een slimme manier en in samenwerking met de partners te investeren in hefboomprojecten en promotie;	Ik verwijs naar punt 1 en in het bijzonder 1.2.1 van deze beleidsbrief
Vlaanderen in de markt te zetten als dé Europese bestemming voor vergaderingen in 'special venues' – met een focus op erfgoedlocaties;	Ik verwijs naar punt 1.3 van deze beleidsbrief.
doelgerichte initiatieven te nemen die de toeristische bereikbaarheid van Vlaanderen en zijn deelbestemmingen verbeteren;	Ik verwijs naar punt 1.4 van deze beleidsbrief.
Het toeristisch ondernemerschap, zowel incoming als outgoing, voluit te steunen door na een grondige evaluatie van het Logiesdecreet onder meer te werken aan een eerlijk	Ik verwijs naar punt 2 van deze beleidsbrief.

speelveld met gelijke concurrentievoorwaarden in de logiessector, een gestroomlijnd kwaliteitsbeleid, een horecabeleidsplan, investeringen zoals in het Strategisch Actieplan voor Limburg in het Kwadraat (SALK), en fiets- en wandelroutenetwerken als hefboom in te zetten voor lokale ondernemers;	
Werk te maken van een klantgerichte, ondersteunende en efficiënte toeristische overheid, ten dienste van de toeristische sector;	Ik verwijs naar punt 2 van deze beleidsbrief.
Drempels voor deelname aan toerisme weg te werken zodat leeftijd, gezinssituatie, budget, herkomst of specifieke zorgvragen geen hindernis meer vormen voor Vlamingen die op vakantie willen gaan in hun eigen land. In dat kader het Steunpunt Vakantieparticipatie verder uit te bouwen en het succesvolle partnermodel uit te breiden naar alle doelgroepen, te streven naar een sterk aanbod aan kwalitatieve logies voor alle mogelijke drempelgroepen, de inhaalbeweging jeugdherbergen af te ronden, het grote aanbod aan Vlaamse jeugdverblijven als troef uit te spelen in onze internationale promotie en bij het stimuleren van logies de drempels inzake toegankelijkheid, zorg en kindvriendelijkheid weg te werken.	Ik verwijs naar punt 3 van deze beleidsbrief

Resolutie (1230 (2016-2017) – Nr. 2) van 5 juli 2017 van Marnic De Meulemeester, Renaat Landuyt, Jan Van Esbroeck en Ward Kennes betreffende het niet verplichten tot het blancheren van aardappelen in het kader van het reduceren van de vorming van acrylamide

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering, in bijzonder de Vlaamse minister van Toerisme:

1° verder aan te dringen bij de Europese Commissie om geen verplichting inzake het blancheren van aardappelen op te leggen als maatregel in het voorliggende voorstel ‘mitigation measures and benchmark levels for the reduction of the presence of acrylamide in food’;

2° hun acties ten aanzien van zowel de Europese Commissie als inzake de goedlopende gesprekken met de ter zake bevoegde federale ministers verder te zetten, waarbij volksgezondheid een prioritaire bezorgdheid is;

3° de Europese Commissie aan haar uitspraken te houden dat er geen intentie is om onze frietcultuur te bannen;

4° de volksgezondheid blijvend als een prioriteit te behandelen.

Stand van zaken na 5 juli 2017:

Om dit dossier verder op te volgen heb ik contact opgenomen met de Vlaamse Permanente Vertegenwoordiging bij de Europese Unie.

Op 19 juli 2017 is het voorliggende voorstel tot 'Commission Regulation on the application of codes of good practice to reduce the presence of acrylamide in food' tijdens de vergadering van het comitologiecomité van de Europese Raad besproken. In dit comité zetelt een expert van de FOD Volksgezondheid. Er werden een aantal opmerkingen geformuleerd.

