

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



Zitting 2000-2001

6 november 2000

BELEIDSBRIEF

Toerisme

Beleidsprioriteiten 2000-2001

ingediend door de heer Renaat Landuyt,
Vlaams minister van Werkgelegenheid en Toerisme

INHOUD

	Blz.
WOORD VOORAF	5
Hoofdstuk I : Kengetallen in evolutie	7
1. Toerisme internationaal	7
2. Toerisme in Vlaanderen	8
2.1. Kenmerken van de toeristisch-recreatieve vraag	8
2.1.1. De binnenlandse markt	9
2.1.2. De buitenlandse markt	10
2.1.3. Evolutie van de marktlanden waar Toerisme Vlaanderen actief is	11
2.1.4. Concurrentiële bestemmingen	11
2.1.5. Het reismotief van de verblijftoeristen	12
2.2. Het ondersteunend toeristisch-recreatief aanbod	12
2.2.1. Logiesverstrekkende bedrijven	12
2.2.2. Openluchtrecreatieve bedrijven	13
2.2.3. Reisbureaus	14
3. Werkgelegenheid in de toeristisch-recreatieve sector	15
3.1. Evolutie van de werkgelegenheid in de toeristisch-recreatieve sector	15
3.2. Vergelijking met andere sectoren	16
3.3. Horeca	17
3.4. Vacatures	18
3.5. Knelpuntberoepen	19
Hoofdstuk II : Beleidsvisie en de 7 programmalijnen	20
1. Opleiding	20
1.1. Beroeps- en opleidingsprofielen voor de toeristische sector	21
1.2. Voortgezette academische opleiding "Toerisme"	22
1.3. Gidsen	22
2. Kwaliteitszorg	23
2.1. Kwaliteit van het ondersteunend toeristisch-recreatief aanbod	23
2.1.1. Herclassificatie logiesverstrekkende bedrijven	24
2.1.2. Kaderdecreet voor toeristische logiesverstrekking ?	25
2.1.3. Openluchtrecreatieve verblijven	26
2.1.4. Samenwerkingsakkoord tussen de Gemeenschappen en de Gewesten betreffende het statuut van de reisbureaus	26
2.1.5. Toegankelijkheid van de logiesverstrekkende bedrijven	27
2.2. Kwaliteit en professionalisering van de dienstverlening	28
2.2.1. Vrijwilligers	28
2.2.2. Semi-agorale arbeid	29
2.3. Onderzoek in de toeristisch-recreatieve sector	29
2.3.1. Studiedienst Toerisme Vlaanderen	29
2.3.2. Toeristisch-recreatief informatiecentrum	30

3. Ruimte voor toerisme en recreatie	31
3.1. Hoeve- en plattelandstoerisme	31
3.2. Netwerkvorming : richtlijnen voor de bewegwijzering van toeristische wandelroutes, fietsroutenetwerken en ruiterroutes	33
3.3. Ruimtelijke structuurplanning	33
4. Sociaal toerisme	34
4.1. Projectplan sociaal toerisme	34
4.2. Vakantie voor iedereen	36
5. Toeristisch-recreatieve projectontwikkeling	37
5.1. Projectplan toeristisch-recreatieve projectontwikkeling	37
5.2. Kustactieplan	38
6. Cultuurgoed, toeristisch goed	39
6.1. Evenementenfonds en -steunpunt	39
6.2. Een bezoekerscentrum in de kunststeden	40
Hoofdstuk III : Programmalijn 7 : e-toerisme	42
1. Situering	42
2. Het belang van het internet in de toeristisch-recreatieve sector	43
2.1. Enkele cijfergegevens	43
2.2. Toerisme : informatie over en voor de consument	45
2.3. Interactiviteit	47
2.4. Kansen voor de kleine ondernemingen	47
3. Gevolgen van e-toerisme voor reisagenten en touroperators	47
4. E-knelpunten	48
4.1. De bescherming van het privé-leven	49
4.1.1. Situatie	49
4.1.2. Belangen van de consument	49
4.1.3. Belangen van de aanbieder	50
4.2. Het gebrek aan fysiek contact tijdens de transactie	51
4.3. Kwaliteitscontrole	51
5. Actiepunten voor het toeristisch-recreatief beleid	52
5.1. De rol van Toerisme Vlaanderen	52
5.1.1. Eén geïntegreerd informatiesysteem	53
5.1.2. Het doelgroepenbeleid	54
5.2. De rol van andere actoren	55
5.2.1. Samenwerking	55
5.2.2. Kwaliteitscontrole	55
5.2.3. Privacy	56
5.2.4. Europees niveau	56
6. Begrotingsimplicatie	57

Hoofdstuk IV : Twee belangrijke partners voor het beleid	58
1. Toerisme Vlaanderen	58
1.1. Wijzigingen op organisatorisch vlak – Decreet op Toerisme Vlaanderen en personeelskader	58
1.2. Bijkomende acties uitgevoerd in het kader van de begroting 2000	59
1.3. Begroting 2001	60
2. Vlaamse Raad voor het Toerisme	60
Hoofdstuk V : Een gezicht voor de toeristische sector	62
1. Het toerisme op de beleidsagenda zetten	62
2. Structureren van de sector	63
2.1. De oprichting van een sectorcommissie Toerisme binnen de SERV	63
2.2. De Interministeriële Conferentie voor Toerisme	64
2.3. Organisatie van de toeristische sector	64
Hoofdstuk VI : Beleid inzake het toerisme te Brussel	66
1. Vertegenwoordiging in de beleidsorganen van TIBC	67
2. Financiële participatie	67
3. Samenwerkingsovereenkomst tussen Toerisme Vlaanderen en TIBC	68
Hoofdstuk VII : Belgisch voorzitterschap van de Europese Unie	69
Bijlage 1 : Voornaamste beleidsopties en initiatieven voor 2001	71
Bijlage 2 : Projectplan sociaal toerisme	73

Woord vooraf

Investeren in communicatie, investeren in het product

Het toerismebeleid, waarvan in deze beleidsbrief een stand van zaken weergegeven wordt, kan onder twee grote noemers geplaatst worden : investeren in communicatie en investeren in het product.

Het werk dat het afgelopen jaar geleverd werd en de basis die werd gelegd voor het komende werkjaar vertrekken vanuit de visie dat toerisme en recreatie een basisbehoefte zijn van iedereen, en niet enkel een behoefte van overwerkte tweeverdieners.

De uitbouw van een kwalitatief hoogstaand toerisme dat tegemoet komt aan ieders behoefte, waaraan alle bevolkingsgroepen kunnen participeren en dat kansen creëert voor het niet-commerciële vrijetijdsaanbod is de doelstelling.

Een kwalitatief hoogstaand toerisme houdt ook in dat er aandacht besteed wordt aan de belasting die toerisme kan teweegbrengen voor mens en milieu. Een duurzaam toerisme beoogt een evenwicht te vinden tussen de ‘lasten’ en de ‘lusten’ van recreatie en toerisme.

De verwevenheid van recreatie en toerisme met ruimtelijke, culturele, economische en sociale samenlevingsaspecten maakt een integraal beleid noodzakelijk.

Werken aan een kwalitatief hoogstaand, duurzaam en toegankelijk toerisme betekent **investeren in het toeristisch-recreatieve product** en de daarmee gepaard gaande dienstverlening. Dit is dan ook een van de horizontale lijnen, die terug te vinden is in deze beleidsbrief.

- De beleidsoptie voor **kwaliteit van het toeristisch-recreatieve product** is terug te vinden in de verschillende programmalijnen uit de Beleidsnota Toerisme 2000-2004 met betrekking tot kwaliteitszorg en ruimte, sociaal toerisme, projectontwikkeling en cultuurgoed. Concreet gaat het over kwaliteit via herclassificatiesystemen en via het kaderdecreet voor logiesverstrekkende bedrijven, het werken aan de toegankelijkheid, de netwerkvorming betreffende de ‘zachte’ recreatie, de projecten, de infrastructuur,...
- Het werken aan **kwaliteit van de dienstverlening** is ondermeer terug te vinden in de programmalijnen met betrekking tot opleiding en kwaliteitszorg.

De tweede horizontale lijn doorheen deze beleidsbrief is het **investeren in communicatie**.

Het afgelopen jaar werd de basis gelegd voor een gestructureerde communicatie, zowel binnen de sector, met de sector, als met alle betrokkenen bij de toeristisch-recreatieve sector.

- Om de zichtbaarheid van toerisme als sector te bevorderen en om de erkenning van het sociaal-economisch belang van de toeristisch-recreatieve sector te bewerkstelligen, werd de SERV gevraagd een **sectorcommissie toerisme** op te richten. Op deze vraag werd principieel positief gereageerd, zodat de komende maanden verder overleg kan plaatsvinden.
- Om de communicatie tussen de verschillende beleidsniveaus vorm te geven werden stappen gezet om een structureel overleg uit te bouwen tussen het federaal niveau en de gewestelijke respectievelijk gemeenschapsniveaus. Dit dient gestalte te krijgen door de instelling van een **Interministeriële Conferentie Toerisme**. De voorbereiding van zo’n conferentie gebeurt dan in overleg met de sector.

- Ten slotte werd een uitgebreid overleg opgestart op het vlak van het sociaal toerisme, de toegankelijkheidsproblematiek en de verschillende doelgroepen.

Heel wat aandacht in deze beleidsbrief gaat uit naar de Informatie- en Communicatie-Technologie (kortweg ICT). Met de zevende programmalijn van de beleidsnota, wil ik de aandacht vestigen op de impact van het Internet op toerisme, en op de rol die het beleid moet opnemen in deze.

De huidige ontwikkelingen in ICT plaatsen communicatie in een nieuw kader. Er ontstaan nieuwe middelen, nieuwe strategieën, nieuwe mogelijkheden. Toerisme is bij uitstek een sector die moet kunnen inspelen op de veranderende behoeften van de toerist en die de nieuwe middelen kan inzetten om een breder publiek te bereiken. ICT is daar een uitstekend middel toe, mits erover gewaakt wordt dat iedereen aan het www-gebeuren kan deelnemen.

Om ICT zinvol te gebruiken, moeten de nodige middelen voorhanden zijn. Een analyse heeft uitgewezen dat er een duidelijke "ICT-behoefte" bestaat bij de instelling Toerisme Vlaanderen, mede ingegeven door de sector zelf. Het Strategisch Informatieplan van Toerisme Vlaanderen is hier een antwoord op, mits de nodige financiële input. Bovendien vereist het de samenwerking met de sector én met de andere beleidsdomeinen.

De rol van het toerismebeleid bestaat dus niet alleen uit het aanreiken van middelen om het ICT-gebruik in de toeristisch-recreatieve sector mogelijk en efficiënt te maken, maar ook in het bewaken van de kwaliteit, de veiligheid en de toegankelijkheid voor alle partijen.

De programmalijn met betrekking tot e-toerisme in de beleidsbrief is geen finale stelling die vervalst wanneer de voorgenomen beleidsacties uitgevoerd zijn. Het is een eerste aanzet om ICT op een nuttige manier te integreren in de toeristisch-recreatieve sector.

Deze beleidsbrief in zijn geheel is trouwens slechts een stand van zaken, een momentopname in de verwezenlijking van de doelstellingen zoals ze in de beleidsnota toerisme 2000-2004 geformuleerd werden.

Hoofdstuk I

Kengetallen in evolutie

In het hoofdstuk omgevingsanalyse van de Beleidsnota Toerisme 2000-2004 wordt het raamwerk van het toeristisch beleid geschetst. Het cijfermateriaal van deze beleidsnota waaruit beleidsindicatoren worden afgeleid, zoals het aantal aankomsten en overnachtingen van binnen- en buitenlandse bezoekers, dateert van 1998. Sindsdien is meer dan een jaar verstreken. Recentere cijfers worden slechts bij mondjesmaat ter beschikking gesteld. De toen gemaakte conclusies blijven echter grotendeels overeind. In onderstaande bespreking beperken we ons tot enkele opmerkelijke verschuivingen die hun impact op het toerisme naar en in Vlaanderen zullen laten voelen.

1 Toerisme Internationaal

Het mondiale toerisme is, voor wat het aantal aankomsten betreft, in 1999 gestegen met 6%. Dit behelst zowel de toeristische als alle andere grensoverschrijdende verplaatsingen, waaronder dus ook het zakentoerisme.

Tabel 1: Internationale aankomsten (x 1.000), 1995-1999

	1995	1996	1997	1998	1999	1997- 1998%	1998- 1999%	1995- 1999%
Afrika	20.357	21.824	23.157	24.903	27.300	+7,5	+9,6	+7,6
Noord-, Midden- en Zuid-Amerika	110.479	116.942	118.481	120.190	123.000	+3,1	+2,3	+2,7
Oost-Azië en Pacific	81.355	88.958	87.953	86.927	96.600	-1,2	+11,1	+4,4
Europa	335.599	350.255	361.509	372.523	392.500	+3,0	+5,4	+4,0
Midden-Oosten	13.505	14.084	14.833	15.622	17.900	+5,3	+14,6	+7,3
Zuid-Azië	4.200	4.434	4.830	5.071	5.700	+5,0	+12,4	+7,9
Wereld	565.495	596.524	610.763	625.236	662.900	2,4	+6,0	+4,1

Bron: World Tourism Organization

In vergelijking met 1998 herstelde de jaarlijkse groei zich tot het niveau van de eerste helft van de jaren negentig: een gemiddelde jaarlijkse groei van +5%. Economisch herstel en politieke stabiliteit vertalen zich naar een zeer sterke groei in Azië en het Midden-Oosten. Maar ook Europa kende een belangrijke groei van 5,4% en behoudt hierdoor haar aandeel van 60% van de toeristische trafiek.

2 Toerisme in Vlaanderen

2.1 Kenmerken van de toeristisch-recreatieve vraag

De groei van het aantal aankomsten doet zich ook voor op Belgisch en Vlaams niveau. Het aantal toeristen¹ dat in 1999 in België verbleef, steeg met 3,1%. De groei is beduidend hoger dan in 1998. Vlaanderen kende in aantal eenheden 184.000 aankomsten in meer, tegenover 70.000 voor Brussel en 72.000 voor Wallonië. Daar waar in 1998 enkel het Vlaamse Gewest een positieve groei kende, stijgen het Brusselse en Waalse Gewest relatief even hoog. Het aandeel van Vlaanderen stabiliseert zich op ruim 57%.

Het aantal overnachtingen daarentegen daalde in Vlaanderen met 0,5% tegenover een lichte stijging in België met 0,3%. De gemiddelde verblijfsduur in Vlaanderen vertoont sinds jaren een dalende trend, wat duidelijk wijst op het wijzigend vakantiepatroon. Deze daling wordt in belangrijke mate bepaald door de steeds korter wordende binnenlandse vakanties van de Belgen. Het Brusselse Gewest noteert over de voorbije periode een geringe aangroei van de verblijfsduur.

Tabel 2: Evolutie van het totaal aantal aankomsten 1995-1999

	1995	1996	1997	1998	1999	1997-1998 (%)	1998-1999 (%)	1995-1999 (%)
België	9.811.922	10.183.803	10.476.707	10.596.087	10.922.699	+1,1	+3,1	+2,7
Vlaamse Gewest	5.687.681	5.786.277	5.945.466	6.110.767	6.294.795	+2,8	+3,0	+2,6
Brusselse Gewest	1.918.659	2.124.098	2.228.550	2.193.785	2.264.516	-1,6	+3,2	+4,2
Waalse Gewest	2.205.582	2.273.428	2.302.691	2.291.535	2.363.388	-0,1	+3,1	+1,7

Bron: Toerisme Vlaanderen-Studiedienst, op basis van NIS

Tabel 3: Evolutie van het totaal aantal overnachtingen 1995-1999

	1995	1996	1997	1998	1999	1997-1998 (%)	1998-1999 (%)	1995-1999 (%)
België	35.261.029	35.949.096	35.580.717	35.158.579	35.253.492	-1,2	+0,3	-0,0
Vlaamse Gewest	24.566.965	24.650.440	23.950.157	23.966.416	23.844.341	+0,1	-0,5	-0,7
Brusselse Gewest	3.466.411	3.983.663	4.259.813	4.088.984	4.289.538	-4,0	+4,9	+5,5
Waalse Gewest	7.227.653	7.314.993	7.370.747	7.103.179	7.119.613	-3,6	+0,2	-0,4

Bron: Toerisme Vlaanderen-Studiedienst, op basis van NIS

1 Aantal toeristen: cijfers berekend door het NIS op basis van maandstatistieken (aankomsten en overnachtingen) ingediend door de individuele logiesverstrekkers (inclusief de verhuursector).

2.1.1 De binnenlandse markt

De binnenlandse marktvraag herstelde zich en steeg met 3,2%. De gemiddelde verblijfsduur blijft verder wegzakken en bedraagt 4,9 nachten. Dit heeft tot gevolg dat de gunstige cijfers op het vlak van aankomsten niet in even gunstige cijfers op het vlak van overnachtingen vertaald worden. Het aandeel van Vlaanderen in de binnenlandse marktvraag blijft stabiel en bedraagt ongeveer 66%.

Tabel 4: Evolutie van de binnenlandse aankomsten 1995-1999

	1995	1996	1997	1998	1999	1997-1998 (%)	1998-1999 (%)	1995-1999 (%)
België	4.164.462	4.261.022	4.342.332	4.314.246	4.451.925	-0,6	+3,2	+1,7
Vlaamse Gewest	2.791.927	2.832.302	2.894.652	2.832.988	2.922.485	-2,1	+3,2	+1,1
Brusselse Gewest	103.348	114.582	121.286	163.254	184.394	+34,6	+12,9	+15,6
Waalse Gewest	1.269.187	1.314.138	1.326.394	1.318.004	1.345.046	-0,6	+2,1	+1,5

Bron: Toerisme Vlaanderen-Studiedienst, op basis van NIS

Tabel 5: Evolutie van de gemiddelde verblijfsduur – binnenlandse markt 1995-1999 (in nachten)

	1995	1996	1997	1998	1999
België	4,9	4,8	4,5	4,5	4,2
Vlaamse Gewest	5,7	5,6	5,2	5,2	4,9
Brusselse Gewest	1,6	1,7	1,8	1,7	1,8
Waalse Gewest	3,4	3,3	3,3	3,2	3,1

Bron: Toerisme Vlaanderen-Studiedienst, op basis van NIS

Tabel 6: Evolutie van de binnenlandse overnachtingen 1995-1999

	1995	1996	1997	1998	1999	1997-1998 (%)	1998-1999 (%)	1995-1999 (%)
België	20.323.944	20.425.962	19.703.794	19.225.476	18.845.100	-2,4	-2,0	-1,9
Vlaamse Gewest	15.783.756	15.844.164	15.098.183	14.722.905	14.374.282	-2,5	-2,4	-2,3
Brusselse Gewest	166.915	195.948	217.290	283.063	339.092	+30,3	+19,8	+19,4
Waalse Gewest	4.373.273	4.385.850	4.388.321	4.219.508	4.131.726	-3,8	-2,1	-1,4

Bron: Toerisme Vlaanderen-Studiedienst, op basis van NIS

2.1.2 De buitenlandse markt

Het aantal buitenlandse verblijftoeristen naar België groeide in 1999 met 3%. Dit groeicijfer is beduidend lager dan de genoteerde stijging in 1998 en blijft lager dan het Europees gemiddelde voor 1999 (5,4%). In tegenstelling tot het jaar 1998, stijgen ook het Waalse en Brusselse Gewest. Het aandeel van Vlaanderen in de buitenlandse overnachtingen blijft stabiel op ongeveer 52%. In tegenstelling tot de gemiddelde verblijfsduur van binnenlandse toeristen korten de buitenlanders hun verblijf in België en Vlaanderen niet in. Hierdoor stijgt het aantal gerealiseerde overnachtingen ook effectief met 3%.

Tabel 7: *Evolutie van de buitenlandse aankomsten 1995-1999*

	1995	1996	1997	1998	1999	1997-1998 (%)	1998-1999 (%)	1995-1999 (%)
België	5.647.460	5.922.781	6.134.375	6.281.841	6.470.774	+2,4	+3,0	+3,5
Vlaamse Gewest	2.895.754	2.953.975	3.050.814	3.277.779	3.372.310	+7,4	+2,9	+3,9
Brusselse Gewest	1.815.311	2.009.516	2.107.264	2.030.531	2.080.122	-3,6	+2,4	+3,5
Waalse Gewest	936.395	959.290	976.297	973.531	1.018.342	-0,3	+4,6	+2,1

Bron: Toerisme Vlaanderen-Studiedienst, op basis van NIS

Tabel 8: *Evolutie van de gemiddelde verblijfsduur – buitenlandse markt 1995-1999 (in nachten)*

	1995	1996	1997	1998	1999
België	2,6	2,6	2,6	2,5	2,5
Vlaamse Gewest	3,0	3,0	2,9	2,8	2,8
Brusselse Gewest	1,8	1,9	1,9	1,9	1,9
Waalse Gewest	3,0	3,1	3,1	3,0	2,9

Bron: Toerisme Vlaanderen-Studiedienst, op basis van NIS

Tabel 9: *Evolutie van de buitenlandse overnachtingen 1995-1999*

	1995	1996	1997	1998	1999	1997-1998 (%)	1998-1999 (%)	1995-1999 (%)
België	14.937.085	15.523.134	15.876.923	15.933.103	16.408.392	+0,4	+3,0	+2,4
Vlaamse Gewest	8.783.209	8.806.276	8.851.974	9.243.511	9.470.059	+4,4	+2,5	+1,9
Brusselse Gewest	3.299.496	3.787.715	4.042.523	3.805.921	3.950.446	-5,9	+3,8	+4,6
Waalse Gewest	2.854.380	2.929.143	2.982.426	2.883.671	2.987.887	-3,3	+3,6	+1,1

Bron: Toerisme Vlaanderen-Studiedienst, op basis van NIS

2.1.3 Evolutie van de marktlanden waar Toerisme Vlaanderen actief is

Tabel 10: Evolutie van de aankomsten naar marktland in Vlaanderen 1995–1999

Aantal aankomsten	1995	1996	1997	1998	1999	1997-1998 (%)	1998-1999 (%)	1995-1999 (%)
Nederland	802.246	823.618	839.436	890.518	944.708	+6,1	+6,1	+4,2
Verenigd Koninkrijk	407.408	445.397	511.888	606.434	650.968	+18,5	+7,3	+12,5
Duitsland	647.084	621.943	611.229	597.545	606.938	-2,2	+1,6	-1,6
Frankrijk	361.677	370.555	375.327	416.818	433.310	+11,1	+4,0	+4,6
V.S. Amerika	113.929	116.924	127.215	137.676	140.790	+8,2	+2,3	+5,4
Japan	57.424	60.738	61.636	66.583	69.634	+8,0	+4,6	+4,9
Italië	66.263	73.005	69.274	75.450	76.386	+8,9	+1,2	+3,6
Spanje	45.634	49.000	45.405	49.199	50.283	+8,4	+2,2	+2,5
Zweden	29.584	30.844	29.410	28.202	28.808	-4,1	+2,1	-0,7
Denemarken	20.203	16.694	20.177	23.721	18.343	+17,6	-22,7	-2,4
Noorwegen	10.469	12.479	17.978	17.413	13.332	-3,1	-23,4	+6,2
Finland	8.748	10.320	9.212	7.486	7.122	-18,7	-4,9	-5,0
Oostenrijk	18.441	15.622	16.815	19.320	14.065	+14,9	-27,2	-6,5
Tsjechische Republiek	18.892	17.942	14.934	14.256	12.584	-4,5	-11,7	-9,7

Bron: Toerisme Vlaanderen Studiedienst op basis van NIS

Tabel 10 geeft voor de bestemming Vlaanderen de details weer voor alle landen waar Toerisme Vlaanderen actief is.

De groep van de vier buurlanden blijft gestaag groeien. Belangrijk is de positieve beweging in de Duitse markt na jaren van systematisch verlies. Het aantal aankomsten van de Mediterrane landen groeit traag maar gestaag aan. De Scandinavische landen vertonen van jaar tot jaar een erg onberekenbaar groeipatroon. Over een periode van vijf jaar gemeten, evalueert deze markt nauwelijks. Oostenrijk en de Tsjechische Republiek tonen belangrijke min-cijfers.

2.1.4 Concurrentiële bestemmingen

Nederland, Duitsland en Denemarken zijn landen met een vergelijkbaar toeristisch product als dat van Vlaanderen.

De vergelijking van de relatieve groeicijfers van de aankomsten, volgens de WTO, naar herkomstmarkt leidt tot onderstaande bevindingen.

Denemarken toont op alle markten – met uitzondering van Japan en het Verenigd Koninkrijk – negatieve groeicijfers. De positieve groei van de Japanse en Britse markt is voor Denemarken en Vlaanderen van éénzelfde grootteorde.

Duitsland kent positieve maar kleinere groeicijfers dan Vlaanderen voor de Nederlandse, Britse, Franse en Japanse markt. De Mediterrane en Scandinavische landen worden steeds belangrijker voor de Duitse toeristische sector.

Vlaanderen en Nederland vertonen dezelfde trends in plus en min voor de onderscheiden herkomstlanden. De Duitse en Spaanse markt groeien sneller in Nederland, daar waar de Franse markt sterker groeit in Vlaanderen.

2.1.5 Het reismotief van de verblijftoeristen

Op basis van de vraagcijfers, verzameld door het NIS, kan een verdeling op basis van het reismotief van de toeristen gemaakt worden.

Ten opzichte van het voorgaande jaar laat 1999 zich kenmerken door een vrij belangrijke verschuiving van de zakelijke markt naar de congres-, conferentie- en seminariemarkt. Deze verschuiving is het duidelijkst voor het segment van de buitenlandse toeristen. Dat de congresmarkt alsmaar belangrijker wordt, blijkt uit de gegevens voor Brussel. Niet minder dan een derde van alle aankomsten situeren zich in het congressegment.

Dit is niet verwonderlijk daar België reeds de zevende plaats bekleedt, met een wereldwijd marktaandeel van 2,7%, in de lijst van meest gefrequenteerde landen voor het houden van internationale meetings. Op dezelfde basis staat Brussel zelfs op een tweede plaats na Parijs.

2.2 Het ondersteunend toeristisch-recreatief aanbod

2.2.1 Logiesverstrekkende bedrijven

Op 19 september 2000 bestond het hotelaanbod in Vlaanderen uit 1.135 vergunde hotels of 27.242 kamers.

Sinds de invoering van het hoteldecreet van 20 maart 1984 blijft de langzame daling van het aantal hotels in de lagere categorieën O, H en H1 aanhouden en vertonen de hogere categorieën, vooral dan de driesterrencategorie, een systematische stijging. De invoering van het decreet heeft zijn effect op de kwaliteitsverbetering van het hotelaanbod in Vlaanderen zeker niet gemist.

Tabel 11: Verdeling van vergunde logiesverstreckende bedrijven in Vlaanderen (stand van zaken op 19 september 2000)

Provincie	Categorie	O	H	H1	H2	H3	H4	H5	Totaal
Antwerpen	Bedrijven Kamers	7 139		21 418	14 357	46 1.639	33 2.522	1 178	122 5.253
Vlaams-Brabant	Bedrijven Kamers	7 103	2 162	22 309	17 406	40 1.633	16 1.395	2 405	106 4.413
Limburg	Bedrijven Kamers	23 253	0 0	30 263	27 262	48 844	12 453	0 0	140 2.075
Oost-Vlaanderen	Bedrijven Kamers	20 174	1 64	24 261	21 238	52 1.202	10 656	0 0	128 2.595
West-Vlaanderen	Bedrijven Kamers	72 905	1 63	139 2.002	130 1.982	218 5.040	76 2809	1 110	637 12.911
Totaal	Bedrijven Kamers	129 1.574	4 289	236 3.253	209 3.245	404 10.358	147 7.835	4 693	1.133 27.247

Bron: Toerisme Vlaanderen - Hoteldienst

Vanaf 1 januari 2000 zijn de nieuwe classificatienormen van kracht. Voor verdere bespreking zie hoofdstuk II.2.

2.2.2 Openlucht recreatieve bedrijven

De vernieuwing en de kwaliteitsverbetering van de openlucht recreatieve bedrijven zet zich eindelijk door en dit nadat we vanaf juni 1999 de uitvoering van het decreet op de openlucht-recreatieve bedrijven als topprioriteit vooruitschoven.

Bij het aantreden van deze regering waren een 15-tal vergunningen afgeleverd. Per 14 oktober 2000 is dit aantal opgelopen tot 143 van in totaal 389 vergunningsplichtige terreinen. De achterstand in de behandeling van de ontvankelijke dossiers is volledig weggewerkt.

