

VLAAMSE RAAD

ZITTING 1980-1981

17 MAART 1981

BELEIDSNOTA toerisme

ingediend door
mevrouw R De Backer-Van Ocken
Staatssecretaris voor de Vlaamse Gemeenschap

INHOUD

	Blz.
1. Commissariaat-generaal voor Toerisme	3
2. Promotie in binnen- en buitenland	
– De buitenlandse toeristische markt	3
– Een nieuwe kans voor ons toerisme	4
– Toeristische promotie ten voordele van de horeca	4
– Beleidsmaatregelen	
1. Dienst voor de toeristische promotie in het buitenland . .	5
2. Krachtlijnen van de toeristische promotie	5
3. Vijfjarenplan voor de toeristische promotie	5
4. Binnenlandse promotie	6
3. Toeristische infrastructureur	
– Hotelwezen	6
– Kampeerwezen	6
– Appartementssector	6
– Reisbureauwezen	6
– Toeristische uitrusting	7
4. Sociaal toerisme	7
5. Eigen initiatieven van de overheid.	7
6. Coördinatie met andere departementen	8
7. Samenwerking tussen het Commissariaat voor Toerisme, de Provinciale en de Gemeentelijke Toeristische Diensten . . .	8

1. COMMISSARIAAT-GENERAAL VOOR TOERISME : doel, opdracht en middelen

Het Commissariaat-generaal voor Toerisme dat bij koninklijk besluit van 26 januari 1939 werd ingesteld kreeg in artikel 2 van dit besluit volgende opdracht :

- “1. door alle aangepaste middelen, de ontwikkeling der toeristische activiteiten te bevorderen en te leiden ;
2. door alle aangepaste middelen, het gezond, ontspannend en opvoedend gebruik van het verlof door de rechthebbenden op de wettelijke betaalde verlofdagen, alsmede door hun familie, te bevorderen.

Het is bevoegd, ten einde deze taak te verwezenlijken :

- zich zowel in het buiten- als in het binnenland te documenteren betreffende de middelen welke worden aangewend met het oog op de ontwikkeling van het toerisme en van de daarmee verband houdende activiteiten, en de algemene statistische en economische gegevens te bestuderen ten einde de toeristische politiek van de regering (in casu van de Vlaamse Executieve) te leiden ;
- door alle aangepaste methodes de oudheidkundige, artistieke, folkloristische en natuurschoonheden van het land te doen kennen ;
- door toelagen of andere middelen de toeristische organisaties, deze van de arbeiders en van de jeugd aan te moedigen en eenheid te brengen in haar actief ;
- stelselmatig en geleidelijk het land van een uitrusting te voorzien van instellingen voor volksvakantie en -toerisme enerzijds, en van behoorlijk ingerichte centra en gewesten anderzijds ;
- aan de ingezetenen en de vreemdelingen voordelige vervoer- en verblijfkosten te waarborgen, en onder meer het statuut uit te werken, aan te passen en te herzien wat betreft de verschillende professionele activiteiten inzake toerisme (hotelwezen, reisbureaus, gidsen enzovoort) ;
- de actie te ordenen van alle publieke of private instellingen, van organisaties, van verenigingen tot het bevorderen van het vreemdelingenverkeer, van welke verbonden en groeperingen ook, die belang stellen in de ontwikkeling van het toerisme ;
- jaarlijks de propagandamiddelen voor ons land en voor het buitenland voor te bereiden, en de verspreiding ervan te verzekeren in samenwerking met al de bevoegde organismen ;
- te waken over de toekenning en het gebruik der toelagen, evenals over de toepassing der toeristische en professionele statuten.

Deze opsomming heeft een verklarend en geen beperkend karakter.”

Ingevolge de wet van 21 juli 1971 behoren vrijetijdsbesteding en toerisme tot de bevoegdheid van de Cultuurraden.

In 1977 werd de structuur van het Commissariaat-generaal voor Toerisme aangepast aan de nieuwe staatsstructuren.

Door het koninklijk besluit van 9 maart 1977 werden binnen het Commissariaat-generaal voor Toerisme drie diensten gecreëerd.

