

Vlaams
Parlement

ingediend op **1728** (2018-2019) – Nr. 1
26 oktober 2018 (2018-2019)

Beleidsbrief

Toerisme
2018-2019

ingediend door minister Ben Weyts

INHOUD

Lijst met afkortingen	4
Managementsamenvatting	5
I. Inleiding	6
II. Omgevingsanalyse	6
1. Aantrekkelijkheid van de bestemming Vlaanderen	6
1.1. Toerisme wereldwijd	6
1.2. Trends en kenmerken van de toeristische vraag in Vlaanderen	7
1.3. Potentieel voor groei in het meeting- en congresterisme	9
1.4. De recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden.....	9
2. Toeristisch ondernemerschap.....	10
2.1. Toerisme is een mondiale economische groeimotor	10
2.2. De economische betekenis van het toerisme in Vlaanderen	10
3. Toeristische drempels	10
3.1. Drempels voor deelname aan het toerisme	10
3.2. Jeugdtoerisme	11
III. Strategische en operationele doelstellingen.....	12
1. De toeristische aantrekkingskracht van de bestemming Vlaanderen vergroten.....	12
1.1. Het toeristisch merk 'Vlaanderen' thematisch ontwikkelen en promoten.....	12
1.1.1. De 'Vlaamse Meesters' als nieuwe productlijn ontwik- kelen.....	13
1.1.2. De Vlaamse gastronomie als troef uitspelen.....	15
1.1.3. Verder bouwen op succesvolle productontwikkelingen ..	16
1.2. Het versterken van de troeven van onze onderscheiden deel- bestemmingen.....	18
1.2.1. Investeren in hefboomprojecten en promotie van (macro)bestemmingen	18
1.2.2. Brussel en de groene Vlaamse Rand toeristisch ver- sterken.....	19
1.2.3. Opportuniteiten onderzoeken voor toerisme op en aan het water.....	20
1.3. Vlaanderen in de markt zetten als dé Europese bestemming voor 'special venues'.....	21
1.4. Doelgerichte initiatieven om de toeristische bereikbaarheid van Vlaanderen en zijn deelbestemmingen te verbeteren.....	22

2.	De toeristische sector doen uitgroeien tot een gezonde en bruisende sector.....	24
2.1.	Evalueren en bijsturen van het Logiesdecreet.....	24
2.2.	Een gestroomlijnd kwaliteitsbeleid uitbouwen.....	25
2.3.	Opstellen en uitvoeren van een horecabeleidsplan	26
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	27
2.6.	Werken aan een ondersteunende overheid.....	28
2.6.1.	Samenwerken over de grenzen heen	28
2.6.2.	Een innovatieve financiële ondersteuning	29
2.6.3.	Ontwikkelen van een gedragen internationaal promotiebeleid.....	30
3.	Toerisme binnen het bereik brengen van elke Vlaming	31
3.1.	Vlaanderen uitbouwen tot een leidende familievriendelijke erfgoedbestemming in Europa	31
3.2.	Het Steunpunt Vakantieparticipatie versterken tot dé referentie voor iedere Vlaming die specifieke budget- of zorgnoden heeft om op vakantie te gaan	31
3.3.	Een aanbod aan kwalitatief logies voor alle mogelijke drempelgroepen voorzien	33
Bijlage 1:	Regelgevingsagenda.....	34
Bijlage 2:	Rapportering moties en resoluties Vlaams Parlement	37
Bijlage 3:	Koppeling van de strategische en operationele doelstellingen aan de begroting 2018	40

LIJST MET AFKORTINGEN

ADSEI	Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie
CJM	departement Cultuur, Jeugd en Media
DIV	Departement Internationaal Vlaanderen
ETC	European Travel Commission
EU	Europese Unie
FoCi	Fonds Culturele infrastructuur
FIT	Flanders Investment and Trade
FMCCA	Flanders Meeting & Convention Center Antwerpen
GJG	Gemiddelde Jaarlijkse Groei
IMEX	Worldwide Exhibition for incentive travel, meetings and events
INTER	Agentschap Toegankelijk Vlaanderen
ITB	Internationale Tourismus-Börse
JKG	Jong Keukengeweld
LF	Landelijke Fietsroute of langeafstandsfietsroute
FBBA	Federatie Belgische Autobus- en Autocarondernemers
KHMW	Kunsthistorisches Museum in Wenen
KMMA	Koninklijk Museum voor Midden-Afrika
KMSKA	Koninklijk Museum voor Schone Kunsten in Antwerpen
KMSKB	Koninklijke Musea voor Schone Kunsten in België
MAS	Museum aan de Stroom
MICE	Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions
MSK	Museum Schone Kunsten Gent
NMBS	Nationale Maatschappij der Belgische Spoorwegen
PTO	Provinciale Toeristische Organisatie
SALK	Strategisch Actieplan Limburg in het Kwadraat
SILC	Statistics on Income and Living Conditions
STAM	Stadsmuseum Gent
UCI	Internationale Wielerunie
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie
VTB/VAB	Vlaamse Toeristenbond/Vlaamse Automobilistenbond
WK	Wereldkampioenschap
WOI	Wereldoorlog I
WTM	World Travel Market

MANAGEMENTSAMENVATTING

Al sinds het begin van deze legislatuur zet ik resoluut in op een ambitieus driesporenbeleid: de toeristische aantrekkingskracht vergroten, de toeristische sector ondersteunen en toerisme binnen het bereik van elke Vlaming brengen. Dit beleid werpt vruchten af. Uit de aankomst- en overnachtingscijfers van 2017 blijkt dat onze toeristische troeven een groeiend publiek verleiden. 2017-2018 werd onder meer gekenmerkt door de wedergeboorte van Rubens via het hefboomproject 'Antwerp Barok 2018, Rubens inspireert', de opening van het belevingscentrum voor diamant DIVA en het Bourgondisch stadspaleis Hof Van Busleyden, de verovering van een 6^{de} plaats op de Europese finale van de Bocuse d'Or, de 100-jarige herdenking van de Slag bij Passchendaele, de belevingsvolle Vlaamse aankleding van Brussels Airport en het binnenhalen van 21 internationale congressen, de World Choir Games 2020 én het WK Wielrennen 2021.

De toekomst ziet er eveneens veelbelovend uit. We mikken op een toename van het aantal overnachtingen van de internationale culturele meerwaardezoekers met jaarlijks 4% tot 2020. Daarom focus ik op de troeven die Vlaanderen onderscheidt van onze voornaamste concurrerende bestemmingen, in de eerste plaats onze buurlanden, en werk ik enthousiasmerende projecten uit rond onze Vlaamse Meesters, ons culinair erfgoed en onze wielercultuur. In 2019 komt Bruegel opnieuw tot leven in de Vlaamse Rand, Brussel en Bokrijk. Onze getalenteerde (jonge) chefs tonen hun kunnen niet alleen in de Culinary World Cup en de wereldfinale van de Bocuse d'Or, maar ook hier bij ons in hun 'geweldige keuken'. 2018 is weliswaar het laatste jaar van de 100-jarige herdenking van de Eerste Wereldoorlog, maar ik smeed plannen met lokale partners om het herdenkingstoerisme verder te stimuleren. EventFlanders bouwt het topevenementenbeleid verder uit, om nog meer evenementen met internationale allure naar Vlaanderen te halen en bestaande events in Vlaanderen groter te maken. Door het bundelen van de inspanningen van de lokale congresbureaus en Toerisme Vlaanderen streef ik tegen 2021 naar minstens 100 extra associatiecongressen.

Ik wil onze bruisende toeristische sector nog meer slagkracht geven. Ik grijp een eerste evaluatieve bevraging bij de logiesuitbaters aan om het logiesdecreet verder te verduidelijken op het terrein. Binnen het kwaliteitsbeleid besteed ik bijzondere aandacht aan campings, camperterreinen en hostels. Er zit een toolkit en begeleidingstraject voor musea & attracties in de pijplijn. Daarnaast versterk ik de beleving en dienstverlening van de bestaande vergaderlocaties zodat deze uit kunnen groeien tot state-of-the-art special meetingvenues. Het lokale ondernemerschap zal ook extra impulsen krijgen dankzij de reeds geopende nieuwe fiets- en wandelnetwerken zoals Kalkense Meersen-Donkmeer, Velden en Meersen, Bosland, het fietsbelevingspunt Rupel/Scheldeland en de Brabantse Kouters en een aantal toeristische SALK-projecten die in 2019 gerealiseerd zullen worden. Om toeristische partners, zowel publiek als privaat, een duidelijker overzicht te geven van alle instapmogelijkheden om te participeren aan marketingacties biedt Toerisme Vlaanderen een online menu aan.

Ik zet verder in op het wegwerken van allerlei vakantiedrempels, om toerisme nog meer af te stemmen op de behoeften van elke Vlaming. Ik voltooi het pilootproject, dat in drie musea/attracties werd opgestart om de familievriendelijkheid te verhogen. Dankzij de samenwerking met meer dan 6.000 toeristische aanbieders heeft het Steunpunt Vakantieparticipatie in 2017 een vakantie of daguitstap gefaciliteerd voor meer dan 157.000 personen. Er is nu het nieuwe decreet 'Iedereen verdient Vakantie', dat vertrekt vanuit een netwerkfilosofie en een brede aanpak van drempels. In samenspraak met de sector maak ik de uitvoeringsbesluiten op. Ik blijf jeugdverblijven verder stimuleren bij investeringen in brandveiligheid, kindvriendelijkheid en modernisering, en ik blijf inzetten op een goede bereikbaarheid via het openbaar vervoer.

I. INLEIDING

De toeristische sector in Vlaanderen heeft knappe resultaten neergezet in 2017. In totaal noteerden we bijna 13 miljoen aankomsten in commerciële logies, wat 8,5% méér is dan in 2016 en zelfs 2% meer dan het vorige recordjaar 2015. Deze cijfers sterken mij in mijn ambitie om Vlaanderen als toeristische bestemming naar een hoger niveau te tillen. Door de focus op de ontwikkeling en de promotie van sterke troeven zoals onze Vlaamse Meesters, onze gastronomie, de herdenking van WOI, ons wielervedgoed en onze festivals vergroot de aantrekkingskracht van Vlaanderen voor internationale toeristen. De keuze om niet langer een suikerpoederbeleid te voeren en vanuit Vlaanderen voluit te gaan voor grotere en meer duurzame hefboomprojecten zal onze toeristische bestemming een grotere uitstraling verlenen. Zo kunnen we meer buitenlandse bezoekers lokken en meer bezoekers genereren ook meer inkomsten voor onze economie en in het bijzonder voor de ruime toeristische sector. Uit de talrijke onderzoeken, die Toerisme Vlaanderen samen met partners op poten zet, blijkt dat internationale toeristen tevreden zijn over hun verblijf in onze regio. Maar het kan altijd nog beter. Daarom blijf ik ondersteuning voorzien voor de uitbaters van logies, musea, attracties, speciale vergaderlocaties, ... die willen inzetten op professionalisering, kwaliteit en beleving. Het kwalitatieve toeristische aanbod dat op die manier verder uitgebouwd wordt, moet voor iedereen toegankelijk zijn, ongeacht de drempel die ze ervaren. Iedereen heeft recht om te genieten van het vele moois dat Vlaanderen te bieden heeft.

II. OMGEVINGSANALYSE

1. Aantrekkelijkheid van de bestemming Vlaanderen

1.1 Toerisme wereldwijd¹

Wereldwijd blijft toerisme één van de belangrijkste economische groeisectoren. 2017 kende een zeer sterke groei ten opzichte van 2016. De UNWTO noteerde een stijging van 6,8% buitenlandse aankomsten. In absoluut volume uitgedrukt betekent dit 84 miljoen extra aankomsten ten opzichte van 2016. In totaal was 2017 goed voor 1,3 miljard internationale aankomsten wereldwijd. Met deze stijging van 6,8% overtreft 2017 de gemiddelde groei van de afgelopen 5 jaren. De groei van 6,9% in het eerste kwartaal van 2018, doet bovendien vermoeden dat ook in 2018 de verwachte groei van 4 tot 5% overschreden zal worden.

De helft van alle internationale aankomsten, ongeveer 671 miljoen, wordt opgetekend in Europa. West-Europa in het bijzonder kende een zeer sterke groei. Met 195 miljoen aankomsten in 2017 groeide het toerisme er met 7,2% ten opzichte van 2016, een jaar dat evenwel gekenmerkt werd door terreuraanslagen op Europese bodem. In de eerste vier maanden van 2018 zet deze sterke groei zich door tot zelfs 7,8%.

De Long-Haul Travel Sentiment Index van het ETC², een studie die 3 maal per jaar peilt bij 5000 respondenten uit de Verenigde Staten, Japan, China, Brazilië en Rusland naar hun intentie om naar

¹ UNWTO, *UNWTO-Barometer* 3, 2018.

Europa te reizen, is opnieuw positief voor de zomer van 2018. 55% van de Chinese respondenten met buitenlandse reisintentie geven aan naar Europa te willen reizen. Bijna 4 op 10 van de Brazilianen en de Amerikanen met reisintentie hebben Europa op hun verlanglijst staan. Russische en Japanse respondenten geven daarentegen een minder positief beeld: respectievelijk 35% en 21% heeft een reisintentie naar een verder gelegen bestemming.