De toestand is – op datum van 14 oktober 2000 – als volgt:

1) Aantal afgeleverde gewone vergunningen: 143

Provincie	aantal vergunningen	aantal plaatsen	totale oppervlakte/m ²
ANTWERPEN	18	5496	3873157
LIMBURG	19	4813	2007958
OOST-VLAANDEREN	17	2699	2433412
VLAAMS-BRABANT	10	909	328068
WEST-VLAANDEREN	79	18661	3547551
TOTAAL	143	32578	12190146

2) Aantal geweigerde gewone vergunningen: 12**3) Aantal dossiers waarvoor op dit ogenblik de vergunningsprocedure loopt: 14**

Van 14 dossiers loopt de vergunningsprocedure. Indien uit de terreininspectie blijkt dat het terrein voldoet aan de vergunningsvoorwaarden én indien de adviezen van de gezondheidsinspectie en het technisch comité gunstig zijn, zal het aantal afgeleverde vergunningen als volgt stijgen:

Eind oktober :	+2
Eind november :	+10
Eind december :	+2

4) Ingebrekestellingen

Half mei 2000 werden 72 uitbaters door Toerisme Vlaanderen aangeschreven omdat ze nog steeds geen dossier of een onvolledig dossier hadden ingediend. Enkel de uitbaters van goed gezonde terreinen werden aangeschreven; de dossiers waarvan enkel het stedenbouwkundig attest ontbrak werden ook buiten beschouwing gelaten. Begin september werden 4 uitbaters door Toerisme Vlaanderen aangeschreven en begin oktober opnieuw 4.

Provincie	aantal ingebrekestellingen
ANTWERPEN	15
LIMBURG	11
OOST-VLAANDEREN	19
VLAAMS-BRABANT	10
WEST-VLAANDEREN	25
TOTAAL	80

5) Processen-verbaal

Begin juni werd een eerste golf van terreinen geverbaliseerd. De uitbaters van deze terreinen hadden nog steeds geen aanvraag ingediend. Ook hier werden de zonevreemde terreinen buiten beschouwing gehouden. Terreinen waarvan het brandattest ontbreekt, worden in een tweede golf opgenomen die thans lopende is.

Provincie	aantal pv's
ANTWERPEN	2
LIMBURG	4
OOST-VLAANDEREN	5
VLAAMS-BRABANT	1
WEST-VLAANDEREN	4
TOTAAL	16

Voor bespreking van de problematiek van de (deels) zonevreemde terreinen verwijzen we naar hoofdstuk II.2.

2.2.3 Reisbureaus

Onderstaande tabel schets de evolutie in de laatste zeven jaar van het aantal vergunde reisbureaus in Vlaanderen.

Tabel 12: Evolutie vergunde reisbureaus 31.12 1993 tot 20.09.2000

JAAR	Cat. A.		Cat. B.		Cat. C.		TOTAAL VERGUND	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Hoofdkantoren								
31.12.'93	556	79%	53	8%	91	13%	700	100%
31.12.'94	602	81%	56	8%	85	11%	743	100%
31.12.'95	653	82%	62	8%	79	10%	794	100%
31.12.'96	657	82%	67	8%	78	10%	802	100%
31.12.'97	656	81%	76	10%	74	9%	806	100%
31.12.'98	653	81%	83	10%	69	9%	805	100%
31.12.'99	654	82%	89	11%	55	7%	798	100%
20.09.'00	641	82%	88	12%	49	6%	778	100%
Bijkantoren								
20.09.'00	481	95%	24	5%	0	0%	505	100%
totaal aantal verkooppunten								
	1122	87%	112	9%	49	4%	1283	100%

Bron: Toerisme Vlaanderen - dienst Reisbureaus

Het aantal vergunde reisbureaus vertoont een lichte daling. Deze daling wordt voornamelijk veroorzaakt door de zware concurrentie in deze sector. Een aantal vergunninghouders ging failliet: 1998: 10; 1999: 5; 2000: 4 (cijfer per 20/9/2000). Voorts vonden er dit jaar enkele overnames van vergunde bedrijven door de grote bedrijven plaats.

3 Werkgelegenheid in de toeristisch-recreatieve sector

Werkgelegenheidscijfers zijn belangrijke beleidsindicatoren. Samen met de consumptieve bestedingen en investeringen duidt werkgelegenheid op het economisch belang van de sector.

In de beleidsnota 2000-2004 wordt op elk van deze drie economische parameters uitvoerig ingegaan. In de beleidsbrief 2001 beperken we ons tot de bespreking van werkgelegenheidsstatistieken, daar er enkel voor deze parameter recentere gegevens voorhanden zijn.

3.1 Evolutie van de werkgelegenheid in de toeristisch-recreatieve sector

De hierna gebruikte gegevens gaan niet verder terug dan 1994 omdat de vroegere data door de aanpassingen van de NACE-codes in '94 niet vergelijkbaar zijn.

Uit tabel 13 blijkt dat in 1994 99.173 arbeidskrachten in de bij toerisme en recreatie betrokken bedrijfsgroepen aan het werk waren. Zij maakten voor 5,6% deel uit van de totale werkgelegenheid in het Vlaamse Gewest. Het grootste deel was in de restaurant- en cafésector en in het spoorwegvervoer aan de slag. De restaurantsector staat in voor 27,4% van het aantal tewerkgestelden, gevolgd door de cafésector, het spoorwegvervoer en het stads- en wegvervoer (elk ongeveer 12%).

Als we de situatie in 1994 met die in 1998 vergelijken, valt op dat in absolute aantallen de restaurant-, café- en vervoersector (uitgezonderd vervoer over water) samen hun grote aandeel in de werkgelegenheid blijven behouden. De absolute groei in de werkgelegenheidscijfers is in de eerste plaats te danken aan de groei in de restaurantsector en vervolgens de luchtvaart en de 'reisbureaus, touroperators, gidsen, VVV's, e.d.'. Het aantal tewerkgestelden in de restaurantsector bijvoorbeeld evolueerde van 27.219 naar 33.767.

Grote verliezers zijn de vervoersector over spoor en de categorie 'overige accommodaties' waaronder gastenkamers en collectieve logies.

Globaal genomen betekent dit dat de absolute werkgelegenheid in de bij toerisme en recreatie betrokken bedrijfsgroepen in het Vlaamse Gewest met 7.085 arbeidskrachten of 7.1 % is toegenomen.

Belangrijke opmerking in dit verband is het feit dat er in de toeristische sector ook een groot aantal werkgevers/zelfstandigen werken, die in deze cijfers niet opgenomen zijn. Hun aantal is niet onaanzienlijk, daar bijvoorbeeld in de horecasector de verhouding werkgever-werknemer 1 op 2 bedraagt.

Tabel 13: Aantal werknemers opgenomen in de sociale zekerheid op 30 juni 1994, 1997 en 1998 per NACE-bel code voor Vlaanderen

Loontrekkende werkgelegenheid in de toeristisch-recreatieve sector (Vlaamse Gewest, 1994-1997-1998)							
				Abs. evol. 94-98	% evolutie 94-98	Abs.evol. 97-98	% evolutie 97-98
	1994	1997	1998				
Hotels	6.620	6.973	7.268	648	9,8	295	4,2
Overige accomo- daties	4.239	3.710	3.697	-542	-12,8	-13	-0,4
Restaurants	27.219	32.596	33.767	6.548	24,1	1.171	3,6
Cafés	11.875	11.929	11.627	-248	-2,1	-302	-2,5
Vervoer per spoor	11.854	10.613	8.994	-2.860	-24,1	-1.619	-15,3
Stads- en wegvervoer	11.082	11.614	(11.614)	532	4,8	-	-
Vervoer over water	2.322	1.945	(1.945)	-377	16,2	-	-
Luchtvaart	6.993	8.560	9.690	2.697	38,6	1.130	13,2
Reisbureaus, touroperators, e.d.	2.586	3.837	4.056	1.470	56,8	219	5,7
Kermis en pretparken	212	230	(230)	18	8,5	-	-
Overige culturele activiteiten	4.908	4.591	4.542	-366	-7,5	-49	-1,1
Sport	7.119	6.698	6.821	-298	-4,2	123	1,8
Overige recreatie	2.144	2.228	2.007	-137	-6,4	-221	-9,9
Loontr.werkgel. toeristische sector	99.173	105.524	106.258	7.085	7,1	734	0,7
Totale loontr. Werkgel. Vlaamse Gewest	1.763.204	1.842.267	1.885.174	121.970	6,9	42.907	2,3

() cijfers 1997 overgenomen

Bron: O.N.S.S.-R.S.Z. + bewerking Studiedienst Toerisme Vlaanderen + eigen berekeningen

3.2 Vergelijking met andere sectoren

Het belang van de toeristische sector op het vlak van werkgelegenheid ten opzichte van andere sectoren, is uit tabel 14 af te lezen. In een vergelijking met enkele andere grote sectoren, zoals de bouwnijverheid, het onderwijs of het openbaar bestuur, neemt toerisme een belangrijke plaats in als schepper van loontrekkende werkgelegenheid.

Tabel 14: Bezoldigde werkgelegenheid in het Vlaamse Gewest (1994, 1997, 1998): de toeristisch-recreatieve sector vergeleken met enkele andere sectoren.

	1994	1997	1998	Periode 1994-1998	
	Absoluut	absoluut	absoluut	Absolute evolutie	Evolutie in %
Onderwijs	183.496	184.202	187.641	4.145	2,3
Gezondheidszorg en maatschappelijke dienstverlening	177.187	190.895	202.522	25.335	14,3
Openbaar bestuur, alg. collectieve diensten en verplichte sociale verzekering	131.253	150.687	151.070	19.817	15,1
Bouwnijverheid	120.212	112.803	112.890	-7.322	-6,1
Groothandel en handelsbemiddeling	101.842	106.804	109.908	8.066	7,9
Toeristische sector: bij toerisme en recreatie betrokken bedrijfsgroepen	99.173	105.524	106.258	7.085	7,1

Bron: O.N.S.S.-R.S.Z. + bewerking Studiedienst Toerisme Vlaanderen + eigen berekeningen

Ook in de Beleidsnota Werkgelegenheid 2000-2004² wordt gewezen op het belang van de toeristische sector als groeisector binnen het werkgelegenheidsbeleid. De sector kenmerkt zich door de erg arbeidsintensieve ontwikkelingen, in het bijzonder op het uitvoerend en het middenniveau. Daardoor wordt de sector ook gekenmerkt door een hoog aandeel van laaggeschoolde arbeidskrachten en een vrij sterke feminisering.

3.3 Horeca

Door het grote belang van de horecasector in het toeristisch-recreatieve gebeuren en door de specifieke problematiek, gaan we dieper op deze sector in.

De horecasector (hotels en overige accommodatie, restaurants en cafés) telde op 30 juni 1994 49.953 arbeidsplaatsen voor loontrekkenden of 2,83% van het totaal aantal arbeidsplaatsen voor loontrekkenden. De werkgelegenheid in de horeca kent sinds lang een stijgende trend, tot 56.359 arbeidsplaatsen in 1998, wat 2,99% van de totale loontrekkende werkgelegenheid in het Vlaamse Gewest uitmaakt.

Verder telde de sector in 1994 24.000 zelfstandigen of 7,3% van het totale aantal zelfstandigen in Vlaanderen. De beroepsfederatie Ho.Re.Ca. Vlaanderen beschouwt dit cijfer als een ondergrens, aangezien er in 1999 30.957 horecabedrijven in Vlaanderen waren. Wel is hier een verschuiving vast te stellen van drankgelegenheden naar traditionele restaurants.

De horeca is niet alleen een sector met een groot aandeel zelfstandigen, maar ook een sector met veel werknemers in kleine 'inrichtingen'. Bovendien wordt vaak beroep gedaan op jobstudenten en tijdelijke werkrachten. Minder dan 10% van de werknemers werkt in een onderneming met 50 werknemers of meer. Het is dan ook niet eenvoudig een duidelijk beeld te krijgen van de actuele werkgelegenheidstoestand van een sector met dergelijk hoog KMO-gehalte.

In de horecasector is er een opmerkelijk verschil tussen het totale aantal jobs en het aantal werknemers. Dit verschil is wellicht in grote mate door zogenaamde multi-jobs (één werknemer met meerdere jobs) te verklaren.

Een vraag die zich hier opdringt, is in hoeverre de geschetste evolutie overeenstemt met de realiteit. Enerzijds maakt de horecasector veelvuldig gebruik van jobstudenten, anderzijds is er het algemeen erkende probleem van zwartwerk in deze sector. We kunnen met andere

² Beleidsnota Werkgelegenheid 2000-2004, p. 65.

woorden veronderstellen dat het effectieve aantal tewerkgestelde personen in deze sector hoger ligt.

De horecasector blijft qua tewerkstelling een belangrijk aandeel laag geschoolden in dienst hebben (40%) en blijft ook de uitgesproken sector van de a-typische arbeid: meer dan de helft van de horeca-werknemers werkt deeltijds; één derde werkt in afwijkende tijdsstelsels.

3.4 Vacatures

De VDAB telde in 1999 8.967 vacatures in de toeristische sector (volgens NACE-BEL codes), waarvan er 7.259 ingevuld werden (VDAB). Dat is een stijging van 671 ontvangen vacatures tegenover 1998, met 467 vacatures meer die werden ingevuld. Tabel 15 toont een gedetailleerd overzicht van de vacatures per bedrijfstak.

Tabel 15: Vacatures alle arbeidscircuits

NACE	omschrijving	1998		1999		verschil	
		ontvangen	vervuld	ontvangen	vervuld	ontvangen	vervuld
5511	Hotels en motels, met restaurant	1.306	1.099	1.575	1.223	269	124
5512	Hotels en motels, zonder restaurant	221	197	185	168	-36	-29
5521	Jeugdherbergen en berghutten	14	17	20	18	6	1
5522	Kampeerterreinen	114	100	120	113	6	13
5523	Overige verblijfsaccomodaties	417	335	337	298	-80	-37
5530	Restaurants	4.291	3.513	4.490	3.676	199	163
5540	Drankgelegenheden	856	638	886	706	30	68
5551	Kantines	129	110	185	139	56	29
5552	Catering en uitzendkoks	377	309	367	276	-10	-33
55	Hotels en restaurants	7.725	6.318	8.165	6.617	440	299
6330	Reisbureaus en touroperators	356	275	567	426	211	151
9252	Musea en monumentenzorg	123	130	159	145	36	15
9253	Botanische tuinen, dierentuinen en natuurreservaten	92	69	76	71	-16	2
925	Overige culturele activiteiten	215	199	235	216	20	17
	Totaal	8.296	6.792	8.967	7.259	671	467

Bron: VDAB databeheer - analyse

De beroepsgroepen uit de horeca en de bedienden uit de toeristische sector komen voor in de lijst van meest gevraagde functies bij vacatures.

Keukenpersoneel komt hier op de negende plaats, kelners, zaal- en barpersoneel op de tiende, bedienden toeristische sector en receptiepersoneel hotels op de achtentwintigste plaats.

3.5 Knelpuntberoepen

In de analyse van de knelpuntberoepen '98 door de VDAB (studiedienst, mei 1999) worden de beroepen 'bedienden toerisme' (= zelfstandig bediende reisbureau en bediende ticketing-vliegtuigen) en 'personeel horeca' (= chef-kok, kok, geschoolde hulpkok, restaurantkelner, zaalmedewerker fast-food/snackbar) als knelpuntberoepen beschouwd.

Er is hier niet alleen een probleem van kwantiteit, maar ook en vooral van kwaliteit. Het wordt steeds moeilijker om personeel met horeca-ervaring te vinden dat op flexibele arbeidsuren inzetbaar is. Al dan niet terecht heeft de horecasector voor veel werkzoekenden een kwalijke reputatie. De stereotype beeldvorming (lage lonen, zwartwerk is normaal, weekendwerk en werken tot in de late uurtjes, seizoensgebonden werk en weinig stabiliteit) beperkt de zin voor dergelijke jobs. De horecasector wordt door een groot verloop van de werknemers gekenmerkt. Specifiek voor koks wordt er bijna altijd ervaring gevraagd. In de fast foodsector wordt er veel tijdelijke flexibiliteit vereist.

Om aan de vereisten van de arbeidsmarkt beter tegemoet te komen, richtte de horecasector in 1999 het Centrum voor Vorming en Vervolmaking op, een paritair bestuurd orgaan gefinancierd via een sectoraal akkoord. Het Centrum vervult een initiërende en coördinerende rol inzake vorming en doet hiervoor een beroep op bestaande opleidingsinstituten. Het gaat hier concreet om VDAB, FOREM, VIZO, IFPME en de hotelscholen.

Het Centrum richt zich vooral op werknemers uit KMO's en hanteert hiervoor drie instrumenten:

1. Een gedecentraliseerd vormingsaanbod, rekening houdend met de vormingsvraag per regio.
2. De bedrijfsconsulent als begeleider om de brug tussen onderneming en vormingsaanbod te vormen. De tien aangetrokken bedrijfsconsulenten hebben in hoofdzaak een informerende functie.
3. De communicatie over de sector en de vorming: een communicatie- en reclamecampagne om de beeldvorming bij jongeren en werkzoekenden over de horeca positief te beïnvloeden.

Uit volgende data blijkt het stijgend aantal inschrijvingen en uitgereikte getuigschriften, mede dankzij de gevoerde communicatie- en reclamecampagne. Het Centrum voor Vorming en Vervolmaking in de Horecasector reikte in de periode april 1999 tot december 1999 477 getuigschriften uit; in de periode april 2000 tot september 2000 steeg dit aantal reeds tot 1.084. Het aantal inschrijvingen voor de opleidingen die lopen vanaf 17 oktober tot december 2000 bedraagt 1084.

Bij de bedienden in het toerisme is de voornaamste eis zelfstandig en klantgericht kunnen werken. Zelfstandigheid impliceert een zekere polyvalentie.

De toenemende vraag naar talenkennis en ervaring bij de knelpuntberoepen is een algemene trend.

Ook hier moeten initiatieven in de richting van opleiding en vorming dit probleem reduceren.

Hoofdstuk II

Beleidsvisie en de 7 programmalijnen

In de Beleidsnota Toerisme 2000-2004 staat de visie op het te ontwikkelen beleid als volgt verwoord:

‘Het versterken van de aantrekkingskracht, de economische impact en de concurrentiepositie van het toeristisch-recreatief product ‘Vlaanderen en Brussel’ met respect voor de draagkracht van de omgeving en de bevolking.’

Op basis van deze visie formuleerden we programmalijnen, die als prioritaire aandachtspunten in het hele strategische planningsproces verweven zitten:

- opleiding
- kwaliteitszorg
- ruimte voor toerisme en recreatie
- sociaal toerisme
- toeristisch-recreatieve projectontwikkeling
- de relatie cultuur- toerisme
- e-toerisme

In elk van deze programmalijnen werden in het voorbije jaar initiatieven genomen. Het betreffen veelal strategische projecten, die op de rails werden gezet ter realisatie van de strategische doelstellingen en/of van de kritische succesfactoren.

De beoogde beleidseffecten zijn op dit moment nauwelijks meetbaar en dit omwille van de ernstige handicap dat er voor de toeristisch-recreatieve sector amper beleidsindicatoren voorhanden zijn.

Elk van de projecten die onder elke programmalijn vermeld staan, is strategisch en expliciteert op een concrete manier de beoogde doelstellingen. Zij maken deel uit van de operationele strategische planningscyclus.

1 Opleiding

In de Beleidsnota Toerisme 2000-2004 wordt ruim aandacht besteed aan deze programmalijn. De toeristisch-recreatieve sector vindt immers baat bij onderwijs en vormingsprojecten die goed aansluiten op wat de arbeidsmarkt vraagt. Zowel het bedrijfsleven als de overheid, maar ook de groeiende groep van potentiële gebruikers van de toeristische dienstverlening hebben belang bij een professionele toeristische aanpak.

De doelstellingen van het gevoerde beleid betreffen bijgevolg de afstemming van onderwijs en vorming op de behoeften van het bedrijfsleven enerzijds en de structurering en herkaveling van het onderwijs - en vormingsaanbod anderzijds. Het toeristisch onderwijs, de opleiding en vorming worden immers te onoverzichtelijk, te versnipperd en te ruim aangeboden. De aanbieders zijn het departement onderwijs (voltijds en deeltijds), het VIZO, het Centrum voor Recreatief Werk, het BLOSO, de Landelijke Commissie voor Kadervorming, allerlei sociale vakantie-organisaties, de Vereniging van Vlaamse Reisbureaus, Toerisme Vlaanderen, de Vlaamse Federatie voor Plattelands- en Hoevetoerisme, de Federatie van Toeristische Gidsengroeperingen (FTG), de Federatie van Belgische Autobus- en Autocarondernemers

(FBAA), de VDAB en de sectorale vormingsfondsen (CEVORA en het Centrum Vorming en Vervolmaking in de Horecasector).

In het voorbije jaar werden een drietal belangrijke initiatieven genomen, die in volgende jaren hun uitwerking zullen kennen.

1.1 Beroeps- en opleidingsprofielen voor de toeristische sector

Het opmaken van beroepsprofielen is een eerste stap in een betere aansluiting van onderwijs op arbeidsmarkt.

Een van de knelpunten in de toeristische sector is het vinden van goed opgeleide werknemers. Zoals in alle bedrijfstakken, heeft de toeristische sector nood aan afgestudeerden die over voldoende basiscompetenties, algemene vaardigheden en voldoende specifieke kennis beschikken om in een baan te kunnen groeien.

Om onderwijs en vorming maximaal te kunnen afstemmen op de behoeften van de arbeidsmarkt zijn in eerste instantie beroepsprofielen nodig, die gelegitimeerd worden vanuit de sector zelf. Uit de beroepsprofielen kunnen vervolgens adequate opleidingsprofielen afgeleid worden, zodat opleiding en vorming maximaal aansluiten bij de vereiste kwalificaties op de arbeidsmarkt.

Sinds 1997 loopt binnen de SERV een beroepsprofielenproject in samenwerking met diverse sectoren en sectorfondsen, voor wie telkens beroepenclusters worden doorgelicht.

In juni 1999 gingen de eerste besprekingen voor de toeristische sector van start, waarbij men zich kon baseren op beroepsprofielen die reeds door de Vlaamse Onderwijsraad werden opgesteld. Een werkgroep werd samengesteld uit vertegenwoordigers van verschillende subsectoren. Een medewerker van ons kabinet volgt de besprekingen als waarnemer en als brugfunctie van en naar het beleid.

De methodologie die oorspronkelijk gehanteerd werd voor het opstellen van een beroepenstructuur voor de toeristische sector, leidde echter niet tot de beoogde resultaten. Tijdens de vergadering van 17 december 1999 werd geopteerd voor een totaal gewijzigde aanpak. De methodologische problemen hangen immers samen met de heterogeniteit van de toeristische sector en vragen een benadering vertrekkend vanuit de werkelijkheid.

De medewerkers van de SERV kwamen via interviews en veldwerk tot een opdeling van de toeristische sector in subsectoren; voor twee subsectoren werd reeds een overzicht gemaakt van de beroepen die erin voorkomen en die kernberoepen zijn voor de sector.

Op de vergadering van 21 september 2000 werd het voorontwerp getoetst aan de ervaring en de kennis van de leden van de werkgroep werkzaam in de toeristische sector. De werkgroep bereikte een consensus over het ontwerp.

Er werd geopteerd om voor twee subsectoren (kantoren die organiseren, verkopen en/of bemiddelen; informatie- en promotiekantoren) de indeling in beroepen te verfijnen en op punt te stellen. Voor enkele andere subsectoren zal verder gewerkt worden aan een voorstel tot beroepenstructuur.

De verfijning en verdieping van het ontwerp zal opnieuw besproken worden in de maand november. De planning is om in de eerste helft van 2001 met de eerste beroepsprofielen voor de toeristische sector klaar te zijn.

1.2 Voortgezette academische opleiding ‘Toerisme’

Het ontbreken van een formele en volledige toerismeopleiding op topniveau en gericht op het strategisch management (in bedrijf én beleid) is onontbeerlijk in een land waar toerisme een groeiende arbeidsmarkt vertegenwoordigt. Bijgevolg werd de oprichting van een voortgezette academische opleiding toerisme in de Beleidsnota Toerisme 2000-2004 opgevoerd als één van de strategische projecten.

De Vlaamse Raad voor het Toerisme formuleerde op 14 juni 2000, op onze vraag een advies betreffende de oprichting van een voortgezette academische opleiding toerisme (VRTADV-00.03).

Hieruit blijkt dat Vlaanderen volgens internationale normen een achterstand heeft op het niveau van een coherent en interdisciplinair academisch onderwijsaanbod in toerisme. Het onderwerp ‘Toerisme’ komt in de bestaande universitaire onderwijsprogramma’s versnipperd aan bod en is in Vlaanderen onbestaand als hoofdstroom, als specialisatierichting of als ‘herkenbaar’ universitair diploma.

In het advies brengt de Vlaamse Raad voor het Toerisme de huidige situatie, betreffende academische opleidingen die verband houden met toerisme, in beeld.

Hierop gestoeld pleit de Raad voor het tot stand komen van een academische opleiding, equivalent aan de Europese normen van een ‘Masters’ opleiding, in een partnership tussen de Vlaamse hogescholen en universiteiten. De opleiding dient interuniversitair en interdisciplinair te worden georganiseerd, met de nadruk op een brede managementvorming.

De academische toerismeopleiding dient internationaal georiënteerd te zijn en actief te participeren in internationale netwerken. Parallel met de ontwikkeling van de opleiding dient een interuniversitair onderzoekscentrum te worden opgericht voor wetenschappelijk/fundamenteel, beleidsondersteunend en toegepast onderzoek in toerisme.

Volgend op dit advies is er een vooroverleg geweest tussen een aantal geïnteresseerden uit de universitaire wereld, waarbij enkele opties bekeken werden betreffende een aanvullende academische opleiding en waarbij voorgesteld werd een interuniversitaire werkgroep op te richten.

De Vlaamse Raad voor het Toerisme besliste in zijn vergadering van 20 september 2000 om haar ondervoorzitter aan dit universitair overleg te laten deelnemen en haar secretariaat ter beschikking te stellen van de werkzaamheden van deze werkgroep.

De Raad zal naast de interuniversitaire werkgroep ook werken aan het leggen van een basis voor een academische opleiding toerisme op het ‘mastersniveau’.

Eerstdaags zullen wij de minister van onderwijs, inlichten over de doelstellingen en werkzaamheden van de Vlaamse Raad voor het Toerisme inzake de voortgezette academische opleiding.

1.3 Gidsen

In de Beleidsnota Toerisme 2000-2004 staat het uitwerken van een éénduidige regelgeving en erkende opleidingsprogramma’s voor gidsen (toeristische gidsen, museum-, natuur- en bedrijfsgidsen) aangegeven als strategisch project om invulling te geven aan de strategische doelstelling die de professionalisering van de toeristisch-recreatieve sector beoogt.

De besprekingen rond semi-agorale arbeid worden aangewend om binnen dit kader iets uit te werken rond het statuut van de gidsen (zie programmatische kwaliteitszorg). Ter zelfdertijd worden ook opleiding en vorming en erkenning voor de gidsen onder de loupe genomen.

Tijdens een eerste vergadering met vertegenwoordigers van de verschillende partijen (gidsen en kabinet) bleek dat iedereen vragende partij was voor:

- een coherent modulair opleidingstraject voor alle gidsen;
- de mogelijkheden voor een gemeenschappelijk basisjaar met daarop volgend specialisatie moeten onderzocht worden;
- een werkbaar systeem van erkenning, gebaseerd op getuigschriften uitgereikt aan het einde van erkende opleidingscycli;
- een volwaardig sluitend statuut voor gidsen en reisleiders.

Het is noodzakelijk een zicht te krijgen op de hele gidsenwereld, in die zin dat er ook heel wat 'alternatieve' organisaties bestaan die niet zijn aangesloten bij de Federatie van Toeristische Gidsengroeperingen. Door hun eigen invalshoeken diversifiëren zij het aangeboden gidswerk. Er wordt gezocht naar een oplossing om ook hen mee te betrekken bij de besprekingen. Het gaat immers om een 11-tal groeperingen, die niet verenigd zijn.

Rond de voornoemde punten wordt door ieder een nota voorbereid. De gesprekken met de alternatieve organisaties worden verder gezet.