De Centrale Dienst is belast met de promotie in het buitenland en met het beheer van de diensten van het Commissariaat-generaal voor Toerisme in het buitenland. Op dit vlak vervult deze Centrale Dienst opdrachten met betrekking tot propaganda, studie, pers en onthaal.

De beide Commissariaten zijn bevoegd inzake gelijkaardige domeinen in de respectieve Gemeenschappen.

Hun taken kunnen als volgt worden samengevat :

- organisatie van het binnenlands toerisme ;
- toepassing van de wetgeving voor het hotelwezen, het kampeerwezen en de reisbureaus ;
- subsidiëring ;
- ontwikkeling van het sociaal toerisme ;
- rechtstreekse investeringen.

Het „Commissariaat voor Toerisme” wordt bestuurd door de Commissaris voor Toerisme voor de Vlaamse Gemeenschap.

Om zijn taak te vervullen beschikt het Commissariaat-generaal voor Toerisme over een reeks middelen, namelijk toepassing van de wetgeving, personeelsmiddelen en financiële middelen.

Wat deze financiële middelen betreft kan met betrekking tot de aanwending ervan, een inzicht worden verschaft aan de hand van de begrotingscijfers voor 1980.

Op de begroting van de Cultuurraden, Sector Verkeerswezen, staan de bedragen ingeschreven die de toeristische politiek bepalen. De toeristische politiek omvat de promotie, de subsidiëring, de toeristische uitrusting en de investeringen.

Deze begroting geeft volgende posten weer.

Enerzijds de lopende uitgaven :

- promotie 115,1 miljoen
- toelagen aan toeristische verenigingen (promotie) 14,5 miljoen
- toelagen aan verenigingen voor sociaal toerisme (promotie) 13,8 miljoen

Anderzijds de kapitaaluitgaven :

- hotelpremies 20,7 miljoen
- kampeerprijs 5 miljoen
- directe investeringen 251,5 miljoen
- toeristische uitrusting 118,2 miljoen
- sociaal toerisme 150,3 miljoen

2. PROMOTIE IN BINNEN- EN BUITENLAND de buitenlandse toeristische markt

Het toerisme is voor onze Gemeenschap een belangrijke economische activiteit, een onmisbare bron van tewerkstelling en een niet te verwaarlozen exportproduct.

Enkele cijfers kunnen een idee geven van deze economische betekenis van het toerisme.

Een in opdracht van het Commissariaat-generaal voor Toerisme in 1979 uitgevoerd onderzoek wijst uit dat de Belgische bevolking in eigen land circa 20,9 miljard frank per jaar uitgeeft aan vakanties en weekendtrips. Anderzijds leren de cijfers van het Belgisch-Luxemburgs Instituut voor de Wissel ons dat in 1979 door buitenlanders 46,6 miljard frank in België en Luxemburg werd uitgegeven, waarvan het grootste deel in het kader van toeristisch bezoek.

Het aantal tewerkgestelden in de toeristische sector is moeilijk te schatten aangezien zeer vele bedrijfsvormen op een of andere manier bij het toerisme baat hebben. In de horecasector alleen zijn er circa 29 000 zelfstandigen en 49 000 werknemers. Circa de helft daarvan werken in Vlaanderen.

Een van de belangrijkste opdrachten van het Commissariaat-generaal voor Toerisme bestaat erin het toerisme te bevorderen en dan vooral het internationaal toerisme met België als bestemming. Hierdoor wordt een belangrijke bijdrage geleverd tot het behoud van de werkgelegenheid in deze sector. Tevens is deze promotie belangrijk voor onze betalingsbalans.

De buitenlandse toeristen in ons land zijn voor 77 % afkomstig uit vijf landen, met name de vier grote buurlanden plus de Verenigde Staten. Als men het aantal overnachtingen als criterium kiest, is Nederland onze voornaamste markt, gevolgd door Duitsland, Groot-Brittannië, Frankrijk en de Verenigde Staten.