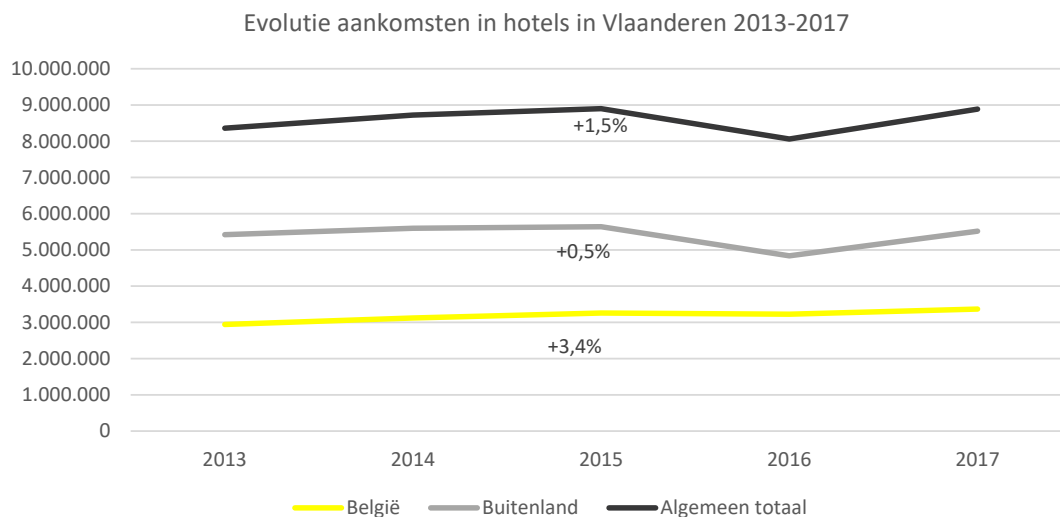
In 2017 zijn de West-Europese landen erin geslaagd om de impact van de aanslagen op de internationale aankomsten volledig uit te vegen en het ziet er naar uit dat 2018 deze sterke groei zal evenaren of zelfs overtreffen. Volgens ETC's Trendrapport³ zal het toerisme in Europa gemiddeld 3% per jaar blijven stijgen tot 2020. De schaduwzijde is dat meer en meer bestemmingen, vooral historische steden, overspoeld worden door toeristen - met alle negatieve gevolgen vandien. Dit vormt in Europa op vlak van bestemmingsmanagement een serieuze uitdaging in de komende jaren.

1.2 Trends en kenmerken van de toeristische vraag in Vlaanderen

Het totale aantal overnachtingen in Vlaanderen klokte in 2017 af op 31 miljoen, waarvan 15 miljoen afkomstig van buitenlandse bezoekers. 59% van deze buitenlandse overnachtingen werd geboekt door toeristen uit onze buurlanden. In 2016 was dit aandeel nog 62%. Vooral het aandeel van toeristen uit Spanje en de Verenigde Staten, respectievelijk onze zesde en zevende herkomstmarkt, is toegenomen.

De FOD Economie heeft in 2015 de methodologie voor de telling van het aantal overnachtingen en aankomsten gewijzigd. Dit maakt vergelijkingen met vroegere jaren moeilijk. Aan de telling van het aantal aankomsten en overnachtingen in hotels en gastenkamers werd echter niets gewijzigd, waardoor het alsnog mogelijk is om enkele langetermijntrends aan te tonen.

Figuur 1 Evolutie en gemiddelde jaarlijkse groei (%) van de aankomsten in hotels in Vlaanderen, 2013-2017



Bron: Toerisme Vlaanderen op basis van ADSEI (2018)

² ETC, Long-Haul Travel Barometer 13/2018: Sentiment Survey & Index, 2018

³ ETC, *European Union Tourism Trends*, 2018.

In 2016 werd ook de toeristische sector zwaar geraakt door de terroristische aanslagen. Het aantal aankomsten in hotels daalde in 2016 met 9,4% ten opzichte van 2015. Die daling was echter van zeer korte duur. 2017 was voor toerisme een 'boerenjaar'. Het totaal aantal aankomsten in hotels steeg in 2017 met 10,2% tot het niveau van 2015. Voor de buitenlandse aankomsten bedroeg de groei zelfs 14,1%. De gemiddelde jaarlijkse groei in de periode 2013-2017 is voor de totale aankomsten in de hotels 1,5%.

Een vergelijking van het totaal aantal aankomsten in 2017 ten opzichte van 2015 en 2016 (dus na de methodologische aanpassing) voor alle logiesvormen samen, illustreert duidelijk de veerkracht van de toeristische sector. Ondanks de zware terugval in 2016 met bijna 11,5% buitenlandse aankomsten zien we door de stijging met 13,3% in 2017 opnieuw een positieve tendens (+0,2%), ook in de totaliteit (+1,2%).

Tabel 1 Trend aankomsten in alle commerciële logies⁴ in Vlaanderen 2015 - 2017

Aankomsten	2015	2016	2017	Trend '16-'17	GJG '15-'16
Belgen	5 610 656	5 701 817	5 888 731	+3,3%	+2,4%
Buitenland	7 008 550	6 208 610	7 037 366	+13,3%	+0,2%
Totaal	12 619 206	11 910 427	12 926 097	+8,5%	+1,2%

Bron: Toerisme Vlaanderen op basis van ADSEI (2018)

Bij de deelbestemmingen winnen de Vlaamse kunststeden nog aan aandeel ten opzichte van de voorbije jaren. Meer dan de helft van het totaal aantal aankomsten in 2017 (51,5%) staat op het conto van de kunststeden. 68,3% van de buitenlandse toeristen kiest voor een overnachting in de kunststeden. Bij de binnenlandse toeristen dragen de Vlaamse regio's de meeste voorkeur weg (41,0%).

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

Aankomsten 2017	Kust	Kunststeden	Regio's
België	27,6%	31,4%	41,0%
Buitenland	6,7%	68,3%	25,0%
Totaal	16,2%	51,5%	32,3%
Totaal (absolute cijfers)	2 097 862	6 656 698	4 171 537

Bron: Toerisme Vlaanderen op basis van ADSEI (2018)

Het reismotief verandert amper ten opzichte van vorig jaar. De meeste aankomsten in Vlaanderen hebben nog steeds recreatieve doeleinden (68,9%). 19,8% van de aankomsten staat in teken van conferenties, congressen en seminars en 11,3% is gelinkt aan andere beroepsdoeleinden. Buitenlandse toeristen komen hoofdzakelijk voor een recreatieve vakantie (63,0%). Wel is het aandeel reizen gekoppeld aan MICE bij hen beduidend hoger (24,0%) dan bij de binnenlandse toeristen (14,7%).

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

Aankomsten 2017	Vakantie	MICE	Ander beroepsdoeleinden
België	75,9%	14,7%	9,4%
Buitenland	63,0%	24,0%	12,9%
Totaal	68,9%	19,8%	11,3%
Totaal (absolute cijfers)	8 906 968	2 556 504	1 462 625

Bron: Toerisme Vlaanderen op basis van ADSEI (2018)

⁴ Overnachtingen in alle commerciële logies, inclusief vakantiewoningen in het binnenland (steekproef) en huurlogies via immo aan de kust.

1.3 Potentieel voor groei in het meeting- en congresterisme

Er bestaat wereldwijd grote interesse voor unieke vergaderlocaties. Ons prachtig Vlaams erfgoed vormt een dankbaar decor voor meetings en congressen. In Vlaanderen kunnen diverse erfgoedlocaties dan ook omgetoverd worden tot state-of-the-art meetingvenues. Ook de centrale ligging van Vlaanderen en de aanwezigheid van Europese instellingen zijn belangrijke troeven om de zakentoeurist te verleiden om naar Vlaanderen te komen.

De organisatoren en deelnemers van meetings en congressen genereren op jaarbasis meer dan één miljard euro voor de Vlaamse economie. De 4,7 miljoen overnachtingen met MICE-motief vertegenwoordigden 14% van het totaal aantal overnachtingen in 2017. In absolute cijfers zijn de aankomsten en overnachtingen voor MICE-doeleinden in de commerciële logies in Vlaanderen met respectievelijk 6% en 7% gestegen ten opzichte van 2016. Door het verhogen van de belevingsfactor in de vergaderlocaties, het bevorderen van de kwaliteit en professionaliteit in de meetingsector en de intense internationale associatiebewerking kan Vlaanderen de komende jaren verder uitgroeien tot een volwaardige congres- en meetingbestemming met internationale allure.

1.4 De recreatieve verblijfstoeurist in de kunststeden

Toerisme Vlaanderen heeft samen met de kunststeden Antwerpen, Brugge, Brussel, Gent, Leuven en Mechelen tussen april 2017 en april 2018 een onderzoek uitgevoerd naar het profiel van de recreatieve verblijfstoeurist in deze steden.

Uit dit onderzoek bleek dat toeristen onze kunststeden spontaan associëren met schoonheid en pracht (35%), rijke geschiedenis (22%) en gezelligheid, gastvrijheid en vriendelijkheid (21%). 94% van de toeristen voelt zich veilig in onze kunststeden, 82% van de reizigers met kinderen vindt ze bovendien geschikt voor een bezoek met kinderen. Ook van overtoerisme is er niet meteen sprake: 70% vindt dat de drukte in onze kunststeden zeer goed meevalt.

De verblijfstoeuristen geven hun verblijf een gemiddelde tevredenheidsscore van 8,3 op 10. Dat heeft in de eerste plaats te maken met de gastvrijheid van de lokale bevolking, maar ook met de kwaliteit van de logies en met de attracties in onze steden. Britten en Amerikanen geven onze bestemming de beste punten, Zwitsers en Italianen zijn dan weer iets kritischer.

De kunststeden verleiden ook een steeds jonger publiek. De toerist in de kunststeden is nu gemiddeld 43 jaar oud en dat is goed 3 jaar jonger dan tijdens het vorige onderzoek in 2011. De Chinezen, Japanners, Russen en Spanjaarden zijn gemiddeld jonger dan 40. De Zwitsers behoren tot de oudste toeristen. De toeristen kiezen in de kunststeden voor ons erfgoed (37%), ons rijke verleden en ons lekker eten en drinken (20%). Ter plaatse kiest 65% van de recreatieve verblijfstoeuristen voor een culturele beleving.

In 2017 werden er 3,9 miljoen recreatieve aankomsten geteld in de commerciële logies in de kunststeden, 73% daarvan voor rekening van toeristen uit het buitenland. Gemiddeld besteedt een toerist in de kunststeden 150 euro per nacht. Russen en Chinezen zijn met respectievelijk 218 en 223 euro de gulste gasten. De zuinigste bezoekers in onze kunststeden zijn de Nederlanders met 129 euro.

2. Toeristisch ondernemerschap

2.1 Toerisme is een mondiale economische groeimotor

De UNWTO schat het totale aantal internationale toeristische ontvangsten⁵ in 2017 op 1.180 miljard euro wereldwijd. Het grootste deel, 453 miljard euro, werd in Europa ontvangen. Dit staat gelijk aan een gemiddelde besteding van 675 euro per internationale toerist die in 2017 in Europa reisde.

2.2 De economische betekenis van het toerisme in Vlaanderen

De economische betekenis van toerisme in het Vlaamse Gewest bleef in terreurjaar 2016 even groot als in 2014⁶. De cijfers geven aan dat toeristen ongeveer evenveel consumeerden als twee jaar eerder. De economische waarde van toerisme en recreatie voor Vlaanderen blijft dus hoe dan ook aanzienlijk. De toeristische bedrijfstakken zorgden in 2016 voor 4,3% van de totale bruto toegevoegde waarde⁷ in het Vlaamse Gewest. Dat komt overeen met 8,6 miljard euro. De consumptie door toeristen zelf (ongeacht of de uitgaven gebeuren in toeristische of niet-toeristische bedrijfstakken) genereerden in 2016 in het Vlaams Gewest 2,5% van de toegevoegde waarde, of 5 miljard euro.

In 2016 was de toeristische sector in Vlaanderen goed voor 195.627 jobs, waarvan 135.755 loontrekkenden (4,7% van de totale loontrekkende tewerkstelling) en 59.872 zelfstandigen en helpers (8,2% van de totale tewerkstelling van zelfstandigen en helpers), personenvervoer niet meegerekend. Binnen de loontrekkenden situeert de grootste groep jobs, 72.580 of bijna de helft van het totale aantal, zich in de sector van de restaurants en cafés.

De bestedingen van de recreatieve verblijfstoeristen in Vlaanderen variëren afhankelijk van de deelbestemming. Vakantiegers in de kunststeden geven gemiddeld 150 euro uit per nacht, aan zee is dat 67 euro en in de Vlaamse regio's is het gemiddeld 89 euro. Opvallend: een meerdaagse congresdeelnemer besteedt gemiddeld 246 euro per nacht, wat nogmaals aantoonde dat het loont om in te zetten op congresstoerisme.

3. Toeristische drempels

3.1 Drempels voor deelname aan het toerisme

Niet elke Vlaming kan genieten van vakantie, bijvoorbeeld omdat bepaalde drempels te hoog zijn. Vakantieparticipatie kan afgeremd worden door onder andere financiële omstandigheden, ouderdom of een specifieke zorgnood. In de SILC-enquête⁸ van de FOD Economie in 2017 gaf iets minder dan 18% van de Vlamingen aan dat ze zich geen vakantie konden veroorloven.