Sinds 1998 werd bij Toerisme Vlaanderen het project bedrijfsgidsen opgestart. Het project wil in samenwerking met het bedrijfsleven een belangrijk element van de bedrijfscommunicatie optimaliseren, met name de bedrijfsbezoeken. Steeds meer ondernemingen ondervinden immers dat professioneel opgebouwde en selectieve rondleidingen een belangrijke rol kunnen spelen bij het versterken van hun imago en het bereiken van hun doelstellingen. Toerisme Vlaanderen organiseerde in 1999 voor 64 bedrijfsgidsen de opleiding, tijdens de eerste zes maanden van 2000 hebben 72 deelnemers de sessies gevolgd.

Op donderdag 19 oktober 2000 maakten wij het eerste samenwerkingsakkoord tussen Toerisme Vlaanderen en een specifieke sectororganisatie bekend: de Scheikundige Industrie Regio Vlaanderen (SIREV). Dit samenwerkingsakkoord loopt tot 2004, met driejaarlijkse verlengingen, en houdt naast een basisopleiding ook een gerichte opleiding op maat van de sector en het bedrijf in. Toerisme Vlaanderen werkt de vormingspakketten uit.

2 Kwaliteitszorg

2.1 Kwaliteit van het ondersteunend toeristisch-recreatief aanbod

Binnen het toeristisch-recreatieve aanbod is kwaliteitszorg, naast vernieuwing en innovatie, de essentie en boodschap van het beleid. Afgelopen jaar werd onderzoek geleverd naar specifieke kwaliteitsaspecten en naar de toegankelijkheidsproblematiek voor specifieke doelgroepen zoals gehandicapten. Er werden classificatiesystemen geïmplementeerd. Het vergunningenbeleid voor de openluchtrecreatieve verblijven werd ter harte genomen en een rigoureuze vergunningenbeleid gehanteerd en kind- en gezinsvriendelijke maatregelen werden gesubsidieerd in de sociaal toeristische sector. Het bovenstaande geeft in een notendop weer waar we tijdens de voorbije maanden vooruitgang boekten.

2.1.1 Herclassificatie logiesverstreckende bedrijven

De kwaliteitszorg ten aanzien van de logiesverstreckende bedrijven (hotels) werd opgestart naar aanleiding van de volledige inspectie van alle hotels in het kader van de nieuwe Benelux-classificatie. De nieuwe normen van de Beneluxclassificatie werden met ingang van 1 januari 2000 van kracht. Deze nieuwe normen bouwen verder op de bestaande Benelux-classificatienormen, die sinds 1988 niet meer werden aangepast. Onder invloed van de veranderingen in de behoeften en verwachtingen van de consument/toerist en de nieuwe ontwikkelingen in de logiessector, meer bepaald in de hotelbranche, werd deze aanpassing dan ook als een noodzaak gevoeld.

De nieuwe normen beogen niet alleen het streven naar een hoogwaardiger kwalitatief toeristisch product, maar hebben eveneens de verdienste om een aantal reeds bestaande normen te verfijnen en te interpreteren op een éénduidige manier. Het meest innovatieve echter is de definiëring van elk type van hotelcategorie gaande van één ster tot vijf sterren. Dit betekent dat elk bedrijf, dat ingedeeld wordt in een categorie, in zijn geheel moet beantwoorden aan een zekere uitstraling van éénvoudig hotel (één ster), over middenklasse hotel (driesterren), tot luxe hotel (vijfsterren). Om een hotel te classificeren wordt aldus niet meer uitsluitend rekening gehouden met vereisten op infrastructureel vlak. Het zal eveneens beoordeeld worden op aspecten zoals hygiëne en onderhoudsstaat van het hotel.

Vlaanderen (inclusief de Vlaamse vergunningen in Brussel) beschikte op 1 januari 2000 over ongeveer 1.150 vergunde logiesverstreckende bedrijven. De invoering van de nieuwe Benelux hotelclassificatie noopte tot een volledige hercontrole van deze bedrijven. Aangezien deze classificatie enkel slaat op de categorieën H1 t.e.m. H5 betekent dit een hercontrole van +/- 1.000 hotels. De vergunde bedrijven in de categorie "O" zijn hierin niet begrepen. Bij aanvang werd de looptijd van dit project op één jaar ingeschat, maar omwille van de vele hercontroles werd vrij snel duidelijk dat de looptijd bijna twee jaar zou bedragen.

Het aantal inspecties bedraagt meer dan 1.000. Uit de proefinspecties en voorinspecties bleek dat slechts 20% van de bedrijven voldoet aan de nieuwe normen (200). Dit betekent dat naar schatting 800 bedrijven aan een tweede inspectie zullen moeten onderworpen worden, nadat ze, afhankelijk van de vastgestelde tekortkomingen, binnen een redelijke termijn de nodige aanpassingen hebben uitgevoerd.

De herclassificatie gebeurt op continue basis. Vanaf 1 januari 2000 werd dan ook elk bedrijf onmiddellijk na controle en eventuele hercontrole automatisch heringedeeld in een bepaalde categorie.

Teneinde echter geen ongelijkheid tussen de verschillende bedrijven te doen ontstaan, organiseert men de hercontroles op regiobasis en communiceert men duidelijk naar de klant dat een bedrijf op grond van de nieuwe normen is gecontroleerd (bv. label "nieuwe normen 2000").

De inspecteurs moeten bij al hun inspecties eveneens nagaan of er geen wijzigingen zijn opgetreden in de administratieve toestand van het bedrijf (wijziging exploitatie, uitbreiding of vermindering van kamers, dagelijks beheerder etc.). Tenslotte dienen deze inspecteurs, die een politionele bevoegdheid hebben, bij illegale praktijken te verbaliseren.

Van in den beginne werd er van uitgegaan dat een gemiddelde van 3 inspecties per dag moest gehaald worden (ter vergelijking, bij de inspectiediensten van de Vlaamse Gemeenschap ligt dit gemiddelde op 1 inspectie per dag). In de praktijk blijkt het aantal inspecties van de

inspecteurs van Toerisme Vlaanderen te schommelen tussen 4 à 5 inspecties per dag (inclusief opmaken van rapporten). Tot op datum van 19 september 2000 zijn ongeveer 600 bedrijven geïnspecteerd. Vooral de provincies West-Vlaanderen (Kust), Antwerpen en Vlaams-Brabant werden gecontroleerd. Wat specifiek de kunststeden betreft werden Antwerpen, Mechelen en Leuven volledig gecontroleerd. De provincies Oost-Vlaanderen en Limburg zullen volgen. Van het totaal van de 600 bedrijven voldeden er slechts 66 bij de eerste controle om dezelfde categorie te behouden. 342 andere bedrijven hadden tekortkomingen die, nadat zij hieromtrent schriftelijk waren verwittigd, een brief hebben gestuurd dat deze tekortkomingen verholpen waren. In totaal zijn dus nu 408 van de +/- 1000 te controleren hotels gehercontroleerd waarvan een aantal van categorie veranderd zijn (meestal lager). Voor de andere 192 hotels loopt de termijn nog.

Wat de verdere planning betreft zullen in de resterende maanden van 2000 en in de loop van het jaar 2001 alle bedrijven volledig gecontroleerd zijn en zullen er eveneens tweede controles plaatsvinden.

2.1.2 Kaderdecreet voor toeristische logiesverstrekking ?

De Vlaamse Raad voor het Toerisme besloot een werkgroep op te richten met de taak een advies voor te bereiden rond een reglementering waarbij alle toeristische logiesverstrekkende bedrijven onderworpen zouden kunnen worden aan een vergunningsplicht. Op die manier kan de kwaliteitsbewaking van het product gegarandeerd worden.

Aan de basis van dit initiatief lagen:

- ons verzoek om advies, dd. 9 februari 2000, aan de Vlaamse Raad voor Toerisme over de problematiek van de ‘invulling van het begrip landbouw als nevenactiviteit in relatie tot het hoevetoerisme’;
- de vraag van de lokale overheden en de diverse aanbiedende vzw's (Gilde der Gastenkamers) naar een uniforme regelgeving inzake de verhuur van gastenkamers;
- de vraag van de aanbieders naar een uniforme regelgeving inzake de verhuur van vakantieverblijven;
- de vaststelling dat de Franse Gemeenschap over een specifieke reglementering beschikt voor de landelijke verblijven, verblijven op de boerderij, gemeubileerde vakantiewoningen en gastenkamers.

Met de bestaande regelgeving blijft een belangrijk aandeel van het toeristisch logiesaanbod niet vergunningsplichtig, onder andere:

- de verhuringen: studio's, appartementen, vakantiewoningen, ...
- de kleinschalige logies met capaciteit van minder dan 10 personen en minder dan vier kamers;
- het logiesaanbod in het kader van het sociaal -, jeugd - en groepstoerisme.

Het standpunt van de Vlaamse Raad voor Toerisme inzake vergunningsplicht en classificatie luidt als volgt: ‘ *De Vlaamse Raad voor Toerisme is van oordeel dat voor iedere vorm van toeristische logiesverstrekking, ongeacht de aard en de capaciteit, een vergunningsplicht dient te worden ingevoerd. Daarnaast dient – naar het voorbeeld van de hotel- en campingsector - per subcategorie van logies en aan de hand van objectief meetbare normen een classificatie te worden ingevoerd.* ‘ Tevens is de Vlaamse Raad voor Toerisme van oordeel dat voor sommige vormen van toeristische logiesverstrekking een aangepaste labeling kan worden uitgewerkt. Zij is van oordeel dat na de inwerkingtreding van de veralgemeende vergunningsplicht, enkel de vergunde logiesmogelijkheden kunnen worden opgenomen in om het even welke promotie of publiciteit.

Begin oktober maakte de Vlaamse Raad voor Toerisme ons haar advies inzake een kaderdecreet voor toeristische logiesverstrekking (VRTADV-00.05) over.

In de eerste maanden van 2001 zullen dan ook de nodige stappen gezet worden opdat een beslissing omtrent de algemene vergunningplicht dan wel de selectieve vergunningplicht zal genomen worden. Indien gekozen wordt voor de eerste optie dient het decreet op de logiesverstreckende bedrijven volledig herzien te worden; indien voor de tweede optie gekozen wordt dient de mogelijkheid nagegaan te worden of er bijvoorbeeld een apart decreet voor het hoeve- en plattelandstoerisme kan uitgewerkt worden.

2.1.3 Openluchtrecreatieve verblijven

De uitvoering van het decreet op de openluchtrecreatieve bedrijven werd in belangrijke mate verstoord door de problematiek van de (deels) zonevreemde terreinen. Om hieraan het hoofd te bieden, werden - zoals hieronder beschreven - een aantal besluiten door de Vlaamse regering genomen.

Op 22 augustus 2000 verscheen in het Belgisch Staatsblad het besluit van de Vlaamse regering van 8 juni 2000, dat de overgangsmaatregelen en procedure bevat voor (deels) zonevreemde terreinen. Op 16 juni 2000 werd de procedure besproken met de provinciale diensten van de 5 provincies. Op 12 oktober 2000 werd een opvolgingsvergadering gehouden. Alle Bestendige Deputaties hebben de beslissing genomen hun medewerking te verlenen tot opmaak van een gemotiveerd verzoek en voorstel teneinde het uiterlijk op 28 februari 2001 aan de Vlaamse regering over te maken.

De Vlaamse regering zal nadien, conform het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen, zijn verantwoordelijkheid opnemen en uitspraak doen over deze voorstellen.

Ook andere aspecten van de “kampeer”- problematiek zijn in het afgelopen jaar behandeld.

De inhoud van het premiebesluit om de inrichting en de uitrusting van openluchtrecreatieve verblijven te bevorderen, is stelselmatig uitgebreid. Eerste zorg blijft momenteel, zeker voor het begrotingsjaar 2001, om via voormelde premies de kwaliteit van deze verblijven te optimaliseren teneinde een hoogstaand product aan de toerist aan te bieden.

Tevens zullen, in samenwerking met de beroepsfederatie, diverse andere probleemaspecten worden aangepakt, waaronder de afschaffing van het kijk - en luistergeld en de parkeerproblematiek van zwerfwagens (voornamelijk aan de kust). In deze regio moeten ook inspanningen worden geleverd om het aantal toeristische plaatsen te verhogen.

2.1.4 Samenwerkingsakkoord tussen de Gemeenschappen en de Gewesten betreffende het statuut van de reisbureaus

Op 1 augustus 1999 ontvingen we het advies dd. 23 juni 1999 van de Raad van State over het door de vorige regering ingediende voorontwerp van samenwerkingsakkoord tussen de Gemeenschappen en de Gewesten betreffende het statuut van de reisbureaus. In zijn advies stelt de Raad van State dat enkel de Gewesten bevoegd zijn voor de uitvaardiging van vestigingsvoorwaarden.

Ingevolge dit advies werd het overleg met de Gewesten opnieuw opgestart en werd besloten het ontwerp aan dit advies aan te passen, weliswaar met behoud van de inhoudelijke grondregels van het bestaande ontwerp. De Gewesten maakten tevens de afspraak dat elkeen het ontwerp nog eens met zijn beroepssector van de reisbureaus zou doornemen. Dit overleg

greep voor wat Vlaanderen betreft plaats op 22 februari 2000. Ook met de sport- en jeugdsector is overleg bezig over een aantal principiële formuleringen.

Daarnaast werd ook, als gevolg van het toenemende belang van de e-commerce in toerisme, juridisch advies ingewonnen om te onderzoeken op welke wijze het ontwerp van samenwerkingsakkoord op deze nieuwe vorm van verkoop van reizen op afstand kon en moest inspelen. Het ontwerp werd aangepast aan de conclusies van dit advies.

Intussen was vastgesteld dat in de bestaande voorontwerpteksten door de vorige minister geen rekening was gehouden met het advies van de Vlaamse Raad voor het Toerisme. Daarom werden alsnog een aantal aanpassingen van de bestaande voorontwerpteksten doorgevoerd. Deze betroffen voornamelijk technische correcties alsook een aantal verduidelijkingen. Op enkele punten werd het advies van de Vlaamse Raad voor het Toerisme niet gevolgd. Dit betreft ondermeer de mogelijkheid die voorzien werd tot vrijstelling van de vergunning voor instellingen of organisaties die erkend zijn in het kader van het sociaal toerisme. De Vlaamse Raad voor het Toerisme adviseerde namelijk om deze vrijstellingsmogelijkheid te schrappen. Wat de verdere procedure betreft, zal het overleg met de Gewesten dit najaar worden afgerond. Aangezien de bestaande voorontwerpteksten op een aantal punten gewijzigd of verbeterd werden en een regeling met betrekking tot het internetgebeuren werd opgenomen, is het noodzakelijk om opnieuw de adviezen van de verschillende adviesorganen (Vlaamse en Franstalige technische comités voor de reisbureaus en Vlaamse en Waalse Raad voor het Toerisme) in te winnen.

Aansluitend daarop kunnen ingevolge deze adviezen mogelijks nog wijzigingen en/of verbeteringen worden doorgevoerd. Na principiële goedkeuring door de Vlaamse regering en de adviesvraag aan de Raad van State, kan de wetgevingprocedure worden gestart. Het geheel moet in het voorjaar 2001 aan het Parlement voor goedkeuring worden voorgelegd.

2.1.5 Toegankelijkheid van de logiesverstreckende bedrijven

In mei 2000 startte Toerisme Vlaanderen, in opdracht van de minister, een toegankelijkheidsonderzoek op dat zal inzicht geven in een aantal belangrijke punten zoals het belang in functie van de vraag van de doelgroep van personen met een handicap voor de logiessector, de knelpunten op het vlak van toegankelijkheid in de logiessector, de prioritaire doelgroepen en prioritaire aanpassingswerken, de kostprijs van prioritaire aanpassingswerken (een raming op basis van steekproeven in hotels), mogelijke conflictsituaties op het vlak van classificatienormen en brandveiligheidsnormen.

Verder worden in het onderzoek volgende punten onderzocht:

- een subsidiëeringsmechanisme voor het uitvoeren van aanpassingswerken op het vlak van toegankelijkheid en berekening van een globaal investeringsbedrag;
- richtlijnen en aandachtspunten voor nieuwbouw;
- de toepasbaarheid op andere logiesvormen (centra voor sociaal toerisme, vakantiedorpen, campings...);
- aanbevelingen voor een efficiënte doorlichting van de logiessector in zijn geheel op het vlak van toegankelijkheid.

Een positief punt aan deze studie is dat er een poging wordt gedaan om de problematiek globaal in kaart te brengen. Zowel de gebruikers (personen met motorische, visuele en auditieve beperkingen, astma- en allergiepatiënten) als de logiessector (kennis van de problematiek, motivatie, knelpunten, verwachtingen van de overheid) werden bij het onderzoek betrokken.

Belangrijk is dat het onderzoek een aantal beleidsaanbevelingen aanbrengt op basis waarvan Toerisme Vlaanderen een concreet actieplan toegankelijkheid kan uitwerken voor 2001.

De aanbevelingen situeren zich rond volgende punten:

- financiële stimuli: om op korte termijn een inhaalbeweging te realiseren voor een meer toegankelijke logiesinfrastructuur zijn financiële stimulansen van de overheid onontbeerlijk;
- sensibilisering : om een sterke input te geven naar de logiessector is een samenhangend sensibiliseringsplan vereist. Het plan voorziet onder meer in een dossierbeheerder binnen Toerisme Vlaanderen, interne opleiding, een informatiecampagne, studiedagen voor de logiessector, gecentraliseerde informatieverschaffing aan personen met beperkingen bijvoorbeeld via een centrale databank, verdere doorlichting van de logiessector, met daaraan gekoppeld de ontwikkeling, toekenning en controle van een logo toegankelijkheid;
- opleiding en vorming: samenstelling van opleidingspakketten ‘mentale toegankelijkheid’. Mensen voelen zich pas echt goed in een fysiek toegankelijk hotel wanneer ze correct behandeld worden door het personeel. Deze opleidingspakketten moeten hierin meer inzicht verschaffen.

Het onderzoek zal afgerond worden in november 2000. Op basis van de onderzoeksresultaten zal door Toerisme Vlaanderen een operationeel plan worden uitgeschreven. In de begroting 2001 van Toerisme Vlaanderen zijn extra middelen voorzien opdat volgend jaar reeds initiatieven kunnen opgezet worden.

2.2 Kwaliteit en professionalisering van de dienstverlening

2.2.1 Vrijwilligers

In de beleidsnota werd het opstellen van een statuut voor de vrijwilliger in de toeristisch-recreatieve sector vooropgesteld als één van de projecten om te werken aan de optimalisering van het regelgevende kader voor de sector. In december 1999 besliste de Vlaamse Regering, op voorstel van minister Vogels, tot het organiseren van een Vlaamse interministeriële conferentie (VIMC) rond het vrijwilligerswerk. Er werd een interkabinettenwerkgroep samengesteld om deze conferentie voor te bereiden, waaraan ook ons kabinet deelnam. Op 27 maart 2000 vond de VIMC plaats en haar beslissingen werden door de regering op 31 maart 2000 bekrachtigd. Hiermee onderschrijft en streeft de Vlaamse regering volgende doelstellingen na: in de eerste plaats streeft de Vlaamse regering ernaar dat vrijwilligerswerk op alle niveaus, met inbegrip van het internationale, meer erkenning krijgt; bovendien wil de Vlaamse regering ertoe bijdragen dat financiële, materiële en institutionele voorwaarden van die aard zijn dat vrijwilligers in optimale omstandigheden hun taak kunnen vervullen; verder streeft de Vlaamse regering ernaar vrijwilligerswerk te bevorderen en meer mensen ertoe aan te zetten een deel van hun vrije tijd vrijwillig ten dienste te stellen; tenslotte ijvert de Vlaamse regering ervoor contacten tussen de verschillende vrijwilligers en vrijwilligersorganisaties te bevorderen.

Concreet wil de Vlaamse regering het uitwisselen van informatie bevorderen waardoor het mogelijk wordt dat de verschillende groepen uit elkaars ervaringen leren en op die manier efficiënter kunnen functioneren.

De werkgroep bereidde de VIMC voor. In de eerste plaats zal aandacht gevraagd worden aan de federale regering voor de moeilijke en onduidelijke juridische context waarbinnen de vrijwilliger vandaag de dag actief is. De problemen situeren zich op volgende domeinen: aansprakelijkheidsrecht, verzekeringsrecht, arbeidsrecht, fiscaal recht en sociaal recht. Uit een

antwoord van de Eerste minister blijkt de bereidheid om rond dit thema besprekingen te voeren, maar tot op heden zijn hier nog geen verdere concrete stappen ondernomen.

Aan Toerisme Vlaanderen werd de opdracht gegeven na te gaan wie de vrijwilligers in de toeristisch-recreatieve sector zijn en welke problemen zij precies ondervinden. Het opzetten van een groots opgezette bevraging moet tegen eind november afgerond zijn .

2.2.2 Semi-agorale arbeid

Tijdens de besprekingen rond vrijwilligerswerk werd vastgesteld dat een belangrijke groep niet begrepen kon worden onder de definitie stricto sensu van 'vrijwilliger'. Het gaat om mensen die zich vrijwillig inzetten maar daar meer voor krijgen dan enkel een kostendekkende vergoeding. Deze vergoeding is echter geen volwaardig loon. Op ons initiatief werd een interkabinettenwerkgroep samengesteld, die rond dit thema een aparte VIMC voorbereidt.

De doelstellingen van de werkgroep zijn de volgende:

- een betere kijk krijgen op de waaier van activiteiten die onder het begrip semi-agorale arbeid vallen;
- het opmaken van een inventaris van de fricties die de semi-agorale arbeid oplevert met de bestaande federale en Vlaamse regelgeving;
- de conclusies ter bespreking voorleggen in een VIMC rond semi-agorale arbeid.

Er werd een consensus bereikt over de definitie van semi-agorale arbeid. Hierbij moeten wel nog de concrete (lees financiële) grenzen vastgelegd worden om het onderscheid te maken met professionele arbeid. Deze begrenzing is afhankelijk van de mogelijke aanpassingen van de huidige regelgeving. Elk kabinet onderneemt de nodige stappen om een inventaris samen te stellen van de semi-agorale activiteiten binnen zijn beleidsdomein.

Er werd tevens een consensus bereikt over de zogenaamde 'knelpuntennota' die door ons werd voorgelegd. Deze nota somt alle mogelijke knelpunten op met betrekking tot de regelgeving. Dit document wordt nu als checklist gebruikt bij het opstellen van de inventaris.

Eind oktober worden de reeds bekomen resultaten bij elkaar gebracht. Bedoeling is in de eerste helft van 2001 te kunnen overgaan naar de organisatie van een intergouvernementele conferentie.

2.3 Onderzoek in de toeristisch-recreatieve sector

2.3.1 Studiedienst Toerisme Vlaanderen

Een belangrijke operationele doelstelling van Toerisme Vlaanderen betreft de beschikbaarheid van actuele informatie betreffende de marktvraag en het toeristisch product. Deze informatie is noodzakelijk voor het optimaliseren van de promotie en het productbeleid voor Vlaanderen enerzijds en om het belang van het toerisme aan te tonen anderzijds.

De Raad van Bestuur van Toerisme Vlaanderen keurde tijdens zijn bijeenkomst van 25 februari 1999 de opdracht voor onderzoek naar de actuele verblijfstoerist aan de Kust principieel goed. Op 9 april werd het contract met het WES ondertekend. De rapportering is voorzien in het najaar.

In navolging daarvan heeft de Raad van Bestuur van Toerisme Vlaanderen tijdens zijn vergadering van 15 december 1999 zijn goedkeuring gegeven aan het principe van het opstarten van een cyclisch marktonderzoek. Hiertoe heeft de studiedienst een planning en concept uitgewerkt:

- drie toeristische marktsegmenten zullen door Toerisme Vlaanderen bevraagd worden. Naast het vrijetijdstoerisme, zullen het MICE-toerisme (Meetings, Incentives, Congress and Events) en het zakelijk toerisme in afzonderlijke studies aan bod komen. Het zakelijk segment is een segment dat zeer moeilijk bewerkbaar is, maar wel een duidelijke economische impact heeft;
- zowel de binnen - als buitenlandse markt zullen geanalyseerd worden. Inzake de buitenlandse markten ligt de prioriteit bij de buurlanden aangezien deze de belangrijkste markten zijn voor het toeristisch product Vlaanderen;
- het Internationaal Marketing Plan heeft de drie macroproducten Kunststeden, Kust en Groen Vlaanderen naar voor gebracht als structurerende concepten van het Vlaams toeristisch product. Voor elk van deze macroproducten zal een specifiek onderzoek opgezet worden.

Onderstaande tabel geeft aan voor welke product-markt combinaties (PMC's) marktonderzoek naar de actuele markt verricht wordt/zal worden.

Tabel 156: Marktonderzoek naar de actuele markt voor product-markt combinaties

		Kunststeden	Kust	Groen Vlaanderen
Vrijetijdstoerisme	Binnenland	*	*	*
	Buurlanden	*	*	*
	Verre markten	*		
MICE	Binnenland	*	*	*
	Buurlanden	*		
	Verre markten	*		
Zakentoeerisme	Binnenland	*		
	Buurlanden	*		
	Verre markten	*		

Daar in 1999 de actuele verblijfstoerist aan de Kust reeds werd onderzocht, kwam in het werkjaar 2000 de actuele verblijfstoerist in de Kunststeden en Groen Vlaanderen in beeld. Beide onderzoeken werden via een openbare aanbesteding toegekend aan respectievelijk het Westvlaams Economisch Studiebureau (WES) en Deloitte&Touche in samenwerking met MAS. De definitieve oplevering van beide rapporten is voorzien voor eind februari 2001.

In het werkjaar 2001 zal de MICE-markt in kaart worden gebracht. Zoals blijkt uit de tabel van de PMC's zal voor de Kust en Groen Vlaanderen enkel de binnenlandse markt onderzocht worden. Tijdens het werkjaar 2002 is de (economische) impact van het zakentoeerisme aan de beurt.

2.3.2 Toeristisch-recreatief informatiecentrum

In de beleidsnota wordt als één van de strategische projecten genoemd: 'het versterken van het toeristisch beleids - en operationeel instrumentarium op verschillende niveaus.' De opstart van een toeristisch-recreatief informatiecentrum en van een hieraan gekoppeld onderzoeksprogramma is daartoe een noodzakelijke stap. Er is immers groot gebrek aan

beleidsondersteunende indicatoren en basisinformatie met betrekking tot toerisme en recreatie in Vlaanderen.

Het afgelopen jaar ontvingen we twee adviezen van de Vlaamse Raad voor Toerisme betreffende de oprichting van een toeristisch-recreatief informatiecentrum. Het betreft het advies 'Naar een geïntegreerd data-informatiesysteem voor toerisme en recreatie op Vlaams niveau' van september 1999 (VRTADV-99.05) en het advies 'Concrete voorstellen voor een Toeristisch Recreatief Informatie Centrum (T.R.I.C.) op Vlaams niveau' van mei 2000 (VRTADV-00.02). De start van een dergelijk centrum wordt ook inhoudelijk voorbereid via het PBO 98-project 'Ontwikkeling van het toeristisch informatiesysteem op Vlaams niveau'.

Vermits de beslissing door de Vlaamse regering werd genomen om beleidsgericht onderzoek te laten uitvoeren door een aantal op te starten “Steunpunten”, hebben wij een aanvraag ingediend voor een “Steunpunt Toerisme en Recreatie”. Een steunpunt kan bedrijfs- en beleidsgericht basisonderzoek leveren in een neutrale en wetenschappelijke omgeving. De oprichting van een steunpunt kan leiden tot een efficiëntere benutting van de personele en logistieke middelen van de Vlaamse Raad voor Toerisme en van diverse diensten van Toerisme Vlaanderen.

Het zou de definitieve start kunnen betekenen voor de verzameling van basisinformatie, de verwerking van de data tot beleidsindicatoren en analyses van de data ten behoeve van het beleid. De Vlaamse regering zal nog voor het einde van dit jaar een beslissing nemen over de steunpunten die ze wenst op te richten.

3 Ruimte voor toerisme en recreatie

3.1 Hoeve-en plattelandstoerisme

In de beleidsnota toerisme 2000-2004 werd onder de programmalijn ‘Ruimte voor toerisme en recreatie’ een apart onderdeel gewijd aan hoeve- en plattelandstoerisme. Uit de praktijk blijkt dat deze vormen van toerisme beperkt worden door de huidige regelgeving. Concreet gaat het over het decreet van 18 mei 1999 houdende de wijziging van het decreet van 20 maart 1984 houdende het statuut van de logiesverstrekkende bedrijven (BS 15.07.1999) en het decreet van 18 mei 1999 houdende de organisatie van de ruimtelijke ordening (BS 08.06.1999). In beide decreten is er sprake van hoevetoerisme met als één van de voorwaarden de nevenactiviteit of nevenbestemming landbouw. Aan dit begrip werd echter nog geen concrete invulling gegeven. Plattelandstoerisme komt in geen van beide decreten ter sprake.

