



Vlaams  
Parlement

stuk **2230** (2013-2014) – Nr. 1  
ingediend op 21 oktober 2013 (2013-2014)

## Beleidsbrief

### Toerisme

### Beleidsprioriteiten 2013-2014

ingediend door de heer Geert Bourgeois,  
viceminister-president van de Vlaamse Regering,  
Vlaams minister van Bestuurszaken, Binnenlands Bestuur,  
Inburgering, Toerisme en Vlaamse Rand

## INHOUDSTAFEL

|        |                                                                                                                       |    |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|        | Lijst met afkortingen                                                                                                 | 4  |
| I      | Inleiding – managementsamenvatting                                                                                    | 5  |
| II     | Omgevingsanalyse van het toerisme in Vlaanderen                                                                       | 7  |
| 7III   | Strategische en operationele doelstellingen                                                                           | 11 |
| 1.     | De aantrekkings- en belevingswaarde van de toeristische bestemming(en) (in) Vlaanderen vergroten                      | 11 |
| 1.1.   | Impulsprogramma's voor Vlaamse bestemmingen met toeristisch potentieel                                                | 11 |
| 1.1.1. | 100 jaar Grote Oorlog 2014-2018                                                                                       | 11 |
| 1.1.2. | De Vlaamse Kunststeden en Brussel                                                                                     | 13 |
| 1.1.3. | De Vlaamse Kust                                                                                                       | 13 |
| 1.1.4. | De Vlaamse Regio's met toeristisch potentieel                                                                         | 14 |
| 1.2.   | Verder ontwikkelen van sterke productlijnen in Vlaanderen                                                             | 15 |
| 1.2.1. | Fietsen, wandelen, ruiters                                                                                            | 15 |
| 1.2.2. | Erfgoed                                                                                                               | 16 |
| 1.2.3. | Watertoerisme                                                                                                         | 16 |
| 1.2.4. | Toeristisch onthaal                                                                                                   | 17 |
| 1.2.5. | Meetings en incentives                                                                                                | 18 |
| 1.2.6. | Eet- en tafelcultuur in Vlaanderen                                                                                    | 19 |
| 1.3.   | Evenementenbeleid                                                                                                     | 21 |
| 2.     | Stimuleren van het toeristisch ondernemerschap                                                                        | 23 |
| 2.1.   | Sterke partnerschappen uitbouwen met de private en publieke actoren                                                   | 23 |
| 2.2.   | Implementatie, evaluatie en handhaving van de toeristische decreten                                                   | 23 |
| 2.3.   | Sectorgerichte ondersteuning met betrekking tot professionalisering, vorming en innovatie                             | 26 |
| 3.     | Realiseren van een krachtig marketingbeleid per macroproduct in functie van het verhogen van het economisch rendement | 30 |
| 3.1.   | Evaluatie internationaal strategisch marketingplan                                                                    | 30 |
| 3.2.   | Focusstrategie in buitenlandmarketing                                                                                 | 30 |
| 3.3.   | Coördinerende rol binnenlandmarketing                                                                                 | 36 |
| 4.     | De volwaardige participatie aan toerisme voor iedere Vlaming mogelijk maken                                           | 38 |
| 4.1.   | Een betaalbaar aanbod voor mensen die in armoede leven                                                                | 38 |
| 4.2.   | Een toegankelijk aanbod voor mensen met een handicap, ouderen en zieken                                               | 39 |
| 4.3.   | Een ruimer aanbod voor de jeugd                                                                                       | 41 |
| 4.4.   | Een aantrekkelijk aanbod voor gezinnen en kinderen                                                                    | 43 |
| 4.5.   | Een duurzaam patrimoniumbeleid van Toerisme Vlaanderen                                                                | 43 |
| 5.     | De efficiëntie en effecten van het werk van de toeristische overheden verhogen                                        | 44 |
| 5.1.   | Herstructureren van het toeristisch beleid op Vlaams niveau                                                           | 44 |
| 5.1.1. | Toerisme Vlaanderen herstructureren                                                                                   | 44 |
| 5.1.2. | Kennis uitbouwen                                                                                                      | 44 |
| 5.1.3. | Vlaamse subsidiekanalen bundelen en integreren in impulsprogramma's                                                   | 45 |
| 5.1.4. | Duurzaam toerisme                                                                                                     | 45 |
| 5.2.   | Afstemmen, overleggen en samenwerken met lokale besturen                                                              | 46 |
| 5.3.   | Strategisch beleidsplan                                                                                               | 46 |

---

|      |                                                 |    |
|------|-------------------------------------------------|----|
| 5.4. | Flankerend beleid                               | 47 |
| IV   | Regelgevingsagenda                              | 49 |
| V    | Samenvatting van beleidsintenties               | 50 |
| VI   | Uitvoering en opvolging regeerakkoord en moties | 52 |

**Lijst met afkortingen**

|        |                                                                             |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------|
| CIB    | Confederatie van Immobiliënberoepen                                         |
| DIT    | Lerend netwerk voor Duurzaam en Innovatief Toerisme                         |
| EU     | Europese Unie                                                               |
| FETE   | First European Travel Experience                                            |
| FEVIA  | Federatie Voedingsindustrie                                                 |
| FIT    | Flanders Investment and Trade                                               |
| HBDA   | Happy Birthday Dear Academy (evenement van het Modemuseum)                  |
| IRTS   | International Recommendations for Tourism Statistics                        |
| ITB    | Internationale Toerismebeurs van Berlijn                                    |
| KLM    | Koninklijke Luchtvaartmaatschappij van Nederland                            |
| KMDA   | Koninklijke Maatschappij voor Dierkunde Antwerpen                           |
| MICE   | Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions                           |
| NBTC   | Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen                               |
| OESO   | Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling                   |
| OTA    | On line Travel Agency                                                       |
| RaCo   | Raadgevend Comité (van Toerisme Vlaanderen)                                 |
| RDA    | Internationaler Bustouristik Verband (Duitsland)                            |
| TSA    | Tourism Satellite Account (toerisme sateliet rekening)                      |
| TYHA   | The Yacht Harbour Association                                               |
| UNESCO | United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization            |
| UNIZO  | Unie van Zelfstandige Ondernemers                                           |
| UNWTO  | United Nations World Tourism Organization (Wereldorganisatie voor Toerisme) |
| VDAB   | Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling                                      |
| VLAM   | Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing                              |
| VLIS   | Vlaams Logies Informatie Systeem                                            |
| VVW    | Vereniging voor Watersport                                                  |
| W&Z    | Waterwegen en Zeekanaal                                                     |
| WO I   | Eerste Wereldoorlog                                                         |
| WBT    | Wallonie Bruxelles Tourisme                                                 |
| WTM    | World Tourism Market (Londen)                                               |

## I. INLEIDING - MANAGEMENTSAMENVATTING

Het toerisme heeft zich weerbaar getoond in tijden van economische en financiële crisis. In 2012 telde de Wereldorganisatie voor Toerisme (UNWTO) meer dan 1 miljard toeristen. Niettegenstaande een groei van het aantal aankomsten met 0,8% daalde het aantal overnachtingen met 1,0 %. Deze cijfers duiden er op dat Vlaanderen meer en meer een bestemming voor kort verblijf wordt. De Vlaamse inspanningen op de groeilanden weerspiegelen zich ook in de cijfers. De Japanse markt groeit met 21%, de Russische met 15,9% en de Chinese met 15,8 %.

Deze beleidsbrief bouwt verder op de beleidsnota toerisme 2009-2014. Per strategische en operationele doelstelling wordt een overzicht geboden van gerealiseerde beleidsopties van het vorige werkingsjaar en wordt bondig ingegaan op de uitdagingen van het laatste jaar van deze legislatuur.

Einde 2012 keurde de Vlaamse Regering het kaderbesluit toerismesubsidies goed en legde daarmee de basis voor een uniform en transparant subsidiemechanisme voor de toeristische impulsprogramma's.

Aan de vooravond van de herdenking 100 jaar Groote Oorlog vertalen de ingezette middelen op infrastructuur en evenementen zich in concrete realisaties. Geschraagd door een specifieke marketing en communicatiecampagne zal Vlaanderen dan ook klaar zijn om de naar schatting honderdduizenden toeristen te ontvangen tijdens de herdenkingsperiode. Het Vlaamse herdenkingsprogramma vindt overigens internationaal weerklank: de OESO houdt in oktober 2013 een internationaal herdenkingsseminarie in Ieper en op de internationale toerismebeurs WTM in Londen is Vlaanderen met het "in Flanders Fields"-thema gastland.

In samenwerking met de provinciale toeristische organisaties is een strategisch toerismeplan voor de Vlaamse Regio's, dat voortaan de leidraad zal vormen voor de inspanningen in die Vlaamse Regio's, ontwikkeld. Ook voor de Vlaamse kust wordt in samenwerking met Westtoer een nieuw strategisch beleidsplan op sporen gezet.

In 2012 is "Honderd jaar Ronde van Vlaanderen" gevierd. Met een ondersteuning van 3 miljoen euro heb ik met dit project de basis gelegd voor internationale promotie van Vlaanderen als wiel- en fietsregio. De samenwerkingsovereenkomst tussen Toerisme Vlaanderen en het agentschap Onroerend Erfgoed zijn een garantie om het toeristisch potentieel van het Vlaamse erfgoed ten volle te benutten. De Vlaanderen Lekkerland campagne wordt verder gezet vanuit Toerisme Vlaanderen, waarmee de Vlaamse eet- drink- en tafelcultuur duurzaam geïntegreerd wordt in de Vlaamse toerismemarketing.

De uitvoering en handhaving van het logiesdecreet is succesvol overgeheveld naar het Departement internationaal Vlaanderen en het Vlaams Logiesinformatiesysteem VLIS vervult sinds maart 2013 haar rol als volwaardig digitaal vergunningsloket. In aanloop naar de nakende afschaffing van het reisbureaudecreet einde 2013 heb ik de reissector ondersteund bij het ontwikkelen van een systeem van zelfregulering.

Naast het bestendigen van de inzet op primaire en secundaire markten zal de herdenking van de "Groote Oorlog" een prominente plaats innemen in de internationale marketing. Zowel voor de Braziliaanse markt, één van toeristische groeimarkten, als voor Oceanië (Australië, Nieuw-Zeeland), een belangrijke markt in het kader van de herdenking van de Eerste Wereldoorlog, start ik de procedure voor de realisatie van een toerismevertegenwoordiging.

Het Steunpunt Vakantieparticipatie blijft een sleutelrol vervullen in toerismebeleid dat iedere Vlaming de mogelijkheid moet bieden om volwaardig aan het toerisme te

participeren. Daarnaast wordt met de realisatie van een ruimer aanbod aan jeugdverblijfinfrastructuur één van de strategische prioriteiten van deze Vlaamse regering ingevuld.

De herstructurering van Toerisme Vlaanderen is een feit. De uitvoering van het strategisch beleidsplan 2020 voor het toerisme in Vlaanderen-Brussel, dat in januari 2012 door de verschillende toerismepartners is ondertekend, zal door een Staten-Generaal van het toerisme tegen het licht gehouden worden.

Deze beleidsbrief is het slotstuk van de uitvoering van de beleidsnota toerisme 2009-2014. In economisch moeilijk tijden meen ik toch een positieve balans te kunnen presenteren van het Vlaams toerismebeleid dat deze legislatuur gevoerd werd. De verschillende beleidsbrieven die ik tijdens de afgelopen vijf jaar heb opgemaakt en uitgevoerd, zijn het bewijs van de uitvoering van de strategische en operationele doelstellingen die bij aanvang van deze regeerperiode zijn vooropgesteld.

## II. OMGEVINGSANALYSE VAN HET TOERISME IN VLAANDEREN

2012 was het jaar waarin voor het eerst meer dan één miljard internationale toeristen wereldwijd geteld werden. De overschrijding van deze symbolische drempel illustreert de globale groei van het toerisme. In 2012 bedroeg die groei – uitgedrukt in aantal internationale aankomsten wereldwijd - 4,0%. Azië en de eilanden in de Stille Oceaan, alsook Afrika konden indrukwekkende groeicijfers voorleggen (resp. +7,0% en +5,9%). Amerika scoorde ook boven het wereldwijde gemiddelde met een groei van +4,6%. Europa kon ook nog een mooi groeicijfer van +3,4% voorleggen, in het bijzonder gelet op de algemene economische context. Vooral de Centraal- en Oost-Europese bestemmingen blijven het goed doen (+7,4%). West-Europa zag vorig jaar het aantal internationale aankomsten stijgen met +3,2%. Het Midden-Oosten was opnieuw de enige regio met een negatief groeicijfer (-5,4%).

| Internationale aankomsten wereldwijd (2012) |                         |                       |
|---------------------------------------------|-------------------------|-----------------------|
|                                             | Aantal<br>(x 1.000.000) | Evolutie<br>2011-2012 |
| Europa                                      | 534,2                   | +3,4%                 |
| Noord-Europa                                | 64,9                    | +1,4%                 |
| West-Europa                                 | 166,6                   | +3,2%                 |
| Centraal- en Oost-Europa                    | 111,6                   | +7,4%                 |
| Zuid-Europa                                 | 191,1                   | +2,2%                 |
| Azië en de eilanden in de Stille Oceaan     | 233,6                   | +7,0%                 |
| Amerika                                     | 163,1                   | +4,6%                 |
| Afrika                                      | 52,4                    | +5,9%                 |
| Midden-Oosten                               | 52,0                    | -5,4%                 |
| <b>Totaal</b>                               | <b>1.035</b>            | <b>+4,0%</b>          |

Bron: UNWTO World Tourism Barometer, juni 2013

De voorlopige cijfers voor de eerste 4 maanden van 2013 tonen een verdere groei van het aantal internationale aankomsten wereldwijd (+4,3%). Europa scoorde beter dan het wereldwijde gemiddelde in januari - april 2013 met een groei van +4,9%.

Het toerisme in Vlaanderen ging in 2012 licht achteruit met -1,0%. Vooral de kust moest inbinden (-5,6%). Het aantal overnachtingen in de Vlaamse regio's bleef stabiel (+0,1%), terwijl de kunststeden vorig jaar nog groei wisten te realiseren (+2,2%).

Bij de verdeling van het aantal overnachtingen naar verblijfsmotief valt vooral de groei in het aantal overnachtingen voor conferenties, congressen en seminars op (+7,0%). Deze groei tekent zich af zowel aan de kust, in de kunststeden als in de Vlaamse regio's (resp. +9,6%; +7,4% en +5,3%). Ook de overnachtingen voor andere beroepsdoeleinden gingen er vorig jaar op vooruit (+1,5%). Daartegenover staat dat er in 2012 minder overnachtingen voor ontspanning en vakantie geteld werden in Vlaanderen ten opzichte van het jaar voordien (-2,7%).

| <b>Overnachtingen in 2012 (incl. huurlogies aan de kust)</b> |               |                |                           |                                              |
|--------------------------------------------------------------|---------------|----------------|---------------------------|----------------------------------------------|
|                                                              | <b>Aantal</b> | <b>Aandeel</b> | <b>Evolutie 2011-2012</b> | <b>Gemiddelde jaarlijkse groei 2008-2012</b> |
| Vlaanderen                                                   | 29.141.070    | 100%           | -1,0%                     | +0,8%                                        |
| Kust                                                         | 9.019.489     | 31,0%          | -5,6%                     | -2,7%                                        |
| Vlaamse regio's                                              | 9.226.831     | 31,7%          | +0,1%                     | +1,5%                                        |
| Kunststeden                                                  | 10.894.750    | 37,4%          | +2,2%                     | +3,5%                                        |
| Vlaams Gewest                                                | 23.174.362    | 79,5%          | -1,2%                     | +0,2%                                        |
| Brussels Gewest                                              | 5.966.708     | 20,5%          | -0,1%                     | +3,1%                                        |

Bron: Toerisme Vlaanderen (2013), Toerisme in Cijfers 2012

| <b>Overnachtingen in 2012 naar verblijfsmotief (incl. huurlogies aan de kust)</b> |                                |                           |                                          |                           |                                 |                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------|---------------------------|
|                                                                                   | <b>Ontspanning en vakantie</b> |                           | <b>Conferentie, congres en seminarie</b> |                           | <b>Andere beroepsdoeleinden</b> |                           |
|                                                                                   | <b>Aantal</b>                  | <b>Evolutie 2011-2012</b> | <b>Aantal</b>                            | <b>Evolutie 2011-2012</b> | <b>Aantal</b>                   | <b>Evolutie 2011-2012</b> |
| Vlaanderen                                                                        | 22.148.240                     | -2,7%                     | 4.241.383                                | +7,0%                     | 2.751.447                       | +1,5%                     |
| Kust                                                                              | 8.779.231                      | -5,9%                     | 145.057                                  | +9,6%                     | 95.201                          | +4,2%                     |
| Vlaamse regio's                                                                   | 7.249.969                      | -1,3%                     | 889.435                                  | +5,3%                     | 1.568.819                       | -1,1%                     |
| Kunststeden                                                                       | 6.119.040                      | +0,5%                     | 3.206.891                                | +7,4%                     | 1.087.427                       | +5,3%                     |
| Vlaams Gewest                                                                     | 19.427.645                     | -2,7%                     | 1.884.339                                | +10,1%                    | 1.862.378                       | +4,0%                     |
| Brussels Gewest                                                                   | 2.720.595                      | -2,8%                     | 2.357.044                                | +4,6%                     | 889.069                         | -3,5%                     |

Bron: Toerisme Vlaanderen (2013), Toerisme in Cijfers 2012.

Hoewel het aantal overnachtingen in Vlaanderen achteruitging, steeg het aantal aankomsten in Vlaanderen lichtjes in 2012 (+0,8%). Dit wijst erop dat de verblijfsduur in Vlaanderen opnieuw korter werd.

| <b>Aankomsten in 2012 (incl. huurlogies aan de kust)</b> |               |                |                           |                                              |
|----------------------------------------------------------|---------------|----------------|---------------------------|----------------------------------------------|
|                                                          | <b>Aantal</b> | <b>Aandeel</b> | <b>Evolutie 2011-2012</b> | <b>Gemiddelde jaarlijkse groei 2008-2012</b> |
| Vlaanderen                                               | 11.313.522    | 100%           | +0,8%                     | +2,7%                                        |
| Kust                                                     | 1.907.520     | 16,9%          | -3,6%                     | -0,3%                                        |
| Vlaamse regio's                                          | 3.503.523     | 31,0%          | +1,8%                     | +2,8%                                        |
| Kunststeden                                              | 5.902.479     | 52,2%          | +1,7%                     | +3,6%                                        |
| Vlaams Gewest                                            | 8.153.523     | 72,1%          | +1,4%                     | +2,7%                                        |
| Brussels Gewest                                          | 3.159.999     | 27,9%          | -0,7%                     | +2,6%                                        |

Bron: Toerisme Vlaanderen (2013), Toerisme in Cijfers 2012.

Het binnenlands en het buitenlandse toerisme gingen vorig jaar beide achteruit: het aantal overnachtingen van Belgen daalde met -1,5% terwijl het aantal overnachtingen van buitenlanders met -0,5% daalde. De buurlanden, nog steeds veruit de belangrijkste markten voor het toerisme in Vlaanderen, gingen allemaal achteruit (Nederland -4,8%; Duitsland -5,9%; Frankrijk -3,1%).