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.

⁶ <http://www.statistiekvlaanderen.be/satellietrekening-toerisme-2016>

⁷ Bruto toegevoegde waarde staat voor de toegevoegde waarde gegenereerd door de toeristische bedrijfstakken, ongeacht of toeristen ook consumeren wat er wordt geproduceerd.

⁸ De SILC-enquête is een enquête naar inkomens en levensomstandigheden, uitgevoerd in de landen van de EU.

Het Steunpunt Vakantieparticipatie organiseerde in 2017 wel 22.530 vakanties voor mensen met beperkte financiële middelen. Dit is een stijging van 8% ten opzichte van 2016. Daarbovenop werden er 134.488 daguitstappen georganiseerd. Dit betekent dat circa 157.000 Vlamingen met beperkte financiële middelen in 2017 toch toeristisch actief waren dankzij het Steunpunt. Dit zijn de beste cijfers sinds de oprichting van het Steunpunt.

Vlaanderen telt momenteel 262 vakantieverblijven, waarvan 23 zorgverblijven, met een Vlaams toegankelijkheidslabel. In totaal staan deze logies garant voor 2.367 toegankelijke bedden.

3.2 Jeugdtoerisme

Vandaag beschikt Vlaanderen over 601 erkende jeugdverblijven, inclusief hostels, met een gezamenlijke capaciteit van ongeveer 43.000 bedden. In 2017 waren alle jeugdverblijven samen goed voor 3,6 miljoen overnachtingen of 12% van alle overnachtingen in Vlaanderen en Brussel. De gemiddelde bruto gastenbezetting⁹ op jaarbasis bedroeg 21%, met als topmaanden juli (66%) en augustus (42%).

⁹ De bruto gastenbezetting wordt berekend op basis van het aantal beschikbare bedden, en houdt geen rekening met sluitingsdata.

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 2017-2018

Ik heb er sinds het begin van deze legislatuur voor gekozen om het merk 'Vlaanderen' te versterken door te focussen op de sterke troeven die ons onderscheiden van onze toeristische concurrentie: de Vlaamse Meesters, de Vlaamse wielercultuur en de Vlaamse tafelcultuur. Ik heb het toeristische aanbod verrijkt via investeringen in infrastructuur, evenementen en promotie rond onze Vlaamse kroonjuwelen. De eerste kernattracties binnen het impulsprogramma van de hefboomprojecten, DIVA en het Museum Hof van Busleyden, werden geopend voor het grote publiek.

Begin 2018 gaven we de aftrap voor het meerjarig evenementenprogramma rond de Vlaamse Meesters. Rubens mag in het eerste jaar de spits afbijten. Binnen de Flanders Food Faculty werd er dan weer hard gewerkt om Vlaanderen prominent op de kaart te zetten als gastronomische bestemming. In 2018 loopt de officiële herdenkingsperiode van de Grote Oorlog ten einde. Ook de promotionele activiteiten rond wielercultuur en festivals werden verdergezet.

Om onze unieke productlijnen meer internationale zichtbaarheid en bereik te geven ontving Toerisme Vlaanderen in de tweede jaarhelft van 2017 wel 629 buitenlandse journalisten en bloggers, 217 touroperators en reisagenten, en 20 MICE contacten, uit 16 verschillende landen. In de eerste helft van 2018 zakten 603 journalisten en bloggers, alsook 307 touroperators en reisagenten en 29 MICE contacten naar Vlaanderen af.

Eén van de belangrijkste samenwerkingsakkoorden die in 2017 gesloten werd betreft de creatie van belevingsvolle infrastructuur op Brussels Airport. In het kader van het verhogen van de visibiliteit van Vlaanderen, haar deelbestemmingen en haar toeristische troeven is het belevingsproject 'Vlaanderen@BRU' opgestart. Verschillende kwalitatieve belevingszones rond Vlaamse Meesters, gastronomie en wielercultuur werden ingericht in de pieren A en B van de internationale luchthaven. De diverse installaties werden ingehuldigd in juni 2018 en blijven nog aanwezig tot september 2021. Meer dan 75 miljoen aankomende en vertrekkende passagiers komen zo de komende 3 jaar in aanraking met de troeven van toeristisch Vlaanderen.

Objectieven 2018-2019

De toeristische promotie in 2018 en de twee daaropvolgende jaren staat grotendeels in het teken van de Vlaamse Meesters. Het evenementenprogramma in Antwerpen rond de figuur van Pieter Paul Rubens schoot eind mei 2018 uit de startblokken en loopt nog het hele jaar door. In 2019 brengen we Bruegel voor het voetlicht, voornamelijk via topattracties in de Vlaamse Rand en Brussel. Ik wil de brede gastronomische sector warm maken om de krachten te bundelen en Vlaanderen als culinaire topbestemming te promoten. De deelname aan internationale topwedstrijden zal daartoe een significante bijdrage leveren. Ik wil ook de inspanningen, die de voorbije vier jaar in het kader van het herdenkingstoerisme zijn geleverd, niet laten verloren gaan en werk daarvoor samen met (lokale) partners. Omdat Vlaanderen dé festivalregio is en steeds meer jongeren Vlaanderen op een andere

manier leren kennen, wordt er verder ingezet op een intense samenwerking met de organisatoren, in het bijzonder rond het opzetten van toeristische randactiviteiten.

Op Brussels Airport wordt de tweede fase van het belevingsproject gerealiseerd. Naast de gates zal ook de corridor in pier A geanimeerd worden door een projectie rond de Vlaamse Meesters. Deze realisatie wordt begin 2019 verwacht.

1.1.1 De 'Vlaamse Meesters' als nieuwe productlijn ontwikkelen

Realisaties 2017-2018

De investeringen in toeristische infrastructuur en evenementen beginnen hun vruchten af te werpen voor de productlijn rond de Vlaamse Meesters. Het evenementenprogramma 'Antwerpen Barok 2018, Rubens inspireert' ging begin juni 2018 van start en loopt nog tot eind januari 2019. In september 2018 opende de tentoonstelling rond de figuur van Adriaen Brouwer in Oudenaarde.

Om dit toeristische aanbod bij het internationale publiek bekend te maken heeft Toerisme Vlaanderen aan beurzen deelgenomen, workshops en fam trips georganiseerd en diverse joint promo's afgesloten. Zo werd bijvoorbeeld op de beurs ITB samengewerkt met een Duitse cultuurpartner 'Projekt2508'. De nadruk lag op de promotie van 'Antwerp Barok 2018, Rubens inspireert'. Daarnaast maakten 60 buitenlandse tradecontacten kennis met de Vlaamse Meesters tijdens een tradeworkshop in Brussel. Er werden workshops georganiseerd in alle primaire doelmarkten, zoals de buurlanden, maar ook in Spanje en Italië. Er werden joint promo's afgesloten met buitenlandse partners zoals Deutsche Bahn (Duitsland), Pharosreizen (Nederland), Art & Vie (Frankrijk) en Musement (Italië) ter promotie van het programma rond Vlaamse Meesters. Tijdens de fam trip, die plaats vond in Antwerpen, informeerde Toerisme Vlaanderen in 2017 91 tradecontacten over het aanbod.

Toerisme Vlaanderen richtte haar promotionele pijlen ook op internationale pers door het afsluiten van mediadeals en het organiseren van persevents en -reizen. Kunstmagazines Weltkunst, die Zeit en Arttourist (Duitsland), Ster en Cultuur (Nederland), online kunstenplatform Arte.it (Italië), mediahuis Editions Fatons (Frankrijk) en The Art Newspaper Russia (Rusland) brachten reportages, voornamelijk in functie van Rubens. Daarnaast waren er specifieke events voor journalisten: in Schotland 'An evening with Rubens', in Hermitage in Sint-Petersburg ter promotie van 'Antwerp Barok 2018, Rubens inspireert', in Frankfurt naar aanleiding van de Rubens Expo 'Die Kraft der Verwandlung' en het bezoek aan het Banqueting House in Londen. Op de persreizen, toegespitst op het thema Vlaamse Meesters, verwelkomde Toerisme Vlaanderen in 2017 31 en in 2018 reeds 117 journalisten. Een persconferentie, samen met het KHMW, lokte 14 Duitstalige journalisten naar Antwerpen. Bij de opening van 'Antwerp Barok 2018, Rubens inspireert' waren meer dan 60 internationale journalisten aanwezig.

Naast de gerichte acties naar pers en trade werkte Toerisme Vlaanderen verder aan het vergroten van de algemene bekendheid en de uitstraling van de Vlaamse Meesters. In januari 2018 werd de website 'Flemishmasters.com' gelanceerd. Een personage uit een schilderij van een Vlaamse Meester leidt de bezoeker naar het Vlaamse Meesters evenementenprogramma en biedt een aanbod op maat aan in functie van de interessegebieden van de culturele meerwaardezoeker. Sinds de lancering tot op heden lokte de website 353.333 unieke bezoekers. Om de Facebook-censuur van elk mogelijk naakt - ook artistiek naakt - aan te kaarten, lanceerde Toerisme Vlaanderen een ludieke campagne met de werken van Rubens in de hoofdrol. Deze actie zorgde voor een enorme doorbraak. Facebook

ging namelijk in op de bezorgdheid van de culturele en toeristische sector in Vlaanderen. Beelden met artistiek naakt kunnen vanaf eind september gepromoot worden via het sociale mediakanaal.

Naast de promotie bij het internationale publiek is het mijn ambitie om de fierheid van de Vlamingen aan te zwengelen. Ook het Vlaamse publiek moet onze eeuwenoude traditie van vakmanschap naar waarde schatten. Onze internationale promotie kan maar slagen als de Vlaamse Meesters echt leven in Vlaanderen en bij de Vlamingen. Ik wil de Vlamingen werven als ambassadeurs van onze bestemming. De eerste stappen werden reeds gezet. Door het afsluiten van diverse partnerships met strategische partners zoals o.a. VRT, het Rode Kruis, VTB/VAB, De Lijn, Unizo, ... kunnen acties rond lokaal ambassadeurschap op poten worden gezet. De merchandisinglijn die specifiek rond de Vlaamse Meesters werd uitgewerkt, wordt reeds aangeboden in verschillende toeristische verkooppunten zoals het MAS, Plantin Moretus, Rubenshuis, Mayer Van den Bergh, stadswinkel Antwerpen, Antwerp Fly Shop, Brugse Groeningemuseum, ...

Objectieven 2018-2019

We bouwen verder op het elan van 2018 en bereiden het volgende themajaar rond Bruegel voor. In 2019 openen 6 toeristische trekpleisters met een vernieuwende Bruegelbeleving. 5 projecten komen uitgebreid aan bod in punt 1.2.2, waarin de focus ligt op de versterking van het toerisme in de Vlaamse Rand en Brussel. Ook in Bokrijk worden de bezoekers vanaf april 2019 ondergedompeld in 'De Wereld van Bruegel'. Ter bevordering van de kwaliteit van het programma rond de Vlaamse Meesters organiseren de opleidingspartners van Toerisme Vlaanderen lessenreeksen voor gidsen en reisleiders.

Op promotioneel vlak blijft Toerisme Vlaanderen inzetten op verschillende kanalen. Op de internationale leisure- en MICE beurzen wordt het thema altijd meegenomen. Aan tradecontacten in Duitsland wordt een roadshow aangeboden. De start van het Bruegeljaar gaat gepaard met een grote internationale persreis, net als de opening van de diverse goedgekeurde Bruegelprojecten.

Het programma rond de Vlaamse Meesters komt nog sterker uit de verf dankzij samenwerkingen met een hele resem partners. In samenwerking met het KMSKA ondersteunen mijn collega-minister van Cultuur Gatz en ik tijdens de Biënnale van Venetië van mei tot november 2019 een tentoonstelling over de Vlaamse Meesters. Op die manier krijgen de toeristen ter plaatse een voorsmaakje van wat Vlaanderen te bieden heeft en hebben we de kans om de heropening van het KMSKA aan te kondigen. Ook een joint promo met Brussels Airlines hangt in de lucht. Eén van de acties die binnen deze samenwerking zal gerealiseerd worden, is de beschildering en inrichting van een vliegtuig in het thema van de Vlaamse Meesters.

De samenwerking die in het kader van het lokaal ambassadeurschap werd opgestart met diverse partners krijgt eind 2018 concreet vorm. Om Vlamingen warm te maken voor onze Vlaamse Meesters verschijnt in het najaar van 2019 een documentaire 'Weg van het meesterwerk' op Canvas. Daarnaast werk ik samen met VRT een mobiliserend wedstrijdconcept uit met hedendaagse Vlaamse Meesters in de hoofdrol. Faro zal op zoek gaan naar het nageslacht van Bruegel. Ook het Davidsfonds baseert tot 2020 een 360° werking op de Vlaamse Meesters. VTB/VAB zorgt voor een reizende tentoonstelling die heel Vlaanderen doorkruist, waarbij vanuit verschillende disciplines de dialoog wordt aangegaan met de 'oude' Vlaamse Meesters.