In 1979 werden voor heel België 6 820 000 overnachtingen van buitenlanders officieel geregistreerd. Daarvan zijn er 54 % te situeren in Vlaanderen, 28 % in Brussel en 18 % in Wallonië. Van de buitenlandse overnachtingen in Vlaanderen hadden er circa 39 % plaats aan de kust, 26 % in de Vlaamse kunststeden en 20 % in de Kempen.

Een nieuwe kans voor ons toerisme

Een krachtadiger en meer systematische aanpak van onze toeristische promotie in het buitenland, is ten zeerste gewenst. In de eerste plaats omwille van het tekort op de betalingsbalans dat, wat het toerisme betreft, elk jaar toeneemt. In 1979 bedroeg dit tekort reeds 39,3 miljard frank. In de tweede plaats omdat de groei van het buitenlandse toerisme naar België achterblijft op de internationale ontwikkeling. Daar waar de meeste Europese landen elk jaar een aangroei van het aantal buitenlandse toeristische overnachtingen kunnen registreren, is dit aantal bij ons in 1976 beginnen dalen, een daling die slechts dit jaar tot stilstand is gekomen.

De situatie is thans ten dele veranderd en de mogelijkheid bestaat nu om het tij gunstig te doen keren. Deze ommekeer is enerzijds te danken aan de hogere inflatie in tal van concurrerende Europese landen en de relatieve prijsbeheersing in onze hotels en vakantiewoningen, anderzijds aan de snel stijgende brandstofkosten die de meeste toeristen ertoe dwingen dichterbij gelegen bestemmingen op te zoeken.

Onze vakantiegebieden krijgen aldus een nieuwe kans bij de vakantiegangers in de ons omringende landen. Dit is een kans die wij niet onbenut mogen laten.

Er bestaat een groeiende markt voor het buitenlandse toerisme. Het komt er dus op aan het aandeel van de Vlaamse Gemeenschap hierin op te voeren met het oog op de gunstige gevolgen voor de tewerkstelling en de betalingsbalans.

Dit vereist een positieve ingesteldheid en een actief marktonderzoek.

Toeristische promotie ten voordele van de horeca

De toeristische promotie zoals die tot nu toe door het Commissariaat-generaal voor Toerisme werd gevoerd, is steeds overwegend gericht geweest op het toerisme in hotels. Redenen hiervoor waren het uitgesproken toeristisch karakter van de hotelsector, het feit dat de horeca vrijwel steeds nog beschikbare capaciteit over heeft en de moeilijkheid om vakantiewoningen in het buitenland in een aangepaste vorm te verkopen.

Er mag dan ook worden gezegd dat de toeristische promotie, steeds in de eerste plaats in het voordeel van de hotellerie heeft gewerkt.

Specifieke acties voor de horeca waren de laatste tijd :

1. de arrangementen-catalogoog „Uit en Thuis” waarin hotelarrangementen voor korte vakanties en weekends zijn samengebracht. Deze catalogoog wordt verspreid in de buurlanden en in België zelf en wordt ondersteund door reclamecampagnes onder meer in Nederland en Duitsland ;
2. de Benelux-reclamecampagnes (samen met Nederland en Luxemburg) die gevoerd werden sinds 1977 en die gericht waren op de promotie van hotelarrangementen in het voorjaar. Meer dan 150 000 personen hebben op deze campagnes gereageerd door het aanvragen van documentatie ;
3. de actie „Belgium's Bonus Days” (1973-1979), een omvangrijk promotie-programma waardoor allerlei voordelen geboden werden aan Amerikaanse en Canadese toeristen die een zeker aantal dagen in ons land doorbrachten. Dit programma werd jarenlang ondersteund door zware reclame in de USA, in samenwerking met Sabena ;
4. het toeristenmenu, een formule voorgesteld door de horeca in 1978 en waaraan alle restaurateurs kunnen meedoen. Hiervoor werd in 1979 en 1980 in de Belgische pers een reclamecampagne gevoerd. De participatie van de restaurateurs blijft gering, alhoewel alle Belgische restaurants werden aangeschreven. In 1980 deden 3 % van hen mee ;
5. sinds 1979 worden belangstellende hoteliers en toeristische attracties geïnviteerd om samen met het Commissariaat-generaal voor Toerisme in gemeenschappelijke stands deel te nemen aan toeristische vakbeurzen in het buitenland. Dergelijke collectieve stands hadden al plaats in Parijs en Birmingham, en binnenkort in Berlijn.