De enige uitzondering was het Verenigd Koninkrijk dat in 2012 +4,3% meer overnachtingen liet optekenen. De Spaanse markt ging – niet verrassend gelet op de economische toestand – aanzienlijk achteruit (-6,8%). De sterkste relatieve stijgers waren vorig jaar Japan (+21,0%), Rusland (+15,9%) en China (+15,8%).

| <b>Belangrijkste markten in 2012 volgens aantal overnachtingen (incl. huurlogies aan de kust)</b> |                   |                               |                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------|
|                                                                                                   | <b>2012</b>       | <b>Evolutie<br/>2011-2012</b> | <b>Gemiddelde<br/>jaarlijkse groei<br/>2008-2012</b> |
| <b>België</b>                                                                                     | <b>14.748.717</b> | <b>-1,5%</b>                  | <b>+0,8%</b>                                         |
| Nederland                                                                                         | 3.640.046         | -4,8%                         | -0,7%                                                |
| Duitsland                                                                                         | 1.932.739         | -5,9%                         | +0,2%                                                |
| Frankrijk                                                                                         | 1.878.084         | -3,1%                         | +1,7%                                                |
| Verenigd Koninkrijk                                                                               | 1.675.389         | +4,3%                         | -4,1%                                                |
| Spanje                                                                                            | 643.191           | -6,8%                         | +4,2%                                                |
| V.S. Amerika                                                                                      | 643.094           | +2,5%                         | +4,5%                                                |
| Italië                                                                                            | 473.438           | +1,1%                         | +5,5%                                                |
| Japan                                                                                             | 207.767           | +21,0%                        | +3,4%                                                |
| Rusland                                                                                           | 191.827           | +15,9%                        | +14,4%                                               |
| China                                                                                             | 152.868           | +15,8%                        | +12,4%                                               |
| Zweden                                                                                            | 130.217           | +4,3%                         | +0,4%                                                |
| Canada                                                                                            | 118.718           | +3,0%                         | +5,8%                                                |
| Denemarken                                                                                        | 103.855           | +0,9%                         | +1,4%                                                |
| India                                                                                             | 85.740            | -8,2%                         | -5,1%                                                |
| Oostenrijk                                                                                        | 82.128            | +8,6%                         | +4,6%                                                |
| Andere                                                                                            | 2.433.252         | +6,7%                         | +2,2%                                                |
| <b>BUITENLAND</b>                                                                                 | <b>14.392.353</b> | <b>-0,5%</b>                  | <b>+0,7%</b>                                         |
| <b>ALGEMEEN TOTAAL</b>                                                                            | <b>29.141.070</b> | <b>-1,0%</b>                  | <b>+0,8%</b>                                         |

Bron: Toerisme Vlaanderen (2013), Toerisme in Cijfers 2012.

De voorlopige cijfers voor de eerste 3 maanden 2013 tonen aan dat de negatieve trend van 2012 omgebogen wordt. In januari-maart 2013 steeg het aantal overnachtingen in Vlaanderen met +6,2%. De Studiedienst van de Vlaamse Regering berekende de economische impact van het toerisme volgens een internationaal erkende methodologie ontwikkeld door onder meer UNWTO en Eurostat (toeristische satellietrekeningen). De toegevoegde waarde van het toerisme werd berekend voor zowel het Vlaams Gewest als het Brussels Hoofdstedelijk Gewest voor het jaar 2010. Voor beide gewesten samen bedraagt de toegevoegde waarde van de toeristische industrie 12,2 miljard euro<sup>1</sup>. Dit staat voor 5,0% van de totale toegevoegde waarde in de 2 gewesten. Indien men enkel het aandeel in rekening brengt dat door toeristen is afgenomen (in zowel toeristische bedrijfstakken als andere industrieën) dan bedraagt de toegevoegde waarde 6,9 miljard euro of 2,8% van de totale toegevoegde waarde.<sup>2</sup>

De Studiedienst van de Vlaamse Regering bracht ook de tewerkstelling in de Vlaamse toeristische sector in kaart. In 2010 waren er in het Vlaamse Gewest ruim 131.000 loontrekkenden actief in de toeristische sector, wat goed is voor 6,02% van de totale loontrekkende tewerkstelling in het Vlaamse Gewest.

<sup>1</sup> bruto toegevoegde waarde van de toeristische industrie is de toegevoegde waarde gegenereerd door de toeristische industrie ongeacht of dit aanbod door toeristen of niet-toeristen is verbruikt

<sup>2</sup> directe bruto toegevoegde waarde van toerisme is de toegevoegde waarde van toeristische en andere bedrijfstakken maar enkel voor het aandeel dat door toeristen is afgenomen.

Bij de zelfstandigen ligt het aandeel dat in de toeristische sector werkt hoger: 7,62% of in absolute cijfers 45.000 jobs als zelfstandige of helper. Van alle jobstudenten in 2010 werkte 13,61% in de toeristische sector wat overeenkomt met 2.246 studentenjobs. In het Brussels Hoofdstedelijk Gewest telde de Studiedienst in 2010 ruim 51.000 loontrekkende jobs in de sector toerisme, goed voor 8,24% van de loontrekkenden. De 222 studentenjobs in de toeristische sector vertegenwoordigen 11,59% van alle studentenjobs in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

Het aandeel jobs van zelfstandigen en helpers in de toeristische sector ligt lager: de 5.739 jobs in toerisme vertegenwoordigen 6,62% van alle jobs voor zelfstandigen en helpers voor.

### III. STRATEGISCHE EN OPERATIONELE DOELSTELLINGEN

#### 1. De aantrekkings- en belevingswaarde van de toeristische bestemming(en) (in) Vlaanderen vergroten

##### 1.1. Impulsprogramma's voor Vlaamse bestemmingen met toeristisch potentieel

###### 1.1.1. 100 jaar Groote Oorlog 2014-2018

###### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*De nauwe opvolging van de initiatieven die middelen ontvingen uit het impulsprogramma 100 jaar Groote Oorlog voor investeringen, heeft er mee voor gezorgd dat drie van de vijf strategische projecten (Ieper, Zonnebeke en Poperinge) nu reeds voor het publiek geopend zijn. De andere projecten worden actief begeleid. Samen met het agentschap Toerisme Vlaanderen ben ik erin geslaagd nog bijkomende middelen te verzamelen voor het impulsprogramma WO I - evenementen 2014-15. Vier bijkomende voorstellen kregen in november 2012 een subsidie, wat het totaal impulsbedrag op 6,7 miljoen euro bracht.*

*Toerisme Vlaanderen en Westtoer, die voor de herdenking van WO I nauw samenwerken, namen tal van initiatieven inzake productontwikkeling, onthaal en het versterken van de dienstverlening. Daarbij werden ook de ondernemers betrokken, wat onder meer resulteert in een gestandaardiseerd pakket 'verblijf + excursie Westhoek' dat zal aangeboden worden aan toeristen aan de Kust, in Brugge en Gent.*

*Speciale aandacht gaat naar de toegankelijkheid voor personen met beperkingen. Sinds eind 2012 kwam ook de communicatie over het herdenkingsaanbod in Vlaanderen op kruissnelheid, met focus op contacten met de internationale reisindustrie. Toerisme Vlaanderen zette 100 jaar Groote Oorlog op het voorplan op de beurzen WTM (Londen, 2012) en ITB (Berlijn, 2013), en gaf daarnaast ook present op tal van andere 'trade'-momenten, zoals een roadshow door de voornaamste steden van Canada, het vakantiesalon Le Monde à Paris, RDA (Keulen),... Bijzonder succesvol was de UK-workshop in Ieper, die meer dan 40 geïnteresseerde Britse inkopers in contact bracht met de Vlaamse aanbieders en wegens de grote vraag in de herfst van 2013 wordt herhaald.*

*Het reclamebureau dat de geïntegreerde communicatiecampagne zal voeren, is in april 2013 aangeduid. Ter voorbereiding van communicatie-initiatieven in Australië en Nieuw-Zeeland ondernam Toerisme Vlaanderen een grondige prospectie eind 2012. Verschillende organisatorische opties werden in het voorjaar 2013 op hun haalbaarheid getoetst.*

*De herdenking '100 Jaar Groote Oorlog' is een beleidsdomeinoverschrijdend project waarvan de coördinatietaak binnen de Vlaamse Regering op mij rust. Het project heeft als doelstelling om Vlaanderen duurzaam te verbinden met het vredethema, om de huidige en toekomstige generaties te sensibiliseren rond oorlog en vrede en om het herdenkingstoerisme te bevorderen. Voor meer details verwijs ik naar de rapportering aan de Vlaamse Regering hierover.*

### Beleidsopties 2013-2014

Ook in 2014 zal het project in samenwerking met de verschillende beleidsdomeinen van de Vlaamse overheid, verder geïmplementeerd worden in het kader van het WO I – actieplan en zal daarover periodiek gerapporteerd worden aan de Vlaamse Regering.

Het jaar 2014 vormt de effectieve start van de herdenking. Ik zal namens de Vlaamse Regering een startevenement organiseren dat een ruime publieksparticipatie beoogt. Wat de impulsen betreft, volg ik zowel de investeringsprojecten als de internationale evenementen verder op, zodat een tijdige en kwaliteitsvolle realisatie gegarandeerd blijft. In de herfst van 2013 zal ik een nieuwe oproep lanceren voor evenementen ter herdenking van WO I voor de jaren 2016-2018.

Toerisme Vlaanderen, de lokale overheden, de toeristische actoren en Westtoer zullen gedurende de herfst 2013 en lente 2014 tal van initiatieven nemen om de kwaliteit van het onthaal te garanderen, en dit voor zowel binnenlandse als buitenlandse bezoekers. Zoals reeds aangestipt, werk ik ook verder aan de betere toegankelijkheid van de Westhoek door de verspreiding van toegankelijkheidsinformatie.

In de herfst van 2013 zetten we verder in op de internationale professionele reisindustrie, met een tweede workshop voor Britse touroperators in Ieper, en vooral de beurs WTM in Londen, waar ik Vlaanderen met het thema 'Flanders Fields' als premier partner (gastland) volop voor het voetlicht breng. Uiteraard zetten Toerisme Vlaanderen en zijn buitenlandkantoren ook in 2014 de inspanningen naar de 'trade' verder. Voor Australië en Nieuw-Zeeland zal Toerisme Vlaanderen begin 2014 een bedrijf aanstellen ('rep-office').

Vanaf de herfst 2013 verwacht ik een stijgende belangstelling vanwege de internationale media voor het Vlaamse aanbod en programma. De communicatie-inspanningen naar de media zullen in 2014 nog groter zijn.

De communicatiecampagne naar de internationale bezoeker, ten slotte, zal tegen het einde van 2013 van start gaan en volop lopen in 2014 (en daarna).

Ik vermeld nog graag dat het Vlaams herdenkingsprogramma weerklank vindt bij vooraanstaande internationale verenigingen. Zo houdt de OESO in oktober 2013 een internationaal seminarie in Ieper met als thema 'Memorial Tourism and the Visitor Economy', en zal RDA (een koepelvereniging van vooral Duitse autocarondernemingen) haar jaarvergadering in april 2014 houden in Ieper en Brugge.

### Budget 2014

Op de begroting van 2014 heb ik in totaal een budget van 5.000.000 euro uitgetrokken voor de themaoproep Herdenking WO I-evenementen 2016-2017-2018.

Op de begroting 2013 van Toerisme Vlaanderen heb ik 800.000 euro uitgetrokken voor de internationale marketing van de herdenking van de Groote Oorlog.

### **1.1.2. De Vlaamse Kunststeden en Brussel**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Op 21 december 2012 hechtte de Vlaamse Regering haar goedkeuring aan het kaderbesluit toerismesubsidies. De oproep voor indienen van projecten voor de kunststeden en Brussel kon met andere woorden pas begin 2013 gelanceerd worden. Er zijn 28 projecten ingediend onder het impulsprogramma Vlaamse Kunststeden – Brussel voor een totaal gevraagd subsidiebedrag van 4,4 miljoen euro. De beoordeling van deze projecten geschiedt in de loop van dit najaar.*

*Toerisme Vlaanderen sloot een samenwerkingsovereenkomst met Visit Brussels voor pers- en tradereizen. Visit Brussels heeft beslist om met een eigen stand deel te nemen aan beurzen. Er is een mondeling akkoord tussen Visit Brussels, WBT en Toerisme Vlaanderen om vlakbij elkaar te blijven staan.*

#### Beleidsopties 2013-2014

Bij de uitvoering van het impulsprogramma Vlaamse Kunststeden – Brussel zal ik blijven inzetten op twee beleidslijnen (1) het fysieke en virtueel internationaal en meertalig onthaal en (2) de uitbouw van positionerings- en identiteitsversterkende projecten.

#### Budget 2014

Op de begroting van 2014 heb ik een budget van 2.000.000 euro uitgetrokken voor het impulsprogramma Vlaamse Kunststeden en Brussel

### **1.1.3. De Vlaamse Kust**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*De uitvoering van het project 'toeristische referentieguides' is eind 2012 gegund. De redactionele ploeg is aan het werk en de oplevering van de gids is voorzien in het voorjaar van 2014.*

*Onder het impulsprogramma Vlaamse Kust zijn 33 projecten ingediend voor een totaal gevraagd subsidiebedrag van 10,7 miljoen euro.*

#### Beleidsopties 2013-2014

2014 is het laatste jaar van de uitvoering van het impulsprogramma Vlaamse Kust, dat de uitvoering van het Strategisch Beleidsplan voor Toerisme aan de Kust 2009-2014. Ik gaf aan Toerisme Vlaanderen en Westtoer de opdracht om samen een nieuw strategisch plan (2015-2020) voor de kust te realiseren. Vanaf 2014 zal er een gemeenschappelijke kustcampagne, met aandacht voor de specifieke kenmerken producten en de belevingswaarde van de Vlaamse kust, gevoerd worden in de vier buurlanden. Hiertoe is een opdracht gegund aan een reclamebureau dat de voorbereidingen opstart in september 2013. De markt specifieke acties blijven verder lopen.

Uit verschillende onderzoeken (WES, Infopunt Toegankelijk Reizen) blijkt dat de kust een gegeerde bestemming is bij personen met een beperking. Het is belangrijk dat zij kunnen rekenen op objectieve, gecontroleerde, gedetailleerde en up-to-date

informatie. Door het impulsprogramma Vlaams kust zijn heel wat initiatieven op het vlak van toegankelijkheid gerealiseerd.

In 2014 wil ik de afstemming van de verschillende elementen van toegankelijkheid (informatie, onthaal, transport, logies, bezienswaardigheden, reca,...) analyseren. Deze analyse past eveneens binnen de uitvoering van het actieplan 'Vakantie met zorg'.

#### Budget 2014

Op de begroting van 2014 heb ik in een budget van 2.300.000 euro gereserveerd voor het impulsprogramma Vlaamse Kust.

Voor de toegankelijkheidsanalyse van de vakantieketen aan de Kust reserveer ik een bedrag van 50.000 euro op de begroting van Toerisme Vlaanderen.

In het totaal wordt een marketingbudget voor de Vlaamse Kust voorzien van 1,2 mio euro door Toerisme Vlaanderen. Hiervan wordt 800.000 euro besteed aan de specifieke marketingcampagne toegewezen aan het bureau "Kunstmaan" en 400.000 binnen de reguliere werking van de buitenlandkantoren.

#### **1.1.4. Vlaamse regio's met toeristisch potentieel**

##### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Op 21 december 2012 hechtte de Vlaamse Regering haar goedkeuring aan het kaderbesluit toerismesubsidies. De oproep voor indienen van projecten voor de Vlaamse regio's kon met andere woorden pas begin 2013 gelanceerd worden. Er zijn 71 projecten ingediend onder het impulsprogramma Vlaamse Regio's voor een totaal gevraagd subsidiebedrag van 15,4 miljoen euro. De beoordeling van deze projecten geschiedt in de loop van het najaar.*

##### Beleids-opties 2013-2014

Bij de uitvoering van het impulsprogramma Vlaamse Regio's zal ik inzetten op de vijf krachtlijnen bepaald in het strategisch plan.

In het najaar van 2013 zal het strategisch beleidsplan voor de Vlaamse regio's dat Toerisme Vlaanderen en de provinciale toeristische organisaties opstelden, goedgekeurd zijn. Dit plan moet de komende jaren het kader bieden voor de ontwikkeling van het verblijfstoerisme in de Vlaamse regio's. De oproep 2014 voor impulsprogramma Vlaamse Regio's zal inspelen op de krachtlijnen van dit strategisch beleidsplan.

#### Budget 2014

Op de begroting van 2014 heb ik een budget van 2.400.000 euro gereserveerd voor het impulsprogramma Vlaamse Regio's.

## 1.2. Verder ontwikkelen van sterke productlijnen in Vlaanderen

### 1.2.1. Fietsen, wandelen en ruiteren

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*De Ronde van Vlaanderen is de jongste jaren geëvolueerd van een belangrijke West-Europese koers naar een grootschalig sportevenement met internationale uitstraling. Op 25 mei 2013 was het exact honderd jaar geleden dat de eerste Ronde gereden werd. De verjaardag bood de kans om Vlaanderen als specifieke fiets- en wieleregio internationaal op de kaart te zetten. Ik heb in het totaal 3 miljoen euro subsidie uitgetrokken voor 15 toeristische projecten.*

*Een aantal projecten zijn al gerealiseerd, zoals de nieuwe Ronde van Vlaanderen-routes. Een groot deel van de evenementen vond plaats tijdens het feestweekend van 25-26 mei 2013, zoals RetroRonde Deluxe (Oudenaarde) en Muur & Mythe (Geraardsbergen). Het feestweekend lokte 40 journalisten uit Duitsland, Nederland, Frankrijk, Groot-Brittannië, Spanje, Oostenrijk, Italië, de Verenigde Staten en zelfs Japan. Opdat alle Ronde 100-projecten goed en eenduidige in de markt worden gezet, is een overkoepelende marketingstrategie ontwikkeld. Er was ook plaats en aandacht voor andere projecten die aansluiting hadden bij het thema. Toerisme Vlaanderen zette de lijn uit voor de buitenlandmarketing in de specifieke doelmarkten en bundelde de campagnes van de projectindieners in een coherent geheel door het Ronde 100-logo. Toerisme Vlaanderen sloot met Flanders Classics een samenwerkingsovereenkomst met als doel raakvlakken te zoeken in de werking van beide organisaties zodat beide partners elkaars werking kunnen ondersteunen en versterken met betrekking tot het potentieel van fietsen en onze fietscultuur in Vlaanderen.*

*Daarnaast is er volop verder gewerkt aan het vervolledigen van de wandelnetwerken in de Vlaamse regio's. In West-Vlaanderen zijn in mei en juni 2013 de wandelnetwerken Ijzervallei en Hoppeland geopend. De afwerking van fase 3 van wandelnetwerk Pajottenland liep wat vertraging op omdat het Markpad nog moet worden aangelegd. In juni 2013 opende ik streek-Grote-Routepad Heuvelland en in augustus dat van de Groene Gordel.*

#### Beleidsopaties 2013-2014

In het najaar 2013 zal de evaluatie van Ronde 100 afgerond zijn. Dit project vormt het startpunt om Vlaanderen als wiel- en fietsregio internationaal te promoten. In 2014 zal fietsen opnieuw een belangrijk thema zijn in de buitenlandpromotie. De website [www.cyclinginlanders.be](http://www.cyclinginlanders.be) die Toerisme Vlaanderen liet ontwikkelen, wordt verder uitgebreid. Toerisme Vlaanderen zal haar expertise ter beschikking stellen bij de realisatie van nog een aantal Ronde 100-projecten. De komende jaren bijvoorbeeld krijgt het Wielermuseum te Roeselare een grondige opknappbeurt en komt er een belevingscentrum veldrijden te Tremelo.