1.1.2 De Vlaamse gastronomie als troef uitspelen

Realisaties 2017-2018

De liefde van een Vlaming gaat door de maag. Maar niet alleen Vlamingen kunnen genieten van lekker eten en drinken. Uit onderzoek is gebleken dat 40% van alle toeristen naar een bestemming reist omwille van het culinaire profiel van die bestemming.

Ik zet Vlaanderen meer en meer op de wereldkaart als culinaire topbestemming. Het magazine 'From Flanders with Food', dat onze culinaire identiteit van Vlaanderen weergeeft, werd het afgelopen jaar verder verdeeld onder internationale journalisten, culinaire invloedrijke personen, food lovers en food fanatics. Intussen bereidde de bondscoach getalenteerde jonge (en iets meer ervaren) chefs voor op hun deelname aan de internationale kookwedstrijden. Het Bocuse d'Or team, samengesteld uit chef Lode De Roover en commis Piet Vande Casteele, plaatste zich als 6de op de Europese finale in Turijn en is daardoor zeker van deelname aan de wereldfinale. Zowel het Bocuse d'Or team als het Young Chefs team maakten veelvuldig gebruik van het trainingscentrum in Harelbeke dat speciaal hiervoor werd ingericht. Eind 2017 werd het project Innochef opgestart. Door wetenschappelijke en praktische know-how van voedingsbedrijven aan elkaar te koppelen leerden bijvoorbeeld 30 chefs tijdens de eerste workshop, in samenwerking met Vandemoortele, meer over gezond koken met oliën en vet. Horeca Vlaanderen organiseert binnen- en buitenlandse trendtours. Per jaar worden vier binnenlandse trendtours georganiseerd die telkens in het teken staan van een seizoen. Eén buitenlandse trendtour ging in september naar Peru. In kader van de culinaire uitwisselingsprogramma's wordt de administratieve vereenvoudiging van de buitenlandse stageaanvragen verdergezet. Federaal staatssecretaris voor Asiel & Migratie Francken bereidt hieromtrent momenteel een uitvoerend samenwerkingsakkoord voor om de Belgische wetgeving ter zake in overeenstemming te brengen met de Europese Richtlijnen. Om de Vlaming aan te zetten om op culinaire ontdekking te gaan werden 11 korte video's verspreid, in samenwerking met de PTO's en mediapartners Het Nieuwsblad en Radio 2. Via het Nieuwsblad.be werden de filmpjes meer dan 400.000 keer bekeken. Op de facebookpagina's van Vlaanderen vakantieland.be haalden de filmpjes een uniek bereik van bijna 350.000 weergaves.

De Jong Keukengeweld campagne noteerde een nieuw record. Tijdens de editie 2017-2018 reserveerden circa 37.000 jongeren een plaatsje bij één van de 57 deelnemende jonge chefs. Dat deze actie ook leeft onder de jongeren is te merken aan het aantal volgers op Instagram (circa 8.000) en op Facebook (>30.000). Tijdens 30 perstrips nam Toerisme Vlaanderen journalisten met een culinair profiel mee naar een JKG-chef. 10 JKG-chefs namen dan weer deel aan buitenlandse pr-acties in China, Wenen en Parijs en de handelsmissie in Indië.

Tijdens mijn bezoek aan het UNWTO Forum on Gastronomy Tourism in Bangkok eind mei 2018 maakte de organisatie bekend dat Vlaanderen in 2020 gastregio zal zijn voor dit prestigieuze Forum. Om de aanwezigen alvast te laten proeven van wat Vlaanderen in petto heeft, werden vijf Flanders Kitchen Rebels ingeschakeld.

Objectieven 2018-2019

Om de werking van de Flanders Food Faculty beter bekend te maken bij de ganse sector van eten en drinken maakt Toerisme Vlaanderen een B2B brochure over de Flanders Food Faculty. In de brochure wordt toelichting gegeven over de werking, de strategie die de Flanders Food Faculty heeft uitgestippeld, de ambities en concrete realisaties. Op de Horeca Expo in november 2018 is de Flanders Food Faculty aanwezig met een stand om chefs en organisaties te informeren. In het najaar

van 2018 wordt een roadshow opgestart, die langs tal van ledenvergaderingen van culinaire organisaties in Vlaanderen trekt, om de Flanders Food Faculty voor te stellen.

Onze samengestelde teams bereiden zich verder voor op deelname aan de internationale topwedstrijden. Het Young Chefs team zal een eerste maal aantreden op de Young Chefs Culinary World Cup in november 2018 in Luxemburg. Na het finaleticket te hebben veroverd in Turijn stoomt het Bocuse d'Or team zich klaar voor de wereldfinale die in januari 2019 zal doorgaan in Lyon.

In kader van het Flanders Kitchen Lab onderzoekt Horeca Vlaanderen de noodzaak van de uitbouw van een structuur die zich richt op de innovatietrekkers. Deze trekkers zijn ondernemers die reeds werken volgens een innovatieve en internationale trend: toppers zoals Kobe Desramault, Nick Bril, Sergio Herman, Peter Goossens, Gert De Mangeleer. In het najaar van 2018 staan buitenlandse trendtours in Nederland, de Verenigde Staten en Duitsland gepland.

Om de culinaire uitwisselingen nog meer te stimuleren zal Toerisme Vlaanderen samen met Master Talent de positieve ervaringen van de stagiairs gebruiken in haar internationale communicatie. Dit kan onder de vorm van interviews van stagiairs aan internationale pers, video's van stagiairs verspreid via de online kanalen van Toerisme Vlaanderen of quotes op websites of in brochures.

We slaan een brug tussen gastronomie en Vlaamse Meesters om ook van onze horeca-uitbaters lokale ambassadeurs te maken. Samen met Horeca Vorming en Horeca Vlaanderen werkt Toerisme Vlaanderen aan een inspiratiegids rond Bruegel en de andere Vlaamse Meesters: 'met Vlaamse Meesters aan tafel'. Deze brochure inspireert de chef om gerechten aan te bieden in de sfeer van de Vlaamse Meesters. Eerder werd reeds de brochure 'Barok koken met een twist' gelanceerd.

De nieuwe editie van de JKG-campagne is opnieuw gespreid over de maanden oktober en maart. Van de 67 geselecteerde chefs zijn er 23 nieuwelingen. Ook nieuw is de zoektocht naar tien 'smaakpupillen'. 10 jonge mensen worden geselecteerd die een jaar lang willen proeven van de kookkunsten van de JKG-chefs en hierover verslag uitbrengen via de website, Facebook en Instagram.

1.1.3 Verder bouwen op succesvolle productontwikkelingen

Realisaties 2017-2018

In kader van het herdenkingstoerisme zijn de laatste investeringsprojecten geopend: het bezoekerscentrum in Waregem (geopend in november 2017) en het Guynemer Paviljoen in Langemark-Poelkapelle (geopend in maart 2018). Zo voltooien we de investeringsbeweging, die opgestart werd in 2010 en waarbij in totaal 44 projecten werden betoelaagd. Verschillende evenementen uit het impulsprogramma Groote Oorlog vonden nog plaats. De landschapskunstinstallatie '600.000 Namen – 600.000 beelden' opende in maart 2018 en kon drie maanden later al de 100.000ste bezoeker verwelkomen. Editie 2018 van het cultuurprogramma 'GoneWest' - met als blikvanger het 'WaterFront' - bracht een boodschap van vrede en hoop. Tot slot openden de tentoonstellingen 'De Slag om de Noordzee' (Brugge) en 'Sporen van de Oorlog' (Ieper).

De acties in de tweede jaarhelft van 2017 concentreerden zich rond de Slag bij 'Passchendaele'. Een Street Art project in Melbourne (Australië) genereerde grote mediabelangstelling voor de herdenking in Vlaanderen: 138 reportages in diverse media bereikten samen 13 miljoen mensen. Een meer bescheiden media-actie in Canada bereikte 880.000 mensen via reportages in de media en 332.000 via digitale weg. Ook de buitenlandse vertegenwoordigers van Toerisme Vlaanderen zetten hun acties naar media en trade voort. In het Verenigd Koninkrijk werd een joint promo programma

opgezet met P&O Ferries en The Telegraph om de Britten te stimuleren Flanders Fields te bezoeken met de ferry en de eigen wagen. De campagne haalde 77% meer boekingen dan verwacht. In de eerste jaarhelft 2018 werd een digitale promotiegolf in 9 landen opgezet met als thema de landschapskunst-installatie. Deze actie bereikte 3,8 miljoen mensen en leverde 11.000 leads op naar concreet boekbaar aanbod van touroperators. Behalve deze gerichte campagnes bleef ook de thematische facebookpagina verder lopen, met medio 2018 ongeveer 162.000 volgers. Met in totaal 514.700 bezoekers (waarvan 286.000 uit het buitenland) haalde het WOI-toerisme in de Westhoek opnieuw het streefdoel. Opvallend in 2017 was de relatief sterke aanwezigheid van intercontinentale bezoekers (Australië, Nieuw-Zeeland, Canada en de Verenigde Staten).

Om onze rijke wielerveditie nog beter in beeld te brengen bij het brede buitenlandse publiek nam Toerisme Vlaanderen in november 2017 deel aan de Rouleur Classic Expo in Londen. Dit exclusief publieksevenement richtte de schijnwerpers op het monument 'Ronde van Vlaanderen'. Toerisme Vlaanderen werkte hiervoor samen met partners zoals het WieMu, Centrum Ronde van Vlaanderen, Flanders Classics en Johan Museeuw. Voorafgaand organiseerde Toerisme Vlaanderen de 'Rouleur Flanders Monumental Ride'. Samen met Johan Museeuw reden journalisten en bloggers het parcours van de klassiekers Gent-Wevelgem en de Ronde van Vlaanderen, inclusief highlights uit Flanders Fields. Deze actie bereikte via sociale mediakanalen honderdduizenden mensen. In dezelfde maand werd de vernieuwde website www.cyclinginlanders.cc gelanceerd. Deze website speelt in op de behoefte om op één platform alle essentiële informatie terug te vinden. Sinds de lancering telde de website 31.000 unieke bezoekers. In de zomermaanden werden diverse perstrips georganiseerd, die gekoppeld werden aan evenementen zoals de Great War Remembrance Race en de Ronde van Vlaanderen Summer Edition. In augustus 2018 stonden de kannibalen Eddy Merckx en Sven Nijis centraal in een perstrip voor Britse en Nederlandse journalisten. Op die manier wil ik Vlaanderen niet alleen tijdens de voorjaarsklassiekers, maar 365 dagen per jaar als unieke wielervedstopping in de markt zetten. Door joint promo's aan te gaan met sterke partners vergroten we het internationale bereik. Samen met Brussels Airlines werd naar aanleiding van de wielervedstrijd Bilbao-Bilbao een event georganiseerd voor 48 journalisten, bloggers, touroperators en reisagenten. In het voorjaar van 2018 werd een partnership aangegaan met Peloton, de joint venture van Flanders Classics en Golazo. De sterke kapstokken waarop deze samenwerking is gestoeld, zijn de Ronde, de klassiekers en de helden.

Het impulsprogramma 'Ronde 100' resulteerde in de opening van twee projecten in 2018. In mei 2018 ging de tentoonstelling over 'Koersen in de Groote Oorlog' van start in het Centrum Ronde van Vlaanderen. De tentoonstelling is opgebouwd rond 12 verhalen van wielerveders die hun leven als renner zagen veranderen door de Eerste Wereldoorlog. In september 2018 heeft het nieuwe Wielermuseum 'KOERS' in Roeselare de deuren geopend en werd binnen het hefboomproject 'The Homeland of Cycling' de eerste route, de 'Gent-Wevelgem, In Flanders Fields-route', ingehuldigd.

De festivalgangers van vandaag zijn de toeristen van morgen. Via een samenwerkingsovereenkomst met Tomorrowland stimuleert Toerisme Vlaanderen de internationale festivalgangers om langer in Vlaanderen te blijven. Ik wil dit jonge doelpubliek kennis laten maken met andere troeven van Vlaanderen zoals gastronomie en Vlaamse Meesters. Tijdens de 'Belgian Journeys', die Tomorrowland zelf organiseert voorafgaand aan het festival, werd een schilderij van Rubens in het historisch kader van AMUZ in Antwerpen tot leven gewekt. In totaal namen zo'n 7.000 internationale festivalgangers hieraan deel. Ná het festival, tijdens de 'Detox Days' in de Plantentuin in Meise, kwam via een klank- en lichtspel met diverse acteurs een schilderij van Bruegel tot leven. Volksspelen, akoestische sets door Vlaamse muzikanten en een Bruegeliaans buffet gaven de dag een Vlaamse invulling. 2.000 internationale Tomorrowland-festivalgangers verlengden hun verblijf in

Vlaanderen omwille van de Detox Days. Tijdens het festival zelf werden 10.800 festivalgangers culinair verwend. Zes JKG-chefs kookten voor hen in het 'Aperto by Tastes of the World'-restaurant. De verhalen van deze chefs haalden internationaal via de eigen sociale mediakanalen een bereik van 126.601 mensen.

Om een beter inzicht te krijgen in het gedrag en behoeftes van de buitenlandse festivalganger voor en na de festivals organiseerde Toerisme Vlaanderen in de zomer van 2018 een bevraging bij internationale festivalgangers van Pukkelpop, Rock Werchter, Gent Jazz, Jazz Middelheim, Graspop, Laundry Day, WeCanDance, ... Bij de festivalgangers werd gepeild naar activiteiten voor en na het festival en hun verblijf ter plaatse.