Specifiek voor Annex II (food business operators producing foodstuffs listed in Article 1(2), which perform retail activities, and/or directly supply only local retail establishments) werd volgende aanpassing gedaan: "*Except for frozen potato products for which cooking instructions shall be followed, one of the following measures shall be taken with raw French fries to reduce the sugar content, where possible and insofar as compatible with the desired food product to be obtained:*

- *Washing and soaking preferably for 30 minutes up to 2 hours in cold water. Rinse the strips in clean water before frying.*
- *Soaking for a few minutes in warm water. Rinse the strips in clean water before frying.*
- *Blanching of potatoes results in lower levels of acrylamide and therefore where possible, it is appropriate to blanch potatoes."*

Het voorstel met deze opmerkingen werd goedgekeurd binnen het comitologiecomité.

Ik ontving op 26 juli 2017 van Vytenis Andriukaitis, Europees Commissaris van Gezondheid en Voedselveiligheid, een brief waarin hij stelde dat het blancheren van aardappelen een mogelijkheid is om een lager gehalte aan acrylamide in de frieten te hebben, maar dat het in geen geval bedoeld is als wettelijke verplichting. Mits het zorgvuldig in acht nemen van de optimale temperatuur van de frituurolie tijdens het voor- en afbakken, volledig in lijn met de nationale culinaire friettraditie, worden frieten gemaakt met een laag gehalte aan acrylamide. De voorziene EU reglementering zal in geen enkel geval leiden tot het verdwijnen van de unieke karakteristieken van de friet.

Op 28 september 2017 werd dit aangepast voorstel goedgekeurd in het Europees Parlement. Eén van de Oostenrijkse parlementsleden heeft een bezwaar ingediend, maar dit werd niet weerhouden.

De Europese Raad dient zich nog te buigen over dit voorstel.

De inwerkingtreding word evenwel verwacht tegen de lente 2018. Tegen dan zal de Europese Commissie met duidelijke richtsnoeren komen over welke ondernemingen welke maatregelen moeten toepassen.

Bijlage 4: Koppeling van de strategische en operationele doelstellingen aan de begroting 2018

Strategische doelstelling 1: De toeristische aantrekkingskracht van de bestemming Vlaanderen vergroten

Operationele Doelstelling	Begrotingsartikel
1.1. Het toeristisch merk 'Vlaanderen' thematisch ontwikkelen en promoten	DF0-1DGF2AN-WT DF0-1DGF5AN-WT
1.2. Investeren in hefboomprojecten en promotie van (deel-) bestemmingen	DF0-1DGF2AN-WT DF0-1DGF5AN-WT DF0-1DGF5AX-IS
1.3. Vlaanderen in de markt zetten als dé Europese bestemming voor 'special venues'	DF0-1DGF2AN-WT
1.4. Toeristische bereikbaarheid van Vlaanderen en zijn deelbestemmingen verbeteren	DF0-1DGF2AN-WT

Strategische doelstelling 2: De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector

Operationele Doelstelling	Begrotingsartikel
2.1. Evalueren en bijsturen van het Logiesdecreet	DF0-1DGF2AO-WT DF0-1DGF5AO-WT
2.2. Gestroomlijnd kwaliteitsbeleid uitbouwen	DF0-1DGF2AO-WT DF0-1DGF5AO-WT
2.3. Opstellen en uitvoeren van een horecabeleidsplan	DF0-1DGF2AO-WT DF0-1DGF5AO-WT
2.4. SALK wordt uitgevoerd	DF0-1DGF2AO-WT DF0-1DGF5AO-WT
2.5. Groen-blauwe fiets- en wandelnetwerken als hefboom voor lokaal verankerd ondernemerschap	DF0-1DGF5AO-WT
2.6. Werken aan een ondersteunende overheid	DF0-1DGF2AO-WT

Strategische doelstelling 3: Toerisme binnen het bereik brengen van élke Vlaming

Operationele Doelstelling	Begrotingsartikel
3.1. Vlaanderen als familievriendelijke erfgoedbestemming	DF0-1DGF2AP-WT
3.2. Steunpunt Vakantieparticipatie versterken tot dé referentie voor iedere Vlaming die specifieke budget- of zorgnoden heeft om op vakantie te gaan	DF0-1DGF2AP-WT DF0-1DGF5AP-WT
3.3. Een aanbod aan kwalitatief logies voor alle mogelijke drempelgroepen voorzien	DF0-1DGF2AP-WT DF0-1DGF5AP-WT