Toerisme Vlaanderen heeft op basis van twee studies en in overleg met de provinciale toeristische diensten landschappelijk aantrekkelijke gebieden afgebakend waarbinnen wandelnetwerken tot stand kunnen komen. Ik blijf het engagement opnemen om de realisatie van de wandel- en fietsnetwerken in de groene regio's te voltooien.



#### Budget 2014

De financiële ondersteuning voor de ontwikkeling van fietsen, wandelen en ruiters geschiedt door de verschillende impulsprogramma's.

De promotie ervan is opgenomen in het marketingbudget.

### **1.2.2. Erfgoed**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*In de loop van 2012-2013 hebben Toerisme Vlaanderen en het agentschap Onroerend Erfgoed gemeenschappelijke doelstellingen vertaald in een samenwerkingsovereenkomst. De doelstellingen van deze overeenkomst zijn (1) onderzoek naar het toeristisch potentieel van het onroerend erfgoed in Vlaanderen (ook buiten de kunststeden en toeristische regio's); (2) een code van goede praktijk ontwikkelen voor de toeristische ontsluiting van onroerend erfgoedsites en (3) het projectmatig aftoetsen van deze code. Ten behoeve van erfgoedontwikkelingsprojecten voltooide Toerisme Vlaanderen in overleg met het agentschap Onroerend Erfgoed een code van goede praktijk voor de toeristische ontsluiting van onroerend erfgoedsites in de vorm van de brochure "Handleiding toeristische erfgoedontwikkeling".*

#### Beleidsopaties 2013-2014

Toerisme Vlaanderen en het agentschap Onroerend Erfgoed zullen nauwer samenwerken bij de opvolging van strategische documenten en concrete restauratie- en ontwikkelingsdossiers, zodat het toeristisch potentieel van erfgoedsites tijdig en juist wordt ingeschat en ook effectief ten volle wordt benut. Dit geldt met name ook voor grootschalige investeringsprojecten, zoals de restauratie van de Onze-Lieve-Vrouwkathedraal van Antwerpen, de Sint-Baafskathedraal van Gent, de Onze-Lieve-Vrouwbasiliek van Tongeren, de abdij van Park in Leuven, de Boekentoren in Gent, de steenkoolmijn van Beringen, de Kolonie van Merksplas, ... De manier van werken zal worden geformaliseerd in de dossieropvolgingsprocedures.

In uitvoering van SALK-plan goedgekeurd door de Vlaamse Regering van 15 juli 2013, zal ik de nodige stappen zetten om nog in het najaar van 2013 het overleg met het provinciebestuur van Limburg over een duurzame toekomst voor het domein Bokrijk op te starten. Daarbij kan het uitgangspunt zijn dat de exploitatie de verantwoordelijkheid is van het provinciebestuur en het natuurgedeelte overgenomen wordt door de Vlaamse overheid.

Toerisme Vlaanderen en het agentschap Onroerend Erfgoed zullen in samenspraak de standaard formaliseren van informatiepanelen die worden opgebouwd rond het nieuwe logo "beschermd onroerend erfgoed".

#### Budget 2014

De financiële ondersteuning voor de ontwikkeling van erfgoedtoerisme geschiedt door de verschillende impulsprogramma's. De promotie ervan is opgenomen in het marketingbudget.

### **1.2.3. Watertoerisme**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Voor de toekenning van de 'golden anchors' door TYHA (The Yacht Harbour Associations) moeten jachthavens een doorlichting doorlopen. VVW Nieuwpoort*



heeft dit in 2012 gedaan en behaalde 5 Golden Anchors. De VVW Blankenberge heeft ook een eerste assessment doorlopen, maar zal in de loop van 2013 nog opnieuw doorlopen vooraleer het aantal Golden Anchors wordt vastgesteld. Tot slot heeft de Watersportkring van de Luchtmacht Nieuwpoort in de zomer van 2013 eveneens zijn doorlichting gehad, het toekennen van het aantal Golden Anchors is voor dit najaar.

De overeenkomst tussen Toerisme Vlaanderen en Bond Beter Leefmilieu is uitgebreid en heeft nu betrekking op de operationalisering van de Groene Sleutel én de Blauwe Vlag.

Enkele van de nieuwe prioriteiten in het strategisch beleidsplan voor watertoerisme en –recreatie zijn duidelijk gericht naar het toerisme. Zo is er aandacht voor de behoefte aan een netwerk van jachthavens, passantenplaatsen en aanlegplaatsen voor de passagiersvaart, evenals aan een dicht net van milieustations. Een ander belangrijk punt zijn de sluizen en bruggen waar aandacht is voor veilige aanlegplaatsen en een bediening die afgestemd moet zijn op de waterrecreant.

#### Beleidsopties 2013-2014

TYHA staat in direct contact met een aantal jachthavens om datums vast te leggen voor het assessment. Het doel is om binnen maximum drie jaar alle betrokken jachthavens een assessment te laten doorlopen.

Ik vraag aan Toerisme Vlaanderen om de inspanningen die de collega's leveren (in eerste plaats de administratie Waterwegen en Zeekanaal) mee op te volgen zodat er voldoende oog is voor de toeristische belangen.

#### **1.2.4. Toeristisch onthaal**

##### Realisatie beleidsopties 2012-2013

Over de onderliggende visie en het bijhorende actieplan voor een aangescherpt en geactualiseerd onthaalbeleid is uitvoerig overleg gepleegd met de betrokken belanghebbenden.

Voor de herinrichting van de eigen onthaalruimte in Brussel heeft Toerisme Vlaanderen na grondige onderhandeling een overheidsopdracht gegund aan de meest perspectiefrijke voorstellen.

.. Deze visie vertrekt van een klantgerichte benadering waarbij het verbeteren van de dienstverlening en het verhogen van de klantentevredenheid centraal staan. Het vormt een geheel van meet-, feedback- en verbeterinstrumenten ter ondersteuning van het internationaal onthaal. Het kwaliteitsinstrumentarium met betrekking tot onthaal komt op de eerste plaats van het bestaande stelsel van erkenningen en zal richtinggevend zijn voor de sectorondersteuning door Toerisme Vlaanderen.

Tot slot stond Toerisme Vlaanderen in voor de inhoud en de vormgeving van de bruine infoborden langs het snelwegennet. Het heeft aan de betrokken gemeenten en toeristische regio's gevraagd welke troeven zij op het bord wilden zien en stelde een fotograaf en een ontwerpbureau aan om alles in beeld te brengen.

Eind september 2013 is voor wat het toeristisch luik de opdracht afgerond en neemt het agentschap voor Wegen en Verkeer de fakkel over voor de plaatsing van de borden.

### Beleidsopties 2013-2014

Na grondige renovatie heropent Toerisme Vlaanderen de eigen onthaalruimte aan de Grasmarkt in Brussel in 2014 zijn deuren. De branding van de bestemming Vlaanderen en de toeristische kerntaken ‘inspireren en informeren van de bezoekers’ zullen centraal staan. Het concept zal ook een shop bevatten.

Het kwaliteitsinstrumentarium onthaal wordt ontwikkeld en uitgetest.

Voor de Herdenking van de Grote Oorlog laat ik bovenop de belangrijke infrastructurele ingrepen van de voorbije jaren, maatregelen nemen op het gebied van informatievoorziening en professionalisering opdat de deelnemers aan de herdenking in optimale omstandigheden onthaald kunnen worden. Ik denk hierbij aan de zichtbare aanwezigheid van het WO I-thema op belangrijke internationale onthaalpunten zoals de luchthaven van Zaventem, een wegwijs-foldertje dat verduidelijkt waar wat te zien en te beleven is en hoe je daar kunt geraken en een digitaal vormings-traject (e-learning module) die door onthaalpersoneel (diensten voor toerisme, logies,...) gehanteerd kan worden om overzicht te verwerven over het totale aanbod, ook buiten de eigen stad of regio.

### Budget 2014

De financiële ondersteuning voor de ontwikkeling van het toeristische onthaal geschiedt hoofdzakelijk door de verschillende impulsprogramma's.

## **1.2.5. Meetings en Incentives**

### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Gezien het vorige onderzoek dateert van 2003 drong een nieuwe studie over de meetingindustrie zih op. In samenspraak met de lokale congresbureaus bepaalde Toerisme Vlaanderen de onderzoeksvragen voor de studie. Zij is door middel van een overheidsopdracht voor de zomer 2013 toegewezen. Dankzij dit kwalitatief en kwantitatief onderzoek over de vraag naar meetings en congressen in Vlaanderen en Brussel zal ik meer zicht krijgen op het keuze- en beïnvloedingsproces van organisatoren, de positie van Vlaanderen en Brussel als meeting- en congresbestemming, en de actuele economische betekenis van de meetingindustrie.*

*Toerisme Vlaanderen heeft de werking van haar congresbureau Meet in Flanders geoptimaliseerd en gemoderniseerd met een “Customer Relation Managementsysteem” dat de verwerking van de aanvragen efficiënter maakt. Het systeem is voor het congresstoerisme uitgebreid met mogelijkheden om de conversie-ratio te bepalen en op te volgen, maar ook duiding te geven bij verloren business en de potentiële macro-economische impact per aanvraag te berekenen.*

*Tussen Toerisme Vlaanderen en Flanders Investment & Trade (FIT) zijn gesprekken opgestart over samenwerking, nopens bijvoorbeeld de terugkeerdagen die FIT organiseert en waarop Toerisme Vlaanderen alle FIT-vertegenwoordigers zal informeren over de werking van “Meet in Flanders” om zo meer congressen te laten plaatsvinden in Vlaanderen. Voor de meetingindustrie loopt er al een pilootsamenwerking in Londen over het delen van contacten over potentieel binnen te halen dossiers. Ook bij de andere bureaus in de belangrijkste groeimarkten zullen Toerisme Vlaanderen en FIT een verdere uitwisseling opzetten.*

*Toerisme Vlaanderen heeft de samenwerking met de lokale congresbureaus in Vlaanderen geïntensifieerd en de samenwerking bij het uitwerken van site*

*inspections en fam-trips en bij de uitbouw van een persoonlijk netwerk op punt gezet. Met de steden en regio's, die in eerste instantie als aantrekkelijke bestemmingen voor congresstoerisme worden neergezet, is het overleg intensief onder andere bij het uitwerken van acties voor de markt van de verenigingen. Toerisme Vlaanderen coördineerde in samenwerking met Wallonie Bruxelles Tourisme (WBT) het Meetingforum en bracht de Brusselse meetingplanners zo in contact met twaalf Vlaamse private en publieke aanbieders.*

#### Beleidsopties 2013-2014

De studie over de meetingindustrie, die tegen februari 2014 klaar zal zijn, de leidraad om het congrespotentieel beter in te schatten en te benutten.

Bovenop de drie medewerkers op het hoofdkantoor en een fulltime medewerker in de Verenigde Staten zal Toerisme Vlaanderen in augustus/september in het Verenigd Koninkrijk en Duitsland twee vertegenwoordigers inhuren om de meetingindustrie vanuit die landen verder aan te zwengelen.

Toerisme Vlaanderen en de Koninklijke Maatschappij voor Dierkunde van Antwerpen (KMDA) zullen hun promotionele inspanningen voor en de wederzijdse verwachtingen over de Koningin Elisabethzaal in het najaar van 2013 bundelen in een samenwerkingsovereenkomst.

Toerisme Vlaanderen zal in 2014 concreet de mogelijkheden tot samenwerking nagaan en een presentatie of infosessie voor de belangrijkste FIT-kantoren (China, Japan, India) opzetten. Het zal in die oefening, waarbij bepaalde congressen als testcase zullen dienen, ook onderzoeken in welke mate het toerismeonderdeel van grote wetenschappelijke congressen geïmplementeerd kan worden.

#### Budget 2014

Het budget voor de promotie van de meeting- en incentive-industrie is opgenomen in het algemeen marketingbudget.

### **1.2.6. Eet- en tafelcultuur in Vlaanderen**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Op 29 januari 2013 organiseerden Toerisme Vlaanderen en FIT op de Internationale Süßwarenmesse te Keulen een geslaagd public relations evenement met veel positieve feedback van pers en bezoekers. De Duitse televisieomroep West Deutsche Rundfunk bracht die avond in primetime een korte bijdrage over het evenement en de krant Kölner Express publiceerde een artikel over het Vlaams culinair vakmanschap.*

*In 2013 zijn de vijf ambassadeurs van Vlaanderen Lekker Land gepromoot op verschillende evenementen in Heuvelland, Hoogstraten, Kinrooi, Oudenaarde en Overijse. Deze culinaire roadshow creëerde een wisselwerking tussen de gemeenten onderling, omdat ze elkaar in de toeristische promotie van hun culinaire troeven ondersteunden.*

*Het magazine Vlaanderen Lekker Land, dat de culinaire troeven van de 25 lekkerste gemeenten van Vlaanderen in de kijker zet, is in samenwerking met de lokale Vlaamse toeristische diensten en het kantoor van Toerisme Vlaanderen in Nederland op 80.000 exemplaren verdeeld.*

*Jonge chefs zijn in het buitenland gepromoot door een Engels- en Franstalig magazine en een campagne onder de noemer Flemish Kitchen Rebels. In het binnenland zijn ze gepromoot door de campagne Jong Keukengeweld.*

*De tradefolders bier en chocolade brengen het Vlaams aanbod onder de aandacht van de tradesector. Na een benchmark van bier- en andere drankgerelateerde routes, hebben Toerisme Vlaanderen en Vlaanderen Lekker Land vzw een concept ontwikkeld voor de creatie van Vlaanderenbrede bierroutes. Met het concept hebben ze daarna exploitanten gezocht voor de commercialisatie van de bierroutes.*

*In het kader van het Flemish Food Fest dat de Flemish Foodies (Kobe Desramaults, Jason Blanckaert en Olly Ceulenaere) op 30 juni 2013 organiseerden, bracht Toerisme Vlaanderen twintig culinaire topjournalisten uit elf landen naar Vlaanderen. Met financiële steun van Vlaanderen Lekker Land en Toerisme Vlaanderen maakten ook twintig internationale chefs hun opwachting voor het event GELINAZ!. Op een geheime locatie in Gent kookten chefs uit de 'World's 50 best restaurants', waaronder René Redzepi van Noma, voor een select publiek. De journalisten maakten bovenop het Flemish Food Fest en Gelinaz! kennis met lekkere adresjes en de culinaire troeven in Vlaanderen.*

#### Beleidsopties 2013-2014

Om de versnippering van inspanningen tegen te gaan en de financiële middelen efficiënt in te zetten zijn de vzw Tafelen in Vlaanderen en Toerisme Vlaanderen overeengekomen om de werking van Vlaanderen Lekker Land verder te zetten vanuit Toerisme Vlaanderen. Een Vlaanderenbreed marketingplan zal beschrijven hoe de Vlaamse eet-, drink- en tafelcultuur en de Vlaamse land- en tuinbouwproducten en producten door de Vlaamse visserij gevangen, op de binnenlandse en de buitenlandse markt in de kijker wordt gezet. Toerisme Vlaanderen zal het marketingplan samen met verschillende publieke en private partners uitwerken. De inspraak van Horeca Vlaanderen, de vijf provinciale toeristische organisaties en de kunststeden is verzekerd.

Naast een actieplan voor de toeristische ontwikkeling zal Toerisme Vlaanderen zich ook inzetten voor een interdepartementaal plan voor de promotie van de Vlaamse eet-, drink- en tafelcultuur. Het maakt daarmee werk van een structurele samenwerking op het vlak van de gastronomiepromotie tussen organisaties zoals Toerisme Vlaanderen, Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM), FIT en de Federatie van de Voedselindustrie (FEVIA).

In het kader van haar werking rond bier gerelateerd toerisme heeft Toerisme Vlaanderen zich als partner ingeschreven in een Europese call: 'Tastes of trappists: a slow tourism experience'. Het project streeft een transnationale samenwerking na (tussen België, Nederland, Italië en Duitsland) voor de ontwikkeling van een duurzame toerismestrategie voor de Trappistensites. De invulling van het project is zowel gastronomisch als religieus, de beleving is geënt op recreatief toerisme, i.e. route met de fiets of te voet.

#### Budget 2014

Het budget voor de promotie van de eet- en tafelcultuur in Vlaanderen is opgenomen in het algemeen marketingbudget.

### 1.3. Evenementenbeleid

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Het marketingproject 'Flanders is a festival' was een succesverhaal in 2012 en haalde 94 key influencers uit 13 landen naar Vlaanderen. Het blogproject haalde in het totaal een bereik van 12 miljoen lezers. Flanders is a festival heeft de beschikbare content op het internet over Vlaanderen, zowel artikels, foto's en filmpjes doen toenemen.*

*In het najaar van 2012 vond de opening plaats van kazerne Dossin in Mechelen samen met het evenement Newtopia, een internationale tentoonstelling van hedendaagse beeldende kunst gewijd aan de mensenrechten. Sinds de opening ontving men al 75.000 bezoekers.*

*Toerisme Vlaanderen en Antwerpen Toerisme & Congres ontvingen 36 internationale journalisten (uit de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Nederland, Spanje, Oostenrijk, Denemarken en Zweden) tijdens het slotweekend (08-11/08/2013) van de World Outgames /Antwerp Pride. Zij maakten kennis met de diversiteit van Vlaanderen en de toeristische troeven van Antwerpen.*

*In 2012 was hedendaagse kunst met vijf toonaangevende tentoonstellingen sterk aanwezig waardoor Vlaanderen als trendsettende regio in de kijker kon worden geplaatst. Volgende projecten ontvingen een subsidie: TRACK met 245.000 euro, Manifesta met 71 340 euro, Beaufort met 137 500 euro, Middelheim met 156 000 euro en Newtopia met 145 680 euro. In de buitenlandse promotie lag de focus op TRACK wat zich onder meer vertaalde in de succesrijke internationale perswerking van 119 buitenlandse journalisten en bloggers. Beaufort lokte 62 buitenlandse journalisten, Middelheim 15 en Newtopia 24 buitenlandse journalisten. Toerisme Vlaanderen hielp de externe persdienst van Manifesta een handje door 12 journalisten naar Limburg te brengen.*

*Vanuit de opgebouwde expertise is gewerkt aan het blogproject van 100 jaar Ronde Van Vlaanderen, waarvan de analyse en evaluatie gepland is voor dit najaar.*

*Het buitenlandkantoor in de Verenigde Staten zette met de slogan 'Via Antwerp' een sterke reclamecampagne op ter promotie van de opening van het Red Star Line Museum. Banners en affiches op de New Yorkse metro en straten, een website en online campagne leverden zowel aandacht op voor de opening als voor het Vlaams baanbrekend vakmanschap. In het najaar komen buitenlandse journalisten uit zes landen, waaronder de Verenigde Staten, de opening van het museum bijwonen. Ook in 2014 zal de Red Star Line deel uitmaken van de persreizen die Antwerpen in the picture plaatsen.*

*De intense samenwerking met Tomorrowland in 2013 betekent een vervolg op de opgestarte werking rond festivals. Er zijn enkele acties uitgewerkt zodat de festivalgangers naast het festival ook de bestemming Vlaanderen beter leren kennen. De 2.000 festivalgangers die intekenden op het Global Journey-pakket (intercontinentale vlucht, overnachting in Brussel, transport en toegangsticket) kregen onder meer een toeristisch programma en een reisgids aangeboden. Zij bezochten Brugge en Brussel. Toerisme Vlaanderen hielp Tomorrowland ook bij het sluiten van een contract met de Japanse touroperator JTB die de eerste officiële verdeler werd van Tomorrowland travel packages in Japan.*

#### Beleidsopties 2013-2014

*Bij een nieuw topevenementenbeleid zal Vlaanderen kiezen voor een beleid waarin de kennis, de mensen en de middelen uit de verschillende beleidsdomeinen efficiënt*

worden ingezet Een langetermijnvisie inzake promotie en productontwikkeling zal gehanteerd worden. Toerisme Vlaanderen zal daarin als een belangrijke partner concrete voorstellen uitwerken om deze ambitie te vertalen naar de praktijk.