Objectieven 2018-2019

Stilaan loopt de vierjarige herdenkingsperiode van de Grote Oorlog op zijn einde. De promotie loopt echter verder door met onder andere een digitale campagne, die aan de hand van video-getuigenissen benadrukt dat het herdenkingstoerisme niet stopt na 11 november 2018 ('Never The Last Post'). Toerisme Vlaanderen blijft investeren in de pagina's op sociale media, waar het herdenkingstoerisme door het groot publiek gevolgd wordt. Om de bekendheid van Vlaanderen als bestemming voor vredes- en herdenkingstoerisme te verankeren wordt samen met lokale en provinciale partners een plan van aanpak uitgewerkt voor de periode vanaf 2019. De laatste onderzoeksresultaten over 2018 met betrekking tot het aantal bezoekers en de bekendheid in kader van het herdenkingstoerisme worden verwacht in de lente van 2019. Toerisme Vlaanderen stelt op basis daarvan een rapport over de gehele herdenkingsperiode samen.

Ik wil het tempo en de intensiteit van de geleverde inspanningen inzake onze wielercultuur aanhouden. Zo staan in het najaar van 2018 verschillende perstrips ingepland, die gekoppeld worden aan evenementen zoals Ronde van Vlaanderen Offroad, de Zesdaagse en cyclocross. Op de WTM beurs in Londen in november 2018 wordt 'Cycling' een belangrijk thema. Toerisme Vlaanderen bespreekt een nieuwe samenwerking met Rouleur Classic. Het thema dit jaar is 'Wereldkampioenen'. Het binnenhalen van het WK 2021 naar Vlaanderen creëert een extra opportuniteit om Vlaanderen te promoten bij het Engelse publiek. Men onderzoekt nog de mogelijkheid van het aangaan van partnerships met sterke wielmerken, die de doelstellingen mee kunnen realiseren.

In het najaar van 2018 wordt de samenwerking met Tomorrowland geëvalueerd. Op basis van die evaluatie wordt in onderling overleg een actieplan voor 2019 opgemaakt. De analyse van de bevraging op de festivals geeft weer hoe de verblijfsduur van de internationale festivalgangers in Vlaanderen kan verlengd worden en met welke spelers in het toeristische veld dit realiseerbaar is. De resultaten van dit onderzoek zullen in het najaar beschikbaar zijn.

1.2. Het versterken van de troeven van onze onderscheiden deelbestemmingen

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

Realisaties 2017-2018

Ik heb via de hefboomprojecten gericht geïnvesteerd in topbelevingen. Nu is het tijd om de deuren van deze vernieuwende toeristische attracties te openen en de vruchten te plukken van de impuls van 75 miljoen euro. In de eerste helft van 2018 konden de toeristen kennis maken met het nieuwe

bezoekerscentrum rond diamant en juwelen DIVA in Antwerpen en een kijkje nemen in het Bourgondisch Stadspaleis Hof van Busleyden in Mechelen. Voor de begunstigden van de goedgekeurde hefboomprojecten organiseerde Toerisme Vlaanderen een bootcamp in de Plantentuin van Meise. Voor elk hefboomproject in uitvoering besprak Toerisme Vlaanderen met de projecteigenaar in welke mate het hefboomproject naar de kwaliteitseisen binnen het businessplan toewerkt. Elementen zoals kwaliteit, toegankelijkheid, familievriendelijkheid en monitoring kwamen hierbij aan bod.

Objectieven 2018-2019

Het bestaande aanbod krijgt door de extra toegekende middelen een economische en toeristische meerwaarde, wat ook de internationale reputatie versterkt. De hefboomprojecten Beleef Ensor in Oostende en de Gruuthusesite in Brugge zullen klaar zijn voor opening in de zomer van 2019.

1.2.2 Brussel en de groene Vlaamse Rand toeristisch versterken

Realisaties 2017-2018

Het voorbije jaar heeft Toerisme Vlaanderen geïnvesteerd in de intensieve begeleiding van de hefboomprojecten in de Vlaamse Rand en Brussel, die opgebouwd zijn rond Bruegel. De internationale promotie werd voorbereid.

In september 2018 werd het wandelnetwerk Brabantse Kouters met 250 km wandelpaden in gebruik genomen. Dit wandelnetwerk situeert zich in het Noorden van de Vlaamse Rand met gemeenten zoals Asse, Wemmel, Londerzeel, Merchtem, Meise, Grimbergen en Vilvoorde. Bier en hop staan centraal in deze thematische routes. Tijdens het Gordelfestival 2018 kreeg naast het groene en Vlaamse karakter van de Vlaamse Rand ook het sportieve-recreatieve aspect de nodige aandacht. 6 pelotons reden door de groene Gordel en maakten een unieke passage door de Plantentuin in Meise. Voor de toeristenloop tijdens het Gordelfestival opende het KMMA speciaal de deuren.

Toerisme Vlaanderen en visit.brussels ondertekenden begin juli een kaderovereenkomst, waarin de principes werden vastgelegd inzake de organisatorische en thematische samenwerking met betrekking tot de promotie van Brussel.

Objectieven 2018-2019

Het zwaartepunt van de beleving die rond Bruegel gecreëerd zal worden, bevindt zich in Brussel en de Vlaamse Rand. Twee toeristische trekpleisters die een aanzienlijke bijdrage leveren tot het Vlaamse Meesters programma in de Vlaamse Rand verwelkomen vanaf april toeristen. Het gaat om 'Feast of Fools, Bruegel herontdekt' in het Kasteel van Gaasbeek, met sleutelwerken van Vlaamse en internationale kunstenaars, en 'De Blik van Bruegel, reconstructie van een landschap', een parcours langs landschappelijke ingrepen en kunstwerken, in Dilbeek. Twee maanden later herleeft Bruegel ook in Brussel. Een jaar lang kunnen bezoekers terecht in de Hallepoort voor het project 'Back to Bruegel', een multimediale onderdompeling in de eeuw van Bruegel. In het najaar van 2019 opent de expo 'The World of Bruegel in Black and White' met prenten en tekeningen van Bruegel in de Koninklijke Bibliotheek van België. Het KMSKB werkt aan een geheroriënteerd projectvoorstel rond 'The Bruegel Experience'. Ook het Dynastiegebouw in Brussel krijgt een Bruegeljasje aangemeten. Zo wordt het Bruegelaanbod in Brussel verder uitgebreid. Het KMMA, beter bekend als het Afrikamuseum, heropent in december 2018 na vijf jaar sluiting wegens restauratiewerken.

1.2.3 Opportuniteiten onderzoeken voor toerisme op en aan het water

Realisaties 2017-2018

Ik versterk de kustjachthavens als toeristische troef en de recreatieve ontsluiting van de kust voor wandelaars en fietsers met onder meer ook fiets- en wandelpaden op de nieuwe Zwindijk. Het fietspad langs de ringdijk te Blankenberge werd gerealiseerd. Om de kustgemeenten toe te laten een duidelijke visie uit te werken op hun strand- en zeedijkrecreatie zijn in 2018 langdurige concessies afgesloten voor het beheer en de exploitatie van het strand en de zeedijk.

De studie over de economische betekenis van de Vlaamse waterrecreatiesector, die opgeleverd werd in het najaar van 2017, schat dat deze sector goed is voor een toegevoegde waarde van 355 miljoen euro en een tewerkstelling van ongeveer 7.000 voltijdse jobs.

Begin 2018 heeft Toerisme Vlaanderen een aantal relevante toeristische stakeholders uitgenodigd om na te denken over de specifieke troeven en uitdagingen van de Vlaamse Kust. Deze denktank schreef, na diverse overlegmomenten, een ontwerpnota over de toekomst van de kustregio.

De werking van GoodPlanet heeft een eerste Blauwe Vlag aan onze Vlaamse Kust opgeleverd. Naast kustgemeente Nieuwpoort kregen 12 zwembadbeheerders en 9 jachthavens het eco-label, waaruit blijkt dat ze zich onderscheiden op vlak van waterkwaliteit, milieuzorg, netheid, veiligheid en toegankelijkheid.

Voor het project 'Van Steen tot Steen langs de Schelde' wordt nauw samengewerkt met De Vlaamse Waterweg. De realisatie van 11 nieuwe picknickplekken in de Scheldevallei en de uitbreiding van het aantal stopplaatsen voor de waterbus vergroot de beleving en de bereikbaarheid van de kastelen.

Objectieven 2018-2019

In samenwerking met enkele partners onderzoekt Toerisme Vlaanderen op welke manier waterbeleving aan de kust, de actieve en recreatieve beleving van watergebonden landschappen, sterker uitgewerkt kan worden. Toekomstige mogelijkheden voor passagiersvaart worden volgens het beleidsplan waterrecreatie en -toerisme voorzien aan toeristisch interessante locaties. Vanuit de waterwegbeheerders wordt sterk ingezet op het valoriseren van de economische en toeristische meerwaarde van de kanalen en waterwegen in onze (centrum)steden. Ik verwijs onder meer naar recente projecten die recent opgeleverd werden of opgestart zijn, zoals het openleggen van de Reep in Gent, het boven water brengen van de Binnen-Dijle in Mechelen, de Leiewerken in Kortrijk en Menen, de Scheldekaaien in Antwerpen en de Brugse ringvaart.

Ik wil de ontwerpnota over de toekomst van de Kust verder vormgeven en concreet vertalen in een toeristisch charter dat ondertekend wordt door een regionale coalitie van betrokken actoren.

De Blauwe Cluster in Oostende, die eind juni officieel van start is gegaan, versterkt een samenwerking met alle verschillende actoren in functie van de ontwikkeling van duurzaam blauw toerisme. De engagementen van de Blauwe Cluster worden momenteel vormgegeven in de uitwerking van een Cluster Pact dat eind 2018 gevalideerd wordt. Op basis van overleg tussen de Blauwe Cluster en de toeristische actoren, Westtoer en ook Toerisme Vlaanderen, zal dit in 2019 verder vorm gegeven worden.

1.3. Vlaanderen in de markt zetten als dé Europese bestemming voor ‘special venues’

Realisaties 2017-2018

Ik heb via de hefboomprojecten geïnvesteerd in de infrastructuur van twee MICE-sites. Thor Central, het congrescentrum op de mijnsite van Waterschei, opende reeds in september 2017. De realisatie van een state-of-the-art ICC in Gent wordt nauwgezet voorbereid in diverse werkgroepen. Voor de realisatie van het bouwproject zit het ICC nu in de fase waarin een architectenbureau wordt aangesteld.

Ik ondersteun meetinglocaties in een erfgoeddecor bij het verhogen van de belevingsfactor. Via een oproep van Toerisme Vlaanderen dongen vergaderlocaties mee naar een plaats in het begeleidingstraject ‘Beleving in Meetinglocaties in erfgoed’. 24 aanvragen werden ingediend, waarvan finaal 15 meetinglocaties in aanmerking kwamen. Daarvan startten er 11 in 2018 (ICC Gent, Sint-Pietersabdij, Bijloke & STAM (één project), FMCCA, Elzenveld, Thor Central, Bokrijk, Abdij Van Park, De Hoorn en de combinatie Predikheren-Hof van Busleyden en Heilige-Geestkapel). 4 venues (Lamot, Iers College, C-Mine en Faculty Club) stappen in 2019 in. De kick-off in april 2018 prikkelde meetinglocaties om belevingsgericht te kijken naar de erfgoedwaarde van hun site. 5 maanden later kwamen de deelnemers samen om de presentatie voor te bereiden van hun strategisch concept en plan van aanpak te bespreken met een groep van internationale experts. Elementen zoals de historiek, de erfgoedwaarde en huidige functie(s) van het gebouw, de technische kenmerken van de meetinglocatie en de positionering als meetinglocatie komen hierbij aan bod.

De samenwerking binnen de interne en externe associatiewerking werd geïntensifieerd. De medewerkers van de buitenlandkantoren worden op regelmatige basis gecoacht met het oog op het binnenhalen van associatiecongressen. Met FIT is er minstens elke maand een overleg om potentiële leads te overlopen en research af te stemmen op basis van economische groeisectoren. Het overleg tussen Toerisme Vlaanderen en de lokale congresbureaus gebeurt op tweemaandelijks basis.

Toerisme Vlaanderen was aanwezig op tal van netwerk- en salesacties (onder andere in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk) om contact te leggen met associaties. Hierdoor ontstonden de eerste contacten met een 150-tal associaties. In 2018 kregen ook 9 associatieplanners uit België, Frankrijk, Oostenrijk, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten de kans om kennis te maken met economische groeisectoren zoals gezondheid, technologie en creativiteit en er samen met experts en ondernemers over te debatteren.

In de praktijk blijkt dat deze doorgedreven associatiebewerking na het tweede kwartaal van 2018 al 299 gekwalificeerde leads heeft opgeleverd, er werden 69 biddossiers ingediend en 29 internationale congressen binnengehaald door Vlaanderen. Het eerste en meest prestigieuze congres dat Vlaanderen samen met de stad Antwerpen en het FMCCA heeft aangetrokken, is het ‘Association World Congress’. In maart 2018 verwelkomde Antwerpen een 400-tal internationale associaties en beleidsmakers die in grote mate bepalen waar de voornaamste zakencongressen worden georganiseerd. Congressen als ‘The Brewers of Europe’ en ‘Aquaconsoil’ zullen in 2019 mooi staan op het palmares.