Nieuwe acties zijn in samenwerking met de horeca voorzien.

1. De actie „Streekgerechten en -specialiteiten”. Dit wordt het jaarthema voor 1981. De deelnemende restaurants zullen kunnen gebruik maken van uitgebreide reclame in binnen- en buitenland. Het doel is onze restaurantsector aantrekkelijker te maken door te wijzen op het eigen streekgebonden karakter van vele gerechten.
2. Tenslotte moet het plan worden vermeld om het reservatiesysteem voor hotelkamers te vereenvoudigen. Op deze manier kan de communicatie tussen het publiek en vooral de kleine en middelgrote hotels worden verbeterd. Tegenover de grote hotels met hun internationale reservatiesystemen staan de middenstandsbedrijven immers zwak.

Beleidsmaatregelen

1. Oprichting van een gespecialiseerde dienst die zal belast zijn met de toeristische promotie in het buitenland.

Binnen de Vlaamse Gemeenschap zal overgegaan worden tot de oprichting van een Dienst voor de toeristische promotie in het buitenland. De Franse Gemeenschap zal een gelijkwaardig initiatief nemen.

Deze twee diensten zullen enerzijds onder elkaar en anderzijds met de transportmaatschappijen (SABENA, NMBS, RMT) samenwerkingsakkoorden afsluiten ten einde een gezamenlijke toeristische promotie in het buitenland te voeren.

Samenwerking tussen de Gemeenschappen is geboden, gezien de uitermate kleine schaal van ons land als toeristische bestemming en de ondraagbaar hoge kosten die zouden ontstaan als elke Gemeenschap apart haar eigen toeristische promotie in het buitenland zou moeten gaan voeren. Aldus wordt verwacht dat de promotie op een soepeler en meer professionele manier zal gevoerd worden dan dit thans het geval is. Specialisten op het gebied van marketing, reclame en verkoopbevordering zullen met dit doel moeten worden aangetrokken.

„Voor de meeste toeristen is Brussel de toegangspoort tot het land. Het is dan ook belangrijk om in de hoofdstad over een goed gestructureerde toeristische onthaal- en informatiedienst te beschikken. In overleg met de Franse Gemeenschap wordt de herstructuratie van de bestaande toeristische informatiedienst van Brussel (TIB) overwogen, ten einde tot een gezamenlijk beheer ervan te komen.

2. Krachtlijnen van de toeristische promotie

In afwachting dat de nieuwe organisatie tot stand komt, zal de promotie de taak blijven uitmaken van de zogenaamde Centrale Dienst van het Commissariaat-generaal voor Toerisme. Hierbij worden voornamelijk de volgende doelstellingen nagestreefd :

- a) de relatieve onbekendheid van België als toeristische bestemming opheffen door persactivi-

teiten en reclame – en daardoor nieuwe toeristen aantrekken ;

- b) door middel van „themajaren” een beeld van België creëren dat verwijst naar een groot aantal zeer gevarieerde attracties : het thema voor 1981 is de „Streekgerechten en regionale specialiteiten” ;
- c) een betere spreiding van het toerisme bevorderen over een langere tijd door ontwikkeling en promotie van korte vakanties en weekends in voor- en naseizoen ; dit betekent dat bij voorrang propaganda wordt gemaakt voor kortere vakanties in de periode april tot juni en september tot oktober zonder daarom de idee „België, vakantieland” te negeren ;
- d) verwijzen naar de mogelijkheden voor „actieve vakantie”, waardoor de bestaande uitrusting op dit gebied (onder meer sportaccommodatie) kan worden gevaloriseerd ;
- e) door gerichte acties het bezoek bevorderen van hotels enerzijds en restaurants anderzijds. Dit zijn de beide bedrijfstakken die het meest direct bij het toerisme betrokken zijn en waar nog ruimschoots niet-benutte capaciteit voorhanden is ;
- f) nauwere samenwerking met het toeristische bedrijfsleven door overleg en door gezamenlijke activiteiten. In dit verband zal veel meer aandacht moeten uitgaan naar de productvorming, wat echter pas goed mogelijk zal zijn in de geplande nieuwe structuur ;
- g) voorrang voor de promotie in de vijf voornaamste markten met name Groot-Brittannië, Nederland, Duitsland, Frankrijk en de Verenigde Staten.