Eind september 2013 vindt de internationale persconferentie voor het Red Star Line museum plaats. Naast de evenementen van de Eerste Wereldoorlog zal ook de opening van het Fin de Siècle Museum in Brussel (december 2013) in de buitenlandse promotie van 2014 worden opgenomen.

Ook de Rubenstentoonstelling die het Koninklijk Museum van Schone Kunsten in Antwerpen samen met Bozar in het najaar 2014 organiseert, zal heel wat buitenlandse journalisten en toeristen naar Brussel halen.

In het kader van het internationaal cultuurbeleid zal Toerisme Vlaanderen met het beleidsveld Cultuur samenwerken en afstemmen inzake de topevenementen.

#### Budget 2014

De evenementen worden ondersteund door de verschillende impulsprogramma's en het promotiebudget voor evenementen maakt deel uit van het algemeen marketingbudget.



## 2. Stimuleren van het toeristisch ondernemerschap

### 2.1. Sterke partnerschappen uitbouwen met de private en publieke actoren

### 2.2. Implementatie, evaluatie en handhaving van de toeristische decreten

#### 2.2.1. Logiesdecreet

##### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Eind 2012 eindigden de laatste overgangsbepalingen van het Logiesdecreet. In de loop van 2013 kregen ook de laatste toeristische logies die vergund waren onder het vroegere Hoteldecreet en Kampeerdecreet (en die reeds administratief werden hervergund onder het Logiesdecreet) een nieuwe comfortclassificatie.*

*Op 1 september 2013 beschikte Vlaanderen over 15.362 aangemelde en vergunde toeristische logies:*

| <u>Categorie</u>                    | <u>Aantal</u> |
|-------------------------------------|---------------|
| <u>Vergunde toeristische logies</u> |               |
| - Hotels                            | 866           |
| - Gastenkamerexploitaties           | 732           |
| - Vakantiewoningen                  | 762           |
| - Openluchtrecreatieve terreinen    | 246           |
| - Vakantielogies                    | 86            |
| Totaal                              | 2.692         |

##### Aangemelde toeristische logies

|                                  |        |
|----------------------------------|--------|
| - Gastenkamerexploitaties        | 523    |
| - Vakantiewoningen               | 11.910 |
| - Openluchtrecreatieve terreinen | 5      |
| - Vakantielogies                 | 232    |
| Totaal                           | 12.670 |

*Om de administratieve lasten voor de vergunningsaanvragers te verlagen, ontwikkelde het Departement internationaal Vlaanderen twee modelattesten: een attest waarin de verzekeraar bevestigt dat het toeristisch logies beschikt over de vereiste brandverzekering en andere verzekeringen om de burgerlijke aansprakelijkheid te dekken en een attest waarin het lokale bestuur bevestigt dat het toeristische logies voldoet aan de stedenbouwkundige conformiteit of planologische bestemming. Voor deze attesten is ook het kwaliteitslabel 'eenvoudig formulier' behaald.*

*Om de rechtstreekse communicatie naar de logiesondernemers over de toepassing van het Logiesdecreet te verbeteren, ontwikkelde het Departement een 'Nieuwsflash@toeristische ondernemers'. Deze Nieuwsflash verscheen in 2013 3 keer en informeerde de logiesondernemers onder meer over de toepassing van de brandveiligheidsregelgeving waaraan toeristische logies moeten voldoen, de nieuwe modelattesten en de handhaving van het Logiesdecreet.*

*Ondertussen gaf het Departement ook verder ondersteuning aan de lokale besturen inzake problemen in vergunningsdossiers (bv. stedenbouwkundige of planologische problemen, brandveiligheid, enz.)*

*Midden maart 2013 opende ook het 'digitaal vergunningsloket' van het Vlaams Logies Informatiesysteem (VLIS). Een digitale aanmelding van de uitbating van een*

*kleinschalige toeristische logies was reeds eerder mogelijk langs het VLIS. Dank zij dit 'digitaal loket' werd het mogelijk om nieuwe vergunningsaanvragen voor de uitbating van een toeristisch logies elektronisch in te dienen of lopende vergunningsaanvragen te vervolledigen. Ook aanmeldings- en vergunningsdossiers die eerder op papier zijn ingediend, kunnen langs het digitaal VLIS-loket nu elektronisch geraadpleegd en beheerd worden. Het digitaal loket laat uitbaters en toeristische verhuurkantoren toe onder meer hun dossiers bekijken, wijzigingen melden, de exploitatie stopzetten of een overname van de exploitatie registreren. Sinds begin juli 2013 is ook de koppeling van het VLIS met de Toerismedatabank en de Kruispuntbank Vakantiewoningen aan de Kust van CIB-Kust vzw een feit.*

*Door de koppeling van het VLIS met de Toerismedatabank, wordt de Toerismedatabank (en de hieraan verbonden partners, databanken en websites) automatisch opgeladen en up-to-date gehouden met de meest recente vergunningsgegevens van het toeristische logies.*

*Door de koppeling van het VLIS met de Kruispuntbank Vakantiewoningen aan de Kust van CIB-Kust vzw is het mogelijk voor toeristische verhuurkantoren om rechtstreeks langs hun kantoorsoftware aanmeldingen en vergunningsaanvragen en -dossiers in te dienen en te beheren in het VLIS. Deze koppeling verlaagt de administratieve lasten voor de toeristische verhuurkantoren en dient zo een impuls te geven voor meer vergunde vakantiewoningen aan de Kust.*

*In het kader van de operationalisering van de cel Handhaving bij het Departement internationaal Vlaanderen is bij aanvang in 2012 een prioriteitennota opgemaakt die als leidraad moest dienen voor de inspecties van de toezichthouders. Deze prioriteitennota is vooral ingegeven door de implementatie van het logiesdecreet van 2008 waarbij de overgangsregelingen van sommige logiesvormen eindigden op 31 december 2011 en een vergunning vanaf dat moment verplicht was.*

*Prioritair zijn in 2012-2013 logies behandeld: (1) die vergunningsplichtig waren onder de vorige regelgeving, maar die noch onder deze, noch onder de huidige regelgeving over een vergunning beschikken en als dusdanig illegaal werden en illegaal werden geëxploiteerd; (2) die een acuut veiligheidsrisico inhouden (bijv. vervallen brandveiligheidsattest en/of negatief brandveiligheidsverslag) of die een bedreiging voor de consumentenbescherming vormen (bijv. malversaties, oplichting...).*

*Daarnaast is in de prioriteitennota ook ruimte gelaten voor 'gerichte acties' tegen bepaalde (sub)categorieën van logies. In 2012 was dit het geval voor de kampeerautoterreinen en de vakantiewoningen.*

#### Beleidsopties 2013-2014

*In 2014 zal het Logiesdecreet verder worden uitgevoerd (registreren van aanmeldingen en behandelen van vergunningsaanvragen).*

*Samen met de provinciale toeristische diensten zal het Departement opnieuw (zoals ook gebeurde in 2010 bij de opstart van het Logiesdecreet) infosessies organiseren voor de lokale en provinciale besturen en/of beroepsfederaties betreffende de toepassing van het Logiesdecreet.*

*Uiteraard blijft het Departement ook verder de lokale besturen ondersteunen bij specifieke dossiers.*

*Tegen eind 2014 zal de cel Handhaving alle logies waarvoor reeds een boete werd opgelegd of een gedwongen stopzetting werd uitgevaardigd en die niet voldoen aan de huidige regelgeving opnieuw sanctioneren. Daarnaast zal de cel Handhaving de*



logies waarvoor reeds een proces-verbaal van vaststelling werd opgemaakt of de procedure tot een gedwongen stopzetting werd opgestart verder opvolgen. De personeelsleden van de cel Handhaving zijn tevens belast met het actief opsporen van eventuele overtredingen op het Toeristische Logiesdecreet.

### **2.2.2. Reisbureaudecreet**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Ik heb in 2012 vertegenwoordigers van de beroepsverenigingen uit de reissector uitgenodigd op mijn kabinet voor overleg. Dit overleg resulteerde in een eigen initiatief tot de oprichting van een technische werkgroep met een vertegenwoordiger van iedere beroepsvereniging. Deze beperkte technische werkgroep beraadslaagde vervolgens maandelijks over het ontwikkelen van een zelfreguleringssysteem in Vlaanderen voor reisbureaus en touroperators. Medio 2013 stelde deze technische werkgroep een lijst met voorwaarden op waaraan zulk systeem voor zelfregulering minstens moet voldoen. Tijdens het najaar zullen de beroepsorganisaties hun leden raadplegen betreffende het al dan niet realiseren van deze zelfregulering voor de reissector in Vlaanderen.*

#### Beleidsopties 2013-2014

Ik ondersteun verder de werkzaamheden van de reissector bij het ontwikkelen van een eigen systeem voor zelfregulering. Tevens ga ik na of er ook overleg nodig is met de socio-culturele organisaties die reisactiviteiten in hun aanbod hebben. Dit overleg moet deze organisaties toelaten om hetzij mee te participeren in het zelfreguleringsstelsel dat de reissector ontwikkelt, hetzij deze organisaties zelf te ondersteunen bij het ontwikkelen van een eigen systeem tot kwaliteitsbevordering van hun reisactiviteiten. Ingeval er wordt gekozen om te werken met één organisatiestructuur voor de implementatie van dit zelfreguleringsstelsel in Vlaanderen, wens ik de opstart van deze organisatiestructuur te ondersteunen.

### **2.3. Sectorgerichte ondersteuning met betrekking tot professionalisering, vorming en innovatie**

#### **2.3.1. Professionalisering**

##### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*De sectormonografie onderwijs-arbeidsmarkt is afgerond. Vertegenwoordigers van de toeristische sector en van onderwijs hebben de resultaten ontvangen en bediscussieerd. De gegevens over de toeristische tewerkstelling zijn in 2013 herwerkt op basis van de aanbevelingen van het IRTS (international recommendations for tourism statistics) en zoals gebruikt in de Vlaamse Toerismesattelietrekening (TSA). Er werd een databank ontwikkeld die Toerisme Vlaanderen en haar partners toelaat snel gegevens op te vragen.*

*Toerisme Vlaanderen was drie jaar lang algemeen coördinator van het Europese project Innoguide. Tien partners uit acht Europese landen hebben online lesmodules voor gidsopleidingen ontwikkeld rond de thema's duurzaamheid, interculturaliteit en belevingstoerisme. Het project is succesvol verlopen*

##### Beleidsopties 2013-2014

Sinds september 2013 is de erkenning van gidsen en reisleader uitsluitend gekoppeld aan de set van basiscompetenties die gidsen en reisleaders verwerven tijdens hun opleiding. Vanaf 2014 zullen de opleidingsverstrekkers zelf de erkenning uitreiken aan gidsen en reisleaders. De verantwoordelijkheid voor de kwaliteitsbewaking komt mee in handen van de opdrachtgevers, reisorganisatoren en gidsenorganisaties die een beroep doen op deze gidsen en reisleaders..

Het informatiebeheersysteem in verband met gidsen en reisleaders breidt uit met de mogelijkheid om de productinformatie te beheren van reisorganisatoren en gidsenorganisaties die een gidsaanbod hebben. Dat moet de vermarkting van dit aanbod bevorderen.

In het najaar van 2013 organiseer ik een gezamenlijk overleg met vertegenwoordigers van de toeristische sector en onderwijs om de belangrijkste actiepunten met het oog op een betere afstemming van onderwijs-arbeidsmarkt, gedetailleerd uit te werken.

Tijdens een tweedaags afsluitend congres op 19 en 20 september te Brussel stellen de deelnemende partners de algemene resultaten van het Europese project Innoguide voor aan een publiek van gidsen, gidsorganisaties en opleidingspartners.

Daarna wordt het eindrapport voor de Europese Commissie geschreven en ingediend. Ik wil ook laten nagaan welke vervolgprojecten in Vlaamse en/of

Europese context mogelijk zijn om de resultaten van Innoguide verder uit te bouwen en te verspreiden.

### 2.3.2. Vorming

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Toerisme Vlaanderen heeft de Elders Verworven Competenties-overdracht naar de opleidingspartners afgerond. Alle opleidingspartners hebben desgewenst de nodige documentatie op cd-rom ontvangen. Voor verdere begeleiding en duiding blijft Toerisme Vlaanderen een aanspreekpunt.*

#### Beleidsopaties 2013-2014

In het kader van de afstemming onderwijs-arbeidsmarkt wordt in het najaar van 2013 een actualisering van de oude beroepenstructuur afgerond. De beroepenstructuur dient als kapstok bij de keuze van het opstellen van beroepskwalificatiedossiers. Toerisme Vlaanderen blijft een aanspreekpunt voor de het Agentschap voor Kwaliteitszorg in Onderwijs en Vorming (AKOV) in het opstellen van beroepskwalificatiedossiers voor de toeristische sector. Toerisme Vlaanderen volgt dit proces verder op en adviseert, waar nodig, de sector en AKOV bij het uitwerken van deze dossiers.

### 2.3.3. Innovatie

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Toerisme Vlaanderen heeft samen met UNIZO en Horeca Vlaanderen de roadshow "Beter ondernemen in Toerisme" inhoudelijk uitgewerkt.*

*Op 27 september 2012 was Marc Stickdorn, Research Fellow & Lecturer, van de School of Tourism Business Studies at Management Center Innsbruck, te gast in de Bozar voor een lezing over 'Service design in tourism'. Het evenement trok meer dan 100 geïnteresseerden en is mee georganiseerd door Flanders InShape. Bij de voorbereidingen van het peterschapsproject 'Service design binnen de toeristische sector' samen met Flanders InShape en DesignVlaanderen, is gebleken dat er nog niet voldoende toeristische ondernemers zijn die voor dit onderwerp de tijdsinvestering willen maken.*

#### Beleidsopaties 2013-2014

Voor de uitwerking van de menukaart met verbetertrajecten ter ondersteuning van de kwaliteitsradar doet Toerisme Vlaanderen een beroep op diverse partners. Bij nieuw te ontwikkelen ondersteuningsmateriaal ligt de nadruk op innovatie, klantgerichtheid en duurzaamheid. Nieuw materiaal ontwikkelen zal steeds in samenwerking met één of meerdere partners gebeuren.

### 2.3.4. Dagtoerisme en toeristische attracties

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Ik heb de werking van de vzw Toeristische Attracties ondersteund. De vzw verbindt er zich toe de toeristische attracties en de musea die bij haar aangesloten zijn, te promoten bij de consument in binnen- en buitenland. vzw Toeristische Attracties geeft met dat doel o.a. de brochure "365 Ontdekkingsdagen" uit, vergroot de bekendheid van de website [www.365.be](http://www.365.be), bevordert de kwaliteit van de promotie in samenspraak met Toerisme Vlaanderen, zet partnerships op en voert geschikte marketingacties uit.*

#### Beleidsopaties 2013-2014

Ik zal de promotie van daguitstappen en toeristische attracties blijven ondersteunen.

#### Budget 2014

Op de begroting van Toerisme Vlaanderen heb ik een budget van 75.000 euro uitgetrokken voor de structurele ondersteuning van de vzw Toeristische Attracties.

### 2.3.5. Horeca

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Op 1 februari 2013 lanceerde ik voor de vergunde hotels en gastenkamers de oproep 2013 voor het indienen van dossiers voor het verlenen van investeringssubsidies voor betoelaging van volgende types investeringen: (1) investeringen in een veralgemeende automatische branddetectie, (2) investeringen in kindvriendelijke infrastructuur en aanleg en inrichting van sport en spel om de kindvriendelijkheid te verhogen en (3) investeringen in wellness- en fitnessfaciliteiten geïntegreerd in de hotelexploitatie/ gastenkamerexploitatie. Enkel voor de categorie hotels worden daarenboven ook subsidies toegekend voor investeringen in isolatie van kamers tegen buitengeluid.*

*De oproep kende een groot succes. In het totaal ontving Toerisme Vlaanderen 62 aanvragen waardoor het aangevraagde bedrag dat van de voorziene subsidie-enveloppe oversteeg en de toe te kennen betoelaging per project berekend wordt in functie van de beschikbare middelen.*

#### Beleidsopaties 2013-2014

Voor de oproep 2014 tot het verlenen van investeringssubsidies aan vergunde logiezen zullen alle logiescategorieën in aanmerking komen. De subsidiabele uitgaven betreffen investeringen in bouw, renovatie en inrichting van sanitair (nieuwbouw verplicht toegankelijk voor personen met een handicap) en investeringen in draadloos internetaansluiting.

#### Budget 2014

In de begroting heb ik een bedrag van 1.000.000 euro ingeschreven voor de investeringssubsidies voor toeristische logies.

### **2.3.6. Kampeertoerisme, kampeerautotoerisme en vakantieparken**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*In nauwe samenwerking met de sector heeft Toerisme Vlaanderen een nieuwe kampeerkaart ontwikkeld met aandacht voor kampeerterreinen die een kampeerautovriendelijk label hebben. Het aanbod is extra gepromoot door een actie '2 nachten voor 10 euro'.*

*Het thema kamperen kreeg aandacht in Nederland in het voorjaar, met de promotie van een animatievideo rond kamperen als hoogtepunt.*

#### Beleidsopaties 2013-2014

Om een verkeersbord voor kampeerauto's op te nemen, blijf ik ijveren voor een aanpassing van de federale wegcode. Van zodra de wegcode is aangepast, vraag ik aan Toerisme Vlaanderen om initiatieven te nemen met betrekking tot een gecoördineerd kampeer- en parkeerbeleid tussen de kustgemeenten.

### **2.3.7 Plattelandstoerisme en stedelijke gastenkamers**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Om een toeristische exploitatievergunning te krijgen, moeten gastenkamers, net als een ander toeristische logies, zich ook stedenbouwkundig in orde stellen. In veel gevallen moeten zij daarvoor een stedenbouwkundige vergunning aanvragen. In 2013 heeft Toerisme Vlaanderen een 250-tal stedenbouwkundige vergunningsaanvragen geadviseerd in verband met het inrichten van toeristische logies.*

#### Beleidsopaties 2013-2014

Net zoals alle vergunde logies worden de vergunde gastenkamers zowel in steden als op het platteland opgenomen in de promotie.

### **2.3.8 Uitgaand toerisme**

Het Departement internationaal Vlaanderen heeft de reissector geconsulteerd over de aanpassing van de Europese richtlijn pakketreizen.

### **3. Realiseren van een krachtadig marketingbeleid per macroproduct in functie van het verhogen van het economisch rendement**

#### **3.1. Evaluatie internationaal strategisch marketingplan**

##### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Het Internationaal Strategisch Marketingplan 2011-2015 geeft sinds 1 januari 2012 richting aan de internationale marketingwerking.*

##### Beleidsopaties 2013-2014

Midden 2014 zal er worden gestart met een evaluatie van de internationale marketingstrategie teneinde midden 2015 over een geactualiseerde versie te beschikken.

