

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 297
van **CATHY COUDYSER**
datum: 17 november 2014

aan **BEN WEYTS**

VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT, OPENBARE WERKEN, VLAAMSE RAND, TOERISME EN DIERENWELZIJN

Vlaamse kust - Promotie

Het agentschap Toerisme Vlaanderen deelt mee dat een promotiecampagne van 1,6 miljoen euro wordt geschrapt. Het betreft een campagne om onze kustregio te promoten in buurlanden Frankrijk, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Nederland.

De kustregio is een belangrijke toeristische trekpleister en heeft bijgevolg een bijzonder belang voor onze economie. In die zin is het verantwoord om te stellen dat de kustregio een aangepaste ondersteuning verdient. De communicatie van Toerisme Vlaanderen bij het schrappen van bovengenoemde promotiecampagne voorziet echter niet in alternatieven voor de promotie van onze kust in de buurlanden.

1. Wat zijn de alternatieven die voorgesteld worden voor de promotie van de kust? Wat zijn hiervoor de budgetten? Wat zal het rendement hiervan zijn ?
2. Hoe zullen de lokale actoren en stakeholders bij deze projecten worden betrokken?

BEN WEYTS

VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT, OPENBARE WERKEN, VLAAMSE RAND, TOERISME EN DIERENWELZIJN

ANTWOORD

op vraag nr. 297 van 17 november 2014

van **CATHY COUDYSER**

1. De Kust blijft een prominente plaats krijgen in de buitenlandse promotie van Toerisme Vlaanderen. Voor 2015 voorzie ik een budget van minimaal 600.000 euro voor de promotie van de Kust in de buurlanden via de buitenlandkantoren. Daarnaast zal de Kust ook meegenomen worden in de promotie van diverse productlijnen, zoals gastronomie, cultuur en erfgoed, fietsen en kindvriendelijkheid. De concrete promotie-acties, hun kostprijs en hun rendement zullen worden bepaald in een marketingactieplan 2015 voor de Kust dat de komende weken wordt opgesteld door een werkgroep. De werkgroep zal voor elke actie de juiste communicatiemix hanteren, en dit in functie van de doelgroep, markt en boodschap. De werkgroep zal ook in beeld brengen wat de kostprijs is voor de concrete promotie-acties en wat het verwachte rendement is.
2. De werkgroep die het marketingactieplan 2015 voor de Kust zal opstellen, bestaat uit marketingprofessionals van Toerisme Vlaanderen, Westtoer en lokale partners. Zij zullen samen bespreken welke kustspecifieke en thematische promotie-acties met een link naar de Kust worden opgenomen. Ik zal samen met de kustburgemeesters en de West-Vlaamse gedeputeerde van toerisme regelmatig het marketingactieplan opvolgen en evalueren.