3. Vijfjarenplan van de toeristische promotie

De eerste opdracht van de nieuwe dienst zal moeten zijn, voor de periode 1982-1986 een gedetailleerd plan te stellen dat het volgende moet omvatten :

- de te verwachten ontwikkeling op de diverse buitenlandse markten ;
- de te bereiken marketing-doelstellingen op deze markten in de genoemde periode ;
- de middelen en methodes die daartoe zullen worden gebruikt ;
- de daartoe benodigde bij komende middelen aan geld en eventueel aan personeel ;
- de gewenste aanpassingen van het toeristisch aanbod in België.

Voor de verwezenlijking van dit vijfjarenplan zal het ongetwijfeld nodig zijn het deel van de toeristische kredieten dat voor promotie bestemd is in 1982 substantieel te verhogen. Waar onze toeristische promotie mank gaat is het onder meer door een gebrek aan volume .

Het nieuwe organisme zal nieuwe activiteiten moeten ontwikkelen overeenkomstig het plan. Deze kunnen bestaan uit productopbouw en productontwikkeling om die producten op wettelijk onaanvechtbare wijze aan de man te brengen in binnen- en buitenland dient een ter zake bevoegde

organisatie te worden opgericht en erkend. Verdere uitbreiding van de promotie, voornamelijk van de reclame. Het aanboren van nieuwe marktsegmenten en nieuwe markten en verbetering van de informatie- en reservatiesystemen enzovoort.

Om de nodige **continuïteit** te verzekeren is het dus nodig dat er vooraf wordt besloten om in principe voor 1982 (evenals voor de volgende jaren) de voor promotie beschikbare middelen te verhogen met een later vast te stellen percentage.

4. Binnenlandse promotie

Als de internationale betalingsbalans even buiten beschouwing wordt gelaten, blijkt de binnenlandse markt niettemin zeer belangrijk te zijn voor de toeristische bedrijfssector. Van alle overnachtingen komen er immers 73 % voor rekening van Belgen. In eigen land worden onze vakantiebestemmingen echter niet of nauwelijks gepromoveerd. De eigen vakantiegebieden hebben dan ook bij velen het imago gekregen van een minderwaardig alternatief voor buitenlandse bestemmingen. Het opbouwen van een nieuw imago dringt zich op.

Onderzocht wordt de mogelijkheid om :

In 1981 een studie te laten uitvoeren met een analyse van de binnenlandse marktpositie van de kust en een promotie-strategie op halflange en lange termijn.

Ook zal worden gepoogd een binnenlandse reclamecampagne te voeren in 1982 en hiervoor aan het Commissariaat voor Toerisme voor de Vlaamse Gemeenschap een extra krediet toe te kennen en dit Commissariaat op korte termijn uit te breiden met een afdeling die zal belast zijn met de promotie in België zelf.

3. TOERISTISCHE INF'RASTRUCTUUR

Hotelwezen

Het huidige hotelstatuut van 1963 moet worden aangepast. Het nieuwe statuut voor het hotelwezen in de Vlaamse Gemeenschap zal van toepassing zijn op de ganse sector van de logiesverstreckende bedrijven. Zo zal het probleem van de niet-vergunde inrichtingen worden weggewerkt. Ook nieuwe evoluties en tendensen in de hotelsector moeten een kans krijgen. Besprekingen hieromtrent zijn bezig met de bedrijfsector Horeca-Vlaanderen.