#### **3.2. Focusstrategie in buitenlandmarketing**

##### **3.2.1. Primaire markten**

##### **NEDERLAND**

##### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*In het najaar van 2012 is gefocust op het derde luik van de Uitdagingen-campagne: een bekende Nederlander trok tijdens de maanden september-oktober naar de Vlaamse kust. Nog in het najaar is de online brochure 'Weg van de Stress-recepten' ontwikkeld, waarin authentieke Vlaamse recepten gekoppeld werden aan lokale toeristische tips in de regio's.*

*De succesvolle campagne 'Lekker naar Vlaanderen' is in samenspraak met de deelnemende operatoren herhaald in september-oktober. De web platformen van de binnenlandmarketing zijn in het voorjaar met de bestaande Nederlandse gefuseerd. Op deze manier zijn deze kanalen efficiënt ingeschakeld en geoptimaliseerd.*

*In de jaarcampagne van 2013 'Iedereen Ambassadeur' vormen Nederlanders zélf het gezicht van de campagne. Door filmpjes over deze ambassadeurs kan er doorgeklikt worden naar vele extra tips, blogs en andere interessante informatie omtrent de bestemming én een te boeken aanbod. Ook het thema kamperen kreeg ruime aandacht, met grote zichtbaarheid voor de 2+1-actie van de kampeersector en het promoten van een animatievideo rond kamperen als hoogtepunt.*

##### Beleidsopaties 2013-2014

De jaarcampagne van 2013 'Iedereen Ambassadeur' wordt ook in het najaar 2013 voortgezet, met onder andere een fotowedstrijd geïntegreerd langs sociale kanalen. Andere thema's die dit najaar nog aan bod zullen komen: een volledige RTL4-aflevering voor Limburg in de culinaire tv-reeks 'Pluijm op Jacht', een herhaling van de operatorcampagne Lekker naar Vlaanderen, bourgondisch genieten op de Vlaamse kerstmarkten,...

Aangezien het contract met het huidige communicatiebureau in 2013 afloopt, wordt er in het najaar van 2013 een nieuw bureau gegund.

Voor 2014 staan opnieuw verschillende campagnes ingepland voor de kust, de kunststeden en de regio's, waarbij de nadruk op conversie zal liggen, dit steeds gebaseerd op de internationale marketingstrategie en de verschillende productlijnen

van Toerisme Vlaanderen. Ook de promotie rond de Eerste Wereldoorlog wordt hierin meegenomen.

#### Budget 2014

Op de begroting reserveer ik voor de marketing op de Nederlandse markt en bedrag van 1.020.000 euro.

### **DUITSLAND**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*In het najaar 2012 is gestart met de responsgerichte campagnes voor de kust, de kunststeden en de regio's (fietsen) waarbij het zwaartepunt op online kanalen ligt. Op het gebied van de sociale media is de Duitse Facebooksite verder ontwikkeld tot een volwaardig communicatie-instrument met meer dan 10.000 fans.*

*Op basis van de ervaringen van het najaar 2012 zijn de verschillende campagnes voor de kust, de kunststeden en regio's verder geoptimaliseerd en aangevuld met consumentenacties in samenwerking met carriers (Deutsche Bahn, Germanwings) en touroperators. De campagnes voor de kust en de regio's leggen de regionale focus op Nordrhein-Westfalen, aangevuld met acties in andere regio's die door de carriers een snelle en betaalbare reisverbinding naar Vlaanderen bieden. Een bijzondere rol speelt hier de samenwerking met de Deutsche Bahn die als strategische partner ook een substantiële financiële bijdrage levert.*

*In 2013 is het nieuw concept "Flanders Beste" geïntroduceerd, waarbij Vlaamse ambassadeurs de verschillende productlijnen een gezicht geven. De ambassadeurs zijn gekoppeld aan key influencers, "Flanders Beste Freunde", die een groot en kwaliteitsvol netwerk hebben op de Duitse sociale media. Daarnaast zijn speciale acties rond de thema's mode en fietscultuur gerealiseerd.*

#### Beleidsopties 2013-2014

De campagnes voor de kunststeden en de kust krijgen een vervolg in het najaar 2013. In de crossmediale stedencampagne vormt Deutsche Bahn weer de strategische partner. Er komt een online en een 'out of home'-campagne. De kustcampagne zal extra aandacht besteden aan de doelgroep families. De campagne "Flanders Beste" wordt eveneens voortgezet, met extra aandacht voor de reisbelevissen van de key influencers. Daarnaast wordt het thema Eerste Wereldoorlog bij de reisindustrie en pers (samenwerking met de Bundeskunsthalle Bonn) geïntroduceerd.

In het voorjaar 2014 worden er opnieuw campagnes gepland voor de kunststeden, de kust en de regio's (fietsen).

De samenwerking met carriers wordt verdergezet en waar mogelijk uitgebreid. Rond de thema's mode en design zijn gezamenlijke acties met FIT gepland. Voor het thema WO I is een intensieve bewerking van de groepsmarkt (special interest) voorzien. Zo is er de jaarvergadering van de brancheorganisatie voor bus- en groepsreizen RDA (Internationaler Bustouristik Verband). Deze vindt in april 2014 in Brugge en Ieper plaats. Ook zal de MICE-bewerking op de Duitse markt worden opgestart.

#### Budget 2014

Op de begroting reserveer ik voor de marketing op de Duitse markt en bedrag van 1.100.000 euro.



**FRANKRIJK****Realisatie beleidsopties 2012-2013**

*In 2012 is er rond het thema gastronomie gewerkt. Elke maand is er een lunch georganiseerd rond 1 stad of regio en een chef kok. Genodigden waren gastronomische journalisten en professionelen uit de reissector.*

*De link naar de actualiteit in de diverse steden en regio's is telkens gelegd. Het magazine 'La Flandre' is toegewezen aan 'Fricote, le magazine de l'Epicurien Urbain', een lifestyle blad gericht op gastronomie. In samenwerking met de Vlaamse Vertegenwoordiging, FIT en VLAM, organiseerde Toerisme Vlaanderen in september 'Un goût de la Flandre' in de residentie La Païva op de Champs-Élysées. 890 perscontacten zijn geselecteerd en uitgenodigd om kennis te maken met het Michelin 3\* restaurant Hertog Jan uit Brugge.*

*Dat de 'Bottin Gourmand', een referentie op culinair vlak, voor het eerst over de Franse grenzen kijkt en Vlaanderen in de schijnwerpers plaatst, is slechts één van de vele merkbare positieve resultaten.*

*Wat de consumentencampagne betreft, waren de kunststeden en de kust het decor voor diverse roadtrips. De posts en video's op geselecteerde sites zetten de bezoeker aan om zich kandidaat te stellen om samen met vrienden een reisje te plannen naar de kust of de kunststeden en anderen te inspireren voor hun volgend (weekend)tripje.*

*In het kader van de kustcampagne is samengewerkt met 'ANousPARis' en 'L'Express' Toerisme Vlaanderen organiseerde in Parijs ook een grote publieksactie voor de kust.*

*De groepsreis naar Flanders Fields in het voorjaar van 2013 was een smaakmaker voor de programmatie in 2014. Toerisme Vlaanderen exposeerde met succes op de vakbeurs Le Monde à Paris in de hal gewijd aan 'Tourisme de Mémoire'.*

*De 50ste verjaardag van de Modeacademie van Antwerpen is aan pers en trade voorgesteld. De modeshow van afgestudeerden is druk bezocht door bloggers en journalisten en hiermee is belangstelling gecreëerd voor de tentoonstellingen HBDA in het najaar 2013.*

*De samenwerking met bloggers en journalisten rond het thema 'Ronde 100' verliep optimaal.*

**Beleidsopties 2013-2014**

*Vanaf het najaar 2013 zal Toerisme Vlaanderen een nieuw reclamebureau aanstellen voor de Franse markt. Aanbevelingsstrategie en conversatiemanagement zijn een essentieel onderdeel van de consumentencampagnes.*

*Om potentiële klanten te inspireren voor de productlijnen 'fietsen' en 'WO I' zal gestreefd worden naar een samenwerking met de regionale televisie (France3). Voor 'Arts & Culture' wordt een partneriaat met printmedia met hoge penetratiegraad binnen de doelgroep geviseerd. Een grootschalig evenement, in de aard van 'Mode', 'Design' en 'Gastronomie' slaat sterk aan in de Franse markt. Vlaanderen onderscheidt zich hiermee van concurrenten. De lancering van de nieuwe campagne lijkt hiervoor een geschikt moment.*

**Budget 2014**

*Op de begroting reserveer ik voor de marketing op de Franse markt en bedrag van 936.000 euro.*

**VERENIGD KONINKRIJK****Realisatie beleidsopties 2012-2013**

*In het najaar 2012 was er een affichagecampagne in de Londense metro rond gastronomie. Er was ook een online en print campagne voor de belangrijkste evenementen van het komende jaar (Beaufort 04, TRACK, Middelheim en Newtopia), en een actie op een nationale radiozender voor Oostende. Toerisme Vlaanderen organiseerde op de nationale tv-zender in primetime een minuut stilte op Remembrance Sunday ter herdenking van de Britse en geallieerde gesneuvelden in Flanders Fields.*

*Toerisme Vlaanderen werkte samen met Eurostar en touroperators werden uitgenodigd op een famtrip naar Flanders Fields.*

*Dankzij een samenwerking tussen Toerisme Vlaanderen en Toerisme Gent, heeft de stad Gent in november 2012 de jaarlijkse Guardian and Observer Travel Awards ontvangen. Meer dan 100 Britse professionals uit de reisindustrie kwamen 4 dagen naar Gent. Toerisme Vlaanderen bood hen een galadiner aan ter gelegenheid van de uitreiking van de awards. In ruil voor de organisatie van de Guardian and Observer Travel Awards kregen Toerisme Vlaanderen en Toerisme Gent advertenties in de betreffende kranten en een online campagne over 'Cycling in Flanders' op hun websites. De Vlaamse Kust kreeg haar eigen microsite op de site van The Observer. Toerisme Vlaanderen herwerkt deze succesvolle campagne met P&O Ferries voor een zomercampagne.*

*Toerisme Vlaanderen legde in 2013 het accent vooral op de herdenking van de Eerste Wereldoorlog, wat de bewerking van reisindustrie betreft. 50 Touroperators kwamen naar Ieper voor een tweedaags evenement, inclusief site inspecties en ontmoetingen met de reisindustrie. Deze tweedaagse is uitgebreid opgenomen in de Britse vakpers en in September komt er een tweede editie.*

**Beleidsopties 2013-2014**

*Vanaf het najaar 2013 ligt de nadruk op de Eerste Wereldoorlog, zowel in consumenten-, trade- en persactiviteiten. Flanders Fields zal veel aandacht krijgen, maar er wordt ook rekening gehouden met andere delen van Vlaanderen waar de oorlog woedde. Een aantal activiteiten, voor pers en trade, zal zich richten tot de Ierse markt.*

*Ook op de World Travel Market, waar Toerisme Vlaanderen eind 2013 gastregio is, wordt dit het hoofdthema. Voor de reisagenten wordt ook een e-learning platform rond Flanders Fields ontwikkeld.*

*Daarnaast zal Toerisme Vlaanderen ook de andere productlijnen blijven bewerken in online consumentenacties, net zoals de Kust. De opening van het Red Star Line Museum en HBDA zullen ruime aandacht krijgen.*

**Budget 2014**

*Op de begroting reserveer ik voor de marketing op de markt van Groot-Brittannië een bedrag van 735.000 euro.*

**SPANJE****Realisatie beleidsopties 2012-2013**

*In het najaar 2012 is de Erasmusblog herwerkt tot een multi-blog systeem, waarbij vanuit 4 universitaire steden tegelijk en continue authentieke verhalen kon geblogd worden door de geselecteerde Erasmuscorrespondenten. Buiten de directe interesse voor de multi-blog, is er een sterke spin-off van de informatie door tal van sociale*

*media kanalen en het universitaire Erasmus netwerk. In samenwerking met [www.Minube.com](http://www.Minube.com) is een gratis offline smartphoneapplicatie ontwikkeld, waarbij alle Spaanse reizigers in Vlaanderen informatie met elkaar delen langs de minube website, en zo een toeristische gids samenstellen met de laatste actualiteiten en authentieke reviews. Sinds oktober 2012 is op de homepage van [Flandes.net](http://Flandes.net) een “ervaring widget” geprogrammeerd, waar alle gespecialiseerde e-academy reisagenten (maestros de Flandes) hun persoonlijke reiservaring in Vlaanderen konden publiceren, met een link naar bestemmingsproducten van Vlaanderen. Met tal van Online Travel Agencies (OTA's) zijn co-promoties uitgevoerd zoals o.m. [www.atrapalo.com](http://www.atrapalo.com), [www.muchoviajes.com](http://www.muchoviajes.com), [www.travelzoo.com](http://www.travelzoo.com) en outlet websites zoals [groupalia.com](http://groupalia.com).*

#### Beleidsopties 2013-2014

Conform met de nieuwe internationale marketingstrategie van Toerisme Vlaanderen en de focus op aanbevelingsmarketing en conversatiemanagement, worden verder initiatieven ontwikkeld om de Spanjaard zelf de bestemming aan te kaarten bij potentiële reizigers. Centraal hierbij staat het consolideren van de multi blog van de Erasmuscorrespondenten in 4 universitaire steden, de link tussen de e-academy voor reisagenten (maestros de Flandes) en de het forum op de Spaanse website, alsook de verdere ontwikkeling van apps waarbij reizigers een mini guide samenstellen voor mekaar. (MiNube.com)

Inzake online en offline promotie wordt verder een optimale balans en wisselwerking beoogd, zonder hierbij de offline kanalen te beperken. De uitstekende conversieresultaten bevestigen het nut van goede brochures en informatie, waarbij een win-win samenwerking met Lonely Planet verder wordt doorgevoerd.

De productlijn fietsen zal nog versterkt worden, gericht op de georganiseerde wielertoerist, die sinds Ronde 100 een schitterende start kreeg. Voor WO I staat er een speciale Facebookpagina met authentieke verhalen op het programma.

#### Budget 2014

Op de begroting reserveer ik voor de marketing op de Spaanse markt een bedrag van 523.000 euro.

### 3.2.2. Secundaire en tertiaire markten

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*De directeur van het Toerisme Vlaanderen-kantoor in Beijing is aangesteld als nieuwe regiomanager Azië. In het voorjaar van 2013 vestigde hij zich in de stad Johor Bahru in Maleisië, vlakbij de grens met de dynamische hub Singapore. Naast de aansturing van bestaande Aziatische markten waar Toerisme Vlaanderen aanwezig is met een eigen kantoor of vertegenwoordiging (Japan, China en India), zijn in 2013 enkele andere markten binnen de regio verkend. In een eerste fase zijn acties uitgewerkt in Singapore en Taiwan. Een eerste samenwerking met een sterke Aziatische airline-partner, Singapore Airlines, is een feit. In augustus van 2013 verwelkomde Toerisme Vlaanderen een delegatie van tradecontacten en vertegenwoordigers van Singapore Airlines in Vlaanderen voor een verkenningsreis. Dit vormt de basis voor de verdere vermarkting van onze regio in Azië. Ook andere landen binnen Azië worden verder onderzocht in het licht van acties in de komende jaren.*

*In China is een nieuwe directeur aangeworven voor het kantoor in Beijing. In 2012 en 2013 is in China sterk ingezet op de promotie van de productlijnen gastronomie en mode. Verschillende promotiecampagnes in samenwerking met media en tradepartners zijn uitgewerkt: een campagne in samenwerking met Kipling en het lifestyle- en modemagazine Rayli in 2012, en een uitgebreide gastronomiecampaagne in 2013, in samenwerking met Belgische bier- en chocolade-importeurs, Belgische restaurants en cafés in Beijing etc. In 2012 is het kantoor van Toerisme Vlaanderen in Beijing meermaals bekroond door de Chinese vakpers voor haar uitstekende werking.*

*Het bedrijf Mileage Communications vertegenwoordigt Toerisme Vlaanderen in India. De lokale vertegenwoordiging bouwt in opdracht van Toerisme Vlaanderen een netwerk van trade- en perscontacten uit, en werkte in 2012 en 2013 verschillende joint promotions uit met enkele van de grootste tour operators in India: ITQ, Mercury Travels, TUI India, Ezeego1... In 2012 voerde Mileage communications een onderzoek bij Indiase tour operators uit over het outbound toerisme in India. De resultaten van dit onderzoek zijn gepubliceerd tijdens mijn bezoek aan India in oktober 2012. Tevens is een e-learning programma (met meer dan 600 deelnemers) uitgewerkt met als doel Indiase touroperators beter bekend te maken met onze bestemming.*

*In Japan werkt Toerisme Vlaanderen in alliantie met de Nederlandse collega's van het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen aan de promotie van de bestemming Vlaanderen en Nederland. De evaluatie van de gezamenlijke werking is positief. De meeste Japanse toeristen combineren beide bestemmingen in een reis, waardoor een gezamenlijke promotie belangrijke voordelen oplevert. Ook KLM ondersteunt de alliantie actief. Hoogtepunten van de promotieactiviteiten in Japan in 2012 en 2013 waren tentoonstellingen rond Ensor en Rubens die zijn aangegrepen om het Japanse publiek en tour operators in te wijden in ons rijke culturele aanbod. In augustus 2013 vond een sales missie plaats met Vlaamse en Brusselse partners in Osaka en Tokyo.*

*Alle kantoren in Azië kunnen uitstekende persresultaten voorleggen, met een totale gerealiseerde perswaarde van 7.985.220 euro.*

*De analyse van de Braziliaanse markt is afgewerkt. In 2013 zijn de eerste stappen op deze veelbelovende markt gezet. Toerisme Vlaanderen nam deel aan de beurs World Tourism Market Latin America in Sao Paolo. Dit leverde waardevolle contacten op, zowel bij mogelijke Braziliaanse partners als lokale Vlaamse en Belgische vertegenwoordigers.*

*In Slovakije ligt de focus op Bratislava. Toerisme Vlaanderen nam er samen met Brussels Airlines deel aan een vakantiebeurs. Er waren ook sales calls en een famtrip voor 10 grote touroperators uit de regio. Voor de pers was er een groepsreis. In Zwitserland focust Toerisme Vlaanderen zich op het Duitstalig gedeelte, regio Zürich. Daar zijn een week lang sales calls georganiseerd met de grote spelers op de reismarkt. Er zijn in het totaal 20 belangrijke contacten gelegd. Toerisme Vlaanderen organiseerde ook een persconferentie voor 12 journalisten. De eerste resultaten lieten niet op zich wachten:*

*een samenwerkingsovereenkomst is afgesloten met Die Neue Zürcher Zeitung, een famtrip voor de reisindustrie en een groepsreis naar Vlaanderen*

#### Beleidsopties 2013-2014

In 2013 worden in Azië acties uitgewerkt in Taiwan en Singapore. Toerisme Vlaanderen werkt verder aan acties in Centraal-Europa en Zwitserland. De contacten die in 2013 gelegd werden, zullen bewerkt en uitgebreid worden, ondermeer door sales calls. Persreizen en fam-trips zullen gestimuleerd worden. De samenwerking met Die Neue Zürcher Zeitung loopt verder in 2014. In Scandinavië zal ook Noorwegen actief bewerkt worden, onder meer langs SN Brussels Airlines.

