

Vraag nr. 158
van 24 juni 2005
van de heer STEFAAN SINTOBIN

Toeristische diensten Brussel – Zichtbaarheid

Uit een onderzoek van Town Center Management blijkt dat minder dan de helft van de toeristen die onze hoofdstad aandoen, de weg vindt naar één van de toeristische diensten. Meer dan de helft van de toeristen moest bekennen de deur van een toeristische dienst niet te hebben gevonden.

Toerisme Vlaanderen (0,8 procent) is bij de toeristen een nobele onbekende.

1. Kent de minister dit onderzoek? Onderschrijft hij de probleemstelling?
2. Welke initiatieven heeft hij terzake reeds genomen?
3. Is er overleg met de andere toeristische diensten? Hoe is dit georganiseerd?

Antwoord

1. Kent de minister dit onderzoek? Onderschrijft hij de probleemstelling?

Ik ken dit onderzoek en onderschrijf de probleemstelling. Het is inderdaad een spijtige vaststelling dat amper 45% van de ondervraagden één van de toeristische infokantoren in Brussel kent.

Volgens dit onderzoek zou amper 0,8 procent het infokantoor van Toerisme Vlaanderen kennen. Nog volgens dit onderzoek kent 2% van de ondervraagden het infokantoor van het OPT (Office de Promotion du Tourisme). Hierbij moet meteen opgemerkt worden dat het in de praktijk om één en hetzelfde kantoor gaat. Toerisme Vlaanderen baat immers samen met het OPT een infokantoor uit, gesitueerd op de Brusselse Grasmarkt, met een informatieaanbod over Brussel, Vlaanderen én Wallonië.

De cijfers wijzigen niets aan de conclusie dat er een probleem is met de 'zichtbaarheid' van het infokantoor, maar roepen wel vragen op bij de methodologie van het onderzoek. Wie het kantoor uitbaat, speelt immers voor de buiten-

landse toerist totaal geen rol. Ik moet opmerken dat er nog wel meer kanttekeningen te maken zijn bij het geciteerde onderzoek. Zo waren de vragenlijsten wel in het Spaans, Frans, Engels en Portugees, maarniet in het Nederlands of het Duits opgesteld.

2. Welke initiatieven heeft hij terzake genomen?

Er schort dus iets aan de zichtbaarheid van de toeristische infokantoren in Brussel. Ik ben me daarvan bewust. Precies daarom evalueert het agentschap Toerisme Vlaanderen de huidige werking van het eigen infokantoor (op de Grasmarkt) met het oog op een herinrichting en herbestemming ervan. In dit verband voerde het agentschap een onderzoek uit, waaruit bleek dat 30% van de respondenten het infokantoor 'per toeval' gevonden heeft. Hieruit blijkt dus eveneens dat er bij de herinrichting van het kantoor werk moet gemaakt worden van de zichtbaarheid en vindbaarheid van het infokantoor.

Toeristisch onthaal is ook een actiepoint op Vlaams niveau. In mijn beleidsnota nam ik het toeristisch onthaal op als een duidelijke en belangrijke beleidslijn (Strategisch Project nr. 6 : 'Ontwikkelen en implementeren van een totaalvisie op het toeristisch onthaal'). De werking van toeristische infokantoren (lokaal, regionaal,...) en de bezoekerscentra moet worden verduidelijkt en een vernieuwde kwalitatieve normering dringt zich op. Daarvoor startte ik, onder coördinatie van het agentschap Toerisme Vlaanderen, een bijzondere werkgroep op, met betrokkenheid van leden uit het werkveld. Cruciaal hierbij is de benadering van het toeristisch onthaal als een totaalconcept. Dit betekent dat ook factoren zoals de bewegwijzering en zichtbaarheid hierin opgenomen worden. Hierbij is overleg met en de coördinatie tussen de diverse bestuursniveaus aangewezen. Ik verwacht dat de werkgroep mij dit najaar de eerste conclusies voorlegt.

3. Is er een overleg met de andere toeristische diensten? Hoe is dit georganiseerd?

Naast de werkgroep waarvan eerder sprake, heeft het agentschap Toerisme Vlaanderen regelmatig overleg met toeristische diensten. Zo is er regelmatig overleg met de kunststeden en de provinciale toeristische federaties. Dit voor-

jaar bracht ik bijvoorbeeld voor het eerst de burgemeesters en schepenen van toerisme van de Vlaamse

Kunststeden (Brussel, Brugge, Antwerpen, Mechelen, Gent en Leuven) samen. Er werd afgesproken dat dit politieke overleg voortaan jaarlijks zal plaatsvinden.