Ten einde de cliënteel beter en eenvormig voor te lichten zal de verplichting tot classificatie voorzien worden tegen 1 januari 1983, datum waarop de op vrijwillige basis gesteunde hotel - Benelux - classificatie eindigt.

In aansluiting met de pas verhoogde hotelpremie (1 200 000 BF.) zullen verdere inspanningen worden gedaan om de modernisering in de hotelsector te stimuleren. Het is de bedoeling om alle aanvragen, die door het Technisch Comité voor het Hotelwezen worden goedgekeurd, een gunstig gevolg te geven. Op de begroting 1981 zullen de nodige kredieten worden voorzien.

Ten einde de hoteliers te informeren over de moge-

lijkheden van tussenkomst door de overheid zal in 1981 een informatiebrochure ter beschikking worden gesteld van de belanghebbenden.

Wat betreft de brandbeveiliging in de hotels, wordt door de Belgische Commissie voor Brandtechniek, een nationale norm inzake brandbeveiliging van gebouwen voorbereid.

In afwachting van deze algemene norm wordt momenteel voor elk hotel een verslag inzake brandveiligheid gevraagd aan de plaatselijke **brandweerdiensten** door bemiddeling van de burgemeester die ter zake bevoegd is. Hotels die niet voldoen, moeten worden aanpepast.

Kampeerwezen

Ongeveer de helft van de kampeerterreinen in Vlaanderen op dit ogenblik, zijn terreinen zonder vergunning. Deze vergunning wordt afgeleverd door het College van burgemeester en schepenen. Er wordt getracht vat te krijgen op deze terreinen.

De indeling van de kampeerterreinen, op basis van de classificatie, moet verder worden aangemoedigd.

Om de bestaande toestand te saneren – namelijk de vele kampeerterreinen met een uitsluitend residentieel karakter – en te heroriënteren, wordt in een daartoe opgerichte werkgroep gewerkt aan de oplossing van de vele „kampeerverblijfparken” als **tussencategorie** tussen de kampeerterreinen en de weekendverblijfparken. Een decreet en een uitvoeringsbesluit zijn in voorbereiding.

Op langere termijn zal het volledige statuut van het kampeerwezen, dat van 1970 dateert, worden aangepast om de bestaande toestand grondig te verbeteren.

Appartementssector

Recente studies wijzen erop dat ongeveer een vijfde van alle vakanties worden doorgebracht in een huurappartement of -villa. Dit is in hoge mate aan de kust het geval.

Deze belangrijke toeristische logiesaccomodatatie is momenteel niet gereguleerd of geclassificeerd.

Pogingen zullen worden ondernomen om in deze sector te komen tot een classificatie op vrijwillige basis – eventueel verplichte basis – ten einde de binnen- en buitenlandse toerist minimum - waarborgen te bieden voor een comfortabel verblijf. De definitieve keuze zal grotendeels afhangen van de hiervoor beschikbare middelen (personeel - werkingskosten).

Reisbureauwezen

Een ontwerp van decreet houdende reorganisatie van het sinds 1965 toegepaste statuut van de reisbureaus is opgemaakt en wordt besproken. Hierin worden een aantal fundamentele wijzigingen in de reglementering voorgesteld. Zo worden de **reisconsulenten** eveneens verplicht onderworpen aan het **vergunningstelsel**.

Een aantal andere problemen in de sector zullen

worden uitgewerkt in een uitvoeringsbesluit, onder meer de borgtocht en de vakbekwaamheid.

Toeristische uitrusting

De grondslag van de reglementering, opgesteld in 1967, was de organisatie van efficiënte samenwerking tussen de overheid en de ondergeschikte besturen met het oog op het verwezenlijken van een volwaardige toeristische infrastructuur.

Sinds het tot stand komen van die reglementering, werden reeds circa 800 miljoen BF als toelagen verleend aan de ondergeschikte besturen, wat overeenkomt met een totaal van 1,5 miljard BF investeringen.