De begrotingsopmaak voor het jaar 2014 voorziet middelen om het principe van regiomanagement verder uit te bouwen. Voor zowel Azië, Centraal-Europa en Scandinavië worden bijkomende middelen voorzien. Daarnaast worden ook middelen voorzien voor de uitbouw van acties op de Braziliaanse markt, waar ik de procedure voor de realisatie van een vertegenwoordiging zal opstarten. In het kader van de herdenkingen van WO I start ik ook de procedure op voor de realisatie van een vertegenwoordiging in Oceanië.

#### Budget 2014

Ik reserveer hiervoor een budget van 2.847.000 euro.

### **3.3. Coördinerende rol binnenlandmarketing**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*De provinciale diensten voor toerisme realiseerden de nieuwe werking rond Vlaanderen Vakantieland. Sinds 1 januari 2013 is de vzw Logeren in Vlaanderen verantwoordelijk voor de promotie van het vergunde logies in België. De vzw geeft in het kader daarvan de brochure en de Vlaanderen Vakantiecheque uit. Toerisme Vlaanderen blijft in Nederland promotie voeren onder deze merknaam en verspreidt daar de brochure van de vzw.*

#### Beleidsopties 2013-2014

Toerisme Vlaanderen trekt middelen uit voor twee reeksen op het EEN-programma Vlaanderen Vakantieland, omdat dit ook in Nederland een groot kijkersbereik kent.

Toerisme Vlaanderen werkt verder aan de uitbouw van de bestemmingspromotie, dit gebeurt in samenwerking met de PTO's en steden en actoren en heeft concreet betrekking op de thema's waarvoor één beleid wordt uitgetekend. Zo bestaat er reeds één gezamenlijk plan voor de rijke eet-, drink- en tafelcultuur dat onderschreven is door de provinciale toeristische diensten, de kunststeden, Toerisme Vlaanderen en ook door de private sector, bijvoorbeeld Horeca Vlaanderen. Door een goede afstemming van alle plannen en acties op lokaal, nationaal en internationaal niveau met betrekking tot deze thema's gaan we versnippering tegen, versterken we de toeristische sector als geheel en komen we uniform naar buiten.

Toerisme Vlaanderen biedt ook een b2b-platform aan door een keer per jaar Belgische meetingplanners in contact te brengen met de lokale congresbureaus (zie ook 1.2.5).

Daarnaast neemt Toerisme Vlaanderen op de Vlaamse markt een sociaal corrigerende rol op. Het volstaat hierbij niet dat Toerisme Vlaanderen enkel een aanbod creëert. Het zet actief in op inclusievakanties waarop elke burger welkom is en het voert hiertoe promotie naar de specifieke doelgroepen.

#### Budget 2014

Ik reserveer een budget van 20.000 euro voor het Vlaanderen Vakantieland-programma.



#### **4. De volwaardige participatie aan toerisme voor iedere Vlaming mogelijk maken**

##### **4.1. Een betaalbaar aanbod voor mensen die in armoede leven**

###### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*In 2012-2013 heb ik met succes ingezet op verbreding en verdieping van het netwerk Vakantieparticipatie. Het samenwerkingsverband vakantieparticipatie groeide tot 1200 lokale sociale organisaties en 500 contracten met toeristisch ondernemers. De diversiteit in het aanbod is belangrijk, zodat elke vakantieganger op een volwaardige en zelfgekozen manier kan participeren aan toerisme.*

*Ik heb ook ingezet op het verbreden van het bereik van mensen in armoede. Hiertoe gingen Rap Op stap-kantoren open in Ieper, Oostende, Lokeren en Lommel. Mensen met een beperkt budget kunnen hier (zonder lidmaatschap) terecht voor vakantieadvies op maat.*

*Medio 2013 is de vernieuwde website [www.vakantieparticipatie.be](http://www.vakantieparticipatie.be) gelanceerd. De site onderging een grondige facelift en is interactiever.*

*Een generatief nieuwsverhalenproject ondersteunt de interactie op de website. Uit het brede netwerk vakantieparticipatie zijn wekelijks verhalen gepubliceerd om goede praktijken uit te wisselen en ideeënvorming en innovaties te stimuleren. Sociale media zijn ingezet om het nieuws te verspreiden.*

*Het Lerend Netwerk voor aanbieders van georganiseerde vakanties verdiepte zich in het werken met vrijwilligers. Het is de intentie van dit Lerend Netwerk om de deelnemende organisaties te ondersteunen in hun werking door ervaringen te delen en gerichte vorming te organiseren.*

*In december 2012 is het EU Calypso project First European Travel Experience (FETE) afgerond met een slotconferentie. Lessons-learned neemt Vakantieparticipatie op in de algemene werking. Zo onderstreept de projectevaluatie het belang van een voortraject voor jongeren zonder vakantie-ervaring en voldoende tijd voorzien om partnerschappen uit te bouwen een kritische succesfactor. Er verscheen ook een publicatie met de bevindingen van het project First European Travel Experience.*

*Er was in 2012 geen oproep lokale diensteneconomie: samen met mijn collega bevoegd voor Sociale Economie beslisten we het nieuwe decreet Lokale Diensteneconomie af te wachten. De lopende projecten zijn verdergezet.*

*Ter ondersteuning van sociaal toeristische verenigingen trok ik in het kader van subsidies Toerisme voor Allen op de begroting van Toerisme Vlaanderen een budget van 460.000 euro uit voor de werking (vakanties realiseren) en 153.000 euro voor de coördinatoren van sociaal toeristische verenigingen. Voor 2013 is een bedrag van 531.156 euro besteed (eerste drie kwartalen van 2013 tot 1 juli 2013) voor 3968 deelnemers aan vakanties voor mensen die in armoede leven (eerste drie kwartalen van 2013). Voor de betoelaging van de coördinatoren van de sociaal toeristische verenigingen is 150.075 euro uitbetaald.*



#### Beleidsopties 2013-2014

In het najaar van 2013 verschijnt een toerismecahier over de evoluties in het faciliteren van vakantie voor personen in armoede. Dit cahier biedt inzicht in de veranderingen en evoluties sinds de oprichting van het Steunpunt Vakantieparticipatie in 2001.

Het Steunpunt Vakantieparticipatie bouwt de komende jaren haar platformfunctie verder uit en neemt actief de rol van kruisbestuiver en initiator op. Samen met het groeiende netwerk van toeristische partners en sociale organisaties wil ik meer mensen in armoede laten genieten van een dagje uit of een vakantie. Naast het vakantieaanbod gaat mijn aandacht nu ook naar de volledige vakantieketen: er is overleg met aanbieders van mobiliteit en sociale restaurants.

Het generatief nieuwsproject loopt verder en maakt zichtbaar hoe ruim en divers het netwerk van partners is dat het recht op vakantie wil waar maken. Dit nieuwsproject ziet berichtgeving niet als een eindpunt of verslaggeving, maar als een schakel tussen wat is en kan worden. De verhalen tonen de kracht en de mogelijkheden die in het netwerk aanwezig zijn, het is een strategisch instrument in het ontplooien van het netwerk.

Ik laat de website en boekingsmodule verder ontwikkelen tot een instrument dat niet enkel informatie biedt, maar ook toelaat om de werking op te volgen en statistieken te trekken.

Het Rap op Stap-project kent veel bijval, maar kan nog een duwtje in concrete uitvoering gebruiken. Ik moedig lokale partners aan en ondersteun hen in de opstart van een Rap Op Stap-kantoor. Voor mensen met geen of weinig vakantie-ervaring is advies op maat cruciaal voor een geslaagde vakantie of uitstap.

Als de Vlaamse regering in 2014 beslist de UiTPAS uit te rollen, zullen we zoeken naar mogelijke synergie en afstemming tussen Rap op Stap en UiTPAS.

Samen met mijn collega van Sociale Economie bekijk ik hoe we de projecten uit de Lokale Diensteneconomie structureel kunnen verankeren.

#### Budget 2014

Op de begroting van Toerisme Vlaanderen heb ik 294.000 euro uitgetrokken voor de werking van het Steunpunt Vakantieparticipatie

In het kader van subsidies Toerisme voor Allen reserveer ik op de begroting van Toerisme Vlaanderen een budget van 460.000 euro uit voor de werking (vakanties realiseren) en 153.000 euro voor de coördinatoren van sociaal toeristische verenigingen.

### **4.2. Een toegankelijk aanbod voor mensen met een handicap, ouderen en zieken**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*De werking van het Infopunt Toegankelijk Reizen is in 2013 verder uitgebreid, inclusief de inzet op de sociale media en de uitbreiding van het Gis-project dat alle beschikbare én betrouwbare toegankelijkheidsinfo op kaart weergeeft.*

*Wat de communicatie betreft met personen met een beperking is een aparte website, zoals die ook nu al bestaat, een must. Het is noodzakelijk om naar deze doelgroep te blijven communiceren vanuit het Infopunt Toegankelijk Reizen, wat intussen geleid heeft tot een degelijke reputatie en een vertrouwensband. Rekening houdend met de look en feel van de Toerisme Vlaanderenwebsite is de vernieuwing van de huidige website van het Infopunt Toegankelijk Reizen voorbereid.*

*In het najaar zullen in functie van het project '100 jaar Groote Oorlog' acht vormingen klantvriendelijk onthaal worden georganiseerd voor gidsen en reisleiders, van baliepersoneel in infokantoren, verblijfaccommodaties en recreatiepunten. Toerisme Vlaanderen heeft ook een brochure gemaakt met handige tips voor het klantvriendelijk onthaal van personen met een beperking.*

*Voor toeristen met een beperking is het belangrijk te kunnen rekenen op objectieve, gecontroleerde, gedetailleerde en up-to-date informatie. Daarom zijn naast logies in 2012 en 2013 ook al 38 toegankelijkheidslabels uitgereikt aan infokantoren en bezoekerscentra en zijn de adviesbureaus volop bezig met de screenings van andere toeristische infrastructuur.*

*De toegankelijkheidsrichtlijnen bleven ook in 2012 en 2013 integraal deel uitmaken van de subsidievoorwaarden bij subsidies die ik heb uitgereikt. Er werd ook een samenwerkingsverband met Intro vzw aangegaan om de toegankelijkheid van gesubsidieerde evenementen te controleren en organisatoren met advies bij te staan. In de vakantiecentra gaan de subsidies vooral naar investeringen in toegankelijkheid en zorg. De centra zijn daar mee aan een duidelijke opwaardering bezig. Zowat overal in Vlaanderen ontstaan nieuwe zorgverblijven die inspelen op al maar ouder wordende toeristen die zo lang mogelijk op vakantie willen gaan. Ik opende net voor de zomer 2013 het zorgverblijf Middelpunt in Middelkerke, een modern vakantiecentrum met heel wat moderne zorgfaciliteiten.*

*Ter voorbereiding van '100 Jaar Groote Oorlog' heeft Toerisme Vlaanderen de studie '100 jaar Groote Oorlog, toegankelijk voor iedereen' voor de Westhoek uitgevoerd om de maximale toegankelijkheid van de volledige vakantieketen (info, onthaal, verblijf, beleving, mobiliteit, horeca, shopping,...) te analyseren. In 2012 is de huidige stand van zaken in beeld gebracht. Gedetailleerde doorlichtingsrapporten zijn opgeleverd in december 2012.*

*Het Lerend Netwerk 'Vakantie met Zorg' is opgestart in april 2013. Deelnemers zijn voornamelijk uitbaters van zorgverblijven of mensen die betrokken zijn bij opstartende initiatieven, maar er zijn ook deelnemers uit de welzijnssector en het vrijwilligersveld.*

*Toerisme Vlaanderen stond opnieuw op de REVA-beurs maar dit keer samen met aanbieders van toegankelijke verblijven in een vakantiedorp 'toegankelijk reizen'. Ook de aanwezigheid op het vakantiesalon in Brussel op veel bijval rekenen.*

#### Beleidsopties 2013-2014

*Ik laat door Toerisme Vlaanderen een nieuwe webstekontwikkelen voor de doelgroep.*

*De informatie voor de toeristische sector wordt geïntegreerd in de bestaande bedrijfswebsite. De lancering van de nieuwe website van het Infopunt Toegankelijk Reizen is gepland in januari 2014.*

*Het Infopunt Toegankelijk Reizen zal actief aanwezig zijn op de sociale netwerken en zo focussen op het bevorderen van de dialoog en het engagement met de gebruiker en het aspect van community building meer integreren in de werking.*

*Ook in 2013 en 2014 zullen de vier erkende adviesbureaus toeristische infrastructuur blijven screenen en vormingen geven omtrent klantvriendelijk onthaal van personen met een beperking. De toegankelijkheidsrichtlijnen zullen integraal deel blijven uitmaken van de subsidievoorwaarden.*

*In 2013-14, de aanloop naar de herdenkingsperiode 100 jaar Groote Oorlog, wil ik werk maken van correcte informatie over de toegankelijkheid van de volledige*

vakantieketen in de Westhoek. Dit zal echter nog inspanningen vergen van heel wat actoren.

Zoals U al kon lezen onder punt 1.1.3. van deze beleidsbrief blijkt uit verschillende onderzoeken (WES, Infopunt Toegankelijk Reizen) dat de kust een zeer gegeerde bestemming is bij personen met een beperking. In navolging van het project '100 jaar Grote Oorlog, toegankelijk voor iedereen' zal ik in 2014 de toegankelijkheid van de vakantieketen aan de Kust in zijn totaliteit laten analyseren.

In functie van het project 'Vakantie met Zorg' zal ik de oprichting van een zorgcoördinatiepunt realiseren in 2014. In overleg met mijn collega van Welzijn zal ik bekijken hoe de samenwerking kan geoptimaliseerd worden. Het Rode Kruis plant de bouw van een nieuw zorghotel in Zuienkerke. Toerisme Vlaanderen zal daartoe in het voorjaar 2014 de terreinen bouwrijp maken. De start van de bouw is voorzien voor 2015.

In 2014 maak ik verder werk van de reputatie en promotie van Vlaanderen als aantrekkelijke toegankelijke bestemming.

#### Budget 2014

Naast een budget van 300.000 euro voor de toegankelijkheidswerking, zit de financiële ondersteuning van investeringen in toegankelijkheid vervat in de Toerisme voor Allen-subsidies en in de verschillende impulsprogramma's.

### **4.3. Een ruimer aanbod voor jeugd**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Uit de ingediende subsidieaanvragen voor de oproep 2013 voor moderniserings-, toegankelijkheids- en duurzaamheidswerken aan Toerisme voor Allen-centra is in 2013 voor een totaalbedrag van 3,1 miljoen euro subsidies goedgekeurd. Van de eerste oproep voor een bedrag van 2,8 miljoen euro gaat ruim 800.000 euro naar de moderniseringswerken van jeugdverblijven en nog eens bijna 800.000 euro naar toegankelijkheidswerken. Investerings in duurzaamheid zijn goed voor ruim 680.000 euro en meer dan 400.000 euro gaan naar brandveiligheidswerken. Tot slot gaat er 64.000 euro naar proefprojecten. De subsidie bedraagt telkens 40% van de totale investering.*

*Het decreet Toerisme voor Allen bestaat intussen 10 jaar en dat is duidelijk te zien aan de verhoogde kwaliteit van de Vlaamse jeugdverblijfsinfrastructuur. De veiligheid en hygiënische omstandigheden zijn er in die periode gevoelig op vooruit gegaan. Vlaanderen beschikt nu over bijna 500 geïnspecteerde en erkende jeugdverblijven met een totale capaciteit van 33.617 bedden.*

*In het najaar van 2012 zijn de werken gestart voor de bouw van de jeugdherberg te Oostende. De werken verlopen volgens planning. De bouwaanvraag voor de realisatie van het nieuwe jeugdhostel te Brugge is in maart 2013 ingediend. De bestekken voor de bouw van een jeugdherberg te Hasselt en Kortrijk zijn goedgekeurd en beide projecten zijn gegund. Het Brussels Gewest heeft medio 2013 nog geen bouwvergunning afgeleverd voor de uitbreiding van de jeugdherberg Bruegel te Brussel. Omwille van overschakeling tot onderhandelingen met de inschrijvers van de opdracht tot ontwerp en realisatie van het nieuwe jeugdhostel te Lier heeft de aanbestedingstermijn langer geduurd.*

*De opdracht zal in september 2013 worden gegund. Voor de realisatie van het nieuwe jeugdverblijf te Brasschaat werden de bestekken voorgelegd aan de Vlaamse Regering.*

*Toerisme Vlaanderen ontving drie offertes in september 2013 zal de opdracht worden gegund. De bouwwerken aan het nieuwe jeugdverblijf De Hagaard te Overijse zijn verdergezet.*

*vzw Tourist Info for Young People (actief onder de naam USE-IT) heeft voor 80.000 euro aan subsidies ontvangen voor hun werking.*

*Op 14 juni 2013 keurde de Vlaamse Regering het plan van aanpak voor de zonevreemde jeugdverblijven goed, waardoor er een oplossing is voor het ruimtelijk afwegingskader van zonevreemde jeugdverblijven. Voortaan zijn jeugdverblijven ook toegelaten in zones voor openbaar nut (blauwe zones). Hierdoor worden zo'n 30 jeugdverblijven zone-eigen.*

#### Beleidsopties 2013-2014

Ik blijf verder werken aan het bewaken van de kwaliteit van het bestaande aanbod jeugdverblijven en zal nu de overgangsperiode van het logiesdecreet afgelopen is, bijzondere aandacht schenken aan de toeleiding van niet-erkende jeugdverblijven naar erkenning.

Ik blijf de professionalisering van de Toerisme voor Allen-verblijven stimuleren door ondersteuning aan de managementondersteuningspunten. In 2014 sluit Toerisme Vlaanderen nieuwe beheersovereenkomsten met de managementondersteuningspunten.

Op 20 september 2013 opende ik het nieuwe jeugdverblijf De Hagaard in Overijse. Met 90 bedden en een tentenzone, biedt het overnachtingsmogelijkheden voor jeugdverenigingen, scholen, cursisten, enz. In het voorjaar van 2014 zal ik de nieuwe jeugdhherberg te Oostende openen zodat Oostende vanaf dan kan beschikken over een moderne en zeer toegankelijke jeugdhherberg met ongeveer 170 bedden. De jeughostels te Lier en Brugge en het jeugdverblijf te Brasschaat zullen in 2014 in opbouw zijn, net als de nieuwe jeugdhherbergen in Hasselt en Kortrijk. De oplevering van al deze bouwwerken staat gepland voor 2014 of voorjaar 2015.

Eens Toerisme Vlaanderen de bouwvergunning verkrijgt, kunnen ook de werken voor de vernieuwde jeugdhherberg Bruegel te Brussel starten.

Ik blijf vzw Tourist Info for Young People (Use It) verder ondersteunen.

Vanaf het najaar 2013 start de uitvoering van het plan van aanpak voor de zonevreemde jeugdverblijven.

#### Budget 2014

Op de begroting 2014 van Toerisme Vlaanderen heb ik 2.000.000 euro gereserveerd voor subsidies voor werken inzake renovatie, verbouwing, brandveiligheid en comfort van erkende jeugdverblijfsinfrastructuur in het kader van de uitvoering van het decreet Toerisme voor Allen.