Objectieven 2018-2019

Ik positioneer Vlaanderen verder als MICE-bestemming. We creëren het erfgoed van morgen, met de special meetingvenues als bijzondere locaties voor de congressen van de toekomst. De eerste ronde van het begeleidingstraject ‘Beleving in Meetinglocaties in erfgoed’ wordt afgerond tegen eind 2018.

Na beoordeling en feedback over het strategisch concept en de plannen voor de creatie van een unieke meetingbeleving door een internationale jury zullen uiteindelijk 8 vergaderlocaties starten met de uitrol. Als de meetinglocatie aan de voorwaarden van 'special meeting venue' voldoet, het volledige begeleidingstraject heeft doorlopen en een kwaliteitsvolle beleving neergezet, zal deze vergadersite worden opgenomen in het merk 'Flanders' Special Meeting Venues'. Begin 2019 beslist Toerisme Vlaanderen welke meetinglocaties effectief kunnen toetreden tot het merk. Dit merk wordt gelanceerd tijdens Imex 2019, dé internationale meetingbeurs. Intussen organiseert Toerisme Vlaanderen een 2^{de} oproep voor het begeleidingstraject. Naast de 4 venues die eerder waren geselecteerd, wordt gemikt op 6 bijkomende meetinglocaties die de unieke ervaring van hun erfgoed beter willen valoriseren.

Om onze bestemming onder de aandacht van de associatieplanners te brengen staan er in het najaar van 2018 nog twee thematische en inspirerende tours op het programma: in Antwerpen tijdens de Supernova technologiebeurs en in Brugge gericht op medische associaties. Bovendien wordt in het najaar van 2018 het potentieel voor de associatiemarkt verder verkend tijdens een salesmissie in China.

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

Realisaties 2017-2018

Er werd begin 2018 een tweede vergadering georganiseerd van het overlegplatform mobiliteit en toerisme. De mobiliteitspartners formuleerden tijdens dit overleg acties die bestaande knelpunten kunnen verhelpen. Zo zal de NMBS nagaan in hoeverre ze via hun 'Customer Experience lab' oefeningen kunnen opzetten voor een betere leesbaarheid en signalisatie. Men onderzoekt ook via welke kanalen bepaalde doelgroepen beter geïnformeerd kunnen worden over de voordeligste tickets. Om het voor binnen- en buitenlandse toeristen met een beperking aangenamer te maken om het openbaar vervoer te nemen, zullen goede praktijkvoorbeelden uit het buitenland gezocht worden. Elke vervoerregio zal bij het invullen van de basisbereikbaarheid en in het bijzonder binnen het 'vervoer op maat' in de mate van het mogelijke rekening houden met het bestaan van toeristische logies en attracties en hoe deze in het aanbod kunnen geïntegreerd worden. Voor een betere bereikbaarheid met autocars zijn het voornamelijk de (kunst)steden die in nauw overleg met het FBBA moeten gaan, zeker bij de opmaak van nieuwe mobiliteitsplannen.

Intussen zijn er stappen ondernomen om de ontsluiting van de regionale luchthavens Antwerpen en Oostende te verbeteren. De Lijn en de luchthavenexploitant van Antwerpen staan in contact met elkaar. Het nieuwe netplan van De Lijn werkt met attractiepolen. Voor de luchthaven van Deurne en Oostende wordt een verbetering van de toegankelijkheid verder bekeken in samenspraak met de mobiliteitspartners. Elke toerist kan met een taxi vlot in Brugge geraken (tegen afgesproken tarief). Oostende wordt bediend door een stadslijn met hoge frequentie, richting centrum en station. Door het inrichten van een aangepaste halte met verhoogde opstap en een duidelijke communicatie naar de reizigers kan de toegankelijkheid verhoogd worden.

Een onderzoek heeft vorig jaar vastgesteld dat het kampeerautotoerisme kampt met knelpunten. Om de huidige problematiek nog beter in kaart te brengen en hiervoor gedragen oplossingen aan te reiken verzamelde Toerisme Vlaanderen begin 2018 vertegenwoordigers van de kampeerautogebruikers, de kampeersector, de provincies en de kunststeden. Tijdens dit overleg werd de vraag naar en het aanbod van kampeerauto's uitgebreid besproken. Om een concreter zicht

te krijgen op het huidige aanbod organiseerde Toerisme Vlaanderen in de zomer van 2018 een bevraging over (gratis) parkeerplaatsen voor kampeerauto's bij alle Vlaamse gemeenten. Op die manier wordt duidelijk in welke mate het aanbod voldoet aan de huidige en toekomstige vraag. Dit is een cruciale stap alvorens er kan overgegaan worden naar concrete acties voor het kampeerautotoerisme.

Objectieven 2018-2019

Om het actieplan m.b.t. de bereikbaarheid op te volgen, vraagt Toerisme Vlaanderen op regelmatige basis een stand van zaken op bij de partners.

Toerisme Vlaanderen analyseert in het najaar van 2018 de resultaten van de bevraging bij de Vlaamse steden en gemeenten over parkeerplaatsen voor kampeerauto's en de inbreng van de vertegenwoordigers van de kampeerautogebruikers, de kampeersector, de provincies en kunststeden. Deze geactualiseerde analyse van het huidige aanbod en de verwachte groei van vraag en aanbod doorheen Vlaanderen, maakt het onderwerp uit van het volgende overleg met de sector, dat begin 2019 zal plaatsvinden. Op basis daarvan wordt bekeken hoe de publieke en private sector op mogelijke tekorten in het aanbod kan inspelen.

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

2.1 Evalueren en bijsturen van het Logiesdecreet

Realisaties 2017-2018

Intussen is het nieuwe logiesdecreet anderhalf jaar van kracht. In totaal waren er op 1 oktober 2018 21.951 aangemelde logies, waarvan 4.244 logies erkend of vergund (volgens het vorige logiesdecreet). Sinds de start op 1 april 2017 zijn er 3.348 nieuwe aanmeldingen. Van de 2.036 logies die reeds erkend zijn volgens het nieuwe logiesdecreet koos 82% ook voor een comfortclassificatie. Al 198 hotels stapten in de nieuwe hotel-comfortclassificatie volgens de Europese 'Hotel Stars Union'-normen. Aan 2 hotels kon zelfs al de hoogste 5 sterren superior-comfortclassificatie toegekend worden.

Toerisme Vlaanderen voert steekproeven uit om na te gaan of alle logies aangemeld zijn en voldoen aan de voorwaarden. Eerst en vooral werden 6 boekingswebsites bevraagd naar hun logiesaanbod binnen een stad. Het resultaat was dat 5 ervan de data vrijgaven, alleen Airbnb niet.

Omdat Airbnb de opgevraagde logiesgegevens niet wou aanleveren, heeft Toerisme Vlaanderen Airbnb een administratieve geldboete opgelegd. Tegelijk met deze administratieve sanctie tegen Airbnb deed Toerisme Vlaanderen een specifieke steekproef bij logies die zich aanbieden via Airbnb om na te gaan of ze aangemeld waren en beschikken over een brandveiligheidsattest. In 2018 werden in totaal 106 onderzoeken tegen Airbnb-logies opgestart, waarna er 56 uitbaters een stopzettingsbevel kregen.

De uitvoering van het logiesdecreet werd tussentijds geëvalueerd via een online bevraging van de logiesuitbaters. Algemeen genomen is meer dan de helft van uitbaters (53%) positief over het nieuwe decreet. 30% vindt het decreet matig tot slecht en 17% heeft geen mening. De uitbaters die zich hebben laten erkennen zijn het meest positief (80%), vooral omwille van het adviserend gesprek en het plaatsbezoek door de logiesadviseur. Het meest negatief zijn de verhuurkantoren gelet op de strengere opvolging van de brandveiligheid van de vakantiewoningen. De knelpunten werden met de sector besproken in de werkgroep.

Om de evolutie van het logiesaanbod in Vlaanderen nog beter te kunnen monitoren, ontwikkelde Toerisme Vlaanderen interactieve online overzichten van het huidige aantal logies, slaapplekken en verhuureenheden. Deze monitoringstool geeft toeristische overheden en sectororganisaties een gedetailleerd overzicht van het logiesaanbod, de spreiding over de categorieën en evoluties.

Om kleinschalige logiesuitbaters nog beter te adviseren en te ondersteunen maakte Toerisme Vlaanderen 'Jouw logies en je belastingaangifte'. De brochure verscheen in juli 2018.

Objectieven 2018-2019

Op basis van de resultaten van de evaluatie bekijk ik hoe de uitvoering van het logiesdecreet, zoals de begeleiding van startende logiesuitbaters, kan verbeterd worden en ga ik verder op de ingeslagen weg op vlak van handhaving en controle om de veiligheid en het level playing field te garanderen. Daarom gaf ik de opdracht aan Toerisme Vlaanderen om in de loop van 2018 en 2019 een aantal steekproeven en controles te doen om na te gaan of de logies voldoen aan de voorwaarden van het logiesdecreet.

Toerisme Vlaanderen blijft de logies die nog beschikken over een vergunning volgens het vorige logiesdecreet begeleiden en adviseren in de omzetting naar een nieuwe erkenning.

2.2 Een gestroomlijnd kwaliteitsbeleid uitbouwen

Realisaties 2017-2018

Door het voeren van een gestroomlijnd kwaliteitsbeleid wil ik vakantiemakers ondersteunen bij het optimaliseren van hun toeristische dienstverlening. De focus ligt in eerste instantie op logies, organisaties met een gidsenwerking, toeristische onthaalcentra, attracties en musea en sinds kort ook de meetingindustrie. Tal van instrumenten inspireerden logiesuitbaters bij de verbetering van hun werking: een nieuwe brochure 'Kwaliteit in logies', twee interactieve workshops voor 32 logiespartners om starters beter te informeren, een infofiche over hoe verblijven met zorg zich kunnen profileren en drie inspiratiesessies voor 47 logiesuitbaters die rond het thema maatschappelijk verantwoord ondernemen samenkwamen. In het kader van de gidsenwerking werden workshops georganiseerd rond volgende onderwerpen: sociale media, klantenfeedback, Vlaamse Meesters en beleving. In de toeristische onthaalcentra van Aalst, Blankenberge, Bredene, Damme, Eeklo en Middelkerke werd een mystery visit uitgevoerd. Om het kwaliteitsbeleid van attracties en musea uit te rollen, werd een taskforce opgericht met vertegenwoordiging van toeristische attracties, PTO's en de instanties Faro, Herita en Toerisme Vlaanderen. Deze taskforce fungeert als klankbord bij de ontwikkeling van een toolkit en begeleidingstraject voor attracties en musea. Tot slot komen nu ook meetingvenues in aanmerking voor een professionaliseringstraject. Het vergroten van de meetingbeleving is slechts één onderdeel van dit traject. In december 2017 organiseerde Toerisme Vlaanderen een inspiratiesessie over beleving in meetinglocaties in erfgoed voor een 40-tal deelnemers. Daarnaast wil ik de kennis van de sector over de meetingindustrie verbeteren en de dienstverlening op internationaal niveau brengen. Tijdens een eerste editie van de 'Meet in Flanders Academy' in juni 2018 waren 70 deelnemers van vergaderlocaties, congres- en eventorganisatoren aanwezig. Ook het verbeteren van de toegankelijkheid van deze specifieke locaties voor personen met een beperking kwam hier aan bod.

Het streven naar maximale toegankelijkheid in de volledige vakantieketen komt tot uiting in diverse brochures. In het najaar van 2017 werden de publicaties 'De Groote Oorlog, toegankelijk voor iedereen' en 'Brugge, toegankelijk voor iedereen' geüpdatet. Toerisme Vlaanderen publiceerde begin 2018 brochures over toegankelijke groepsverblijven, hotels en gastenkamers. Naar aanleiding van het 10-jarig bestaan van het Vlaams label voor toegankelijk toerisme reikte ik in november 2017 19 nieuwe toegankelijkheidslabels uit. Het nieuwe toegankelijkheidslabel voor MICE-infrastructuur werd in juni 2018 aan de sector voorgesteld. Samen met het FoCi, het agentschap Onroerend Erfgoed en het Departement CJM doorloopt Toerisme Vlaanderen een visietraject over toegankelijke culturele infrastructuur.

Op vlak van duurzaamheid zetten we nog stappen voorwaarts. In 2018 ontvingen 10 nieuwe laureaten een Groene Sleutel, waarvan 3 restaurants. Dat brengt het totaal in Vlaanderen op 126 logies en 3 restaurants met een label.

Het beroepskwalificatiedossier van 'host' is gevalideerd door de valideringscommissie en dit van 'onthaalmedewerker' zit in een finale fase voor goedkeuring door de Vlaamse Regering.