Deze inspanningen op het vlak van subsidiëring van projecten voor toeristische uitrusting, zullen worden verdergezet, rekening houdend met de geografische spreiding van de projecten enerzijds en met een controle op de toeristische kwaliteit anderzijds.

Nieuwe toeristische projecten met het oog op het uitbouwen van meer actieve verblijfs- en recreatiemogelijkheden dienen aangemoedigd.

4. SOCIAAL TOERISME

Sociaal toerisme beoogt een veelheid van toeristische activiteiten ten einde iedereen, vooral diegenen die op een of andere manier beperkt zijn in hun mogelijkheden de kans te geven tot vakantie buitenshuis en tot reizen. Hiervoor moet bijzondere zorg worden besteed aan het scheppen van financiële mogelijkheden tot participatie, aan transport- en verblijfsinfrastructuur, aan onthaal en begeleiding, aan animatie en ook aan voorbereiding en nazorg.

Sociaal toerisme moet een vorm van **kwaliteitstoerisme** worden met een geheel eigen opdracht, **namelijk** zinvol toerisme voor iedereen mogelijk maken met voorrang voor de minst financieel en sociaal krachtigen.

De volgende jaren moet de klemtoon worden gelegd op een steeds verdere kwalitatieve uitbouw van de sociale vakantie-centra, eerder dan op het oprichten van nieuwe vakantiehuizen.

De vakantiecentra moeten de mogelijkheid krijgen zich uit te bouwen als volwaardige **begeleidingscentra** voor recreatieve vrijetijdsbesteding. Dit is inderdaad een levensbehoefte geworden voor de **welzijnsontplooiing** van de mens.

Er zal in de nabije toekomst werk worden gemaakt van de animatie in de sociale vakantiehuizen. De bedoeiing ervan is de vakantieganger te begeleiden tijdens z'n vrije tijd om hem de geboden **mogelijkheden** te leren kennen en te leren gebruiken.

Ook voor de jeugdsector zullen verdere inspanningen worden geleverd om een specifieke **logiesaccommodatie** uit te bouwen en eveneens om het zinvol gebruik ervan te stimuleren. Aandacht voor animatie en begeleiding is ook hier noodzakelijk.

5. EIGEN INITIATIEVEN VAN DE OVERHEID

In een toeristisch perspectief is een goed **gestructu-**

reerde ruimtelijke ordening noodzakelijk. **De** verschillende streken van het territorium moeten worden uitgebouwd en voorzien van mogelijkheden om iedereen de kans te geven er z'n vrije tijd in de meest optimale omstandigheden door te brengen, zonder het karakter en eigenheden van elke streek aan te tasten.

Planning is in deze materie, en zowel op micro-vlak als op macro-vlak, absoluut vereist. Samenwerking ook : tussen overheid, verenigingen en individuen. Meer en meer zijn deze groepen op elkaar aangewezen.

Vroeger 'werden kleinere en veelvuldige projecten gesubsidieerd ten voordele van en op initiatief van verenigingen en openbare diensten.

Geleidelijk werd door de overheid zelf het initiatief genomen en geïnvesteerd, als aanvulling en correctie op de andere initiatieven.

Een geografische spreiding van de projecten over het ganse grondgebied wordt nagestreefd en gerealiseerd. Dit gebeurt rekening houdend met de ruimtelijke ordening in die zin dat de gewestplannen dienen geëerbiedigd en uitgevoerd te worden.

De natuur en de stadskernen dienen voor alles geëerbiedigd te worden, ook vanuit toeristisch oogpunt. De samenwerking tussen de verschillende besturen in de Vlaamse Gemeenschap zal gecoördineerd worden en in dezelfde richting worden geleid.

De toeristische infrastructuur voor de vakantie en de vrije tijd moet zich aanpassen aan de nieuwe functies, naar vorm en proporties, en aan een toegankelijkheid van de vakantie gedurende het ganse jaar.

Ook moet zij alternatieve energiemogelijkheden ontwikkelen en uitproberen. In een aantal projecten worden thans experimenten uitgeprobeerd om energie te besparen onder meer zonne-energie en verbrandingsinstallaties (actief) en aangepaste architectuur en geschikte isolatie (passief).