Voor de uitvoering van de lopende beheersovereenkomsten werd een budget van 330.000 euro voorzien voor de ondersteuning van de werkings- en realisatiekosten van de erkende managementondersteuningspunten en 185.000 euro voor de subsidie van hun loonkosten.

Langs het mechanisme van eigen investeringen reserveer ik 701.000 euro op de begroting van Toerisme Vlaanderen voor jeugdverblijfsinfrastructuur.

Voor de ondersteuning van vzw Tourist Info for Young People reserveer ik 82.000 euro.

#### **4.4. Een aantrekkelijk aanbod voor gezinnen met kinderen**

##### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Voor 2013 is een bedrag van 151.000 euro besteed voor de subsidie van gezinsvriendelijke animatie in sociaal-toeristische verblijven.*

##### Beleidsopaties 2013-2014

Voor 2014 wil ik de gezinsvriendelijke projecten verder ondersteunen met een budget van 151.000 euro voor gezinsvriendelijke animatie.

##### Budget 2014

Op de begroting van Toerisme Vlaanderen heb ik 151.000 euro uitgetrokken voor subsidies voor gezinsvriendelijke animatie in sociaal-toeristische verblijven in het kader van de uitvoering van het decreet Toerisme voor Allen.

#### **4.5. Een duurzaam patrimoniumbeleid van Toerisme Vlaanderen**

##### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Toerisme Vlaanderen heeft al haar eigendommen gescreend. Er is onderzocht of ze nog passen in de strategische doelstellingen van Toerisme Vlaanderen en per eigendom is een identificatiefiche opgemaakt. Op basis van deze gegevens kan beslist worden om eigendommen te verkopen en de opbrengsten te herinvesteren in toeristische projecten.*

*Daarnaast zijn enkele exploitatieovereenkomsten aangepast of vernieuwd zodat Toerisme Vlaanderen extra middelen kan innen.*

##### Beleidsopaties 2013-2014

Het patrimoniumplan wordt verder uitgevoerd zodat Toerisme Vlaanderen inkomsten uit verkopen kan herinvesteren in toeristische projecten. Toerisme Vlaanderen onderzoekt samen met het Agentschap Facilitair Management hoe ze sterker kunnen samenwerken voor vastgoedprojecten.

##### Budget 2014

De inkomsten uit de exploitatieovereenkomsten bedragen 800.000 euro. De inkomsten uit de verkoop van eigen patrimonium zijn afhankelijk van realisatie verkoop en biedingsprijs.

## **5. De efficiëntie en effecten van het werk van de toeristische overheden verhogen**

### **5.1. Herstructureren van het toeristisch beleid op Vlaams niveau**

#### **5.1.1. Agentschap Toerisme Vlaanderen herstructureren**

##### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Toerisme Vlaanderen heeft de migratie van de boekhouding naar het organisatiebrede Orafin volledig afgerond.*

##### Beleidsopties 2013-2014

Toerisme Vlaanderen consolideert de herstructurering door projecten op te zetten die de diverse delen van het agentschap nog beter doen samenwerken aan de realisatie van de visie en missie van het agentschap. Het onderzoekt hoe het nog meer efficiëntiewinsten kan verwezenlijken.

#### **5.1.2. Kennis uitbouwen**

##### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Toerisme Vlaanderen publiceerde eind 2012 de resultaten van het grootschalig marktonderzoek naar de recreatieve verblijfstoerist in Vlaanderen in het Toerismecahier 'De Vlaanderen-vakantieganger'. Voor het eerst is deze uitgave ook vertaald naar het Engels en de hoofdstukken over de Franse, Duitse, Italiaanse en Spaanse markt zijn geschreven in de respectievelijk taal van het land. Op deze manier kunnen de buitenlandkantoren van Toerisme Vlaanderen de cijfers breder verspreiden. In de zes kunststeden en de vijf provincies zijn presentaties gegeven die dieper ingingen op de resultaten van dit onderzoek. Toerisme Vlaanderen bereikte op deze manier een 1.500-tal geïnteresseerde professionelen uit de sector. Toerisme Vlaanderen heeft de regisseursrol opgenomen om, samen met tal van toeristische partners, de Kennisagenda voor Toerisme in Vlaanderen concreet vorm te geven. Deze kennisagenda, waarin alle cijfer- en onderzoeknoden worden samengevat, kreeg de vorm van een kalender en tal van verschillende toeristische partners kunnen hier onderwerpen aan toevoegen. Zo ontstaat een beter beeld wie met welke onderzoeken bezig is, welke projecten lopen, welke rapporten binnenkort klaar zullen zijn, welke organisatie daar voor zal zorgen en waar alle gegevens te vinden zijn.*

*De hotelbarometer is, na grondige analyse op de beschikbare data en het systeem zelf, herbouwd in de Toerismedatabank van Toerisme Vlaanderen en in die mate vereenvoudigd dat hij niet alleen veel gebruiksvriendelijker is voor de uitbater zelf, maar ook aanzienlijk verbeterd is voor de beheerders die de hotelbarometer opvolgen. Sinds 1 februari 2013 is het systeem actief, en nu al manifesteert zich een fors hogere participatiegraad. In januari 2012 participeerde 45,5% van alle hotels in het Vlaams Gewest (op kamerniveau) aan de barometer. In januari 2013 is dat opgelopen tot 63% van alle hotels.*

##### Beleidsopties 2013-2014

Dankzij de kennisagenda is er nu een gedragen afspraak over welke de noodzakelijke kennisindicatoren zijn die toeristisch Vlaanderen nodig heeft. Er moeten nu bijkomende afspraken gemaakt worden over de ontsluiting van deze



kennis. Toerisme Vlaanderen wenst hierin een centrale rol op te nemen. In het kader daarvan start in 2013 een project rond kennisdeling. De bevindingen worden neergeschreven in een kenniscommunicatieplan, dat zal gelinkt worden aan het algemene communicatieplan van het agentschap.

In 2013 heeft een grootschalig onderzoek plaats naar de meetingindustrie, zowel wat betreft de vraag- als de aanbodzijde. Dit onderzoek zal een lacune van MICE-cijfergegevens opvullen. Bedrijven, verenigingen, congresvenues, maar ook de binnenlandse en internationale deelnemers aan meetings zullen bevroegd worden. Het zal inzicht verschaffen in het keuze- en beïnvloedingsproces, de trends, alsook in de economische betekenis van het meeting- en congrestoerisme in Vlaanderen.

Om de bruikbaarheid van de hotelbarometer nog te verhogen voor de hoteliers laat ik nagaan of het mogelijk is om de gemiddelde kamerprijs toe te voegen aan de hotelbarometer.

Voor het project rond de herdenking van WO I werden in 2013 een aantal onderzoeken opgestart of voorbereid. Zo legt een online onderzoek bij 3.500 mensen uit de potentiële markt de kennis over het oorlogsverleden in Vlaanderen en het toeristische potentieel ervan bloot.

Toerisme Vlaanderen treft ook de nodige voorbereidingen om specifieke evenementen in 2014 en de volgende jaren te monitoren.

#### Budget 2014

Ik reserveer een budget van 302.000 euro voor de opbouw en verspreiding van kennis door Toerisme Vlaanderen.

### **5.1.3. Vlaamse subsidiekanalen bundelen en integreren in impulsprogramma's**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*De Vlaamse subsidiekanalen zijn gebundeld in een kaderbesluit toerismesubsidies.*

#### Beleidsopaties 2013-2014

*Uitvoering van het kaderbesluit toerismesubsidies.*

### **5.1.4. Duurzaam toerisme**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*De Bond Beter Leefmilieu en Toerisme Vlaanderen hebben voor het zevende jaar op rij uit de Groene Sleutels uitgereikt. 10 Campings, 26 jeugdverblijven, 27 hotels, 11 gastenkamers, 10 attracties, 13 meetinglocaties, 2 vakantiewoningen en 1 vakantiecentrum ontvingen het ecolabel. In het totaal zijn er nu 100 groene logies en attracties, elf meer dan in 2012.*

*Als gevolg van een nieuwe internationale bijsturing zijn de criteria 2012-2015 aangepast. Voor de promotie en bekendmaking bij de toeristen, werd een nieuwe promotiefolder voor Groene Sleutel-uitbaters ontwikkeld.*

*Duurzaam en Innovatief Toerisme (DIT), het Lerend netwerk voor duurzaam en innovatief toerisme, is uitgebreid met leerkrachten. Het organiseerde drie studiedagen waaraan een 60-tal personen deelnamen. De thema's van de studiedagen waren (1) sociaal toerisme, (2) toeristische attracties en beleving, (3) toerisme en regionale economie. Alle activiteiten en actuele informatie bevinden zich op het digitale platform van het DIT.*



*In het 'Inspiratieboekje regionale producten voeden toerisme & vice versa' verzamelde Toerisme Vlaanderen veertien praktijkvoorbeelden van regionale producten en toerisme. Succesvolle ondernemers lieten in hun interne keuken kijken en deelden hun kennis. De wisselwerking tussen toerisme en regionale producten is vooral voor duurzaamheid van belang. Dit inspiratieboekje zal ondernemers aanmoedigen om met hun regionale producten naar toerisme te stappen of vice versa.*

#### Beleidsopties 2013-2014

Ik blijf de Bond Beter Leefmilieu ondersteunen voor de operationalisering van de Groene Sleutel.

Toerisme Vlaanderen organiseert een studiedag voor alle toeristische ondernemers over het thema: Hoe met duurzaamheid de marketing-, verblijfs- en vakantiebeleving versterken?

Het Lerend netwerk DIT zal drie studiedagen organiseren en het digitaal platform blijven activeren.

#### Budget 2014

Ik heb op de begroting een budget van 70.000 euro uitgetrokken voor specifieke acties in het kader van duurzaam toerisme.

### **5.2. Afstemmen, overleggen en samenwerken met lokale besturen**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Samen met Westtoer startte Toerisme Vlaanderen met de voorbereidingen voor de opmaak van een nieuw strategisch plan (2015-2020) voor de Kust.*

*Toerisme Vlaanderen heeft de opmaak van een toeristische strategisch plan voor de Vlaamse regio's opgestart in nauwe samenwerking met de provinciale toeristische organisaties en toeristische actoren.*

*De indieners van een subsidieaanvraag bij de impulsprogramma's Vlaamse regio's en Kunststeden-Brussel zijn verplicht om voor ze hun dossier indienen, te overleggen met respectievelijk de provinciale toeristische organisaties of de kunststeden en hun advies in te winnen.*

#### Beleidsopties 2013-2014

Westtoer en Toerisme Vlaanderen maken een nieuw strategisch plan (2015-2020) voor het toerisme aan de Kust op.

Tegen het najaar 2013 zal het plan voor de Vlaamse regio's, dat Toerisme Vlaanderen en de provinciale toeristische organisaties opstellen, afgewerkt zijn en de basis vormen voor de subsidieoproep 2014 "Impulsfonds Vlaamse regio's".

### **5.3. Strategisch beleidsplan**

#### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Het Raadgevend Comité (RaCo) organiseert op 11 oktober 2013 de eerste Staten-Generaal van het Toerisme. Het RaCo zal er de sector informeren over de uitvoering van het Strategisch Beleidsplan en de deelnemers deelgenoot maken van de actuele situatie waarin onze bestemming zich bevindt.*

*Het heeft bovendien besloten inzake een aantal belangrijke thema's de discussie aan te gaan en waar mogelijk tot sectorbrede engagementen te komen. De eerste*

*Staten-Generaal voor het Toerisme in Vlaanderen en Brussel heeft hierdoor niet enkel de bedoeling om te informeren maar wil evenzeer de deelnemers inspireren en hen de ruimte bieden om te discussiëren en zich toekomstgericht te engageren.*

#### Beleidsopties 2013-2014

Op basis van de engagementen geformuleerd tijdens de Staten-Generaal zal het RaCo in nauw overleg met de betrokken deelsectoren de voornaamste 'doorbraakprojecten' voor de toekomst vaststellen.

De doorbraakprojecten worden concreet omschreven met aanduiding van de beoogde resultaten, de vereiste inzet van middelen, de betrokken stakeholders en de verantwoordelijke trekkers.

Het RaCo engageert zich doorbraakprojecten consequent op te volgen.

#### **5.4. Flankerend beleid**

##### Realisatie beleidsopties 2012-2013

*Op 4 mei 2012 presenteerde de Vlaamse Regering het Groenboek voor het nieuwe Beleidsplan Ruimte Vlaanderen (BRV): "Vlaanderen in 2050: Mensenmaat in een Metropool?". Het Groenboek van het Beleidsplan Ruimte stelt een nieuwe ruimtelijke visie op Vlaanderen voor. Hiermee is ook een maatschappelijk debat opgestart over de toekomstige ruimtelijke ontwikkeling van Vlaanderen.*

*Toerisme Vlaanderen en de provinciale toeristische organisaties hebben een bijdrage geleverd aan deze discussie over de Vlaamse ruimte. Hiertoe werd een uitgebreide insteeknota geschreven met als doel het bewustzijn rond toerisme en recreatie aan te scherpen in het ruimtelijk verhaal van Vlaanderen, meer bepaald in het momenteel lopende proces tot opmaak van een Witboek. In deze nota worden toerisme en recreatie bewust geplaatst onder de koepel van de "vrijetijdseconomie". 'Ruimte' voor de vrijetijdseconomie is belangrijk, daarvoor is geen overtuiging meer nodig. Om ruimtelijke ordening meer inzicht te geven in de ruimtelijke organisatie van de vrijetijdseconomie, zijn een aantal ruimtelijke sleutelkwesties van de vrijetijdseconomie opgesteld. Daarnaast is ook het belang van de vrijetijdseconomie geduid. Het doel van deze insteeknota is dat het Witboek en het uiteindelijke Beleidsplan Ruimte Vlaanderen voldoende ruimtelijke kansen bevat voor de ontwikkeling van de vrijetijdseconomie. Deze insteeknota is in februari 2013 officieel bezorgd aan het departement Ruimte Vlaanderen.*

*In september 2012 hebben de leden van het overlegforum mobiliteit en bereikbaarheid een interactieve evaluatie uitgevoerd van een deel van het reistrajec van een toerist, namelijk toekomen op de luchthaven en zich verplaatsen naar een bepaalde bestemming. Het doel van deze oefening is een inzicht te krijgen in de 'ervaringen' van een toerist en te zoeken naar eventuele verbetermogelijkheden. Deze oefening resulteerde in een aantal verbeterpunten om het onthaal op de luchthaven en in bepaalde treinstations te optimaliseren.*

*Op 11 januari 2013 nam de Vlaamse Regering de principiële beslissing om zich kandidaat te stellen voor de organisatie van de Algemene Vergadering van Wereldorganisatie voor Toerisme (UNWTO). In navolging van deze beslissing werd een Taskforce opgericht met als opdracht de administratieve, juridische en financiële voorbereiding voor de Vlaamse kandidaatstelling om de 22<sup>ste</sup> editie van de Algemene vergadering te huisvesten.*

#### Beleidsopties 2013-2014

Momenteel is het departement Ruimte Vlaanderen bezig met de opmaak van het kerndocument 'Beleidsplan Ruimte Vlaanderen'. Dit kerndocument omvat de visie, de doelstellingen (op lange termijn en op strategisch niveau), de ruimtelijke principes en concepten. Daarnaast worden beleidskaders uitgewerkt teneinde uitvoering te geven aan de meer globale visie van het beleidsplan. Het definitieve kerndocument van het beleidsplan en de aanzet tot een 5-tal beleidskaders worden gebundeld in het Witboek. Ook dit Witboek zal Toerisme Vlaanderen, samen met de provincies, kritisch doornemen om na te gaan of er voldoende ruimtelijke mogelijkheden zijn voor de toeristisch-recreatieve sector.

Geert Bourgeois

Viceminister-president van de Vlaamse Regering en  
Vlaams minister van Bestuurszaken, Binnenlands Bestuur,  
Inburgering, Toerisme en Vlaamse Rand

#### IV. REGELGEVINGSAGENDA

##### Regelgevingsagenda Beleidsbrief Toerisme - Beleidsprioriteiten 2013-2014

| Titel van het initiatief                                                                                                                     | Betrokken regelgeving                               | Eventuele wettelijke deadline | Korte samenvatting van de beleidsdoelstelling(en)                                                                         | Timing van de | Wordt er een RIA opgesteld? |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------------|
| <b>Besluit klaverbladfinanciering</b>                                                                                                        | Decreet lokale diensteneconomie                     | Geen                          | Creëren van een reglementair kader voor het toekennen van subsidies in het kader van de klaverbladfinanciering            | 2014          | Nog te bepalen              |
| <b>Ministerieel besluit tot vaststelling van de subsidiabele uitgaven voor de toekenning van toerismesubsidies</b>                           | Kaderbesluit toerismesubsidies                      | Geen                          | Bepalen van de subsidiabele uitgaven die in aanmerking voor het toekennen van toerismesubsidies                           | Najaar 2013   | Niet van toepassing         |
| <b>Ministerieel besluit tot vaststelling van de subsidiabele uitgaven voor de toekenning van investeringssubsidies aan vergunde logiezen</b> | Besluit investeringssubsidies toeristische logiezen | Geen                          | Bepalen van de subsidiabele uitgaven die in aanmerking voor het toekennen van investeringssubsidies aan vergunde logiezen | Najaar 2013   | Niet van toepassing         |

## **BIJLAGE**

### **V. SAMENVATTING VAN DE BELEIDSINTENTIES 2012-2013**

#### **1. De aantrekkings- en beleevingswaarde van de toeristische bestemming(en) (in) Vlaanderen vergroten**

- Organisatie van een startevenement voor de herdenking van de Groote Oorlog
- “Flanders Fields” als premier partner op de Londense Wereldbeurs voor Toerisme (WTM)
- Het sluiten van een samenwerkingsovereenkomst met Bokrijk
- Opmaken van nieuw strategisch beleidsplan toerisme voor de Vlaamse Kust
- Opmaken van een strategisch beleidsplan voor de Vlaamse Regio’s
- Realiseren van een nieuwe standaard voor informatiepanelen voor beschermd erfgoed
- Heropening van het Informatiepunt van Toerisme Vlaanderen in Brussel
- Opleveren van de studie over de meetingindustrie
- Integratie van Vlaanderen Lekkerland in Toerisme Vlaanderen

#### **2. Stimuleren van toeristisch ondernemerschap**

- Organiseren van informatiesessies over het logiesdecreet
- Ondersteunen van de reissector in de ontwikkeling van een systeem van zelfregulering

#### **3. Realiseren van een krachtadig marketingbeleid per macroproduct in functie van het verhogen van het economisch rendement**

- Evaluatie van het internationaal marketingplan
- Opstarten van de procedure voor een vertegenwoordiging op Braziliaanse markt
- Opstarten van de procedure voor een vertegenwoordiging in Oceanië in het kader van de herdenking van WOI

#### **4. De volwaardige participatie aan toerisme voor iedere Vlaming mogelijk maken**

- Realiseren van een toerismecahier over de evoluties in het faciliteren van vakanties voor personen in armoede
- Verder uitbouwen van het Rap-op-Stap project
- Ontwikkelen van een nieuwe website voor het Infopunt Toegankelijk Reizen
- Onderzoeken van de toegankelijkheid van de vakantieketen aan de Vlaamse kust
- Sluiten van nieuwe beheersovereenkomsten met de managementondersteuningspunten “Toerisme voor allen”
- Opening van het jeugdverblijf “De Hagaard” en de jeugdherberg van Oostende