Objectieven 2018-2019

Door het verruimen van de kwaliteitstools voor een brede toeristische sector wil ik verder inzetten op een hogere klantentevredenheid en betere reputatie van Vlaanderen als kwaliteitsvolle bestemming. Er wordt advies en begeleiding voorzien specifiek voor uitbaters van erkende campings en camperterreinen die meer bezoekersbeleving en innovatie op hun terrein willen realiseren door infrastructurele ingrepen en herinrichting enerzijds en sterkere profilering en management anderzijds. Een tweede logiesvorm die onze aandacht verdient zijn de hostels. Uit onderzoek blijkt dat zij, in vergelijking met andere logiesvormen, lagere online reviewscores krijgen. Ik ga na wat de reden is en hoe we dit kunnen ombuigen. Voor de organisaties met gidsenwerking en voor de toeristische onthaalcentra worden netwerkevents opgezet met het oog op kennisverwerving en ervaringsdeling. Er komt ook een workshop rond 'storytelling in communicatie'. Een wake-upsessie mobiliseert attracties en musea voor deelname aan het ontwikkelingstraject. De lancering van een online ondersteuningsplatform ondersteunt hen verder in de kwaliteitswerking. In kader van de verdere professionalisering van de meetingsector laat Toerisme Vlaanderen een 'leidraad internationale (basis)kwaliteit meetinglocaties' ontwikkelen, waarin de verwachtingen opgenomen zijn over infrastructuur en dienstverlening, zowel van internationale meetingplanners en congresorganisatoren van associaties als van deelnemers. Deze leidraad wordt voorgesteld op de tweede studiedag van de 'Meet in Flanders Academy', waar ook aandacht zal besteed worden aan het bidproces in deze sector.

Naast Brugge zetten ook Mechelen en Leuven in op toegankelijke erfgoedwandelingen. De thematische brochures zullen eind 2018 opgemaakt zijn, in samenwerking met de betrokken steden. In het voorjaar van 2019 wordt de informatie uit de Kustbrochure geüpdatet. Via een begeleidingstraject met INTER kunnen geïnteresseerde special meetingvenues een MICE-toegankelijkheidslabel behalen.

2.3 Opstellen en uitvoeren van een horecabeleidsplan

Realisaties 2017-2018

Begin juni 2018 werd het eerste voortgangsrapport goedgekeurd door de Vlaamse Regering. Dit rapport bevat de huidige stand van zaken van de diverse acties in het horecabeleidsplan, opgesplitst volgens de vier strategische doelstellingen. De meest recente resultaten en toekomstige acties binnen de vierde doelstelling 'Vlaanderen op de kaart zetten als bestemming met een kwaliteitsvolle horeca' zijn opgenomen in punt 1.1.2 rond gastronomie en punt 2.1 en 2.2 met betrekking tot de logiessector.

Objectieven 2018-2019

Samen met Horeca Vlaanderen bekijk ik samen met mijn collega-minister van Werk en Economie Muyters hoe de acties, afgebakend binnen de strategische doelstellingen, geactualiseerd kunnen worden en de werking binnen de taskforce geoptimaliseerd kan worden.

2.4 De keuzes voor de vrijetijdseconomie binnen SALK onverminderd uitvoeren

Realisaties 2017-2018

Medio 2018 zijn twee toeristische SALK-projecten geopend in Alden Biesen. Het hotel aan de historische Rentmeesterswoning is sinds eind juni open voor publiek. Na de restauratie van het beschermde monument uit de 17de eeuw is ook het nieuwbouwgedeelte afgewerkt. Enkele dagen later werd ook de dagattractie van Bilzen Mysteries gelanceerd. De Landcommanderij Alden Biesen vormt nu het unieke decor voor 'Het Complot', waarin acteurs de bezoekers op sleeptouw nemen en samen het mysterie rond een verdacht overlijden oplossen. Op deze manier is het toeristische drieluik in Alden Biesen afgerond en is de site meer dan ooit klaar om toeristen te ontvangen.

Objectieven 2018-2019

In 2019 openen nog eens drie SALK-projecten, gerealiseerd in samenwerking met Toerisme Limburg. De drie deelprojecten van Cycling Synergy (Fietsen door de bomen, Fietsen door de heide en Fietsen onder de grond) zijn in het najaar van 2018 opgestart en worden in het voorjaar van 2019 opgeleverd. De realisatie van de eventhal in Beringen wordt verwacht in de eerste helft van 2019. De opening van La Biomista, het project van kunstenaar Koen Vanmechelen, staat ingepland medio 2019.

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

Realisaties 2017-2018

Dankzij de ondersteuning die ik voorzien heb ter versterking van het toeristisch potentieel van de fiets- en wandelroutenetwerken en door een geïntegreerde aanpak met de instrumenten van de landinrichting werden het voorbije jaar vijf projecten gerealiseerd: de wandelnetwerken Kalkense Meersen-Donkmeer, Velden en Meersen, Bosland, het fietsbelevingspunt Rupel/Scheldeland (De Velodroom) en de Brabantse Kouters. Het wandelnetwerk Kalkense Meersen is goed voor een uitbreiding van het wandelnetwerk langs het gelijknamige natuurgebied met 60 km extra wandelpaden, ter hoogte van Wichelen, Wetteren en Kalken. In het natuurrijk en landschappelijk waardevol gebied in het Brugse Ommeland ter hoogte van Brugge, Damme, Beernem en Oostkamp is een nieuw wandelnetwerk van 125 km gerealiseerd. Het nieuwe wandelnetwerk Bosland van meer dan 400 km loopt door Lommel, Overpelt, Hechtel-Eksel en Peer en tilt de wandelervaring in Bosland naar een hoger niveau. Behalve voor een expo rond het Vlaamse wielervedgoed kunnen recreatieve, sportieve en vakantiefietsers in de Rupelstreek en het Scheldeland ook terecht voor info over fiets-, wandel- en vaarmogelijkheden, fietsverhuur, opladen van elektrische fietsen en fietsherstelling. Het project Brabantse Kouters werd reeds uitgebreid toegelicht in punt 1.2.2.

De financiële impuls voor de aanleg en inrichting van camperplaatsen, die zich meestal in de omgeving van groen-blauwe netwerken bevinden, heeft ervoor gezorgd dat er in 2018 67 nieuwe camperplaatsen werden gesubsidieerd.

Objectieven 2018-2019

In samenspraak met de provinciale partners wordt eind 2018 een toekomstig beleid inzake de bewegwijzering van LF-routes bepaald. De uitvoering volgt in 2019.

Ook in 2019 en 2020 wordt de aanleg en inrichting van camperplaatsen in Vlaanderen financieel ondersteund via de subsidieoproep voor logies.

2.6 Werken aan een ondersteunende overheid

2.6.1 Samenwerken over de grenzen heen

Realisaties 2017-2018

De toeristische sector wordt betrokken bij het beleid. De 'Captains of Industry' reflecteerden tijdens de bijeenkomsten van het Raadgevend Comité onder meer over volgende onderwerpen: het decreet Iedereen Verdient Vakantie, het project Toerisme Transformeert, de klantentevredenheid over Toerisme Vlaanderen, het beleavingsproject op Brussels Airport, De suggesties en adviezen uit dit overleg worden door Toerisme Vlaanderen meegenomen bij de optimalisatie van de reguliere werking.

We blijven kennis verzamelen via onderzoek om onze werking te verfijnen. In 2017 onderzocht Toerisme Vlaanderen samen met de lokale toeristische diensten de draagkracht van onze bestemming, en in het bijzonder de kunststeden. Dit onderzoek bij lokale inwoners peilde naar de houding ten opzichte van het toerisme in de eigen stad. De resultaten worden gecatalogeerd als nulmeting, waardoor de evolutie in de toekomst geobjectiveerd opgevolgd kan worden. Medio 2018 werd de grootschalige studie naar het profiel, motivatie, gedrag, tevredenheid en bestedingen van de recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden opgeleverd. De belangrijkste conclusies werden reeds besproken in punt 1.5 van de omgevingsanalyse. Betreffende de economische betekenis van toerisme werden begin 2018 de Satellietrekeningen voor Toerisme in Vlaanderen geactualiseerd. Deze nieuwe cijfers komen aan bod in punt 2.2 van de omgevingsanalyse.

Het aantrekken van internationale topevenementen geeft Vlaanderen een economische impuls en draagt bij tot de wereldwijde reputatie van onze bestemming. EventFlanders richtte haar pijlen in het najaar van 2017 op twee internationale events: de World Choir Games en het WK Wielrennen. In december 2017 kwalificeerde de Vlaamse Regering de World Choir Games 2020 als topevenement en werd EventFlanders gelast ondersteuning te bieden bij de opmaak van het biddossier. Dit biddossier werd eind januari ingediend in samenwerking met de koorfederatie Koor&Stem en de gaststeden Antwerpen en Gent. In juni werd de organisatie van de World Choir Games in 2020 aan Vlaanderen toegekend. Het WK Wielrennen kreeg in januari groen licht van de Vlaamse Regering voor het uitwerken van een biddossier. In samenwerking met de partners Flanders Classics en Golazo werd in juli het biddossier ingediend. Eind september maakte de UCI bekend dat het WK in 2021 in Vlaanderen georganiseerd zal worden.

In februari 2018 reisde ik naar Sofia (Bulgarije) om deel te nemen aan de informele EU-ministerraad voor Toerisme. Samen met de Europese collega's wisselde ik van gedachten over de rol van toerisme voor economische groei en de impact van de deeleconomie op de toeristische sector. Ik maakte van de gelegenheid gebruik om de EU-collega's te informeren over de Vlaamse aanpak van de online platformen van logiesaanbieders. Net als vorig jaar bracht ik een bezoek aan het 'UNWTO World

Forum om Gastronomy Tourism' in Bangkok om de troeven van Vlaanderen op culinair vlak in de verf te zetten. In het voorjaar van 2018 sloot Toerisme Vlaanderen een 'memorandum of understanding' met Toscana Promozione Turistica. De komende twee jaar werken beide partners intensief samen, delen ervaringen en wisselen kennis uit op vlak van duurzame ontwikkeling van toerisme en cultuurtoerisme.

Objectieven 2018-2019

Onderzoek verrichten is pas relevant als de resultaten ervan gebruikt en gedeeld worden in de sector. In de herfst van 2018 worden diverse workshops georganiseerd in de kunststeden om de resultaten van het kunststedenonderzoek te verspreiden. Naar analogie met de logiesbarometer is er ook een attractiebarometer. Op basis van de noden van de attracties en musea wordt de huidige attractiebarometer vernieuwd in 2019. In de toekomst zetten we nog meer in op de leefbaarheid van de toeristische bestemming Vlaanderen. In dit kader start Toerisme Vlaanderen een samenwerking met de KULeuven om het succes van de florerende toeristische bestemming Vlaanderen te meten.

In de tweede helft van 2018 herevalueert EventFlanders haar methodologie en processen. Mogelijke topevenementen worden voortdurend onder de loep genomen met het oog op de samenstelling van een lange termijn evenementenkalender. De organisatiestructuur van de World Choir Games wordt verder geconcretiseerd. Het Lokaal Organisatie Comité, dat werd aangesteld voor de organisatie van het WK Wielrennen, kan na de positieve berichtgeving verder aan de slag. EventFlanders staat in voor de nauwe opvolging van de voortgang van de organisatie van deze evenementen.

Het samenwerkingsakkoord met Visit Scotland werd positief geëvalueerd en zal verlengd worden. De ondertekening van het 'memorandum of understanding' met de Catalan Tourist Board, die een samenwerking rond o.a. lokaal draagvlak, duurzaam toerisme en bestemmingspromotie op poten zet, vindt plaats in het najaar van 2018.

2.6.2 Een innovatieve financiële ondersteuning

Realisaties 2017-2018

In 2018 ontvingen 64 erkende logies ondersteuning voor investeringen in kind- en familievriendelijke infrastructuur, investeringen in een toegankelijke basisketen die leiden tot een A of A+ label voor het toeristische logies, investeringen in zorgspecifieke elementen die leiden tot inclusieve verblijven, of investeringen in de aanleg of inrichting van camperplaatsen.

De stand van zaken in verband met het instapmodel wordt verder besproken in 2.6.3.

Objectieven 2018-2019

De prioriteiten voor de nieuwe subsidieoproep voor logiesuitbaters werden vastgelegd voor twee jaar. In 2019 en 2020 blijven investeringen in familievriendelijkheid, toegankelijkheid, zorgspecifieke elementen en de aanleg of inrichting van camperplaatsen behouden. Er is ook één nieuwe subsidiabele uitgave: de renovatie en de uitbreiding van het sanitair in hostels.

*2.6.3 Ontwikkelen van een gedragen internationaal promotiebeleid***Realisaties 2017-2018**

Toerisme Vlaanderen biedt publieke en private partners concrete instapmogelijkheden om te participeren in onder andere workshops, beurzen, sales calls, netwerkevents, ... die Toerisme Vlaanderen organiseert of waar ze aan deelneemt. In totaal werden er 36 marketingacties ondernomen waarvan 13 acties gericht naar het vrijetijdstoerisme, 21 gericht naar het zakentoeisme en 2 naar beiden. 208 partners namen deel aan deze marketingacties. Vrijwel het ganse toeristische spectrum toont interesse voor deze opportuniteiten: hotels, lokale congresbureaus, meetingvenues, (kunst)steden, congresorganisatoren, inkomende touroperators, attracties, musea, luchtvaartmaatschappijen. Een online module www.toerismevlaanderen.be/marketingacties geeft sinds november 2017 een duidelijk overzicht weer van alle marketingacties met instapmogelijkheden.