In de beleidsnota werd gesteld dat ook niet-landbouwers verblijfsaccommodaties in vrijkomende hoevegebouwen moeten kunnen uitbouwen zonder dat zij zich aan landbouwactiviteiten moeten wagen (plattelandstoerisme is in dit geval dus: logies op een niet-actieve hoeve). Bovendien zou de beperking van tijdelijke verblijfsgelegenheden tot laagdynamische toeristisch-recreatieve voorzieningen uitgebreid moeten worden. Het is wenselijk dat dergelijke ontwikkelingen geen belemmeringen voor de agrarische activiteiten met zich meebrengen, gezien de landbouw in het landelijk gebied een hoofdfunctie vervult. Daarnaast zal de (visuele) kwaliteit van het landelijk gebied gegarandeerd moeten worden.

De problemen situeren zich dus op het decretaal niveau. Dat dit een actuele problematiek is, bewees het schrijven van de Vlaamse Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme op 6 oktober 1999. Er werd meer duidelijkheid gevraagd omtrent de concrete invullingen van de decreten, in het bijzonder van het begrip ‘nevenactiviteit’.

Op beleidsniveau werd daarom gestart met het samenstellen van een dossiernota en het uitwerken van een strategie. Er werd geopteerd om met de verschillende belangengroepen apart rond de tafel te gaan zitten. Toerisme Vlaanderen participeerde aan elk overleg.

In eerste instantie werd het advies van de Vlaamse Raad voor het Toerisme ingewonnen. Deze bleef bij het reeds eerder geformuleerde standpunt (zoals in de beleidsnota opgenomen).

Ten gevolge van de vergadering met de Vlaamse Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme verleende deze organisatie zijn volle medewerking en diende zelf een voorstel in voor de invulling van het begrip nevenactiviteit. Verder heeft de federatie een voorstel ingediend bij de Boerenbond, waarbij plattelandstoerisme mogelijk gemaakt wordt in ‘structureel aangetaste agrarische gebieden’. Dit voorstel werd op 26 juni 2000 door de Raad van Bestuur van de Boerenbond goedgekeurd.

Twee vergaderingen met een interkabinettenwerkgroep leverden de volgende vaststellingen op:

- plattelandstoerisme is met de huidige regelgeving uitgesloten in de agrarische zone tot op het ogenblik dat er duidelijke structuurplanning is (provinciaal en gemeentelijk);
- er is geen bezwaar tegen een wijziging van het decreet op de logiesverstreckende bedrijven in de zin dat ook plattelandstoerisme in het vergunningstelsel mee kan worden opgenomen;
- er zijn verschillende invullingen van het begrip nevenactiviteit (ALT/VLIF, AMINAL, Vlaamse Federatie voor Hoeve- en Plattelandstoerisme). Al deze organisaties en instellingen zijn het er over eens dat er een eenvormig systeem uitgewerkt moet worden, maar er is tot op heden geen consensus bereikt over de manier waarop.

Overleg met de provinciale diensten voor toerisme en ruimtelijke ordening leert dat de provincies dezelfde doelstellingen nastreven zoals opgenomen in de beleidsnota toerisme. Er werd tevens voorgesteld of het niet beter zou zijn een apart decreet uit te werken voor alle vormen van verblijfstoerisme die niet onder het decreet op de logiesverstreckende bedrijven vallen. Hoeve- en plattelandstoerisme moeten hier dan elk een aparte plaats in krijgen.

Daarnaast werden het afgelopen jaar een aantal initiatieven genomen die zich situeren buiten het beleidsdomein toerisme. De Vlaamse Regering keurde op 17 juli 2000 de nieuwe reglementering van het VLIF (Vlaams Landbouw Investeringsfonds) goed. Tijdens de voorafgaande besprekingen in een interkabinettenwerkgroep werd geen consensus bereikt met betrekking tot een afstemming van de regelgeving in het kader van hoevetoerisme.

Op 20 september 2000 werd het Vlaams Plan voor Plattelandsontwikkeling, onder de leiding van minister Dua, unaniem goedgekeurd door het Starcomité (Europese lidstaten). Hier gingen negen maanden samenwerking aan vooraf tussen de Europese en Vlaamse administraties en kabinetten. Ons kabinet werd hier bij betrokken, voornamelijk voor wat betreft het hoofdstuk ‘Geïntegreerd plattelandsbeleid’. In dit hoofdstuk is plattelandstoerisme opgenomen, onder de strategische doelstelling betreffende de medegebruikfunctie van het platteland. Hoevetoerisme is ook in dit plan opgenomen en valt volledig onder de VLIF-reglementering.

We kunnen stellen dat we het debat geopend hebben. De verschillende belangengroepen werden op de hoogte gebracht van de plannen en hebben inspraak gekregen. In de loop van dit najaar zullen er concrete tekstvoorstellen voor een wijziging van beide voornoemde decreten aan de verschillende gesprekspartners voorgelegd worden.

3.2 Netwerkvorming: richtlijnen voor de bewegwijzering van toeristische wandelroutes, fietsroutenetwerken en ruiterroutes

Om de toeristisch-recreatieve aanbodelementen in het buitengebied en in de stedelijke gebieden met elkaar te verbinden en op elkaar af te stemmen, wordt netwerkvorming vooropgesteld. We stellen vast dat er over heel Vlaanderen een intense activiteit is op dit vlak. Om wildgroei tegen te gaan van initiatieven en van bewegwijzeringstechnieken, voor duidelijkheid bij de wegbeheerders en voor een gegarandeerde kwaliteit naar de recreant toe is een gecoördineerde en planmatige uitbouw van recreatieve routes voor fietsers, ruiters en wandelaars noodzakelijk. Voor de positionering van de zachte recreatie op de toeristisch-recreatieve markt is er nood aan uniformering, herkenbaarheid en kwaliteitsbewaking van het product. Deze trachten we te waarborgen door het opstellen van richtlijnen voor de verschillende disciplines.

Reeds verschillende jaren laat de Werkgroep Toeristische Bewegwijzering van Toerisme Vlaanderen zich in met het opstellen van richtlijnen voor bewegwijzering van toeristische routes. In deze werkgroep zetelen de directeurs van de verschillende provinciale toeristische diensten, en afhankelijk van het onderwerp, vertegenwoordigers van de afdeling Verkeerskunde, de afdeling Natuur en de afdeling Bos en Groen van het Vlaams ministerie.

De richtlijnen inzake de bewegwijzering van toeristische wandelroutes, fietsroutenetwerken en ruiterroutes werden goedgekeurd door de Raad van Bestuur van Toerisme Vlaanderen in haar vergadering van 28 juni 2000. De goedkeuring van deze richtlijn door de Raad van Bestuur maakt het mogelijk om vanuit Toerisme Vlaanderen op een structurele wijze het ruiters- wandel- en fietstoerisme uit te bouwen, te ondersteunen en te promoten als een kwalitatief toeristisch product. Op 30 juni 2000 werden de richtlijnen door ons bekrachtigd via een mededeling aan de Vlaamse regering. Deze worden eerlang in het Belgisch Staatsblad gepubliceerd.

De richtlijnen zullen gepubliceerd, verspreid en aanbevolen worden, onder meer aan lokale en provinciale toeristische diensten en VVV's, voor toepassing. Deze richtlijnen zijn een belangrijke, doch slechts eerste stap in het streven naar kwaliteitsbewaking en uniformiteit van bewegwijzering van recreatieve routes en netwerken. Finaal dient gestreefd te worden naar een decretale basis voor deze richtlijnen.

3.3 Ruimtelijke structuurplanning

Recreatie en toerisme zijn veelzijdige samenlevingsfenomenen met ruimtelijke, culturele, sociale en economische facetten. De verwevenheid van toerisme en recreatie met andere sectoren zoals milieu, landbouw, natuur, openbaar groen, vervoer en handel impliceert een integraal beleid, waarin sprake is van een afstemming van de verschillende sectoren en een afweging van de prioriteiten en belangen.

Misschien nog meer dan andere sectoren is de sector toerisme en recreatie gediend met een zo aantrekkelijk mogelijke open en stedelijke ruimte, waarin bereikbaarheid en toegankelijkheid verzekerd zijn en waarin wonen, werken en recreëren functioneel verweven zijn. Een gedegen ruimtelijke ordening en een consequent ruimtelijk beleid zijn hiervoor noodzakelijke voorwaarden.

Het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen tekent de contouren van de toeristisch-recreatieve ontwikkeling. Alhoewel het RSV in belangrijke mate de planningsruimte bepaald voor de toeristische sector, biedt het provinciaal en gemeentelijk beleidsniveau met hun respectieve structuurplanning potentieel nog heel wat mogelijkheden.

Vandaar het belang om in de ontwerpfasen van de provinciale en gemeentelijke structuurplannen als volwaardige en actieve partner betrokken te worden.

In de proceduriële fase van het openbaar onderzoek met betrekking tot de provinciale ontwerpplannen kan Toerisme Vlaanderen haar advies uitbrengen. De studiedienst van Toerisme Vlaanderen heeft van ons de formele opdracht gekregen om de ontwerpplannen grondig te onderzoeken en te adviseren. Dit gebeurt op basis van een interne beoordelingscommissie, waarbij de voornaamste afdelingen van Toerisme Vlaanderen betrokken zijn, en van een externe expert. Deze adviezen worden geïntegreerd in één ontwerpadvies namens Toerisme Vlaanderen. Met dit ontwerpadvies heeft Toerisme Vlaanderen een degelijke basis om haar visie aan het standpunt van de provinciale partners te toetsen. De opdracht bestaat erin om zoveel mogelijk naar een gemeenschappelijk standpunt te streven. Een finaal advies van Toerisme Vlaanderen wordt opgemaakt na overleg met ons.

Het eerste advies, dat overigens ongunstig was, betrof het ontwerp ruimtelijk structuurplan Antwerpen van juli 2000. De samenvattende tekst van het advies luidt als volgt:

“ Toerisme Vlaanderen verleent een ongunstig advies aan het voorliggend ontwerp omdat:

- het niet overeenstemt met het maatschappelijk belang van de sector toerisme en recreatie;*
- het onvoldoende het belang erkent van de provincie Antwerpen voor de sector;*
- het niet voldoet aan de vereiste om een geïntegreerde visie te formuleren inzake de ruimtelijke ontwikkeling van de sector toerisme en recreatie (subsidiariteitsprincipe);*
- het niet beantwoordt aan een toetsingskader voor latere uitvoeringsplannen of overlegplatformen.*

Toerisme Vlaanderen wenst dat in een finaal Ruimtelijk Structuurplan Provincie Antwerpen:

- een visie wordt ontwikkeld op het ruimtelijk perspectief van de sector toerisme en recreatie binnen de provincie;*
- de ruimtelijke ontwikkelingsvisie op de sector toerisme en recreatie afdoende vertaald wordt ofwel in een zesde deelstructuur ofwel toereikend aan bod komt in elk van de vijf huidige deelstructuren;*
- de sector een gegarandeerde partner is bij de uitwerking van alle deelstructuren. “*

Eind december zal de beoordeling van het ontwerpplan van de provincie West-Vlaanderen ingediend worden. In 2001 zullen de overige provincies volgen.

4 Sociaal toerisme

4.1 Projectplan sociaal toerisme

Wij wensen via een decreet tot een gewijzigde invulling van het begrip 'sociaal toerisme' te komen onder het motto “toerisme voor allen”. Het algemeen kader, de doelstellingen, en de maatregelen worden verwoord onder hoofdstuk V punt 4, blz. 89 tot en met 94 van de beleidsnota toerisme 2000 - 2004.

Als gevolg van deze opdracht startte Toerisme Vlaanderen in maart 2000 een beperkte werkgroep “sociaal toerisme” op om de beleidsintenties concreet in te vullen. Medewerkers van het kabinet zijn actief in deze werkgroep betrokken.

Er werd een projectplan opgesteld dat steunt op 5 grote onderzoekspeilers:

1) Jeugdtoerisme

De doelgroep jeugdtoerisme hoort thuis onder het luik sociaal toerisme. Er komt een duidelijke bevoegdheidsafbakening tussen jeugdtoerisme en jeugdwerving. Enkele case studies van verblijfscentra zullen inzicht geven in de exploitatiestructuur, ondersteuningsmechanismen zullen onderzocht worden, de ruimtelijke spreiding van verblijfsmogelijkheden voor de jeugd, inclusief deze van de privésector zal nagegaan worden. Verder zullen de subsidiestromen, reglementeringen enz... op hun doeltreffendheid geanalyseerd worden. De bevindingen worden samengevat in een projectplan jeugdtoerisme voor de volgende 5 jaar.

2) Doelgroepen sociaal toerisme

Bepaalde doelgroepen, zoals gezinnen en jongeren die in armoede leven, blijven verstoken van vrijetijdsbeleving in het algemeen en vakanties in het bijzonder. Voor personen met een handicap is het niet altijd even makkelijk om adequate informatie en accommodatie te vinden. Er zijn met andere woorden een aantal doelgroepen te detecteren die niet via de bestaande kanalen de weg vinden naar het sociaal toerisme of waarvoor ook die drempel nog veel te hoog is (zie II.4.2).

Naast deze zogenaamde nieuwe doelgroepen, zal ook onderzoek verricht worden naar het profiel van de huidige gebruikers. De rapportering moet leiden tot een witboek op het sociaal toerisme.

3) Dagrecreatie

Dagrecreatie vormt voor gezinnen en jongeren vaak een alternatief voor vakantiebeleving. Men bespaart immers op verblijf- en verplaatsingskosten. Bedoeling is te komen tot een inventaris van de dagrecreatie.

4) Sociaal toerisme KB 24-12-80

Dit onderzoeksluik bevat de huidige werking van het KB van 24-12-80 houdende verordening betreffende het verlenen van toelagen tot bevordering van de arbeidersvakantie en het volkstoerisme. Dit onderzoek moet leiden tot een evaluatierapport van het KB van 24-12-80.

5) Toegankelijkheid

Het laatste luik betreft de toegankelijkheid van de sector van het sociaal toerisme voor personen met een handicap. Vertrekkende van de lopende studie over de toegankelijkheid in de sector van de logiesverstreckende bedrijven (zie II.2.1.5) wordt een specifiek onderzoeksluik opgezet voor het sociaal toerisme. Dit moet leiden tot een witboek toegankelijk sociaal toerisme.

Het projectplan, in schematische vorm, is bijgevoegd in bijlage 2.

Alles wordt verwerkt in een eindrapport dat in juni 2001 dient afgerond te worden, met een tussentijds verslag voor alle Belgische partners in maart - april ervoor.

4.2 Vakantie voor iedereen

“Eenieder heeft recht op rust en op eigen vrije tijd, met inbegrip van een redelijke beperking van de arbeidstijd, en op periodieke vakanties met behoud van loon.”

(artikel 24 van de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens, 1948)

Een paragraaf uit de beleidsnota toerisme 2000-2004 wekte november jongstleden de aandacht van de media (zie beleidsnota p.93 par.4.3). Deze paragraaf stelt voor om in het kader van sociaal toerisme een systeem te bedenken waar de gebruiker de directe beneficiant van is. De sociale vakantiecheque zou één van de mogelijke, maar te onderzoeken, systemen daartoe zijn.

Het toeristisch beleidskader voorziet een koerswijzing in de wijze waarop het sociaal toerisme zich presenteert aan de potentiële gebruikers. Het projectplan voor de invulling daarvan is hierboven onder II 4.1 beschreven. Het beleid zal zich voortaan concentreren op de financiering van investeringen die geselecteerde doelgroepen ten goede komen, op het uitwerken van een financieringssysteem dat de gebruiker rechtstreeks ten goede komt en op het jeugdtoerisme.

Deze beleidsommekeer vergt een nieuwe wetgevende basis en een nieuw financieel instrumentarium (zie II.4.1).

Deze koerswijziging vraagt een zorgvuldige voorbereiding met zoveel als mogelijk betrokkenen en partners. Op 30 maart 2000 vond een Ronde Tafel plaats met organisaties die werken rond vakanties en vrijetijdsmomenten voor gezinnen, kinderen en jongeren, die in armoede leven, en anderzijds met organisaties, die het reizen voor gehandicapten wensen toegankelijker te maken.

De rode draad in de ervaringen van al deze organisaties is als volgt samen te vatten:

- het accommodatie-aanbod is te beperkt en te duur;
- de vraag is veel groter dan het aanbod;
- de werking van de organisaties is slechts mogelijk dankzij de inzet van vele vrijwilligers;
- de begeleiding en toeleiding zijn sleutelwoorden voor het slagen van een vakantiebeleving;
- het logiesaanbod heeft geen uniforme labeling op het vlak van de toegankelijkheid voor personen met een handicap;
- de informatievoorziening voor gehandicapten over vrijetijds- en vooral vakantie-mogelijkheden is niet georganiseerd en fragmentair beschikbaar.

Een bevragsingsronde bij de diverse organisaties leverde voldoende informatie op over hun werking, financiering, logistieke en personele ondersteuning. Vervolgens werd het thema van “vakantie voor iedereen” aangesneden bij diverse administraties en koepelorganisaties die zich bezighouden met de armoedeproblematiek in Vlaanderen. Contact werd gezocht met de administratie van de Vlaamse Gemeenschap, de Onderzoeksgroep Armoede, Sociale Uitsluiting en Minderheden van het UFSIA, de Koning Boudewijnstichting via haar werking rond het Armoedefonds, de vzw Recht-op, en Rode Kruis-Vlaanderen.

Het ligt in de bedoeling om vanaf 2001 de praktische organisatie te ondersteunen van die verenigingen, die reeds jaar na jaar op eigen kracht vakantieverblijven voor kansarme kinderen en gezinnen organiseren, om aldus aan de hoogste noden van de verenigingen een oplossing te bieden. Concreet gaat dit over de informatievoorziening voor personen met een handicap, het wegwerken van het tekort aan kwalitatief geschikt en goedkoop logies en de logistieke ondersteuning van de verenigingen.

Tevens wensen we een Witboek over de doelstellingen en werking van de verenigingen, over de problemen van de medewerkers en met getuigenissen van vakantiegangers uit te geven.

5 Toeristisch-recreatieve projectontwikkeling

5.1 Projectplan Toeristisch-recreatieve projectontwikkeling

De beleidsnota vermeldt onder hoofdstuk V punt 6. *de toeristisch-recreatieve projectontwikkeling* als één van de te realiseren programmalijnen voor deze legislatuur. De beleidsnota vertrekt vanuit drie doelstellingen:

- 1) het realiseren van projecten in publieke - private samenwerkingsverbanden;
- 2) de realisatie van toeristische hefboomprojecten;
- 3) de realisatie van toeristische proefprojecten.

Voor de realisatie van bovenvermelde doelstellingen gaven wij in het voorjaar van 2000 aan Toerisme Vlaanderen onderstaande opdrachten:

- onderzoeken en ontwikkelen van een kader voor publiek-private samenwerking;
- ontwikkelen van een aangepast financieringsinstrumentarium voor toeristisch-recreatieve projecten ter vervanging van het bestaande instrumentarium van subsidies voor toeristische uitrusting;
- professionele aanpak van toeristisch-recreatieve projectontwikkeling. Opdat projecten een kans op realisatie zouden hebben, moeten het nodige personeel en de financiële middelen voor projectmanagement en ondersteuning vrijgemaakt kunnen worden.

Teneinde gefundeerd antwoord te kunnen geven op bovenvermelde opdracht werd een projectplan opgemaakt.

In het projectplan onderscheiden we:

- grote hefboomprojecten van bovenlokaal belang;
- hefboomprojecten die omwille van de netwerkvorming bovenlokaal belangrijk zijn;
- waardevolle toeristisch recreatieve projecten die ondersteunend zijn voor het imago, het typische toeristisch profiel van de streek;
- toeristische proefprojecten.

Voor elk van deze vier categorieën worden volgende analyses uitgevoerd:

- 1) analyse van de bestaande financiële kanalen en procedures voor betoelaging/ondersteuning van toeristische projecten.

Toerisme Vlaanderen nam reeds in het verleden deel aan initiatieven ter betoelaging cq. stimulering van bovenvermelde vier categorieën. Soms waren ze succesvol (In Flanders Field, trekkershutten, grenzeloos fietsen), soms werd een resultaat bereikt doch met grote administratieve moeilijkheden (diverse Europese programma's). Een grondige analyse van het bestaande financieringsapparaat moet leiden tot het weerhouden van de positieve stimulerende elementen van de betoelaging en het inventariseren van de knelpunten die beleidsmatig weggewerkt moeten worden.

- 2) analyse van de externe financieringskanalen die van toepassing zijn op de toeristische initiatieven.

Toerisme Vlaanderen moet niet alles betoelagen; er bestaan ook andere instanties die financiële middelen ter beschikking stellen: zo is er de expantiesteun, het kustactieplan, de diverse Europese fondsen zoals EFRO en INTERREG, provinciale stimuli enz... Dit onderzoek moet leiden tot een procedure waarbij de diverse middelen zo optimaal mogelijk voor toeristische projecten worden ingezet met respect voor het subsidiariteitsprincipe.

- 3) analyse van nieuwe financieringstechnologieën.

Het decreet op Toerisme Vlaanderen vermeldt in artikel 25 reeds een aantal nieuwe financieringsmechanismen zoals leningen, zekerheidsstellingen, andere vormen van tegemoetkomingen onder bezwarende of kosteloze titel. Het publiek privaat samenwerkingsmodel biedt heel wat perspectief voor de toeristische sector. Opdat Toerisme Vlaanderen zowel in de conceptfase, als de ontwikkelfase een partner zou kunnen zijn in een publiek privaat samenwerkingsverband, dient het decreet op Toerisme Vlaanderen aangepast te worden. Deze aanpassing is voorzien in het Programmadecreet dat de begroting van 2001 begeleidt.

- 4) visievorming rond toekomstige toeristische projecten.

Uit bovenstaande drie elementen alsmede de resultaten van het rapport "ondersteuning van hefboom- en proefprojecten" (bekrachtigd in de Raad van Bestuur van Toerisme Vlaanderen op 30 juni 1999) kan een visie gevormd worden om toeristische projecten in de toekomst te ondersteunen. Ook de projecten, die in het kader van Europese steunprogramma's, met cofinancieringsmiddelen van Toerisme Vlaanderen zullen gerealiseerd worden, dienen te passen in deze visie. De strategische (regio) planning met betrekking tot toerisme zal het uitgangspunt bij uitstek vormen voor de projectondersteuning.

Vermits de toeristisch-recreatieve projectontwikkeling binnen het beleid een specifieke plaats heeft gekregen, werd binnen Toerisme Vlaanderen recent, op ons verzoek, een projectleider aangeduid. Het projectplan zal resulteren in een nieuw decreet en uitvoeringsbesluit voor subsidiëring van toeristische uitrusting.

Tevens wordt actief deelgenomen aan de uitvoering van de beslissingen van de Vlaamse regering van 16 juni en 15 september jongstleden om tegen het einde van 2000 een kenniscentrum PPS en een overheidsagentschap op te richten. Tot de typevoorbeelden van projecten, die zich bij voorkeur in een PPS-vorm realiseren, behoren zeer zeker de projecten van de vrijetijdsindustrie.

5.2 Kustactieplan

Het Actieplan Kust was een initiatief van de vorige Vlaamse regering waarbij gedurende de periode 1997-1999 een bedrag van 428 miljoen Bef ter beschikking werd gesteld om het toeristisch-recreatieve netwerk van de Kust te versterken. De uitvoering van dit eerste actieplan loopt nog tot 2002. Voor dit plan werden vooral individuele projecten betoelaagd. De essentiële wijziging van het tweede actieplan (“Kustactieplan”) ten overstaan van het eerste betreft drie belangrijke principes waaraan de nieuwe projectvoorstellen getoetst zullen worden. Zo zal de voorkeur uitgaan naar projecten die de gehele Kust of een groot gedeelte van de Kust ondersteunen, op uitzondering van belangrijke, grootschalige nog verder te ontwikkelen strategische sites die structuurbepalend zijn voor de Kust. Bovendien zullen projecten, die gericht zijn op de opwaardering van het imago en de kwaliteit van de Kust, een duidelijke voorkeur genieten. Tot slot moeten er zowel projecten op relatief korte termijn als op middellange termijn gerealiseerd worden. Voor dit tweede Kustactieplan is een bedrag van 500 miljoen Bef beschikbaar voor de periode 2000-2004. Voor 2000 is er 103 miljoen Bef ingeschreven, voor 2001 bedraagt dit 105 miljoen Bef. De uitgave voor het tweede kustactieplan is het gevolg van art. 24 van het decreet van 30 juni 2000 houdende bepalingen tot de begeleiding van de aanpassing van de begroting 2000 en van het besluit van de Vlaamse regering dat de verdeling van deze subsidie zal bepalen. Het ontwerpreglement zal nog in het najaar voorgelegd worden aan de Vlaamse regering. In 2001 zullen dan de eerste projecten, benomen op de begroting van 2000, in uitvoering gaan.

6 Cultuurgoed, toeristisch goed

6.1 Evenementenfonds en – steunpunt

In de praktijk heeft Vlaanderen zich de laatste jaren sterk geprofileerd met een reeks culturele topevenementen. Dit ligt geheel in de lijn van de feitelijke praktijk waarmee Vlaanderen, met cultuur als belangrijke pijler, gestaag aan een sterk kwaliteitsimago in het buitenland bouwt. Ook toeristisch ligt dit volledig in de lijn van de in het buitenland prioritair culturele positionering van Vlaanderen als een concentratie van belangrijke kunststeden en een centrum van kunst en cultuur. Ook de sportsector manifesteert zich de laatste jaren uitdrukkelijker met de acquisitie van belangrijke sportieve topevenementen zoals bijvoorbeeld Euro 2000 en de Wereldkampioenschappen Wielrennen in 2002. Toerisme Vlaanderen werkt bovendien aan een accentverschuiving van louter marketing - ondersteunend instrumentarium voor topevenementen van derden, naar het tegelijkertijd ook zelf ontwikkelen van volwaardige topevenementen met meer ‘toeristische inhoud’ (zoals bijvoorbeeld gastronomie, abdijen en kloosters, werelderfgoed,).

In diverse beleidsnota’s van Vlaamse ministers wordt aandacht besteed aan topevenementen, die in Vlaanderen/Brussel plaatsvinden en aan het potentiële belang ervan voor Vlaanderen. Recente voorbeelden zijn de Magritte-retrospectieve in Brussel (1998), Van Dyck 99 (Antwerpen), Keizer Karel 1500-2000 (Gent, Mechelen, e.a.), Euro 2000, Mode 2001 (Antwerpen), Brugge 2002, Wereldkampioenschappen Wielrennen 2002 (Zolder).

Om tot een effectief en geïntegreerd beleid inzake topevenementen te komen, werd op ons initiatief een werkgroep ‘topevenementen’ geïnstalleerd. Het betreft een werkgroep samengesteld met kabinetsmedewerkers van diverse ministers en Toerisme Vlaanderen.

In eerste instantie diende deze werkgroep tot consensus te komen over projecten die in de nabije toekomst plaatsvinden en die een vraag tot subsidie aan de Vlaamse Gemeenschap gesteld hadden. Het betrof Mode 2001 te Antwerpen, Quadriënale te Gent in 2001, Brugge 2002 en Anno 02 in de regio Kortrijk. De subsidievraag vanwege Mode 2001 en Brugge 2002 werd in overleg behandeld met positief gevolg.

Daarnaast heeft deze werkgroep tot taak om de voorbereidingen te treffen voor de oprichting door de Vlaamse regering van een topevenementenfonds. Bedoeling is om dit dossier technisch rond te hebben tegen de zomer van 2001 met het oog op de voorbereiding van de begroting van 2002.

6.2 Een bezoekerscentrum in de kunststeden

De idee van een stedelijk bezoekerscentrum is niet ontstaan als een of andere theoretische constructie. Het was de praktijk die de weg heeft gewezen, en dan vooral de ervaringen rond de toeristische omkadering van culturele topevenementen. Er gebeurt door Toerisme Vlaanderen op dit vlak immers ruim meer dan ‘alleen maar’ promotie: bij elk topevenement (Van Dyck, Keizer Karel, Magritte,...) wordt ook gewerkt aan de integratie van het evenement in het ruimere (stedelijke) toeristische aanbod, en aan de kwaliteit van de publieksopvang. Het heeft immers weinig zin dergelijke unieke cultuurmanifestaties sterk te promoten in het buitenland, als er geen reisformules worden aangeboden, als er geen mogelijkheid is om vooraf tickets te kopen, als er terplekke geen documentatie of gidsen blijken te zijn in de ‘juiste’ taal, en als er geen band gelegd wordt met de ruimere, vaak stedelijke context.