De toeristische projecten die door de overheid of door tussenkomst van de overheid worden gerealiseerd, moeten breed toegankelijk worden gesteld zodat een integratie van de recreant-toerist in z'n vakantieomgeving mogelijk wordt. Ook de plaatselijke bevolking moet toegang krijgen tot de realisaties en hierbij voor zoveel mogelijk worden betrokken.

Bijzondere aandacht zal worden besteed aan de toeristische mogelijkheden voor de minder-validen.

Prioriteit dient gegeven aan de realisatie zowel in bestaande als in nieuwe projecten, van de toegankelijkheid voor minder-validen.

In het kader van het Jaar van de Gehandicapten in 1981, zullen initiatieven ter zake worden genomen , en uitgewerkt.

Naast de toeristische infrastructuur, waar nog steeds wordt aan gewerkt, moet eveneens de aandacht uitgaan naar de animatie, dit is het leren zinvol gebruiken van de aangeboden mogelijkheden.

Hiervoor moeten mensen worden opgeleid, bekwaam om deze taak uit te voeren.

Deze verantwoordelijk ken voor toerisme en vrije tijd moeten gevormd worden op grond van de **herdachte** werkelijkheid. Recreologie moet als ‘wetenschap worden erkend en uitgebouwd.

Een overheidsbeleid sluit het privé-initiatief niet uit. Ook vanwege deze sector mag een inspanning verwacht worden.

6. COÖRDINATIE MET ANDERE DEPARTEMENTEN

Deze beleidsnota beperkt zich tot de bevoegdheden die, ingevolge de wetten tot hervorming van de instellingen, toebedeeld worden aan de **Gemeenschappen**. De nationale materies komen bijgevolg niet ter sprake.

Toerisme is echt een complexe aangelegenheid. Het heeft raakvlakken met verschillende departementen en diensten. Coördinatie tussen de diensten van toerisme en de andere departementen is van het allergrootste belang. Een aantal problemen die door de toeristische sector opgeworpen zijn, hebben betrekking op de departementen van Financiën (BTW-tarieven), Economische zaken (**inclusiefprijzen**), Justitie (alcoholwetgeving), Openbare Werken (jachthaven, zeewering, bevaarbaar maken van waterlopen), Stedebouw (ruimtelijke ordening aan de kust), de diensten van het Groenplan, van **Landschapszorg** enzovoort.

Een ander probleem voor de toeristische sector is de vakantiespreiding. „Het is hoogst wenselijk dat de Executieve in de bestaande werkgroep zou vertegenwoordigd worden”.

7. SAMENWERKING TUSSEN HET COMMISSARIAAT VOOR TOERISME, DE PROVINCIALE EN DE GEMEENTELIJKE TOERISTISCHE DIENSTEN

Het nut van samenwerking tussen de verschillende niveaus die zich met de toeristische materie bezighouden, staat onmiskenbaar vast.

Het Commissariaat voor Toerisme heeft de ganse Vlaamse Gemeenschap als werkingsveld. Op provinciaal vlak, beschikt elke Vlaamse provincie over een Provinciale Toeristische Federatie, die specifiek als doel heeft de provincie als toeristische entiteit uit te bouwen. Verder hebben alle steden of gemeenten, die enige toeristische impact hebben, een Stedelijke of Gemeentelijke Dienst voor Toerisme, met als belangrijkste taak het promoveren van hun eigen stad of gemeente als toeristische bestemming.

De bestaande samenwerking en het bestaande **overleg** tussen deze drie niveaus, zal in de toekomst **worden geïntensiveerd** om planning en coördinatie **mogelijk** te maken en om overlapping en versnippering tegen te gaan.

Deze inspanningen zullen worden geleverd bij de uitbouw van de toeristische infrastructuur enerzijds en bij de organisatie van de toeristische promotie in binnen- en buitenland anderzijds.

De Staatssecretaris voor de Vlaamse Gemeenschap,

R DE BACKER-VAN OCKEN