Objectieven 2018-2019

Het buitenlandnetwerk van Toerisme Vlaanderen kent al enkele jaren het principe van regiomanagement. De bedoeling was om sneller, flexibeler en proactiever te kunnen handelen en in te spelen op de voortdurend veranderende economische, demografische en technologische omgeving. In 2018 is het meer dan ooit noodzakelijk om globaal te denken en handelen. Daarom zal de hele werking hertekend worden en de regels van het regiomanagement volledig doorgetrokken worden in de organisatie van onze marketing.

3. Toerisme binnen het bereik brengen van elke Vlaming

3.1 Vlaanderen uitbouwen tot een leidende familievriendelijke erfgoedbestemming in Europa

Realisaties 2017-2018

Via het pilootproject 'Familievriendelijk Erfgoed', in samenwerking met Faro en Herita, wil ik de toeristische sector, en meer bepaald de attracties en musea, overtuigen van het belang van het verhogen van het familievriendelijke karakter. Op dit moment doorlopen de drie geselecteerde musea en erfgoedlocaties nog steeds het traject. Het publieksonderzoek in het MSK gebeurt in samenwerking met Steunpunt Cultuurparticipatie en peilt naar tevredenheid, familievriendelijkheid en toegankelijkheid. Ook in Domein Raversyde loopt een gelijkaardig onderzoek. Beiden lopen tot eind oktober 2018. Met betrekking tot het park van het KMMA werden diverse mogelijkheden om de familievriendelijkheid te verhogen samen met de betrokken entiteiten onderzocht. Zo werd er bekeken hoe in de parkomgeving meer recreatieve elementen zoals fietsen, picknicken, de speeltuin en andere belevingselementen aan bod kunnen komen en het museumbezoek kunnen verrijken. De resultaten van de onderzoeken worden verwacht in november 2018.

17 logiesuitbaters namen in november 2017 deel aan een vorming met tips en tricks rond familievriendelijkheid. Voor de projecteigenaars van de hefboomprojecten werd een specifieke inspiratiesessie rond familievriendelijkheid georganiseerd. Tijdens de zomer van 2018 liep er een onderzoek naar het online surfgedrag van families.

Objectieven 2018-2019

Na de opening van het KMMA in december 2018 vindt ook daar een publieksonderzoek plaats naar de tevredenheid van de families, zowel met betrekking tot het museum als tot de omgeving en het park. De publieksonderzoeken in de drie locaties van het pilootproject moeten leiden tot concrete inzichten voor een productontwikkeling die is afgestemd op families. In april 2019 vindt een studiedag plaats over het project 'Familievriendelijk Erfgoed' in het KMMA. Naar aanleiding van deze studiedag wordt een publicatie uitgewerkt die de hele museumsector inspireert om meer in te zetten op een familievriendelijke werking. Op basis van de resultaten van het onderzoek naar het online surfgedrag, die in het najaar van 2018 beschikbaar zijn, optimaliseert Toerisme Vlaanderen haar sociale mediakanalen. Tevens wordt een update voorzien van de viertalige inspiratiebrochure 'Familievriendelijk Vlaanderen en Brussel' met een overzicht van het familievriendelijke aanbod in Vlaanderen en zijn deelbestemmingen. In het voorjaar van 2019 wordt de tweede editie van de award 'Beste familievriendelijk toeristisch product' toegekend.

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

Realisaties 2017-2018

Dankzij het krachtige partnermodel van het Steunpunt Vakantieparticipatie hebben een recordaantal Vlamingen kunnen genieten van een vakantie of daguitstap. Het gaat om 134.488 daguitstappen, 6.097 groepsvakanties, 7.513 georganiseerde vakanties en 8.920 individuele vakanties, wat het totaal op 157.018 brengt. Dit totaal ligt 20% hoger dan in 2016 en bedraagt 5,5% meer dan in het vorige record-jaar 2015. Dergelijke resultaten zijn te verklaren door de groeiende bekendheid van het

Steunpunt Vakantieparticipatie en de toename van het aantal lidorganisaties, die zorgen voor begeleiding en toeleiding van de doelgroep. 1800 sociale organisaties en 73 Rap-Op-Stap kantoren, verspreid over heel Vlaanderen, brengen het toeristisch aanbod tot bij mensen in armoede.

Het Steunpunt Vakantieparticipatie organiseerde ook een grootschalige luistersessie. Persoonlijke ervaringen die begeleiders, vakantiegangers, toeristische aanbieders meemaken of memorabele momenten werden gebundeld in 1000 verhalen. Deze verhalen werden verdiept via stakeholdersgroepen en studiemomenten. De resultaten van dit onderzoek zijn beschikbaar in december 2018. 2017 was het eerste werkingsjaar met de verbreding van de opdracht en bijgevolg de aanpak van diverse drempels. In het eerste jaar kon het netwerk al 3.444 geïnteresseerden bereiken en 570 geslaagde verbindingen leggen tussen vakantiegangers met een drempel en toeristische aanbieders. Gezien het succes van de 'Vakantieschakel' wordt dit platform volledig geïntegreerd in 'Iedereen Verdient Vakantie'. Om het netwerk 'Iedereen Verdient Vakantie' extra in de kijker te zetten en nieuwe vakantiegangers te bereiken werd een zomertoer door Vlaanderen georganiseerd. Bij meer dan 1500 mensen uit de doelgroep werd op een ludieke wijze het belang van vakantie benadrukt.

Gezien het succes van de vorige samenwerking werd de overeenkomst tussen Toerisme Vlaanderen en De Lijn verlengd. De vakantie biedt de kans om ongedwongen te experimenteren met het openbaar vervoer en zo wordt ook op een laagdrempelige manier het gebruik van bus en tram gestimuleerd.

In 2017 lanceerde ik de impulsoproep 'Iedereen verdient vakantie'. 410.000 euro werd geïnvesteerd in 20 projecten die de vakantieparticipatie verhogen. In 2018 ontvingen we 12 subsidieaanvragen. De bekendmaking van de weerhouden projecten gebeurt in het najaar.

Het nieuwe decreet voor sociaal toerisme, dat de toepasselijke benaming 'Iedereen Verdient Vakantie' kreeg, werd in juni 2018 goedgekeurd door het Vlaams Parlement. Ik duidde een projectleider binnen mijn administratie aan, die zich over de opmaak van uitvoeringsbesluiten buigt, in nauw overleg met de sector. In 2017 startte het Departement CJM met de evaluatie van het decreet jeugdverblijven van 6 juli 2012. Toerisme Vlaanderen was betrokken bij deze evaluatie. De mate waarin de huidige regelgeving tegemoet komt aan de realiteit van de jeugdverblijfssector en de noden van de gebruikers resulteerde in een knelpuntennota.

Objectieven 2018-2019

Onder de noemer 'Iedereen Verdient Vakantie' wil het Steunpunt Vakantieparticipatie haar werking nog breder bekendmaken bij iedereen die een vakantiedrempel ervaart. Rond de vernieuwde website, die de Vakantieschakel zal integreren onder de naam 'Stel je vraag', worden eind 2018 communicatieve acties gepland. In december 2018 vindt naar jaarlijkse traditie het forum 'Iedereen Verdient Vakantie' plaats. Door het verbinden van partners en het versterken van het netwerk wordt vakantie mogelijk gemaakt voor een veel breder publiek.

Er loopt een denkoefening rond een geïntegreerd platform met het volledige bovenlokale aanbod, vlot toegankelijk voor de eindgebruiker. De ambitie is om het vrijetijdsaanbod echt bij mensen in armoede te brengen. Proefprojecten in dit kader worden vanaf januari 2019 afgestemd met Publiq en Demos.

Het Steunpunt Vakantieparticipatie documenteert sensibiliseringsprojecten over het belang van vakantie, het grootschalig luisteronderzoek, de evolutie van het verhalenproject, de

netwerkmethodeken en de evolutie Rap op Stap. Dit maakt het mogelijk om opgebouwde ervaring te delen, zowel in het binnenland als in het buitenland.

Niet alleen het openbaar vervoer probeer ik toegankelijker te maken voor kwetsbare doelgroepen, ook bij het project rond Vlaamse Meesters voorziet Toerisme Vlaanderen in een toeleidingstraject. 'Verwondering' is het centrale thema. Voor musea worden inspirerende workshops georganiseerd.

Ik streef ernaar om alle uitvoeringsbesluiten van het decreet 'Iedereen Verdient Vakantie' klaar te hebben tegen medio 2019. In het najaar van 2018 vat Toerisme Vlaanderen de evaluatie aan van de bepalingen binnen het decreet Toerisme voor Allen, die betrekking hebben op de categorie jeugdverblijfcentrum.

3.3 Een aanbod aan kwalitatief logies voor alle mogelijke drempelgroepen voorzien

Realisaties 2017-2018

Na de 53 projecten ter waarde van 1 miljoen euro die eerder werden goedgekeurd in de 1^{ste} ronde van de Toerisme voor Allen oproep 2017, ontvingen in de 2^{de} ronde nog 4 jeugdverblijven in totaal circa 500.000 euro aan subsidies. De prioriteiten voor de subsidieoproepen 2018 en 2019 voor investeringen in de jeugdverblijven werden vastgelegd. De focus ligt op brandveiligheid, modernisering en kindvriendelijke investeringen. Een subsidieaanvraag voor investeringen inzake toegankelijkheid kan deze jaren ingediend worden via het FoCi. De subsidieoproep 2018 leverde 61 goedgekeurde projecten van jeugdverblijven op voor een subsidietotaal van 1.545.000 euro.

Zoals eerder vermeld genereerde de subsidieoproep voor logies in 2018 in totaal 64 goedgekeurde dossiers ten bedrage van 1,5 miljoen euro. 5 uitbaters van sociaal volwassenverblijven en een uitbater van een hostel kregen financiële ondersteuning.

Het Masterplan Bivakplaatsen werd verder uitgevoerd. Toerisme Vlaanderen volgt het opmaken van ruimtelijke plannen voor zonevreemde jeugdverblijven op gemeentelijk, provinciaal en gewestelijk niveau op. Het RUP 'Zonevreemde Jeugdverblijven' op Vlaams niveau is in voorbereiding door mijn collega-minister van Omgeving Schauvliege met het oog op de voorlopige vaststelling door de Vlaamse Regering. Tijdens de zomer 2017 startte ik, samen met mijn collega-minister van Jeugd Gatz, een pilootproject op om de bereikbaarheid van de jeugdverblijven te verbeteren via het openbaar vervoer. Enerzijds werden tijdelijke haltes nabij drie minder makkelijk bereikbare jeugdverblijven ingevoerd. Anderzijds bood ik de mogelijkheid om versterkingsritten te vragen tegen groepstarieven. Het aantal aangevraagde versterkingsritten in de zomer van 2017 lag hoger dan in het volledige jaar 2016. Het proefproject werd in de zomer van 2018 opnieuw georganiseerd. Het aantal tijdelijke haltes werd daarbij uitgebreid van 3 naar 6.

Objectieven 2018-2019

Op basis van de evaluatieoefening van de twee voorbije subsidieoproepen voor de logies en een brainstormsessie met logiesverstrekkers, toeristische diensten en sectororganisaties werden de nieuwe prioriteiten voor de subsidieoproep logies 2019 en 2020 vastgelegd. Ik verwijs daarvoor naar punt 2.6.2. De subsidieoproep voor de jeugdverblijven blijft ongewijzigd voor 2019.

Binnen de taskforce Masterplan Bivakplaatsen heeft Toerisme Vlaanderen verder aandacht voor de opvolging van de opmaak van RUP's waarin jeugdverblijven zone-eigen worden gemaakt. Ook de inventaris van de zonevreemde jeugdverblijven wordt nauwgezet bijgehouden. De tweede editie van het pilootproject rond een verbeterde bereikbaarheid van de jeugdverblijven via het openbaar vervoer wordt geëvalueerd in het najaar van 2018.

Bijlage 1: Regelgevingsagenda

Dit is een uittreksel uit de regelgevingsagenda met informatie aangevuld tot op 1/10/2018.

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: afgewerkt

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: afgewerkt

Strategische doelstelling:

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

MB logiessubsidies 2019-2020

Status van het initiatief: in voorbereiding

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 2019

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 2018

Status van het initiatief: afgewerkt

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 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 Grote Oorlog, ons wielervedgoed 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 speelveld met gelijke concurrentievoorwaarden in de logiesector, 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;	Ik verwijs naar punt 2 van deze beleidsbrief.
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 nr. 1230 van 5 juli 2017, ingediend door 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.

De Verordening (EU) 2017/2158 van de Commissie van 20 november 2017 tot vaststelling van risico beperkende maatregelen en referentieniveaus voor de reductie van de acrylamidegehalten in levensmiddelen werd op 21 november 2017 gepubliceerd in het Publicatieblad van de EU en is van toepassing sinds 11/04/2018.

Bijlage 3: 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 DF0-1DGF5AN-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
2.2. Gestroomlijnd kwaliteitsbeleid uitbouwen	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
2.7. Event Flanders is opgestart	DF0-1DGF2AO-WT DF0-1DGF5AO-WT

Strategische doelstelling 3: Toerisme binnen het bereik brengen van elke 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