Een stedelijk bezoekerscentrum is in elk geval een permanente structuur, dus niet verbonden met een of ander specifiek en tijdelijk evenement. Het is veel ruimer: het wil het knooppunt zijn voor alles wat te maken heeft met publieksservice in de sfeer van de vrijetijd. Zo integreert het bezoekerscentrum:

- *Toerisme én cultuur*

Het integreert een dienstverlening die zowel het toerisme als de cultuur omvat, en theoretisch gezien zou het zelfs ook andere vrijetijdssferen (vb. de sport) mee kunnen opnemen.

- *Bewoner én bezoeker*

De dienstverlening is niet uitsluitend gericht op de toerist óf op de inwoner, maar combineert beide klantengroepen. Iedereen die ‘iets’ wil bezoeken of meemaken in de stad moet er dus terecht kunnen. Natuurlijk zal er sprake zijn van verschillende publieken en dus ook verschillende invalshoeken in het aanbod van informatie en services, maar in elk geval is de actieradius van het centrum zo breed mogelijk: individuen, groepen, scholen, organisaties, pers, reisprofessionals,...

- *Vooraf/op afstand én terplekke*

De opdracht voor het bezoekerscentrum bestaat niet enkel uit opvang van mensen die zich op zijn stoep aanmelden ‘op het moment zelf’. Ook het hele gamma van diensten vooraf (informatie verstrekken, kaartjes verkopen, reserveringen verwerken) staat op de agenda. Deze diensten moeten kunnen geleverd worden zowel terplekke als voor doelpublieken ‘op afstand’, dus via bijvoorbeeld een call-center en het Internet.

Minimaal biedt een bezoekerscentrum de volgende diensten aan:

- informatie verstrekken over het aanbod in de vrijetijdssfeer, inclusief het ondersteunend aanbod zoals bijvoorbeeld openbaar vervoer;
- reserverings- en verkoopfaciliteiten allerhande: tickets, logies, arrangementen, stadswandelingen, gidsen/audiogidsen, vervoersbewijzen voorzover functioneel,...;

- onthaal en begeleiding terplekke optimaal organiseren en aanbieden;
- verkoop van producten: merchandising, publicaties, audiovisueel materiaal,...;
- ‘centrum’ voor gidsen, groepen, stadsverkenningen: aanspreekpunt maar ook onthaalplek en startpunt.

Om een dergelijk bezoekerscentrum echt performant te maken, is het niet enkel van belang om voldoende middelen, mensen en technologieën in te zetten. Heel belangrijk is ook de integratiebeweging die van een dergelijk centrum moet uitgaan: het moet een platform zijn waar de vele betrokken actoren/aanbieders kunnen leren van elkaars ervaringen, waar zij hun krachten en hun kennis kunnen bundelen. Bestaande initiatieven zullen met andere woorden opgaan in het nieuwe initiatief. Dat geldt zeker voor een toeristische informatiebalie, cultuur-informatiebalies en dergelijke.

Ook integratie van de achterliggende structuren zal nodig zijn om dit project te doen slagen. Dit betekent niet dat bijvoorbeeld een toeristische dienst en een cultuurdienst nu plots moeten gaan samensmelten: achter de schermen is het immers belangrijk dat zij elk hun specialisme blijven ontwikkelen en hun eigen verantwoordelijkheden nemen. Wél is het noodzakelijk dat zij voor hun publiekswerking het bezoekerscentrum zien en gebruiken als hun voornaamste werkinstrument. Openheid en samenwerking met de andere partners is een noodzaak, maar zal ongetwijfeld ook een meerwaarde betekenen voor de eigen taken.

Het proefproject te Brugge

Met Brugge 2002 in het vooruitzicht is de verwachting dat de drukte – en dus ook de druk – nog zal toenemen. Brugge 2002 wil met zijn programma ‘nieuwe’ categorieën van bezoekers aantrekken, of op zijn minst een impuls geven voor een minder oppervlakkige consumptie van het ‘decor’ Brugge. ‘Neem je tijd voor Brugge’ is een slogan, die zowel economische (meer overnachtingen, minder dagtoerisme) als culturele (meer diepgang, meer variatie in de ervaring) betekenissen heeft. Natuurlijk houdt deze optie ook implicaties in voor het visitors management tijdens het cultuurjaar. Brugge zal een groter debiet moeten aankunnen, en zal ook moeten uitpakken met een sterk geïntegreerde informatie en dienstverlening over cultuur én over toerisme.

De Raad van Bestuur van Toerisme Vlaanderen aanvaardde het proefproject voor een eerste ontwerpfase. Op 15 december 1999 gaf hij de opdracht voor een programmatie- en locatiestudie, die door het studiebureau Meertens & Steffens (Maastricht/Mechelen) werd uitgevoerd en opgeleverd op 30 juni 2000. De studie concretiseert het concept naar de Brugse behoeften, evalueert een zevental mogelijke locaties en becijfert de behoefte aan investeringsmiddelen, werkingsmiddelen en personeel. De Raad van Bestuur van Toerisme Vlaanderen aanvaardde op 27 september jongstleden de resultaten van de studie, gaf opdracht om over te gaan tot een effectief ontwerp en reserveerde de nodige kredieten voor de realisatie ervan. Voor het einde van dit jaar dient een samenwerkingsovereenkomst tussen de drie partners Toerisme Vlaanderen, Stad Brugge en provincie West-Vlaanderen ondertekend te worden. Grosso modo bestaat de overeenkomst erin dat het Vlaamse niveau een ‘functioneringsklaar’ centrum aflevert, de stad Brugge de exploitatie op zich neemt en de provincie instaat voor de hardware en software inzake ticketing en voor het project van de cultuur-toeristische databank, inclusief het nodige personeel.

Hoofdstuk III

Programmalijn 7: e-toerisme

In de beleidsnota Toerisme 2000-2004 wordt een programmalijn gewijd aan het zogenaamde e-toerisme. We staan immers niet meer op de vooravond van een nieuwe (r)evolutie, maar bevinden er ons, willens nillens, middenin. De erkenning van dit belang uitte zich eveneens in de prioriteitenlijst die door ons werd ingediend voor de begroting 2001. Belangrijke middelen zullen extra geïnvesteerd worden voor de uitvoering van het Strategisch Informaticaplan van Toerisme Vlaanderen. We achtten de ontwikkelingen op het vlak van ICT in die mate belangrijk dat we de wetgever alsook de toeristisch-recreatieve sector maximaal wensen in te lichten over de belangen en de problemen die samenhangen met de evoluties in het e-toerisme.

De aandacht in dit hoofdstuk zal gaan naar een belangrijk onderdeel van ICT namelijk de toepassingen van het Internet. ICT staat volgens de OESO-definitie van 1988 voor: *“Een geheel van revolutionaire innovaties, een typevoorbeeld van generische universele technologieën met een breed gamma van toepassingen, met een impact op een breed aantal functies en in een breed aantal sectoren. Zij maken mogelijk dat kennis wereldwijd beschikbaar en toegankelijk wordt.”* ICT is een medium, geen doel op zich.

In deze context zal de term ‘e-toerisme’ gebruikt worden als zijnde het geheel van elektronische transacties (informatie en communicatie) tussen de verschillende actoren in de toeristische sector. Het toeristisch beleid richt zich in het bijzonder naar volgende actoren: de consument (de effectieve ‘klant’), de pers, de reisindustrie (o.a. touroperators), de partners van Toerisme Vlaanderen (o.a. toeristische diensten, VVV’s), Mice (o.a. congresorganisatoren), de toeristisch-recreatieve aanbodsector (logies, attracties...) en de potentiële klanten.

Een belangrijk onderdeel van dit e-toerisme is de zogenaamde e-marketing. Dit is de verzameling marketingtechnieken die essentieel gebruik maken van de toegevoegde waarde die de hedendaagse informatietechnologie ons biedt, zowel inzake gegevensbeheer als inzake communicatie.

1 Situering

Het Internet zal in de toeristische business meer en meer een centrale rol innemen waar alle actoren zich plots in een wereldwijde e-marktplaats gaan bewegen. Er is nu sprake van één ‘marketspace’, in de plaats van diverse ‘marketplaces’. Voor het toerisme is het een nieuwe elektronische verkoopstechniek die een groot aandeel van de traditionele manier kan innemen, maar meer dan waarschijnlijk niet zal vervangen in de eerstkomende decennia.

In tegenstelling tot de traditionele context, zullen in deze e-markt veel gemakkelijker doelgericht info en transacties kunnen worden uitgewisseld.

De belangrijkste verandering in de markt is dat de consument in toenemende mate zelf kan kiezen uit de brede aanbodswaaier en hiervoor gebruik weet te maken van de zelfbedieningstechnologie. De consument, en niet de aanbieder, kan zelf bepalen wanneer en welke informatie hij wenst te ontvangen. Deze ommekeer van een systeem van ‘informatie-uitzenden’ naar ‘informatie opvragen en ontvangen’ verandert grondig de marktverhoudingen.

Het is nu reeds duidelijk dat elke organisatie, en zeker het toerisme, door deze nieuwe digitale economie zal worden beïnvloed en men zal structuren en strategieën moeten aanpassen om mee te kunnen en te kunnen overleven. De impact van het Internet zal zich niet beperken tot de verkoop en het aanbieden van diensten, maar zal processen, organisatie en cultuur van bedrijven en andere organisaties diepgaand beïnvloeden, evenals het gedrag van de toeristen zelf. Er zullen bijvoorbeeld andere noden ontstaan: de toerist vraagt info op via het net en wil on-line boeken; de aanbieders zullen hiervoor uitgerust moeten zijn en hun organisatie hiertoe aanpassen.

De toenemende concurrentie tussen toeristische bestemmingen en de voortdurende wijziging van concurrentievoordelen, stellen nieuwe en hoge eisen aan de kwaliteit van het aanbod. Er is ook nood aan innovatie en creativiteit in de aanpak van 'destination marketing'³, en dit om vervlakking te voorkomen. De huidige praktijk van destination marketing via het Internet is nog in een verkennende fase en wordt nu nog gekenmerkt door versnippering en een geringe selectiviteit naar doelgroepen.

Het toeristisch beleid mag niet voorbijgaan aan het toenemend belang van deze ontwikkelingen en moet een kader kunnen bieden waarbinnen de sector kansen krijgt om mee te evolveren. Hierbij wordt voor ogen gehouden dat ICT/het Internet geen doel op zich is, maar een hulpmiddel.

De vraag naar de implicaties van het Internet op de toekomst van toerisme werd reeds opgenomen in het Programma Beleidsgericht Onderzoek van de Vlaamse regering van 1998⁴. Door deelname aan studiedagen en congressen proberen zowel Toerisme Vlaanderen als het kabinet op de hoogte te blijven van de nieuwe ontwikkelingen inzake ICT in de toeristische sector. Daarnaast zijn er ook tal van initiatieven binnen de sector die zich integreren in de nieuwe ontwikkelingen: Antwerpen on-line, toepassingen in het bezoekerscentrum Brugge, het strategisch informaticaplan van Toerisme Vlaanderen...

Om dit plan te verwezenlijken, waren de logistieke middelen en het personeelsbestand van Toerisme Vlaanderen ontoereikend, maar dankzij extra budget kan een inhaalbeweging ingezet worden.

Deze inhaalbeweging moet echter een continue beweging zijn. Dit vergt inspanningen van de hele sector die gedragen worden door een gericht beleid, een beleid dat verder denkt dan de volgende beleidsbrief.

2 Het belang van het Internet in de toeristisch-recreatieve sector

2.1 Enkele cijfergegevens

In hetgeen volgt, moet rekening gehouden worden met het feit dat er in Vlaanderen nog grote hiaten bestaan inzake dataverwerving. Zo is er, zoals in de beleidsbrief Werkgelegenheid aangehaald, een quasi afwezigheid van Vlaamse gegevens over werknemers

³ Het communiceren en promoten van een toeristische bestemming vanuit een integrale benadering op het geheel van attracties en mogelijkheden voor toeristen. In de destination marketing staat de netwerk- of clusterbenadering centraal met als doelstelling het bewerkstelligen van agglomeratievoordelen voor een bepaald toeristisch gebied.

⁴ Jansen-Verbeke, M., Mampaey, K. et al., 2000. *De virtuele toeristische bestemming. Digitale communicatie en Destination Marketing.*

(kwalificatiegraad, type contract, verloning...) en (bedrijfs)opleidingsbeleid in het algemeen en meer bepaald in de ICT-sector, en over ICT-gerelateerde vraagstukken (bijvoorbeeld profielen internetgebruikers...). Dit geldt zeker voor de toeristische sector.

De gebruikte cijfers zijn afkomstig van zeer uiteenlopende bronnen. Ze zijn dan ook onderling niet vergelijkbaar maar hebben enkel de bedoeling om een evolutie te schetsen en een grootteorde weer te geven.

Wereldwijd

Wereldwijd bedroeg de ICT-markt volgens het "European Information Technology Observatorium" (EITO⁵) in 1999 iets minder dan 1600 miljard euro of bijna 65.000 miljard Bef. Daarvan nam West-Europa 31% (ongeveer 20.150 miljard Bef of 499,5 miljard euro) voor zijn rekening. Het Belgische aandeel bedraagt 13 miljard euro of bijna 524,5 miljard Bef.

In het recent PBO-onderzoek "*De virtuele toeristische bestemming*" wordt een Amerikaanse studie aangehaald van de Commerce Department genaamd 'The Emerging Digital Economy'. Hierin wordt geschat dat de online verkoop van reisproducten in 2000 wereldwijd een omzet van 5 miljard US\$ zal halen. Tegen 2003 zouden deze inkomsten verder stijgen tot 29,5 miljard US\$, goed voor 12% van de totale toeristische markt.

Europa

De Europese online reismarkt was in 1999 goed voor een omzet van 800 miljoen US\$ en zou naar schatting oplopen tot 2 miljard in 2000 (NUA Internet Surveys⁶). Het Verenigd Koninkrijk en Duitsland namen respectievelijk 28% en 27% voor hun rekening, gevolgd door Nederland, België, Oostenrijk, Zwitserland en Ierland die samen een aandeel van 18% genereerden.

Uit een recent onderzoek van Internet European Travel Monitor⁷ bij 400.000 Europeanen bleek dat 6,4% van de reislustige Europeanen vorig jaar zijn vakantie on-line heeft geboekt. De Europese on-line reismarkt is in 1999 met 300% gestegen en dat resulteerde in 16,9 miljoen internationale reizen of 6,4% van alle vakanties die worden gemaakt door Europeanen.

België

Volgens het studiebureau Grid⁸ waren er eind maart 2000 in België al 1,35 miljoen internetaansluitingen. Wel beschikken sommigen over meerdere abonnementen.

Op jaarbasis zouden deze internetgebruikers on-line-aankopen ter waarde van 11,5 miljard Bef realiseren. Dat is amper 0,2% van de jaaromzet van de detailhandel, en het blijft onder het Europese gemiddelde. Reserveringen voor hotel- en vakantieverblijven maken 19% uit van het bestedingspatroon. Vlieg- en treintickets vertegenwoordigen 17%, huurwagens zijn goed

⁵ Het EITO groepeert een reeks Europese federaties van ICT-bedrijven. In België is dit Fabrimetal-Fabit. Naast de 15 leden van de Europese Unie maken ook Noorwegen en Zwitserland deel uit van de organisatie.

⁶ Nua is onder meer een on-line uitgever van een nieuwsbrief 'Nua Internet Surveys';
<http://www.nua.net/surveys>

⁷ Uit: elektronische nieuwsbrief I-mail van 17.08.2000. I-mail is een uitgave van het professionele magazine Infotravel (wekelijks).

⁸ Grid is een 'Electronic Publishing Consultancy' bureau, gevestigd in Brussel en is de afkorting van *Goede Raad Is Duur*. Grid richt zich op internetonderzoek op de Belgische markt. Uit: elektronische nieuwsbrief I-mail van 29.08.2000. www.grid.be

voor 4%. Samengesteld betekent dit dat 40% van de internetuitgaven goed is voor bestedingen in het toerisme.

Volgens het Gentse onderzoeksbureau Insites⁹ boekten de Belgen in 1999 voor 2,2 miljard frank vakanties en reizen.

Dit internetonderzoeks- en adviesbureau onderzocht eind april 2000 het virtueel reisgedrag van de Belgische internetgebruikers. 20% van de ondervraagden boekte de laatste drie jaar zijn vakantie op het Internet.

De boekers zien het web als reishulpje vooral zitten omdat het hen ook buiten de kantooruren in staat stelt zonder verplaatsing de vakantie te regelen.

Internauten die nog niet op het web boeken, duiden een tweetal grote redenen hiervoor. Ze hebben weinig vertrouwen in de huidige netbetaalsystemen en missen het persoonlijk contact met een reisagent die wat ervaringen kan delen of aanbevelingen kan meegeven. Wellicht is er dus een mooie toekomst weggelegd voor reisportalsites die de mogelijkheid bieden voor het online uitwisselen van tips en belevenissen tussen globetrotters onderling.

In datzelfde onderzoek zegden zes op de tien surfende Belgen minstens een paar keer per jaar een website met reisinfo te bezoeken. Ze doen dat voornamelijk nadat ze eerst hun bestemming kozen. Het zijn vooral ervaren reizigers die het toeristische internetaanbod verkennen.

Vlaanderen

Routineuze taken, zoals tientallen keren een lijst van telefoonnummers van bepaalde hotels via de telefoon doorgeven, wordt nu voor een groot stuk ondervangen door het Internet.

- De gegevens van Toerisme Limburg kunnen het toenemend belang van e-mailfaciliteiten illustreren: van mei tot en met augustus ontving de provinciale dienst voor toerisme 1074 info-aanvragen via de telefoon. Via e-mail waren dit er reeds 875 (vergelijk: fax: 80 en brief: 204). Sinds 4 juni 1997 werd de website 39.654 maal bezocht. Het gemiddelde per dag kan oplopen tot 80.
- De “British Tourist Authority” heeft al 21 sites in 22 van haar buitenlandkantoren. Dit aantal zal binnenkort opgetrokken worden tot 38.
- In 1998 realiseerde Virgin op jaarbasis 24.178 reservaties via het Internet. Vorig jaar werd dat cijfer tijdens een trimester gehaald en nu worden er al meer dan 29.000 tickets per maand via de website geboekt. Dit is 12-13% van de totale verkoop en levert een maandomzet van 68,7 miljoen Bef.

Uit deze cijfers mag enerzijds blijken dat het gebruik van Internet aan een sterke opmars bezig is, ook in Vlaanderen, en dat het gebruik in functie van toeristische doeleinden hierin een belangrijke rol speelt. Anderzijds mogen deze ontwikkelingen niet overroepen worden. Internethandel in Vlaanderen is nog relatief beperkt, en zelfs reisbureaus - tot nu toe immers beschouwd als één van de meest leefbare sectoren op het Internet - sneuvelen op het Internet.

2.2 Toerisme: informatie over en voor de consument

Informatieverstrekking is een belangrijk onderdeel van toerisme, waarbij het zowel om het verzamelen van info over de toerist, als het ter beschikking stellen van info aan de toerist gaat. Dit geldt zowel voor de traditionele manier van toeristische handelspraktijken als voor e-toerisme.

⁹ www.insites.be

Het kernproces dat zich afspeelt tussen aanbieder en consument bestaat uit info-invoer, infoproductie en infodistributie. Daarnaast is er de informatiedistributie aan de overige actoren zoals de pers, de reisindustrie, de toeristisch-recreatieve aanbodsector...

Het verschil is dat in de digitale wereld het Internet als transportmedium gebruikt wordt.

informatie over de toerist

Wie via het Internet bijvoorbeeld een brochure over hoeve- en plattelandstoerisme in Vlaanderen aanvraagt, geeft te kennen geïnteresseerd te zijn in deze vorm van toerisme. De persoonsgegevens die bij deze aanvraag worden opgegeven, kunnen gelinkt worden aan een bepaalde interesse. Met andere woorden: de klant vertolkt on-line zijn behoeften, zodat hier niet meer naar gegist hoeft te worden. Onderzoek zal zich bijgevolg ook meer en meer verplaatsen van marktgericht naar ICT-consumentgericht onderzoek. Hoe denkt de virtuele toerist, hoe is het e-beslissingsproces, wat zijn de informatie- en functionele behoeften, welke transacties wil hij kunnen doen...

Kenmerkend voor e-marketing is dat de klant daar zelf toe bijdraagt, nl. door interactief zijn eigen klantgegevens aan te vullen.

informatie voor de toerist

Nieuwe ICT-ontwikkelingen bepalen steeds meer de processen en de manier waarop het e-toerisme wordt uitgevoerd. Dankzij de online-informatie van de (potentiële) toeristische surfer op het Internet, wordt de mogelijkheid gecreëerd om aan echte "one-to-one marketing" te doen. Dit betekent dat de aanbodsector rechtstreeks op de behoeften en verlangens van de individuele (potentiële) toerist kan inspelen.

De impact van het Internet is zo sterk dat het toerisme in Vlaanderen wel mee moet gaan in deze ontwikkelingen om de concurrentiepositie te vrijwaren. Klantgerichte communicatiesystemen - zowel op het vlak van informatie als op het vlak van het aanbieden van diensten - zijn sleutelementen om de competitiviteit van de toeristische sector te vergroten, mede gelet op de zeer geringe winstmarges. En dat is hoognodig ook, aangezien de toeristische sector niet alleen sterk gefragmenteerd en heterogeen is gestructureerd, maar ook omdat hij vaak wordt geconfronteerd met een grote afstand tussen vraag en aanbod en een uitgesproken heterogene vraag.

Specifiek in de 'CRS-wereld' (Computer Reservatie Systeem) wordt het Internet steeds belangrijker. Toeristische bedrijven zoals Amadeus, Galileo, Worldspan en Sabre doen zeer grote inspanningen om naast hun traditionele producten als tussenschakel tussen de luchtvaartmaatschappijen en de reisagenten, ook via dit medium op de markt aanwezig te zijn met allerlei dienstverlenende producten. Het aanbod gaat van toegang tot informatie- en reservatiesystemen, e-ticketing en nieuwe producten in het domein van verzekeringen en touroperating tot het aanleveren van specifieke boekingsmodules en software om reisschema's rechtstreeks te faxen of te e-mailen of om de tarieven eenvoudig te updaten.

Verschillende informaticabedrijven - die soms volledig buiten de toeristische sector staan - spitsen zich toe op het aanleveren van allerlei tools aan reisbureaus, opdat deze zich minder moeten bezighouden met alle rompslomp van een agentschap en zich meer kunnen toeleveren op de pure verkoop.

2.3 Interactiviteit

Inzake interactiviteit wordt zowel communicatie van de aanbieder met de bezoeker als omgekeerd betracht, maar evenzeer tussen de bezoekers onderling en tussen de aanbieders onder elkaar. De betrokkenheid die wordt opgewekt door interactie levert bovendien een schat aan informatie op over de interactie tussen klant en product. Zo zal de klant via het web klachten kwijt kunnen maar eveneens onverwachte vragen stellen, die aanbieders op het spoor kunnen zetten van ontbrekende of onduidelijke informatie. Klant-tot-klant communicatie wordt door gebruikers sterk gewaardeerd omwille van zijn hoge mate van geloofwaardigheid. Deze communicatie is mogelijk in de vorm van fora of discussiegroepen ingebed in de eigen webstek, en levert bovendien veel informatie op over de waardering (positief en negatief) die klanten hebben voor het aanbod en de webstek. Om deze informatie te verzamelen en te verwerken, moeten de aanbieders de aangepaste sturingsmechanismen voorzien.

De veelzijdigheid maakt het Internet uniek als motor van de communicatie binnen het toerisme. Om optimaal van deze communicatie gebruik te kunnen maken, moeten de informatiestromen tot op zekere hoogte gestuurd en geleid worden.

2.4 Kansen voor de kleine ondernemingen

Het Internet geeft in principe niet alleen de grote bedrijven de kans om mee te draaien in de wereldwijde markt, maar ook de kleine en middelgrote ondernemingen. Door netwerkvorming kunnen KMO's hun krachten bundelen en zo mee opgenomen worden in de ICT-ontwikkelingen en zich een duidelijke plaats toemeten op de globale markt. De meerderheid van deze kleine bedrijven heeft immers noch het kapitaal noch de ervaring om individueel gebruik te maken van de wereldwijde elektronische distributiekanaal en valt terug op grotere collega's of destination marketing organizations (DMO's¹⁰).

Niettemin is er enige voorzichtigheid geboden bij deze stelling.

Ten eerste missen zelfs de grote toeristische bedrijven en DMO's coördinatie en voldoende financiële input zodat hun informatie- en promotiesystemen relatief beperkt zijn. Hierdoor staan zij op hun beurt in een zwakke concurrentiepositie tegenover de grote software- en mediabedrijven die in de toeristische sector een (bijkomende) winstgevende markt gevonden hebben.

Ten tweede geldt dat, om voldoende vindbaar te zijn op het Internet, de nodige publiciteitsmiddelen ingezet moeten worden. En dat zijn nog steeds de klassieke financieel meer intensieve promotiekanaal.

3 Gevolgen van e-toerisme voor reisagenten en touroperators

Wanneer men zijn reis kan kiezen, voorbereiden en zelfs boeken via het Internet, rijst de spontane vraag welke rol reisagenten en touroperators dan nog toebedeeld krijgen. Concreet zijn er twee mogelijke dreigingen die ter discussie staan.

Een eerste dreiging is de angst dat de gevolgen van het Internet in de toeristische sector zouden leiden tot de verdringing van de klassieke reisagenten en touroperators. Dit is echter niet volledig gegrond. Er moet duidelijk een onderscheid gemaakt worden tussen het Internet als informatiemedium en het Internet als boekingsmiddel. Het belang van het Internet als

¹⁰ Een lokale of regionale organisatiestructuur met als kerntaak de plaats/regio te promoten. In vele gevallen is de kern van deze organisatie een overheidsinstelling, al dan niet in partnership met lokale actoren.

informatiecentrum wordt vaak verkeerd ingeschat. Het blijkt een medium naast de andere, klassieke media, zonder dat het deze informatiekkanalen verdringt. Voor de consument kan het bijvoorbeeld ook in de toekomst belangrijk blijven of belangrijker worden te weten dat een eerste selectie uit de waaier van producten, diensten en gegevens reeds door een intermediair gebeurde, met een bepaalde kwaliteitseis als criterium. Het niet exact kunnen verwoorden wat men precies wil en het gebrek aan expertise en overzichtelijke informatie maakt bovendien dat aan het boeken van een reis een zeker risico verbonden is. Een tussenpersoon die de nodige gegevens ter beschikking heeft en tegelijk in onmiddellijk contact staat met de consument, kan dit (gepercipieerde) risico reduceren. Wat dus vanuit een louter economisch perspectief niet erg efficiënt lijkt - namelijk het investeren in persoonlijke verkoopscontacten, als het veel sneller mogelijk is via het Internet - kan net wel doeltreffend zijn. Economisch handelen is ingebed in een sociale structuur en wordt bijgevolg door sociale relaties bepaald. De producenten op hun beurt zullen er mogelijk op blijven rekenen dat intermediairen het product de nodige bekendheid geven. Ten slotte zullen intermediairs ook een risicoreducerende buffer kunnen blijven bieden voor de producent. Klachten worden bijvoorbeeld door reisagenten opgevangen en schaden niet in de eerste plaats het imago van de producent zelf.

Een tweede mogelijke dreiging voor de klassieke intermediairen (naast gewoon overbodig worden) schuilt in de komst van nieuwe, sterk concurrerende actoren. Nieuwe actoren ontdekken de marktniches in de distributie van en de communicatie over toeristische producten en bestemmingen (bv. mediasector, software bedrijven, e-commerce). In een door mediatechnologie gestuurde markt wordt het voor nieuwe actoren ook gemakkelijker de markt binnen te treden. De infrastructurele kosten zijn voor een digitale onderneming heel wat lager dan voor een klassieke intermediair. Dit wordt nog versterkt door een voortdurende daling in de prijs van de weinige infrastructuren die cyberintermediairen wel nog nodig hebben. Anderzijds heeft moderne marketing nood aan informatie over de noden en wensen van consumenten. Wie nieuw is op een bepaalde markt, beschikt echter niet over deze informatie. De technologische voorsprong wordt dus afgewogen aan een sectorspecifieke achterstand.

Hoe dan ook, de traditionele intermediairen zien hun positie bedreigd en staan voor een uitdaging van een herpositionering, want hun taakomgeving verandert en nieuwe spelers komen in het spel.