#### **5. De efficiëntie en effecten van het werk van de toeristische overheden verhogen**

- Inzetten van middelen uit het klimaatfonds voor energiezuinige toeristische infrastructuur
- Formuleren van doorbraakprojecten (Staten-Generaal van het Toerisme in Vlaanderen)
- Realiseren van een nieuw strategisch beleidsplan toerisme voor de Vlaamse Kust en de Vlaamse Regio’s

### **VI. UITVOERING REGEERAKKOORD - RESOLUTIES - MOTIES**

#### **1. Uitvoering Regeerakkoord “Een daadkrachtig Vlaanderen in beslissende tijden”**

| <b>Regeerakkoord</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Opvolging – Uitvoering</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Toerisme biedt kansen tot ontmoeting, persoonlijke verrijking, verdieping van het gezinsleven, natuur- en cultuurbeleving. Toerisme en vakantie dragen zo bij tot het maatschappelijk welzijn. Alle Vlamingen moeten op een volwaardige en door henzelf gekozen wijze kunnen participeren aan het toerisme. |                               |
| Vlaanderen moet ervoor zorgen dat er De inhaalbeweging jeugdverblijfinfrastructuur                                                                                                                                                                                                                          |                               |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>kwalitatieve en betaalbare vormen zijn voor jongeren-, groeps- en gezinslogement, zoals familiehotels, gastenkamers, hoevetoerisme, plattelandstoerisme, jeugdkampplaatsen, kampeerplaatsen. De inhaalbeweging voor jeugdverblijfinfrastructuur wordt voortgezet: we realiseren dus het investeringsplan voor toeristische jeugdverblijfinfrastructuur.</p> | <p>door directe investeringen en alternatieve financiering door Toerisme Vlaanderen is op kruissnelheid. Op 20 september 2013 opende het jeugdverblijf “Hagaard” in Overijse. In het voorjaar van 2014 zal de jeugdherberg in Oostende haar deuren openen. De jeugdverblijven in Lier, Brugge, Brasschaat en de jeugdherbergen in Hasselt en Kortrijk zullen in 2014 in opbouw zijn. Van zodra de bouwvergunning is uitgereikt starten de werken voor de uitbreiding van de jeugdherberg “Bruegel in Brussel.</p> |
| <p>We voorzien in een voldoende groot aanbod aan sociaal toerisme in eigen land en investeren in kleinschalige projecten voor specifieke doelgroepen van mensen die in armoede leven en mensen met beperkingen, zoals zorgvakanties. We bouwen het steunpunt Vakantieparticipatie verder uit.</p>                                                              | <p>Ik heb ‘zorgvakanties’ als prioritair thema inzake toegankelijkheid naar voor geschoven. Nieuwe projecten voor zorgvakantieverblijven krijgen financiële steun door middel van subsidies Toerisme voor Allen en directe investeringen door Toerisme Vlaanderen. Ik investeerde in de uitbouw van infrastructuur voor vakanties met zorg. Ik opende het zorgverblijf Middelpunt in Middelkerke.</p>                                                                                                             |
| <p>Vlaanderen moet de toeristische infrastructuur ontwikkelen en aanpassen, rekening houdend met kind- en gezinsvriendelijkheid en toegankelijkheid</p>                                                                                                                                                                                                        | <p>Bij het toekennen van de animatiesubsidies leg ik nadruk op kind- en gezinsvriendelijke projecten</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>Vlaanderen moet een vernieuwend strategisch beleidsplan Toerisme ontwikkelen om zich als duurzame toeristische bestemming op de internationale kaart te zetten. We concretiseren dat plan in een impulsprogramma voor de Vlaamse kust, de kunststeden en de verschillende regio’s.</p>                                                                      | <p>De Vlaamse Regering keurde op 15 juli 2011 het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel goed. Eind januari 2012 hebben zowat alle organisaties uit het toeristisch veld het Toerismepact 2010 ondertekend. Op 11 oktober 2013 zal een Staten-Generaal van het toerisme de uitvoering van het Toerismepact evalueren. De impulsprogramma’s zijn door het kaderbesluit toerismesubsidies van 21 december 2012 op een performante en eenduidige wijze georganiseerd.</p>              |
| <p>Op de Europese en mondiale markten wordt de troef van de Vlaamse hoofdstad Brussel sterk uitgespeeld. We promoten onze Vlaamse kunststeden als één internationaal toeristisch top-product.</p>                                                                                                                                                              | <p>. Het specifieke profiel van onze hoofdstad is verwerkt in het nieuwe Internationale Marketingplan van Toerisme Vlaanderen. Brussel werd ook actief betrokken bij de opmaak van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel</p>                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p>We verhogen welvaart en tewerkstelling door en met toerisme tegen 2020, door de verhoging van de middelen voor toerismebeleid.</p>                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p>Vanuit de internationale ambitie van Vlaanderen zetten we de marketingmiddelen voor het zaken- en congresstoerisme (MICE) efficiënter in. Voor de verdere uitbouw van het MICE-toerisme in en naar Vlaanderen maken we een actieplan op.</p>                                                                                                                | <p>De studie over de meetingindustrie zal tegen februari 2012 klaar zijn en zal de leidraad vormen voor een efficiëntere inzetten van de middelen.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p>We zorgen voor een afstemming van het toerismebeleid tussen de verschillende Vlaamse overheidsniveaus en voor samenwerking tussen de private sector en de overheden.</p>                                                                                                                                                                                    | <p>Ik heb met ruime inspraak van diverse partners waaronder de lokale en provinciale besturen het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel afgewerkt. In het Witboek Interne Staatshervorming legde ik de krijtlijnen voor de toekomstige rolverdeling</p>                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | tussen de verschillende overheidsniveaus vast. Op het vlak van de binnenlandse toeristische marketing bereikte ik een akkoord met de provinciale, lokale en private partners over de taakverdeling tussen hen en het Vlaamse overheidsniveau.                                                                                                             |
| Vlaanderen zal het toeristisch ondernemerschap versterken en verder inzetten op de professionalisering van de lokale publieke en private sector. Om zijn internationale ambities te blijven waarmaken en aan te sluiten bij de moderne consument stimuleren we innovatie, durf en originaliteit. | Op 12 december 2011 vond de Ronde Tafel 'Innoverend ondernemen in toerisme' plaats, een project in kader van Vlaanderen in Actie. Zij was bedoeld om samenwerking en innovatie in de toeristische sector te stimuleren. –Ik zal partnerschappen aangaan om innovatie te stimuleren bij de toeristische ondernemer                                         |
| In het kader van een slagkrachtige overheid in Vlaanderen moet er gekozen worden voor een herstructurering van Toerisme Vlaanderen, waarbij het op korte termijn moet uitgroeien tot een sterke, dynamische en minder ambtelijke overheidsinstantie.                                             | In het Belgisch Staatsblad van 8 augustus verscheen het decreet van 8 juli 2011 tot wijziging van de verschillende decreten in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen.                                                                                                                                                                 |
| De Vlaamse Regering zal, in het kader van een beleidsdomeinoverschrijdend plan rond '100 jaar Groote Oorlog', initiatieven in Vlaanderen nemen en ondersteunen die inspelen op de eeuwherdenking van de Eerste Wereldoorlog specifiek in de frontstreek.                                         | Op de begroting 2010 trok ik 15 miljoen uit voor investeringen ter voorbereiding van de herdenking van WOI. In de begroting 2012 reserveerde ik een bedrag van 5 miljoen euro voor de ondersteuning van evenementen in de periode 2014-2015. In de begroting 2014 reserveer ik 5 miljoen euro voor ondersteuning van evenementen in de periode 2016-2018. |
| Onze rijke eet- en tafelcultuur en de conservatie, restauratie en ontsluiting van ons erfgoed benutten we als toeristische troeven.                                                                                                                                                              | Vlaanderen Lekkerland wordt in 2014 volledig geïntegreerd in de werking van Toerisme Vlaanderen.                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Vlaanderen blijft investeren in fietsroutes en fietsvriendelijke logies en wendt zijn wereldberoemd koerserfgoed, met de Ronde van Vlaanderen op kop, maximaal aan om het fietstoerisme in Vlaanderen internationaal te promoten.                                                                | Ik ontwikkel een overkoepelend concept met internationale uitstraling voor de viering van 100 jaar Ronde van Vlaanderen in 2013. Voor het impulsprogramma Wielererfgoed en De Ronde 100 heb ik 3 miljoen euro vrijgemaakt om projecten te ondersteunen.                                                                                                   |
| Vanuit de Task Force Jeugdverblijven zoekt men naar passende oplossingen voor de zonevreemde jeugdverblijven. Tot slot wordt de sector van en het decreet over de jeugdverblijfsinfrastructuur geëvalueerd en bijgestuurd.                                                                       | Op 20 maart 2012 presenteerde ik het Vlaamse parlement een stand van zaken over de Task Force Jeugdverblijven. Op 14 juni 2013 keurde de Vlaamse Regering de aanpak voor zonevreemde jeugdverblijven goed. Jeugdverblijven worden ook toegelaten in zones voor openbaar nut, waardoor 30 jeugdverblijven zone-eigen worden.                               |



## 2. Beleidsnota Toerisme 2009-2014: Met redenen omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering bij de uitvoering van de beleidsnota Toerisme 2009-2014 zoals geformuleerd in het regeerakkoord 2009-2014:

| Motie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Opvolging – Uitvoering                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1° het IVA Toerisme Vlaanderen te herstructureren tot een krachtige en goed presterende overheidsinstelling;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | In het Belgisch Staatsblad van 8 augustus verscheen het decreet van 8 juli 2011 tot wijziging van de verschillende decreten in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen. Per 1 januari 2012 zijn de taken met betrekking tot de uitvoering van het statuut van de reisbureaus en de logiesverstreckende bedrijven overgeheveld naar het Departement internationaal Vlaanderen. De ondersteunende diensten van Toerisme Vlaanderen zijn met ingang van dezelfde datum geïntegreerd in de MOD DAR-iV. |
| 2° waar mogelijk en nuttig samenwerking na te streven tussen alle betrokken actoren in én buiten het toeristische werkveld;                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel legt de basis voor een doorgedreven samenwerking tussen de actoren binnen en buiten het toeristisch werkveld en kwam tot stand na intense samenwerking en overleg tussen die actoren.                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 3° toeristische impulsprogramma's op te stellen en daarvoor de nodige financieringsmechanismen vanuit het beleidsveld Toerisme in te zetten en daarbij:<br>a) de nodige aandacht te besteden aan het 'battlefieldtoerisme' bij de herdenking van '100 jaar Groote Oorlog';<br>b) ook de Vlaamse kunststeden, inclusief Brussel, flink te promoten;<br>c) daarnaast een klemtoon te leggen op de Vlaamse kust;<br>d) de Vlaamse regio's met toeristisch potentieel op de kaart te zetten, met prioriteit voor de provincie Limburg; | Op de begroting 2010 trok ik 15 miljoen uit voor investeringen ter voorbereiding van de herdenking van WOI en in de begroting 2012 een bedrag van 5 miljoen euro voor de ondersteuning van evenementen in de periode 2014-2015, en op de begroting 2014 nogmaals 5 mio euro voor de periode 2016-2018.<br>In 2010 werd het impulsprogramma Vlaamse Kust opgestart<br>De uitvoering van de verschillende impulsprogramma's is geïntegreerd in de werking van Toerisme Vlaanderen.                                     |
| 4° een patrimoniumplan van Toerisme Vlaanderen op te stellen met het oog op een duurzaam patrimoniumbeleid en de opbrengst van een eventuele verkoop aan te wenden voor verdere investeringen in verblijfsinfrastructuur in het kader van Toerisme voor Allen.                                                                                                                                                                                                                                                                     | Vier eigendommen (Kompascamping Oudenaarde, Villa Maritza, recreatiegronden in Berlare, manege Polderwind) werden te koop aangeboden. De camping is in 2011 verkocht. De Gemeenschapszone De Grasduinen in Bredene kreeg een recreatieve functie en ging officieel open in 2011. Het domein Polderwind krijgt een herbestemming in het kader van zorgvakanties.                                                                                                                                                      |

### 3. Met redenen omklede motie over de kritiek van het Steunpunt Toerisme en Recreatie op de toeristische marketing van de Vlaamse overheid en over de sterke terugval van buitenlandse toeristen in Vlaanderen in 2009

| Motie                                                                                                                                                                                       | Opvolging – uitvoering                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1° snel werk te maken van een nieuw toeristisch marketingplan voor binnen- en buitenland en hierbij onze troeven voluit uit te spelen zoals de eet- en tafelcultuur, kunst, mode enzovoort; | Het nieuwe internationaal toeristisch marketingplan is af en wordt sinds begin 2012 uitgevoerd. Voor de binnenlandse toeristische marketing heb ik, mee in uitvoering van het Witboek Interne Staatshervorming, een nieuw samenwerkings- |

|                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                    | model afgesproken met de provinciale toeristische organisaties, de kunststeden en de FTL.                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 2° het Kunststedenactieplan verder uit te voeren met bijzondere aandacht voor innovatieve projecten;               | Het kunststedenactieplan is in 2011 omgevormd tot een impulsprogramma voor de Vlaamse Kunststeden en Brussel.                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 3° de werking van het Steunpunt Toerisme en Recreatie van de K.U.Leuven te onderwerpen aan een grondige evaluatie. | Op de Vlaamse regering van 27 mei 2011 werd het evaluatierapport van alle Steunpunt (dus ook van het Steunpunt Toerisme en Recreatie) gepresenteerd. Ik heb beslist om geen derde generatie steunpunt voor toerisme en recreatie te realiseren, maar volledig in te zetten op de nieuwe rol van Toerisme Vlaanderen als toeristisch innovatie- en kenniscentrum voor Vlaanderen. |

#### 4. Beleidsnota Jeugd 2009-2014: Met reden omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering:

| Motie                                                                                                                                                               | Opvolging – Uitvoering                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2° via de Task Force en in samenwerking met andere bevoegde ministers en administraties een toekomstperspectief uit te werken voor jeugdtoerisme en jeugdverblijven | Op 20 maart 2012 presenteerde ik het Vlaamse parlement een stand van zaken over de Task Force Jeugdverblijven. Op 14 juni 2013 keurde de Vlaamse Regering de aanpak voor zone-vreemde jeugdverblijven goed. Jeugdverblijven worden ook toegelaten in zones voor openbaar nut, waardoor 30 jeugdverblijven zone-eigen werden. |

#### 5. Beleidsnota Cultuur 2009-2014: Met reden omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering, bij de uitvoering van de beleidsnota Cultuur 2009-2014:

| Motie                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Opvolging – Uitvoering                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9° afstemming te realiseren tussen de bevoegde ministers voor operationele samenwerking en tussen de verschillende Vlaamse spelers op het internationale toneel, zoals Internationaal Vlaanderen, Flanders Investment & Trade (F.I.T.) en Toerisme Vlaanderen voor de informatie-uitwisseling; | De Vlaamse Regering hechtte in 2010 haar goedkeuring aan de oprichting van het managementcomité internationaal cultuurbeleid – culturele diplomatie waarin alle samenwerking van de verschillende Vlaamse spelers op de internationale Bühne op elkaar worden afgestemd en waarin een visie voor een geïntegreerd Vlaams topevenementenbeleid wordt ontwikkeld. |

#### 6. Beleidsnota Onroerend Erfgoed 2009-2014: met reden omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering bij de uitvoering van het beleid inzake het onroerend erfgoed:

| Motie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Opvolging – Uitvoering                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7° de zorg voor het onroerend erfgoed te integreren in de samenleving en zo een maatschappelijke inbedding te stimuleren en daarbij:<br>a) te focussen op hergebruik en herbestemming;<br>b) synergieën te zoeken met andere beleidsvelden (Cultuur, Onderwijs, Toerisme, Ruimtelijke Ordening, Sociale Economie enzovoort); | Het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel is afgetoetst bij de erfgoedsector. Toerisme Vlaanderen en het agentschap Onroerend Erfgoed sloten in 2012 een samenwerkingsovereenkomst. |

## 7. Actualiteitsmotie over het onderzoek van het Rekenhof naar de vier budgettair belangrijkste subsidiestromen in het beleidsveld Toerisme

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering:

| Motie                                                                                                                          | Opvolging – Uitvoering                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1° de aanbevelingen van het Rekenhof in zijn verslag over de subsidiestromen Toerisme ter harte te nemen;                      | Op 21 december 2012 hechtte de Vlaamse Regering haar goedkeuring aan een kaderbesluit voor toerismesubsidies. Op 16 april 2013 heb ik aan het Vlaams parlement geantwoord op de aanbevelingen van het rapport van het Rekenhof van 28 september 2010. |
| 2° hierbij rekening te houden met de beschikbare mensen en middelen binnen dit beleidsdomein;                                  |                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 3° een werkbaar regelgevend kader uit te werken voor alle subsidiestromen in het toerisme;                                     |                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 4° beslissingen die afwijken van voorstellen van de administratie of van adviesraden en dergelijke uitdrukkelijk te motiveren. |                                                                                                                                                                                                                                                       |

## 8. Motie van aanbeveling tot besluit van de in commissie besproken beleidsbrief Toerisme 2010-2011

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering:

| Motie                                                                                                                                                                                                         | Opvolging – Uitvoering                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1° een ‘Strategisch beleidsplan voor het Toerisme in Vlaanderen 2020’ op te stellen;                                                                                                                          | Op 11 oktober 2013 wordt een Staten-Generaal van het toerisme georganiseerd om de uitvoering van het Toerismepact en het strategisch beleidsplan te evalueren.                                                                                                                                                                                        |
| 2° alle impulsprogramma’s binnen Toerisme decretaal te verankeren in een regelgevend kader als antwoord op de opmerkingen van het Rekenhof, en de uitvoering ervan toe te vertrouwen aan Toerisme Vlaanderen; | Op 21 december 2012 hechtte de Vlaamse Regering haar goedkeuring aan een kaderbesluit voor toerismesubsidies.                                                                                                                                                                                                                                         |
| 3° het project ‘100 jaar Groote Oorlog’ verder uit te bouwen en daarbij een visienota over het evenementenbeleid en een transparant toetsings- en financieringskader op te stellen;                           | Zowel op de begroting 2012 als die van 2014 van Toerisme Vlaanderen trek ik 5 miljoen euro uit ter ondersteuning van evenementen die in het kader van de herdenking van WO I in de periode 2014-2015 enerzijds en 2016-2018 anderzijds, georganiseerd worden. Toerisme Vlaanderen en het project-secretariaat ontwikkelden een denken toetsingskader. |
| 4° het huidige kunststedenactieplan om te vormen tot een volwaardig impulsprogramma voor de Vlaamse kunststeden;                                                                                              | Het huidige kunststedenactieplan is in 2012 omgevormd tot een volwaardig impulsprogramma.                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 5° het Steunpunt Vakantieparticipatie verder te ontwikkelen om aan de stijgende vraag tegemoet te komen en een kwalitatieve vakantie-bemiddeling op maat van de doelgroep te kunnen behouden;                 | De ondersteuning van het Rap-op-Stap netwerk, als sociale reisbureau, vormt een aanvulling op het aanbod van Steunpunt Vakantieparticipatie.                                                                                                                                                                                                          |
| 6° in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen de nodige decreetswijzigingen voor te leggen aan het Vlaams Parlement.                                                                        | In het Belgisch Staatsblad van 8 augustus verscheen het decreet van 8 juli 2011 tot wijziging van de verschillende decreten in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen.                                                                                                                                                             |