4 E-knelpunten

De ontwikkeling van de elektronische handel geeft aanleiding tot een groot aantal vragen zowel vanuit het oogpunt van de consumenten als van de professionals. Momenteel bestaat er op nationaal of Vlaams niveau geen specifiek wettelijk kader voor de transacties die op het web worden afgesloten.

Het internationale karakter van de elektronische handel maakt in ieder geval een aanpak van de problemen op internationaal vlak noodzakelijk. Strikt nationale oplossingen dreigen onvoldoende te zijn omwille van het 'wereldwijde' karakter van de elektronische handel. Wanneer de verschillende lidstaten van de Europese Unie elk hun eigen wetgevingen zullen opstellen (wat deels al het geval is), zullen de ontwikkelingen van de binnenmarkt belemmerd worden en zullen de problemen eerder versterkt dan opgelost worden. Om dit te vermijden,

heeft de Europese Commissie een richtlijn voorgesteld betreffende bepaalde juridische aspecten van de elektronische handel in de interne markt.¹¹

In afwachting van de definitieve totstandkoming van deze richtlijn, en in afwachting van de omzetting van deze richtlijn in het Belgisch recht, dienen de gemeenrechtelijke regels op deze vorm van verkoop te worden toegepast. De juridische problemen die rijzen in verband met elektronische handel zijn niet gelegen in het feit dat de wetgeving niet toepasselijk is op deze vorm van handel, maar wel dat de bestaande regels moeilijk kunnen worden toegepast.

De volgende problemen zullen hier verder uitgewerkt worden (dit is dus geen exhaustieve opsomming):

- problemen die verband houden met de bescherming van het privé-leven
- problemen die verband houden met het gebrek aan fysiek contact tijdens de transactie
- problemen in verband met kwaliteitscontrole

4.1 De bescherming van het privé-leven

4.1.1 Situatie

Bijna alle webstekken proberen het e-mailadres van de gebruikers te achterhalen. Een beter begrip van de behoeften van de klant drijft de meeste bedrijven ertoe ook veel diepgaander klantengegevens te verzamelen en op te slaan. Op het Internet kunnen eenvoudig data verzameld worden en daarna verwerkt om tot profielen van surfgedrag en consumentenprofielen te komen.

Het feit dat de doelgroepen waarmee bedrijven elektronisch communiceren geen anonieme massa meer blijven, is juist één van de aantrekkelijkste kenmerken van het Internet als marketinginstrument en opent de weg naar one-to-one-marketing. Het meest toegepast en in het oog springend is het gebruik van aangepaste reclame-banners¹².

De elektronische handel is op reglementair vlak een verkoop op afstand. Dit betekent dat het geheel van regels ter bescherming van de consument die vervat zijn in de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en de bescherming van de consument, van rechtswege van toepassing zijn op de elektronische handel, zonder afbreuk te doen aan de regels van het internationaal privaatrecht.

4.1.2 Belangen van de consument

In verschillende Europese en Amerikaanse onderzoeken over e-marketing en privacy wijzen consumenten op een gebrek aan transparantie bij het verzamelen en gebruiken van persoonsgegevens en een gemis aan controle over zowel het traject dat hun persoonsgegevens afleggen tussen verschillende organisaties als een zekere controle op de marketingcommunicatie waarvan ze het doelwit waren.

¹¹ Gewijzigd voorstel voor een richtlijn van het Europees parlement en de Raad betreffende bepaalde juridische aspecten van de elektronische handel in de interne markt, PB C 30, p.4-16 van 5/2/1999, COM(1999)427.

¹² Dit is een virtuele affiche. Het is meestal een rechthoekige reclameboodschap (met tekst en grafische elementen) die gelinkt is met een webpagina waar meer informatie te vinden is over het voorgestelde product en/of gelinkt is met een website.

De verzameling van persoonsgegevens kan zowel expliciet (elektronische invulformulieren) als impliciet gebeuren (cookies¹³).

De elektronische invulformulieren moeten aan de Belgische privacywet voldoen.

Indien het plaatsen van cookies en het traceren van surfgedrag met koppeling aan persoonsgegevens zonder medeweten, noch toestemming van de betrokkene gebeurt, dan kan men spreken van een aantasting van de privacy. Browser-producenten hebben hierop ingespeeld door een optie in te bouwen die waarschuwt wanneer een server een cookie verzendt. De gebruiker kan dan beslissen om het cookie te aanvaarden of niet.

Sommigen stellen dat dit aspect van de privacy ook weer niet mag worden overdreven, aangezien de meeste gevoelige gegevens sowieso elders toch al opgeslagen zijn en vaak gewoon opgevraagd en aangekocht kunnen worden.

Een volgend discussiepunt in het debat over privacy op het Internet is het sturen van e-mailings, commerciële emails, naar consumenten. Wanneer dergelijke elektronische post door de ontvanger als ongevraagd of ongewenst aangevoeld wordt, dan spreekt men vaak van 'spamming'. In de VS ontvangt 90% van de Internetgebruikers wekelijks ongevraagd reclame in zijn mailbox, 50% dagelijks. In Vlaanderen zou 65% van de professionele gebruikers van het Internet regelmatig ongevraagde e-mailings ontvangen, 28% krijgt er enkele per dag.

4.1.3 Belangen van de aanbieder

Wie persoonlijke gegevens prijsgeeft, is doorgaans wantrouwig tegen het mogelijke misbruik ervan. De aanbieder zou dit wantrouwen kunnen wegwerken op twee manieren:

- door een duidelijk privacybeleid te voeren en te communiceren;
- door een vertrouwensrelatie met trouwe bezoekers op te bouwen door een voorkeurbehandeling te verlenen, door hem gericht op de hoogte te houden van nieuwe evenementen, door gepersonaliseerde informatie...

Het Internet kan zelfs een middel zijn om juist meer vertrouwen op te bouwen bij de klant, bijvoorbeeld door het gebruik van webcams. Dit zijn camera's die in real time tonen wat zich voor de lens afspeelt.

Het gebrek aan vertrouwen van de consumenten kan zich geleidelijk aan verder vertalen in een echte vertrouwenscrisis die de effectiviteit van directe en interactieve marketing sterk zou aantasten. Het voeren van een privacybeleid moet er dus niet alleen komen om conform bepaalde wetgeving te handelen. De toekomstmogelijkheden van e-marketing hangen immers ook sterk samen met het toepassen van een privacybeleid in iedere organisatie die direct en interactief wenst te communiceren met prospecten en klanten.

De acties op federaal niveau om te komen tot de legalisatie van de elektronische handtekening zijn een eerste poging om technische middelen te ontwikkelen die het mogelijk maken commerciële operaties op het Internet te beveiligen en dus aan te moedigen.

¹³ Een cookie is een informatiepakketje dat door de webserver automatisch wordt verstuurd naar de PC van een gebruiker en op de harde schijf geplaatst wordt op het moment dat de gebruiker de website bezoekt. Telkens wanneer een bezoeker naar de website terugkomt, stuurt zijn browser de cookie naar de server door en herkent de server de computer dankzij de cookie die functioneert als een soort barcode. Op zich blijft de gebruiker anoniem, tenzij de websitebezoeker in een elektronisch formulier persoonsgegevens heeft ingetypt en deze data gekoppeld worden met de cookie. Cookies kunnen bijvoorbeeld het navigatiepad van de gebruiker van de betreffende site volgen, de ingevoerde trefwoorden opslaan...

4.2 Het gebrek aan fysiek contact tijdens de transactie

Als een consument overgaat tot een aankoop via verkoop op afstand (verkoop via Internet, per briefwisseling, per telefoon, via teletekst en televerkoop), kan hij het product dat hij koopt niet ‘betasten’. De consument wil een bedenktijd nadat hij het product heeft ontvangen, teneinde te kunnen afzien van zijn aankoop als het product niet voldoet aan zijn verwachtingen. Op Europees niveau werd door de richtlijn 97/7/EG betreffende de op afstand gesloten contracten en vergelijkende publiciteit¹⁴ een minimum communautair juridisch kader tot reglementering van dit type van verkoop geschapen. Voor de reissector knelt hier het schoentje. Het aangeboden product (een reis) is per definitie niet tastbaar. Toepassing van de richtlijn betekent dat bv. last minutes haast onverkoopbaar worden omwille van de verplichte bezinningstijd (vanaf de ondertekening van het contract kan de consument dit nog opzeggen binnen de zeven dagen, zonder schadevergoeding en zonder opgave van reden).

De Europese richtlijn biedt echter de mogelijkheid om de reissector als een uitzondering in te passen, hetgeen heel wat lidstaten dan ook gedaan hebben.

Door de wet van 25 mei 1999 tot wijziging van de wet van 14 juli 1991 betreffende de handelspraktijken en de voorlichting en bescherming van de consument (BS 23.06.1999) werd deze richtlijn omgezet in Belgische regelgeving met toepassing vanaf 1 oktober 1999.

De Belgische wet voorziet echter geen uitzondering voor de reissector. Deze sector werd trouwens ter zake ook niet geconsulteerd. Het achterwege laten van een uitzonderingsmaatregel zou betekenen dat de Belgische touroperators benadeeld worden ten aanzien van hun buitenlandse collega's, hetgeen gelijkstaat met oneerlijke concurrentie. Alsnog wordt gepoogd om via een koninklijk besluit, in toepassing van artikel 83 van de wet van 14 juli 1991, de reissector vrij te stellen van deze bepalingen. Deze discussie of er bij het opmaken van de koninklijke besluiten een uitzondering voor de reissector zal ingevoerd worden, was bij het opstellen van deze beleidsbrief nog aan de gang.

4.3 Kwaliteitscontrole

Het Internet werkt drempelverlagend. Het aanmaken van een website is relatief kosteneffectief en eenvoudig. Toeristische websites zijn dan ook als paddestoelen uit de grond gerezen. Maar bij het raadplegen van enkele van deze websites blijken meteen de grote kwaliteitsverschillen. De heterogeniteit van het aanbod leidt vaak tot verwarring van de bezoeker. Daar de bezoeker gemakkelijk de kwaliteit van een website relateert aan de kwaliteit van het aangeboden product, is een zekere vorm van kwaliteitscontrole aangewezen. Een kwaliteitscontrole moet de bezoeker de zekerheid geven over hetgeen hij van de website en van de aangeboden informatie mag verwachten.

Het samenwerkingsakkoord tussen Gemeenschappen en Gewesten houdende het statuut van de reisbureaus legt de vestigingsvoorwaarden vast voor de reisbureaus, met bijzondere aandacht voor verkoop via het Internet is een eerste stap in de richting van kwaliteitscontrole. Enkel de activiteit die bestaat uit het afsluiten van overeenkomsten (dus niet het louter aanbieden van informatie) is door dit samenwerkingsakkoord aan een vergunning onderworpen. Wie reizen aanbiedt via het Internet, is vergunningsplichtig. Voorwaarde is dat de plaats vanwaar men de website activeert en programmeert op Vlaams - en eventueel Brussels - grondgebied staat.

¹⁴ 97/7/EG, 20 mei 1997. *Europese richtlijn betreffende de bescherming van de consument bij op afstand gesloten overeenkomsten*, PB L 144/19 van 14 juni 1997.

Dit akkoord heeft als doel ervoor te zorgen dat de reiziger zich kan wenden tot vakbekwame of professionele mensen. Naast de vereiste om over een zekere beroepsbekwaamheid te beschikken, bevat deze wetgeving een aantal mechanismen die zowel de reiziger als de zakenpartner bescherming bieden. Op dit punt is er een raakvlak met de consumentenbescherming, die echter een federale bevoegdheid is.

Een volgende stap zou de labeling van sites kunnen zijn. Dit label wordt dan verleend na controle van de kwaliteit van de site (veiligheid van de verrichtingen, bescherming van de persoonlijke levenssfeer, betrouwbaarheid van de informatie...). Er is echter nog onenigheid over de vraag of deze certificatie nuttig en uitvoerbaar is.

In Canada en de Verenigde Staten wordt de labeling van sites al toegepast. Ook in België worden initiatieven genomen op dit gebied, bijvoorbeeld het project “Trust2”, uitgewerkt door Beldsign in samenwerking met Coopers&Lybrand. Het Instituut der Bedrijfsrevisoren heeft een project uitgewerkt betreffende de voorwaarden onder dewelke bedrijfsrevisoren een label zouden kunnen toekennen aan de vennootschappen om de gebruiker gerust te stellen wat betreft betrouwbaarheid van de virtuele handelaar. De labeling biedt echter nog geen garantie voor de kwaliteit van de verkochte producten of diensten.

In de toeristische sector zijn nog geen dergelijke initiatieven ondernomen.

Een juridisch kader op Europees niveau aangaande de toekenning van die labels en de afleverende instanties is wenselijk om het vertrouwen van de Internetgebruiker te verhogen.

5 Actiepunten voor het toeristisch-recreatief beleid

ICT en meer bepaald het Internet is van belang voor de informatieverstrekking in de toeristisch-recreatieve sector en zonder een forse stap te zetten in de richting van virtuele economie, zal Vlaanderen het steeds moeilijker krijgen om te concurreren met de andere bestemmingen.

Vandaar dat ook vanuit het toeristisch beleid - in een gefaseerde aanpak - de nodige middelen moeten aangereikt worden.

5.1 De rol van Toerisme Vlaanderen

“Destination marketing” vormt één van de kerntaken in het toeristisch beleid. Het gaat om het promoten van Vlaanderen als een toeristische bestemming, waarbij in de communicatie de nadruk gelegd wordt op de beleevingswaarde ervan.

Deze communicatie over Vlaanderen als toeristische bestemming vraagt een **coherente visie**. De opbouw van een dergelijke visie hangt nauw samen met de kernopdracht van Toerisme Vlaanderen.

Om deze marketingstrategie uit te werken en te ondersteunen, zijn een aantal belangrijke vernieuwingen binnen de werking van Toerisme Vlaanderen noodzakelijk waarbij ICT een belangrijke rol te spelen heeft. Met het Strategisch Informaticaplan (SIP¹⁵) pikt Toerisme

¹⁵ SIP: Het SIP geeft een planmatige en projectmatige visie van wat er op het vlak van informatica de komende jaren staat te gebeuren. De eerste fase van het SIP, met name het onderzoek, werd gegund aan de firma Team Consult, door een beslissing van de Raad van Bestuur van Toerisme Vlaanderen op 30 juni 1999 en dit voor een totaalbedrag van 3.974.850 Bef. De opdracht had betrekking op de gehele werking van Toerisme Vlaanderen en heeft als doel om een strategisch IT-plan op te stellen met de te ontwikkelen systemen voor de

Vlaanderen de recente ICT-trends op om aan de informatiebehoeften tegemoet te komen. De ondersteuning van dit SIP is dan ook prioritair in het toeristisch beleid rond e-toerisme. Het SIP levert de bouwstenen voor een e-business implementatie met de daarbij horende websites en achterliggende ICT-systemen.

5.1.1 Eén geïntegreerd informatiesysteem

De basisopzet van het SIP is de ontwikkeling van één professioneel informatiesysteem en de nodige infrastructuur om het toeristisch kernproces van informatieverstrekking en gegevensverzameling te beheren. De marketingstrategie wordt verbonden aan een zogenaamd **één-infosysteem**. Het is immers de bedoeling één aanspreekpunt te creëren, toegespitst op de verschillende doelgroepen.

De (potentiële) toeristen willen immers snel en vakkundig aan die informatie komen die afgestemd is op hun behoefte. Langs de andere kant is er ook de sector zelf, die sterk versnipperd is en voor het merendeel bestaat uit kleine organisaties. Hierdoor is er een behoefte aan een gestructureerd geheel waarbinnen ze hun producten en diensten kunnen aanbieden. Het gaat hier zowel om contacten met de reisindustrie zelf als om de pers, Mice (congresorganisatoren), de partners van Toerisme Vlaanderen en de gehele aanbodsector. Eén geïntegreerd productinformatiesysteem is daartoe een belangrijke tegemoetkoming en biedt de mogelijkheid voor een klantgericht communicatiesysteem.

Het Internet laat een one-stop-strategie toe: i.e. het is mogelijk om in één ruk de potentiële toerist te interesseren, te informeren en te laten boeken. Dit impliceert dat de klant, nadat hij via het Internet Vlaanderen en Brussel heeft leren kennen en begrijpen als vakantiebestemming, meteen wordt overtuigd van de sterke aspecten en de competitieve voordelen om zijn zo opgewekte belangstelling af te ronden met een transactie. De toerist moet dus alle benodigde informatie in één sessie en op één plaats kunnen vinden, dus zowel over bezienswaardigheden als over evenementen, logies, vervoer, weersvoorspellingen... De concrete uitbouw van een dergelijke dienstverlening moet gefaseerd gebeuren en is niet van vandaag op morgen realiseerbaar.

Toerisme Vlaanderen is het best geplaatst om specifieke vakkennis en vaardigheden voor de sector toegankelijk te stellen, door een model uit te dragen om samen te beslissen en samen te werken, door een basis te leggen voor een samenwerkingsmodel in de sector voor lange termijn, door de verspreiding van de moderne technologie... Toerisme Vlaanderen krijgt met andere woorden een adviserende en coördinerende rol toebedeeld, naast een initiërende en stimulerende rol.

De projecten, opgenomen in het SIP, staan in het teken van centralisatie van alle toepassingen en in het bouwen van generieke (i.e. te gebruiken voor verschillende doeleinden) toepassingen. Hiermee wordt ingegaan tegen de huidige 'eilanden van automatisering'.

De projecten die in het kader van het SIP zullen gerealiseerd worden – gegroepeerd volgens de klanten van Toerisme Vlaanderen- zijn de volgende:

Voor de interne werking van Toerisme Vlaanderen en de buitenlandkantoren:

- Het ontwikkelen van een centrale productdatabank, een multimediale databank, een project-, contact- en dossierbeheersysteem, een GIS¹⁶-databank, een documentatiesysteem en het ontwikkelen van programma's die boekhouding en administratie automatiseren.
- Daarnaast het ontwikkelen van programma's die de activiteiten van en met de buitenlandkantoren van Toerisme Vlaanderen automatiseren.

Voor de toerist/consument:

Het ontwikkelen van een consumentenwebsite voor alles wat met toerisme te maken heeft in Vlaanderen en in Brussel; hierin kunnen opgenomen worden: de productdatabank, een consumentendatabank, een reservatie- en ticketingsysteem, een databank i.v.m. consumptiegedrag, klachtenbehandeling, last-minute-aanbiedingen WAP-site, beschikbaarheidsdatabank, infozuilen.

Voor de partners:

- Het ontwikkelen van een programma dat in één toepassing de modules voor een VVV-medewerker integreert en automatiseert.
- Het ontwikkelen van een partner-website waarbij de gewenste interne systemen worden ontsloten (zoals bv. documentatiesystemen).

Voor de pers, trade, mice en professionals

- Het ontwikkelen van websites afgestemd op het type klant waarbij de juiste info en functionaliteit via de intern ontwikkelde systemen kan ontsloten worden.

Om dit te bewerkstelligen, is er technologische **samenwerking** met de toeristische diensten en federaties, en voor bepaalde projecten zeker ook met de andere beleidsdomeinen zoals cultuur, sport...nodig.

Tenslotte moeten ook de mogelijkheden nagegaan worden van de link tussen de website van de hele Vlaamse overheid - in het kader van het **e-governementproject** - en de toeristische referentiesite van Toerisme Vlaanderen.

5.1.2 Het doelgroepenbeleid

Het doelgroepenbeleid zal aangepast moeten worden aan de nieuwe media. Zo zullen bijvoorbeeld de beleidsacties rond jeugdtoerisme inspelen op de vertrouwdheid van deze doelgroep met de moderne ICT-ontwikkelingen. De jeugd wordt op deze manier beter bereikbaar, zodat het mogelijk is directer in te spelen op hun behoeften.

Het Internet heeft niet alleen tot gevolg dat de overheid anders met de sector zal communiceren, maar ook dat de sector zelf nood zal hebben aan een gedeeltelijk nieuwe beleidsaanpak door de gewijzigde machtsverhoudingen.

De enige die immers kan garanderen dat alle aanbieders op gelijke voet worden behandeld, is de toeristische overheid. Marketingbedrijven (zoals touroperators) schrikken terug voor de grote overheadkost die samenwerking met kleine bedrijven met zich meebrengt. Alleen de overheid kan dus de taak op zich nemen om deze dienstverlening aan alle partners te leveren tegen een weliswaar commerciële maar toch voor iedereen haalbare prijs.

¹⁶ Geografische InformatieSystemen

Ook de klant moet de zekerheid krijgen dat hij een blik krijgt op het totale toeristische aanbod en niet op een klein (meer winstgevend) deel ervan.

De link tussen de twee bevoegdheden - toerisme en werkgelegenheid - is in deze een extra troef. De aanbevelingen in de beleidsbrief werkgelegenheid rond een instapbeleid, een inclusief beleid en de creatie van ruimte voor innovatie bieden een toepasselijk kader voor de ontwikkelingen in de toeristisch-recreatieve sector.

5.2 De rol van andere actoren

Niet alleen Toerisme Vlaanderen heeft inzake e-toerisme een taak te vervullen, ook andere actoren kunnen hun bijdrage leveren tot de uitbouw van een volwaardig toeristisch e-product (al dan niet in samenwerking met Toerisme Vlaanderen). Het toeristisch beleid wil ook deze actoren motiveren en ondersteunen.

5.2.1 Samenwerking

Conform met processen van schaalvergroting in andere branches stelt zich ook hier de dwingende noodzaak om de allianties met partners te herzien. Partnership van de overheid en private actoren in de marketing van toeristische bestemmingen in Vlaanderen kan een meerwaarde betekenen, zoals de minister-president ook uitdrukte in zijn septemberverklaring: “Publiek Private Samenwerking (PPS) kan zorgen voor extra middelen en extra dynamiek in sectoren zoals e-government, (...), culturele en toeristische projecten.”

In het toeristisch beleid gaat dit niet alleen over samenwerking op het vlak van infrastructuur, maar bijvoorbeeld ook op het vlak van communicatie.

Hiervoor zal ook de samenwerking met software- en mediabedrijven nuttig blijken. Het is immers niet voldoende de middelen aan te reiken om een website op te bouwen, er moet ook de nodige communicatie rond gevoerd worden om de website bij het ruime publiek bekend te maken.

Daarom zal het toeristisch beleid voor deze samenwerking samen met Toerisme Vlaanderen stappen ondernemen om de mogelijkheden van dergelijke allianties af te tasten.

5.2.2 Kwaliteitscontrole

De mogelijkheden tot het ontwikkelen van een systeem voor **kwaliteitscontrole** zullen onderzocht worden. Een labelingsysteem zou het beeld dat men heeft van Vlaanderen als toeristische bestemming ten goede komen door het opwaarderen van de kwaliteit van het aanbod. Een alternatieve methode is het opleggen van kwaliteitsvoorwaarden bij het aanbrenge van een link van een toeristische website op de website van Toerisme Vlaanderen. Op die manier wordt een soort filter aangebracht. Maar zoals reeds vermeld, dienen eerst efficiëntie en toepasbaarheid onderzocht te worden van dergelijke systemen.

Kwaliteit houdt niet enkel betrouwbare informatie in, maar ook bescherming van de consument én van de aanbieder. Hiervoor is het noodzakelijk dat de juridische knelpunten voor de toeristisch sector uitgeklaard worden in een werkgroep, om hieraan de nodige beleidsstappen te kunnen verbinden (zie verder bij ‘privacy’).

ICT geeft kansen om een geïntegreerde communicatie uit te bouwen, die de basis legt voor een geïntegreerde destination marketing. Deze vorm van communicatie in de toeristische sector impliceert nieuwe allianties tussen alle ondernemers en overheidsdiensten die betrokken zijn en die belang hebben bij de promotie van hun plaats en onderneming.

Er zijn echter een aantal voorwaarden verbonden aan de uitbouw van deze communicatie, zoals betrouwbaarheid van de informatie, klantvriendelijkheid, engagement van de aanbieders, privacy... Het opleggen van voorwaarden impliceert de uitbouw van een systeem van kwaliteitscontrole.

5.2.3 Privacy

Er blijft een belangrijke taak bestaan wat betreft de coördinatie van de beheersing van reglementen aangaande privacy.

Zoals reeds aangegeven, wijzen in verschillende Europese en Amerikaanse onderzoeken over direct (web) marketing en privacy de consumenten al op een gebrek aan transparantie bij het verzamelen en gebruiken van persoonsgegevens en een gemis aan controle over zowel het traject dat hun persoonsgegevens afleggen tussen verschillende organisaties als een zekere controle op de marketingcommunicatie waarvan ze het doelwit waren. Indien deze negatieve attitude zich ook geleidelijk aan verder vertaalt in negatief gedrag van consumenten, dan kan dit leiden tot onder meer een vertrouwenscrisis die de effectiviteit van directe en interactieve marketing sterk zou aantasten. Daarom is er nood aan een privacybeleid bij database webmarketing als kwaliteitslabel voor de eigen e-business activiteiten.

Een link voorzien op de toeristische websites naar de rechten en verkoopsvoorwaarden kan één van de middelen zijn. De juridische aspecten moeten echter eerst voldoende uitgediept worden om vervolgens concrete maatregelen te kunnen nemen.

5.2.4 Europees niveau

De toeristische overheid op Vlaams niveau fungeert eveneens als gesprekspartner op het internationale terrein. Binnen de Europese Commissie is er veel aandacht voor ICT-ontwikkelingen, niet in het minst voor toerisme-gerelateerde projecten.

De commissie voorziet enkele projecten in het 4de kaderprogramma 'Research and Technological Development' (RTD). In het 'Information Society Technologies Programme', key action 1 (Systems and Services for the Citizen), van het 5de kaderprogramma werd voor de eerste maal een specifieke actie opgenomen met betrekking tot toerisme.

De EC is voorstander van het uitwerken van een open systeem waarin de verschillende Europese regio's en actoren kunnen participeren. Op deze manier kan een informatiesysteem op Europees niveau opgebouwd worden. Grote doelstelling hierbij is de ondersteuning van de kleine toeristische ondernemingen die anders de boot dreigen te missen.

De betrokkenheid op het Vlaamse niveau moet nog meer aangescherpt worden zodat de overheid een informerende en coördinerende taak kan opnemen.

6 Begrotingsimplicatie

Het toeristisch beleid kan niet voorbijgaan aan de huidige ontwikkelingen in Informatie- en Communicatietechnologie. Hierin liggen immers kansen om Vlaanderen duidelijker te positioneren op de toeristische wereldkaart, om een breder publiek te bereiken en om beter in te spelen op de behoeften van de toerist. Meer zelfs, dergelijke kansen onbenut laten zou een verzwakking van de concurrentiepositie betekenen.

Een behoefteanalyse resulteerde in het Strategisch Informaticaplan van Toerisme Vlaanderen. Dit door de Raad van Bestuur van Toerisme Vlaanderen goedgekeurde plan is het bewijs dat er een serieuze ICT-behoefte bestaat die nú moet aangepakt worden. Een blik op de voorgestelde projecten volstaat om vast te stellen dat de financiële input van de laatste jaren voor dit domein tekort zal schieten. Van 12 miljoen Bef in 1995 tot 27,6 miljoen in 1999 is reeds een verbetering, maar weegt nog niet op tegen de schatting van een benodigde budget van ongeveer 156 miljoen Bef over vier jaar. Daarom wordt in de begroting 2001 een eerste stap gezet met een extra budget van 30 miljoen Bef.

Hoofdstuk IV

Twee belangrijke partners voor het beleid

1 Toerisme Vlaanderen

In de beleidsnota wordt herhaalde malen gewezen op de belangrijke beleidsuitvoerende taak van Toerisme Vlaanderen. Als Vlaamse Openbare Instelling onderneemt zij in de eerste plaats de acties om het beleid te realiseren. In de praktijk komt dit neer op het uitwerken en realiseren van de werkplannen die opgemaakt zijn rekening houdend met de doelstellingen en de kritische succesfactoren zoals die zijn weergegeven in het strategisch beleidsplan van de beleidsnota toerisme.

1.1 Wijzigingen op organisatorisch vlak - Decreet op Toerisme Vlaanderen en personeelskader

Toerisme Vlaanderen voert het beleid uit van de Vlaamse regering, dat geconcretiseerd werd in de beleidsnota 2000-2004. Toerisme Vlaanderen maakt hiertoe jaarlijks werkplannen op. In de loop van 2001 zal een beheersovereenkomst tussen de VOI en de Vlaamse Regering afgesloten worden.

De intentie van het beleid om van Toerisme Vlaanderen opnieuw het centrale aanspreekpunt inzake toerisme in Vlaanderen te maken, werd op twee fronten verduidelijkt. Enerzijds zal Toerisme Vlaanderen t.a.v. de vernieuwing en kwaliteitsverbetering van het toeristisch-recreatief product in Vlaanderen een meer pro-actieve rol gaan spelen. Anderzijds zal Toerisme Vlaanderen een creatieve en innovatieve functie vervullen zodat ook Vlaanderen zich aan de binnen- en buitenlandse toerist kan voorstellen met hedendaagse en vooral creatieve nieuwe toeristisch-recreatieve producten. In de toeristische sector wint de publiek private samenwerking bij projectrealisaties steeds meer terrein. Opdat Toerisme Vlaanderen zou kunnen optreden als een publieke partner in dergelijke samenwerkingsvormen diende het decreet op Toerisme Vlaanderen van 7 juli 1998 gewijzigd te worden. Het programmadecreet voorziet een wijziging van de artikels 16 en 25 van het instellingsdecreet waardoor de Raad van Bestuur van Toerisme Vlaanderen kan beslissen om de instelling te laten participeren in vormen van publiek private samenwerking. Teneinde ook de financieringsmechanismen voor de publiek private samenwerking te kunnen uitwerken wordt artikel 25 in die zin aangepast.

Wij zullen zelf het initiatief nemen tot wijziging van het decreet op Toerisme Vlaanderen in de zin dat Toerisme Vlaanderen opnieuw het enige aanspreekpunt op Vlaams niveau wordt op het vlak van toerisme. Dit is een dringende aangelegenheid, daar we snel wensen te starten met de besprekingen rond een nieuw personeelskader om onder meer de bijkomende opdrachten uit te voeren en het verouderd personeelskader aan te passen.

Inmiddels werken 162 personeelsleden bij Toerisme Vlaanderen (binnen- en buitenland) en bestaat het statutair kader slechts uit 60 fulltime-equivalenten. Deze situatie staat ver van de realiteit en beantwoordt niet meer aan de opdrachten die Toerisme Vlaanderen dient uit te voeren. Nogal wat personeelsleden met een contract van bepaalde duur zijn belast met opdrachten met een permanent karakter. Het betreft volgende diensten: personeelsdienst, boekhouding, studiedienst, informatica, productontwikkeling, communicatie, juridische dienst, areamanagement, congretoerisme. Onder onze impuls werd de strategie inzake de duur van de contracten van personeelsleden transparanter en uniform gemaakt.

Na een periode van intense samenwerking tussen ons kabinet en de instelling werden een aantal disfuncties geëvalueerd. Opdat de instelling haar beleidsuitvoerende taak zou kunnen volbrengen, is het een absolute noodzaak om het personeelsbestand van de instelling en de managementstructuur aan te passen aan het bestaande en toekomstige takenpakket (zie verder). Belangrijke knelpunten situeren zich op het vlak van het personeelsbeleid, het personeelstekort in de ICT-cel en de interne administratieve werking en procesbewaking van de instelling. Vanaf oktober 2000 werden alvast twee staffuncties ingevuld met name een administratief manager en een procesmanager. In september werd een projectcoördinator toegevoegd aan de ICT-cel ter uitvoering van het Strategisch Informatieplan. Tevens zal een fulltime personeelsdirecteur als HRM in dienst komen en wordt op korte termijn de directeur marketing, die met pensioen gaat, vervangen.

1.2 Bijkomende acties uitgevoerd in het kader van de begroting 2000

De werkingsdotatie van de instelling werd voor 2000 verhoogd met 50 miljoen Bef. Deze werkmiddelen werden ingezet voor de realisatie van volgende projecten:

- promotionele actie voor het macroproduct Kust op de Nederlandse en Duitse markt in samenwerking met de provincie West-Vlaanderen en de kustgemeenten. De participatie van Toerisme Vlaanderen bedroeg 24 miljoen BEF;
- Toerisme Vlaanderen startte binnen de eigen organisatie een specifieke dienst belast met de promotie van het MICE-toerisme naar Vlaanderen en Brussel op. De opstart vergde een extra injectie van 6 miljoen Bef;
- ter promotie van het macroproduct Groen Vlaanderen werden twee nieuwe brochures gerealiseerd, elk ter promotie van een specifieke productlijn. Het betreft de brochures 'Fietsen en genieten in Vlaanderen' en 'Begijnhoven en belforten in Vlaanderen';
- op vraag van de toeristisch-recreatieve sector zou een productlogo 'Toeristisch Vlaanderen' met gekoppelde merchandising-lijn ontworpen worden. In het laatste decennium ondernam Toerisme Vlaanderen reeds meerdere keren een poging, evenwel zonder succes. Diverse vermaarde ontwerp bureaus stuurden ontwerpen in, evenwel zonder te overtuigen. Het blijft een moeilijke en delicate opdracht daar het toeristisch Vlaanderen ontbreekt aan dominante beeldbepalers. Er zal verder geijverd worden om op korte termijn een gepast productlogo te ontwikkelen;
- Toerisme Vlaanderen participeerde met logistieke middelen en personele middelen aan het Belgisch paviljoen op de Wereldexpo in Hannover;
- in het regeerakkoord van de Vlaamse regering wordt expliciet vermeld dat zij wenst te participeren langs Toerisme Vlaanderen en langs de Vlaamse Gemeenschapscommissie aan het toeristisch beleid te Brussel. Een extra financiële injectie van 5 miljoen is bedoeld om twee personeelsleden aan te worden op sleutel- en stafposities. Daarnaast werd een samenwerkingsovereenkomst tussen Toerisme Vlaanderen en de Dienst voor Toerisme en Congressen van Brussel gesloten (zie hoofdstuk VI);
- daarnaast werd een toegankelijkheidsonderzoek uitgevoerd dat de knelpunten inzake toegankelijkheid in de logiesector in kaart brengt, alsmede een financiële raming geeft van de benodigde investeringsbedragen om het logies 'toegankelijker' te maken voor diverse vormen van handicap, dit met het oog op het uitwerken van een subsidiëeringsmechanisme.

1.3 Begroting 2001

Wij verwijzen naar de begroting 2001 en de memorie van toelichting voor het beleidsdomein toerisme.

2 Vlaamse Raad voor het Toerisme

De Vlaamse Raad voor het Toerisme, onder voorzitterschap van Prof. Dr. Myriam Jansen-Verbeke, bracht sinds het aantreden van de nieuwe Vlaamse regering zeven adviezen uit:

- Naar een geïntegreerd data-informatiesysteem voor toerisme en recreatie op Vlaams niveau. September 1999 (VRTADV-99.05)
- Spoedadvies met betrekking tot de Beroepscommissie Logiesverstrekkende Bedrijven. December 1999 (VRTADV-99.06)
- Spoedadvies inzake de overgangsmaatregel in het kader van het campingdecreet ten behoeve van de problematiek van (deels) zonevreemde terreinen voor openluchtrecreatieve verblijven. April 2000 (VRTADV-00.01)
- Concrete voorstellen voor een Toeristisch Recreatief Informatie Centrum (T.R.I.C.) op Vlaams niveau. Mei 2000 (VRTADV-00.02)
- Advies inzake de oprichting van een voortgezette academische opleiding toerisme. Juni 2000 (VRTADV-00.03)
- Advies inzake het advies en voorstellen van het Technisch Comité Steden, Gemeenten en VVV'S betreffende de erkenning van toeristische infokantoren en toerismefunctionarissen en de basisprincipes voor convenanten met Toerisme Vlaanderen. September 2000 (VRTADV-00.04). Op 13 januari 2000 ontvingen we vanwege voornoemd Technisch Comité een advies en voorstellen inzake bovenvermelde onderwerpen. Wij gaven de Raad de opdracht om het voorgelegde document te evalueren en een advies terzake te formuleren.
- Advies inzake een kaderdecreet voor toeristische logiesverstrekking. September 2000 (VRTADV-00.05). De aanleiding tot dit advies betrof ons verzoek van 9 februari jongstleden om met betrekking tot de problematiek “ invulling van het begrip landbouw als nevenactiviteit in relatie tot hoevetoerisme” een advies te formuleren.

Daarnaast lopen er een aantal werkzaamheden in werkgroepen die op korte of middellange termijn zullen leiden tot een advies omtrent een bepaald thema. De Raad neemt zelf het initiatief of wordt hiertoe door ons verzocht.

- Zo bracht het dagelijks bestuur van de Vlaamse Raad voor het Toerisme in april 2000 de memo “Toerisme onderwijs en onderzoek op academisch niveau in Vlaanderen” uit. Hiermee speelde zij in op de beleidsintentie om een interuniversitaire voortgezette academische opleiding toerisme op te richten. Op onze vraag werd deze memo voorgelegd aan de Raad, die haar advies inzake de oprichting van een voortgezette academische opleiding toerisme begin juli 2000 overmaakte. Naar aanleiding van dit advies vond er op 12 september en 18 oktober 2000 een interuniversitair overleg plaats m.b.t. de oprichting van een GAS Toerisme (postacademische opleiding van het type “gediplomeerde in de aanvullende studies”). Het overleg zal op korte termijn leiden tot een concreet voorstel. De interuniversitaire werkgroep, gepatroneerd door de Raad, zal begin 2001 een concreet voorstel, inclusief het opleidings-curriculum, op tafel leggen.

- De Werkgroep ‘Euro en de toeristische sector in Vlaanderen” organiseert een bevraging van de diverse toeristische subsectoren en zal haar aanbevelingen in een advies formuleren. Hiermee gaat de Raad in op ons verzoek om advies met betrekking tot de invoering van de EURO versus de uitvoering en de gevolgen voor de toeristische sector in Vlaanderen. Het advies wordt verwacht tegen eind 2000.

Als gevolg van het recente ontslag van de voorzitter en enkele vacatures, ontstaan door het voortijdig vertrek van enkele leden, zal eerlang aan de Vlaamse regering een voorstel worden voorgelegd om deze vacatures in te vullen.

Hoofdstuk V

Een gezicht voor de toeristische sector

1 Het toerisme op de beleidsagenda zetten

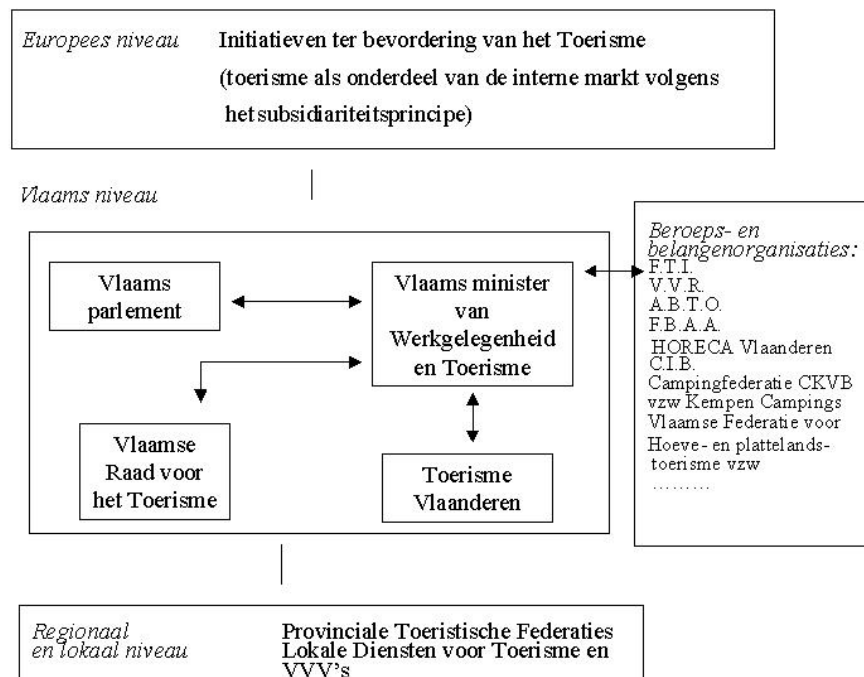
Het toerismebeleid wil het toerisme als sector op de beleidsagenda zetten en een eigen gelaat geven. Het belang van de sector benadrukken en het overleg met de sector bevorderen zijn dan ook primaire punten sinds de start van deze legislatuur. Het is echter niet evident om de toeristische sector als dusdanig te profileren.

De toeristisch-recreatieve sector is immers een vrij heterogene sector. De bij toerisme betrokken sectoren omvatten namelijk bedrijven die eerder complementaire dan concurrerende goederen en diensten leveren.

De toeristische sector bestaat bovendien uit heel wat autonome actoren, die zich niet altijd identificeren als deel van de toeristische sector en waar netwerkvorming in eerder beperkte mate aanwezig is.

Voor het beleid is een sterke gesprekspartner echter noodzakelijk. Het toerismebeleid wil zich dan ook concentreren op het bieden van mogelijkheden en het ondersteunen van initiatieven die de sectororganisatie ten goede komen. Een toerismebeleid kan maar optimaal tot uitvoering gebracht worden mits een goed uitgebouwd overleg met alle betrokken actoren.

Het kader waarbinnen momenteel gewerkt wordt ziet er schematisch als volgt uit:



Binnen deze structuren bevinden zich twee lacunes.

1. Het toerismebeleid is in hoofdzaak een gemeenschapsmaterie. Economische aspecten zoals de vestigingsvoorwaarden (bv. reisbureaus) vallen onder de bevoegdheid van de Vlaamse minister voor toerisme. Nochtans kan het toerismebeleid niet steunen op een orgaan waarbinnen de sociale partners overleg plegen.

Hoewel de federale reglementering een belangrijke invloed uitoefent op de werkgelegenheid in de sector, hebben de Vlaamse sociale partners geen rol als signaalgever en gesprekspartner. De verdeling van bevoegdheden tussen Vlaamse en federale overheid houdt nochtans het gevaar in dat concurrerende maatregelen worden gelanceerd en dat onvoldoende op de specifieke noden van de sector en van de arbeidsmarkt van elk gewest wordt ingespeeld.

Het bestaan van een **sectorcommissie toerisme in de schoot van de SERV** is aangewezen, wil men een overleg- en programmaplatform hebben op Vlaams niveau dat een geïntegreerde aanpak kan garanderen en de nodige adviezen en signalen kan geven over het voorwaardenscheppend beleid.

2. Diverse materies die de toeristische sector aanbelangen zoals verkeer, KMO-beleid, arbeid, financiën, fiscaliteit en economie behoren tot de federale besluitvormingsbevoegdheden. Gezien toerisme een geregionaliseerde materie is, waar heel wat elementen van het voorwaardenscheppend beleid federale bevoegdheid zijn gebleven, doet zich de nood voor aan een gestructureerd overlegorgaan tussen de gemeenschappen en gewesten enerzijds, en de federale regering anderzijds.

We bepleiten hier overleg via de instelling van een **interministeriële conferentie voor toerisme**. Om binnen dit federaal overleg de sociaal-economische belangen van Vlaanderen te behartigen en voor te bereiden, kunnen de adviezen van een sectorcommissie van de SERV van groot belang zijn.

2 Structureren van de sector

2.1 De oprichting van een sectorcommissie Toerisme binnen de SERV

Om de eerste hierboven gesignaleerde lacune te verhelpen, werd aan de SERV een argumentatienota betreffende de oprichting van een sectorcommissie toerisme voorgelegd.

Als reactie hierop heeft het dagelijks bestuur van de SERV zich principieel positief uitgesproken over de oprichting van een sectorcommissie toerisme. Via een interne bevraging zal op korte termijn de afbakening van de sector gefinaliseerd worden, zodanig dat tegen het einde van dit jaar de nodige afspraken tot operationalisering kunnen gemaakt worden.

Het belang van een sectorcommissie Toerisme ligt in de profilering en structurering van de sector. De sector toerisme werd tot op heden te weinig als volwaardige economische sector aanzien. De negatieve perceptie van de werkgelegenheid in de sector, de vele autonome actoren, de veelheid aan familiale bedrijven leiden tot het beeld van een weinig coherente sector, waardoor ook het sociaal-economisch belang niet onderkend wordt.

Via het bestaan van een sectorcommissie wordt het voor de toeristische sector ook mogelijk om voor belangrijke specifieke economische problemen overleg te plegen en specifieke sectorproblemen op de beleidsagenda te plaatsen (vb. flexibiliteit, nacht- en weekendwerk, enz). Ook ondersteuning, zoals expansiesteun en publiek-private samenwerking, ligt binnen de mogelijkheden.

Een sectorcommissie Toerisme binnen de SERV kan een positieve beeldvorming bewerkstelligen, kan van de sector een volwaardige gesprekspartner maken en kan aldus bijdragen tot het op de economische kaart zetten van de sector. Op deze manier kan de sector toerisme in zijn belang erkend worden, naast de andere sectoren.

2.2 De Interministeriële Conferentie voor Toerisme

Diverse problemen die voor de toeristische sector essentieel zijn en die de slagvaardigheid en competitiviteit van de sector betreffen, noodzaken een oplossing op federaal vlak.

Aangezien toerisme een gemeenschapsmaterie is, dienen de gemeenschappen hun verantwoordelijkheid ook te nemen op het federale niveau.

Daartoe is de instelling van een interministeriële of intergouvernementele conferentie toerisme het meest aangewezen instrument. Hier kan het overleg plaatsvinden tussen de verschillende politieke beleidsniveaus en de versnipperde bevoegdheden kunnen op elkaar afgestemd worden in functie van het belang van de toeristische sector.

Een gezamenlijk initiatief van de bevoegde gewest- en gemeenschapsministers tegenover de federale collega's van o.m. werkgelegenheid, mobiliteit en financiën kunnen de sectorproblemen, die op een oplossing wachten, vooruit helpen.

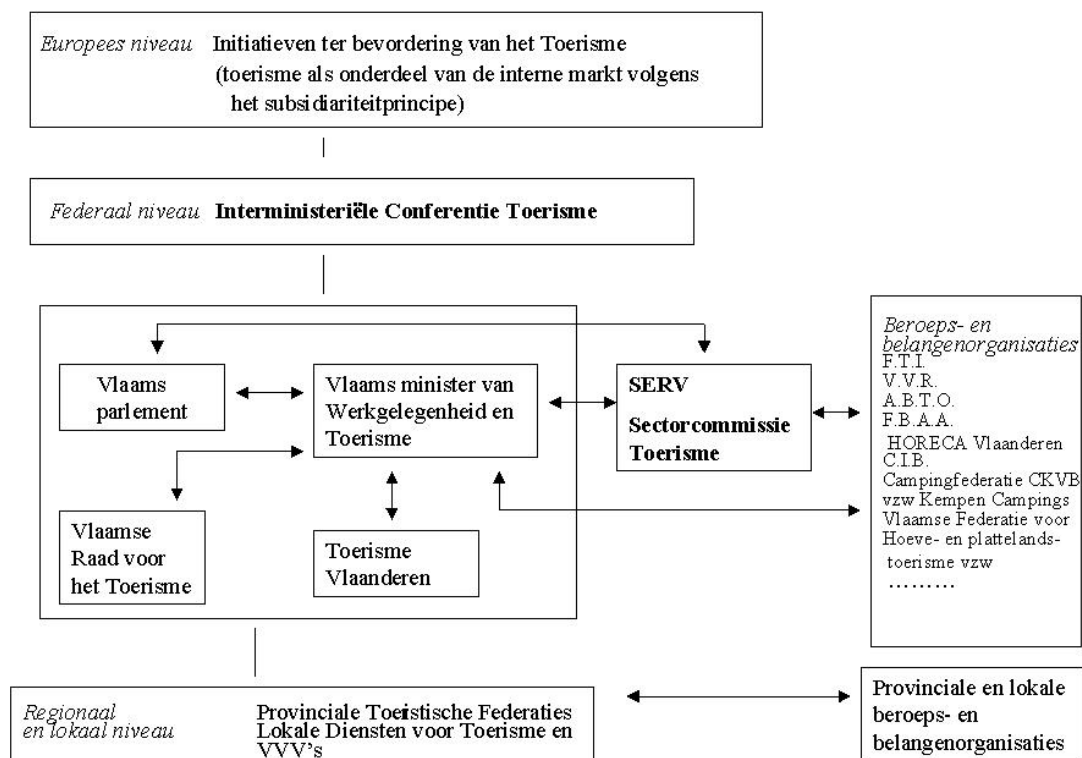
2.3 Organisatie van de toeristische sector

Om als volwaardige gesprekspartner te fungeren, zal de toeristische sector zich gestructureerder moeten organiseren. Er bestaan binnen het toerismedomein een aantal goed georganiseerde beroepsorganisaties, zoals de CKVB, VVR, ABTO of Horeca Vlaanderen. Overkoepelend moet echter werk gemaakt worden van een sterke professionele organisatie die de globale belangen van de sector kan verdedigen. De Federatie van de Toeristische Industrie (FTI) overkoepelt dertien ledenorganisaties uit alle segmenten van de toeristische sector.

Periodiek overleg binnen de sector en met het Vlaams beleidsniveau is zeer belangrijk. Voor de reissector werd een overleg opgestart. Per probleem is een 'leading partner' aangeduid, die het beleid regelmatig informatie verschaft en de evoluties schetst. Dit overleg met de sector zal verder uitgebouwd en geïntensiveerd worden, zodat beleidsmatig van dag op dag de sector kan opgevolgd worden.

Doel hierbij is tot een gestructureerde en systematische samenwerking te komen tussen het beleid en de toeristische sector.

Een toekomstig kader voor het toerismebeleid zal er dan als volgt uitzien:



Hoofdstuk VI

BELEID INZAKE HET TOERISME TE BRUSSEL

Het Vlaams beleid inzake Brussel is er onder meer op gericht effectief bij te dragen tot de uitbouw van de internationale en de hoofdstedelijke functie van Brussel. Dankzij de wederzijdse band vervult Brussel voor Vlaanderen de rol van venster op de wereld en van deur waarop diezelfde wereld in Vlaanderen binnentreedt.

Het toerismebeleid kan hiertoe een wezenlijke bijdrage leveren. In het regeerakkoord van de Vlaamse regering wordt expliciet vermeld dat zij wenst te participeren langs Toerisme Vlaanderen en langs de Vlaamse Gemeenschapscommissie in het toeristisch beleid van Brussel. In de praktijk betekent dit dat Toerisme Vlaanderen en de Vlaamse Gemeenschapscommissie zich in het huidige beleid opstellen als volwaardige partners ten aanzien van de Dienst voor Toerisme en Congressen van Brussel (vzw).

Dit uitgangspunt staat in tegenstelling tot de houding van de vorige regering, waarbij Toerisme Vlaanderen verbod kreeg tot participatie in de beleidsorganen van de toeristische organisaties te Brussel.

De vertegenwoordiging in de beleidsorganen van TIBC werd in de vorige regeerperiode exclusief opgenomen door de Vlaamse Gemeenschapscommissie (VGC). De VGC vaardigde tot voor kort drie vertegenwoordigers af naar de Raad van Bestuur van TIBC. Het betrof medewerkers van het kabinet van Brussels Minister Chabert. Eén van hen was, zoals statutair bepaald, onder-voorzitter van de Raad van Bestuur van TIBC en in die hoedanigheid ook automatisch lid van het Uitvoerend Comité. Toerisme Vlaanderen was slechts zijdelings vertegenwoordigd in de beleidsorganen van TIBC, via een ‘waarnemer’ in het Strategisch Comité.

De samenwerking van Toerisme Vlaanderen met TIBC was eerder statisch en beperkte zich tot een aantal geselecteerde projecten, in het bijzonder in een financiële participatie in de uitgave van de brochure ‘Brussel mijn geheime tip’ en van een hotelgids, in het ‘Observatorium van het Brussels toerisme’ en in de promotie die TIBC maakt in Groot-Brittannië.

Er vindt sinds het aantreden van de nieuwe regeringen op gestructureerde en regelmatige basis overleg plaats op niveau van de kabinetten. Zo wordt in principe elke maand vergaderd over het toerisme in het algemeen en het project Brussel 2000 in het bijzonder. Het betreft een overleg tussen ons kabinet, het kabinet van de bevoegde Staatssecretaris Delathouwer, Toerisme Vlaanderen, en Vlaamse vertegenwoordigers in de Raad van Bestuur van Brussel 2000.

Er is eveneens overleg tussen ons en minister Gosuin enerzijds en de respectieve kabinetten anderzijds (samen met Toerisme Vlaanderen) geweest over de samenwerking in het algemeen en over specifieke dossiers in het bijzonder, zoals bijvoorbeeld het samenwerkingsakkoord betreffende het statuut van de reisbureaus en andere gewestmateries inzake toerisme. De opmaak van het ontwerp van samenwerkingakkoord tussen Toerisme Vlaanderen en TIBC werd onder meer in overleg gerealiseerd (zie verder).

Om de interactie op het vlak van visieontwikkeling, project- en productontwikkeling en promotie tussen TIBC en Toerisme Vlaanderen optimaliseren werden drie beleidslijnen

uitgewerkt. Deze strategie werd ontwikkeld in samenspraak met staatssecretaris Delathouwer. Aan de Raad van Bestuur van Toerisme Vlaanderen stelden we drie beleidslijnen voor, welke in de vergadering van 22 maart jongstleden werden goedgekeurd, met name:

1 Vertegenwoordiging in de beleidsorganen van TIBC

Toerisme Vlaanderen en de VGC kunnen samen drie vertegenwoordigers afvaardigen naar de diverse beleidsorganen van TIBC.

Toerisme Vlaanderen dient daarenboven aanwezig te zijn in dat beleidsorgaan waar de strategische beleidsbeslissingen genomen worden. Dit is het 'Uitvoerend Comité' van TIBC. Deze persoon dient, zoals statutair bepaald, daartoe onder-voorzitter te zijn van de Raad van Bestuur van TIBC. Deze persoon is bij voorkeur deskundig op het vlak van toeristische marketing en bekend met de Brusselse situatie. Hij/zij fungeert als aanspreekpunt binnen Toerisme Vlaanderen voor de Brusselse toeristische materie. En dit vanuit het besef dat Brussel een bijzondere positie bekleedt en als hefboom functioneert voor het toerisme naar Vlaanderen. Sinds 25 maart jongstleden functioneert de heer Brouwers, directeur marketing van Toerisme Vlaanderen, als onder-voorzitter van TIBC.

De voordrachten voor de twee overige plaatsen in de Raad van Bestuur van TIBC en de plaats in het Strategisch Comité van TIBC werden gedaan door de VGC.

2 Financiële participatie

De rechtstreekse financiële participatie in TIBC vanwege Toerisme Vlaanderen werd vanaf 2000 verhoogd met 5 miljoen BEF. Deze kredieten werden voorzien in de begroting 2000. Ze komen bovenop het bestaande financieel engagement van Toerisme Vlaanderen (zie verder).

Met deze extra middelen vanwege de Vlaamse Gemeenschap zal TIBC de mogelijkheid geboden worden om haar personeelsbestand met 2 personen uit te breiden en wel op belangrijke sleutel/stafposities. Uit het personeelsorganogram van TIBC blijkt immers dat het management op belangrijke plaatsen dient versterkt te worden. Zo dient, naar analogie met andere Vlaamse steden, meer aandacht te gaan naar trade- en persactiviteiten en naar product- en projectontwikkeling. De modaliteiten voor de aanwerving van deze personeelsleden worden geregeld via de samenwerkingsovereenkomst tussen Toerisme Vlaanderen en TIBC. De nieuwe personeelsleden zullen Nederlandstaligen zijn met een actieve kennis van andere talen. Toerisme Vlaanderen zal bij de aanwervingsprocedure betrokken partij zijn. Het zal aan TIBC de kosten terugbetalen die overeenstemmen met de loonlast van deze personeelsleden en dit in zover zij worden aangeworven in samenspraak met Toerisme Vlaanderen. De nieuwe medewerkers zullen uiterlijk op 1 januari 2001 in dienst treden.

Het bestaande financieel engagement van Toerisme Vlaanderen in de toeristische promotie van Brussel heeft betrekking op projecten via TIBC (rechtstreekse tussenkomst) en op eigen initiatieven en projecten. De totale investering van Toerisme Vlaanderen in de toeristische promotie van Brussel wordt geraamd op 61 miljoen BEF. De projecten van TIBC, waarin Toerisme Vlaanderen rechtstreeks participeert, betreffen de brochure 'Brussel mijn geheime tip' (3 miljoen BEF), de hotelgids (500.000 BEF), het 'Observatorium van het Brussels toerisme' (600.000 BEF) en een speciale trade- en persactie te Lyon (1,5 miljoen BEF). De eigen initiatieven/projecten van Toerisme Vlaanderen betreffen binnen - en buitenlandse marketingacties voor Vlaanderen, waarin Brussel als bestemming gepositioneerd wordt, alsook de specifieke acties voor topevenementen, die te Brussel plaatsvinden, de Brussel-

promotie in het kader van het MICE-toerisme en het toeristisch informatiebureau gelegen aan de Grasmarkt, waarvan de kost gedeeld wordt tussen Toerisme Vlaanderen en OPT. Het aandeel van Brussel in de diverse promotieactiviteiten van Toerisme Vlaanderen kan grotendeels alleen maar worden geraamd. De meeste van deze activiteiten zijn immers van het gemengde type (diverse macroproducten, diverse steden).

3 Samenwerkingsovereenkomst tussen Toerisme Vlaanderen en TIBC

De samenwerking tussen Toerisme Vlaanderen en TIBC werd geconcretiseerd in een formele overeenkomst (net zoals dit het geval is tussen TIBC en OPT). Deze overeenkomst bevat de nodige bepalingen op het vlak van (voormeld) personeel, promotie, product- en projectontwikkeling en overleg met TIBC en OPT. De overeenkomst bestaat uit een kaderovereenkomst die jaarlijks voor concrete punten met een bijvoegsel kan worden aangevuld.

De samenwerkingsovereenkomst werd ondertekend te Brussel op 18 juli 2000.

In de begroting van 2001 worden nog extra middelen voorzien, zodat Vlaanderen een veel actievere en meer participerende rol zal gaan spelen in de toeristische marketing van Brussel.

Hoofdstuk VII

Belgisch voorzitterschap van de Europese Unie

Voor het beleidsdomein toerisme kreeg Vlaanderen het Belgisch Voorzitterschap toegewezen. Het belooft in elk geval een drukke agenda te worden. Allereerst zal in de aanvangsperiode van het voorzitterschap een ministerieel seminarie georganiseerd worden. In het najaar zal toerisme aan bod komen op twee formele raden Interne Markt/Consumenten en Toerisme.

Op 1-2 juli 2001 zullen we onze Europese collegae in Brugge ontvangen, in het kader van het ministerieel seminarie “vakantie voor iedereen: een nieuw concept voor sociaal toerisme”. Het sociaal toerisme is een thema waarin België en Vlaanderen steeds koplopers zijn geweest in de Europese context. België heeft een vooruitstrevende rol gespeeld in de sociale wetgeving. Zo kwam al snel, nadat in 1936 de wet op de jaarlijkse vakantie werd gestemd, het debat rond sociaal toerisme op gang. België is ook samen met Frankrijk en Italië initiatiefnemer geweest van de internationale organisatie rond sociaal toerisme: het ‘Bureau International du Tourisme Social (BITS)’. Het secretariaat-generaal van de Europese sectie van deze mondiale organisatie is gevestigd te Brussel. De secretaris-generaal is Urbain Claeys, administrateur-generaal van Toerisme Vlaanderen. De heer Claeys maakt als vertegenwoordiger van het BITS, ook deel uit van het Uitvoerend Comité van de WTO (World Tourism Organisation).

In maart van dit jaar vond in het Europees parlement te Straatsburg nog een seminarie plaats, in een organisatie van BITS, omtrent de vakantiebevorderende maatregelen binnen de Europese Unie. Samen met Toerisme Vlaanderen waren wij op deze vergadering vertegenwoordigd. Het nieuwe concept dat wij in Europese context wensen te bespreken, kan nieuwe perspectieven openen voor een verhoogde participatie van de bevolking aan recreatie en toerisme. Concreet betekent dit dat stimuli ten aanzien van personen die in armoede leven en gehandicapte personen dienen uitgewerkt te worden.

Met de aanstelling van de Commissie Prodi werd ook de organisatiestructuur van de Europese Commissie grondig gewijzigd. Vanaf 1.1.2000 werd de nieuwe organisatiestructuur ingevoerd. Toerisme werd ondergebracht bij het directoraat-generaal (DG) Enterprise sectie Services, Commerce, Tourism, E-business. De Europese commissaris verantwoordelijk voor toerisme is de heer Liikanen, die ‘Enterprise and Information Society’ onder zich heeft. De beslissingen over het beleidsdomein toerisme worden genomen in de Raad Interne Markt. Op 21 juni 1999 besliste de Raad Interne Markt over de werkhema's in de komende jaren: informatieuitwisseling, vorming, kwaliteit en duurzaamheid. De opdracht werd opgenomen door het Raadgevend Comité Toerisme, met vertegenwoordigers van elke lidstaat, en door vier subgroepen. Per subgroep vaardigt elke lidstaat 1 expert af. Tijdens het Belgisch Voorzitterschap zal de Raad Interne Markt voor het eerst ook de ministers van toerisme in een aparte deelvergadering samenbrengen. Op 27 september en 26 november 2001 zullen de Europese ministers van Toerisme in Brussel aanwezig zijn, onder ons voorzitterschap.

De inhoudelijke en organisatorische voorbereidingen van het seminarie en de raden zijn volop aan de gang. Toerisme Vlaanderen heeft een extra universitair medewerker, toegevoegd aan de stafmedewerkers van de studiedienst, aangeworven. De inhoudelijke basis van het seminarie wordt onder meer voorbereid in de werkgroep van het Sociaal Toerisme (zie III.4). De thema's en problemen die een oplossing en beslissing vergen in de ministerraad worden geselecteerd in overleg met de 3 gewesten en gemeenschappen. De Europarlementariërs die

zetelen in de Commissie toerisme, de Europese Commissie, evenals de Franse en Zweedse beleidsverantwoordelijken voor toerisme zullen geconsulteerd worden.

Bijlage 1

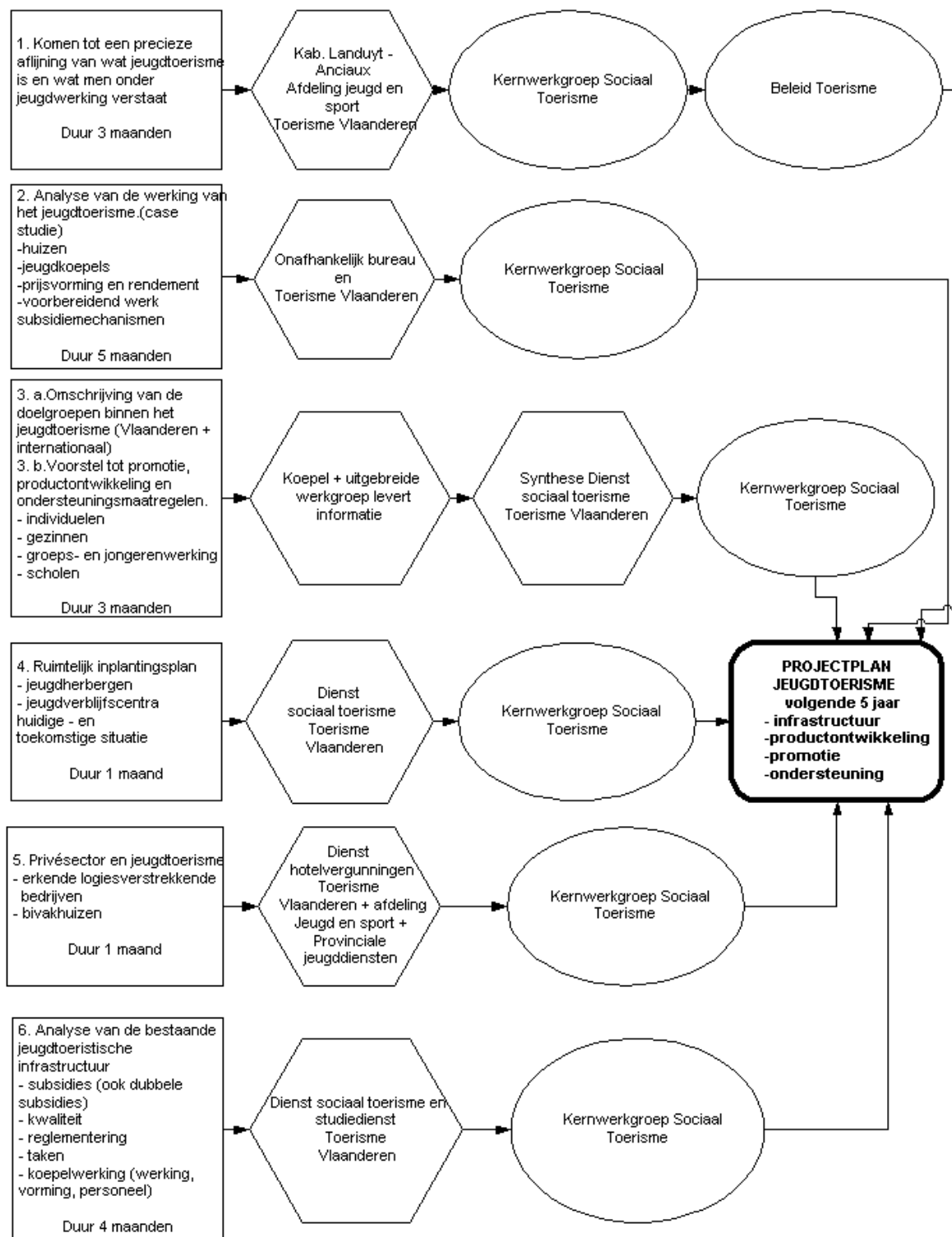
Voornaamste beleidsopties en initiatieven voor 2001

Beleidsactie	Situering in uitvoering beleidsnota 2000-2004 (strategische initiatieven ter realisatie van de kritische succesfactoren (ksf) en de strategische doelstellingen (sd) van het beleid)	Impact op de begroting van het beleidsdomein toerisme
Beroeps- en Opleidingsprofielen voor de toeristische sector (zie II 1.1)	Ter ondersteuning van ksf 3: Professionalisering van de toeristisch-recreatieve sector	p.m.
Oprichten van de voortgezette academische opleiding Toerisme (zie II 1.2)	Ter ondersteuning van ksf 3: Professionalisering van de toeristisch-recreatieve sector	-
Eénduidige regelgeving en erkende opleidingsprogramma's voor gidsen (zie II 1.3)	Ter ondersteuning van ksf 3: Professionalisering van de toeristisch-recreatieve sector	PR 49.2 Ba 41.01
Kwaliteit van het ondersteunend toeristisch-recreatief aanbod - Onderzoek naar de wenselijkheid van een kaderdecreet voor logiesverstrekkende bedrijven - Samenwerkingsakkoord betreffende het statuut van de reisbureaus (zie II 2.1.2 en II 2.1.4)	Ter ondersteuning van sd 2: Versterken van het toeristisch-recreatieve aanbod door vernieuwing, innovatie en netwerkvorming	p.m.
Toegankelijkheid van de logiesverstrekkende bedrijven : operationeel plan op basis van de resultaten van het uitgevoerde toegankelijkheidsonderzoek (zie II 2.1.5)	Ter ondersteuning van sd 2: Versterken van het toeristisch-recreatieve aanbod door vernieuwing, innovatie en netwerkvorming	PR 49.2 Ba 99.11
Organisatie van een intergouvernementele conferentie semi-agorale arbeid (zie II 2.2.2)	Ter ondersteuning van ksf 1: Optimalisering van het regelgevende kader voor de toeristisch-recreatieve sector en ksf 3: Professionalisering van de toeristisch-recreatieve sector	p.m.
Oprichten van een toeristisch-recreatief informatiecentrum (Steunpunt Toerisme en Recreatie) (zie II 2.3.2)	Ter ondersteuning van ksf 2: Versterking van het toeristisch beleids- en operationeel instrumentarium op verschillende niveaus	Eventueel co-financiering via PR 49.2 Ba 41.01
Hoeve – en Plattelandstoerisme (zie II 3.1)	Ter ondersteuning van ksf 1: Optimalisering van het regelgevende kader voor de toeristisch-recreatieve sector	p.m.
Ontwikkelen van een projectplan toerisme met het oog op een nieuw decreet voor het sociaal toerisme (zie II 4.1)	Ter ondersteuning van ksf 4: Een kader creëren voor innovatief en projectmatig werken	p.m.
Project 'Vakantie voor iedereen' - Ondersteuning van verenigingen - Kruispuntdatabank voor personen met een handicap (zie II 4.2)	Ter ondersteuning van ksf 2: Versterking van het toeristisch beleids- en operationeel instrumentarium op verschillende niveaus en sd 4: Meer en betere samenwerking tussen de diverse actoren van het toeristisch-recreatieve veld vooral op vlak van het beleid, het product, de distributie en de communicatie	PR 49.2 Ba 41.01

Beleidsactie	Situering in uitvoering beleidsnota 2000-2004 (strategische initiatieven ter realisatie van de kritische succesfactoren (ksf) en de strategische doelstellingen (sd) van het beleid)	Impact op de begroting van het beleidsdomein toerisme
Uitwerking projectplan toeristisch-recreatieve projectontwikkeling (zie II 5.1)	Ter ondersteuning van ksf 1: Optimalisering van het regelgevende kader voor de toeristisch-recreatieve sector en ksf 4: Een kader creëren voor innovatief en projectmatig werken	PR 49.2 Ba 99.11
Kustactieplan (zie II 5.2)	Ter ondersteuning van sd 2: Versterken van het toeristisch-recreatieve aanbod door vernieuwing, innovatie en netwerkvorming en ksf 4: Een kader creëren voor innovatief en projectmatig werken	PR 49.2 Ba 60.01
Projectrealisatie via Europese steunprogramma's (zie II 5.2)	Ter ondersteuning van sd 2: Versterken van het toeristisch-recreatieve aanbod door vernieuwing, innovatie en netwerkvorming en ksf 4: Een kader creëren voor innovatief en projectmatig werken	PR 49.2 Ba 99.12
Oprichting Evenementenfonds (zie II 6.1)	Ter ondersteuning van ksf 7: Coherent toeristisch buitenlands beleid	PR 49.2 Ba 41.01
Bezoekerscentra in de kunststeden Proefproject Brugge (zie II 6.2)	Ter ondersteuning van ksf 2: Versterking van het toeristisch beleids- en operationeel instrumentarium op verschillende niveaus	PR 49.2 Ba 99.11
Actieplan e-toerisme (zie III)	Ter ondersteuning van ksf 10: Versnelde integratie van nieuwe ICT- en telecommunicatietoepassingen in de toeristisch-recreatieve sector	PR 49.2 Ba 41.01
Wijziging decreet op Toerisme Vlaanderen Van 7 juli 1998 en aanpassing van het personeelskader van Toerisme Vlaanderen (zie IV 1.1)	Ter ondersteuning van ksf 2: Versterking van het toeristisch beleids- en operationeel instrumentarium op verschillende niveaus	PR 49.2 Ba 41.01
Sectorcommissie Toerisme in de schoot van de SERV (zie V 2.1)	Ter ondersteuning van ksf 1: Optimalisering van het regelgevende kader voor de toeristisch-recreatieve sector en ksf 3: Professionalisering van de toeristisch-recreatieve sector en sd 1: Gunstige voorwaarden scheppen voor een toekomstgericht ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve sector	p.m.
Installatie van een interministeriële conferentie voor Toerisme (zie V 2.2)	Ter ondersteuning van ksf 1: Optimalisering van het regelgevende kader voor de toeristisch-recreatieve sector en ksf 3: Professionalisering van de toeristisch-recreatieve sector en sd 1: Gunstige voorwaarden scheppen voor een toekomstgericht ontwikkeling van de toeristisch-recreatieve sector	p.m.
Participatie aan het toeristisch beleid te Brussel (zie VI)	Ter ondersteuning van ksf 6: Creatie van effectieve samenwerkingsverbanden tussen alle actoren en ksf 7: Coherent toeristisch buitenlands beleid	PR 49.2 Ba 41.01
Belgisch Voorzitterschap van de Europese Unie (zie VII)	Ter ondersteuning van ksf 7: Coherent toeristisch buitenlands beleid en ksf 8: Versterking van de externe profilering van de toeristisch-recreatieve sector	PR 49.2 Ba 41.01

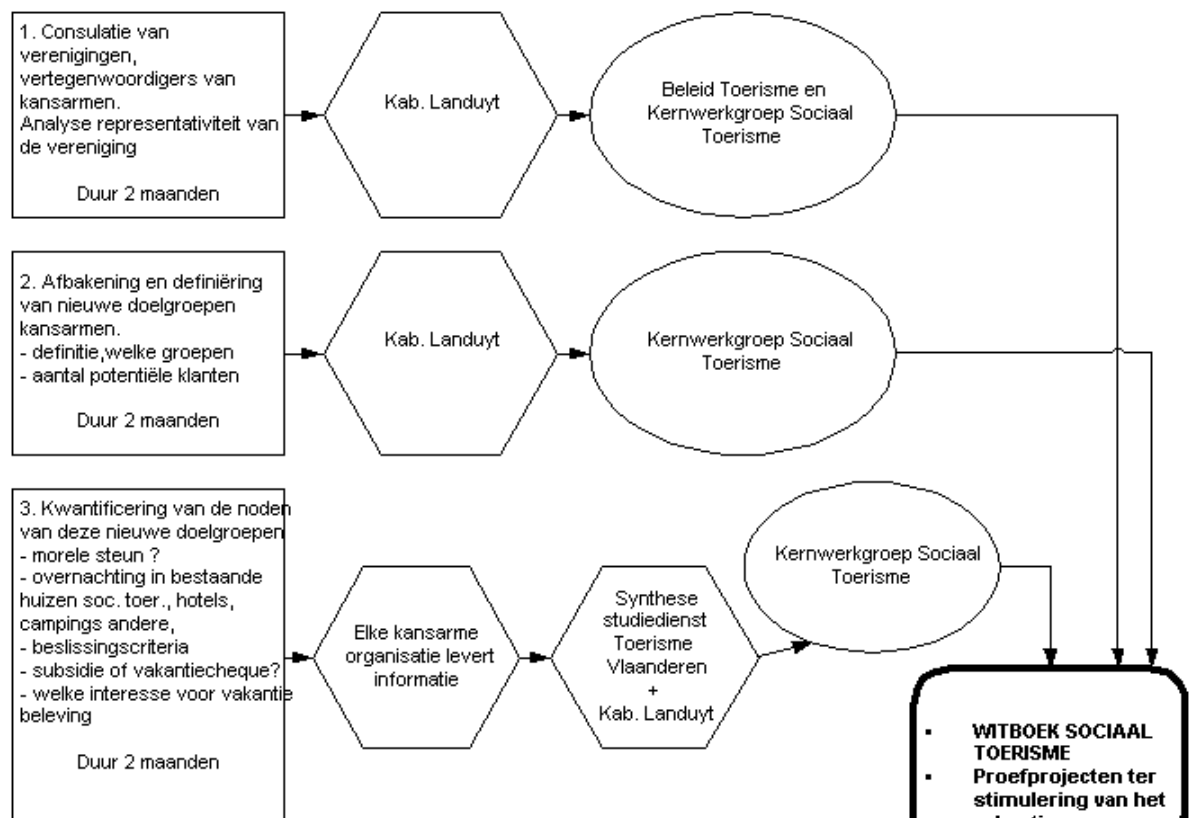
Bijlage 2**Projectplan sociaal toerisme**

I. Jeugdtoerisme

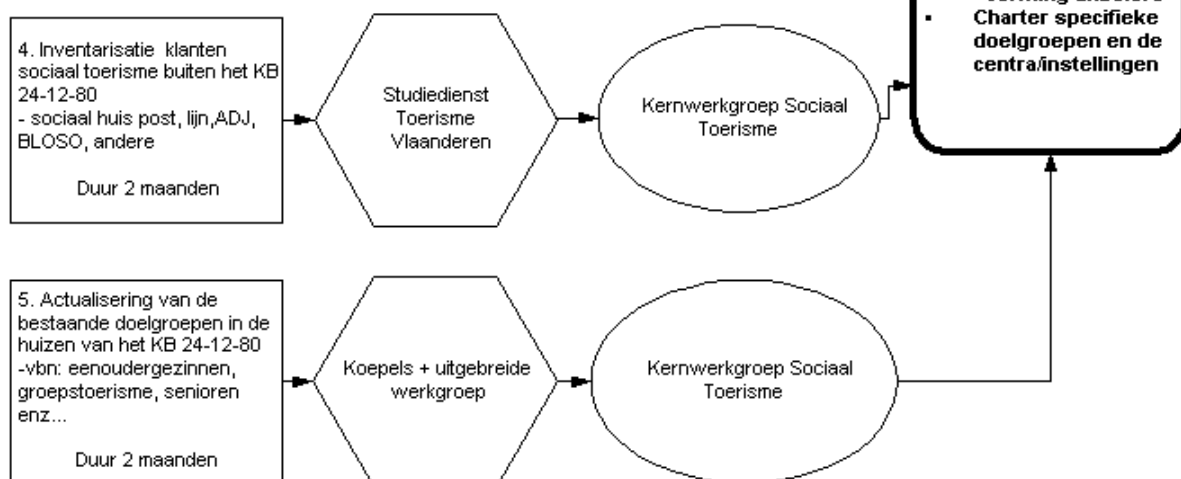


II. Doelgroepen sociaal toerisme

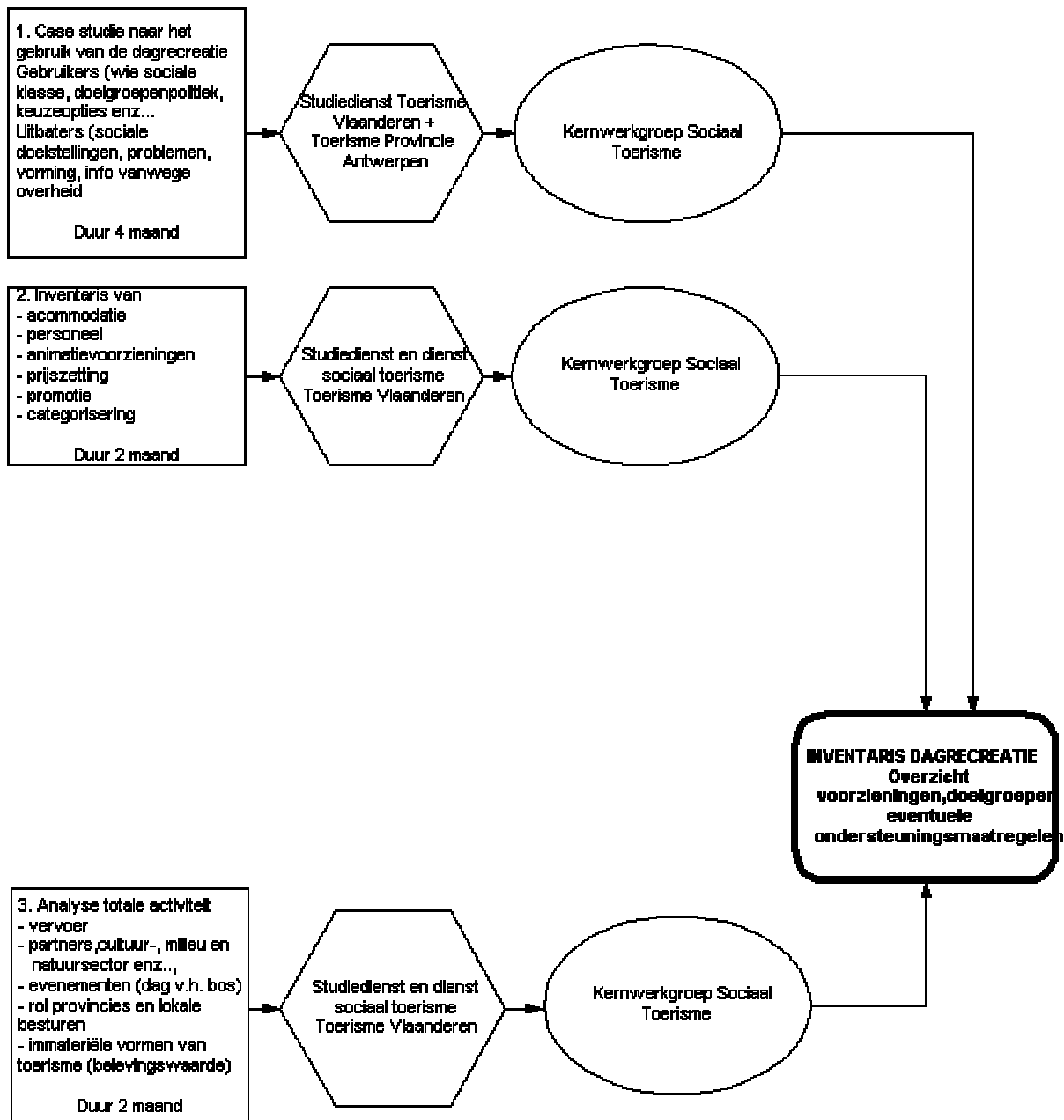
II. a. Nieuwe doelgroepen



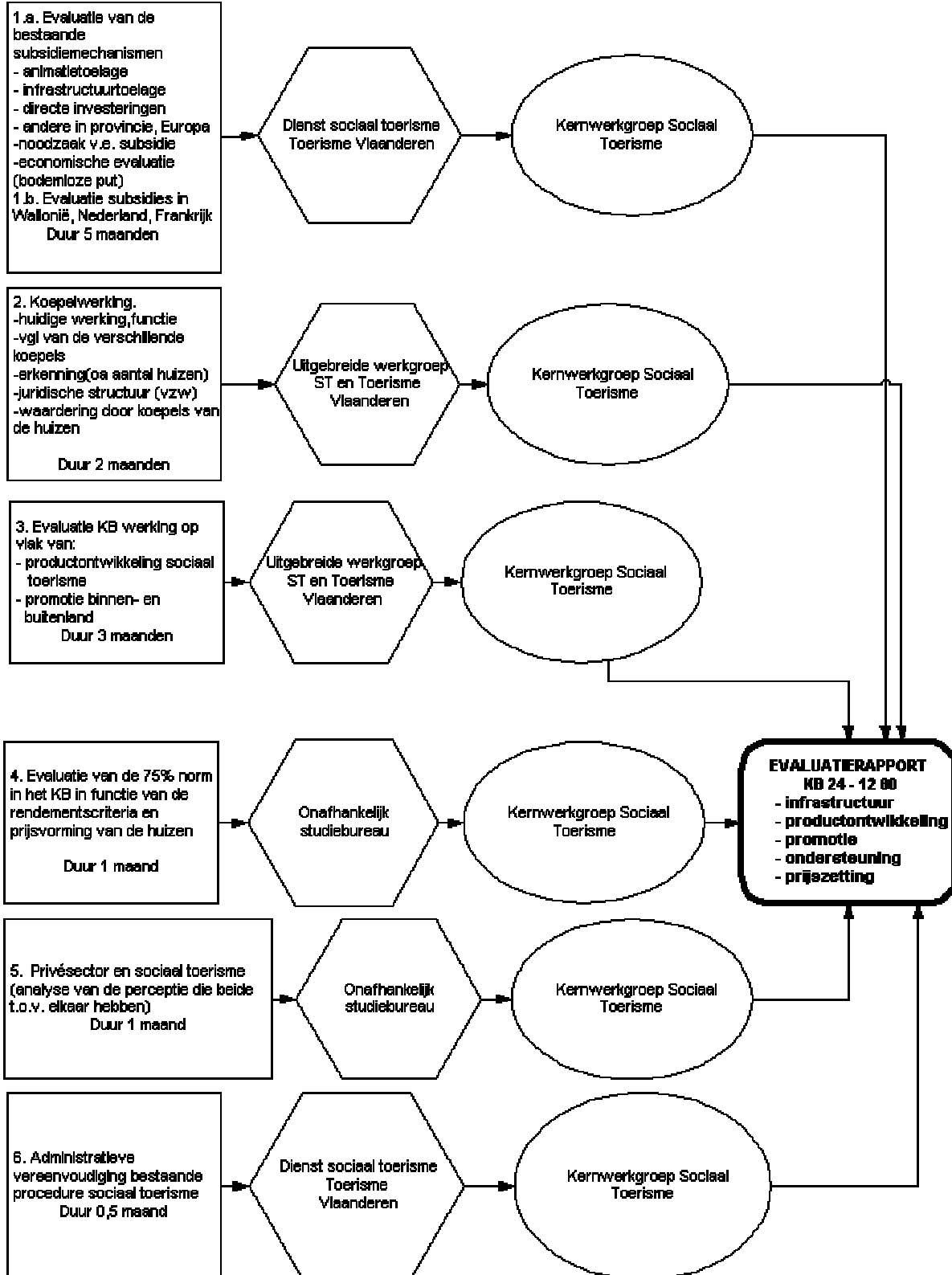
II. b. Specifieke doelgroepen



III. Dagrecreatie **Onderzoek en** **inventarisatie**



IV. Sociaal toerisme KB 24-12-80



V. Sociaal
toerisme
Toegankelijkheid

