

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 1072
van **CATHY COUDYSER**
datum: 9 mei 2018

aan **BEN WEYTS**

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

Project Vlaamse Meesters - Stand van zaken

Vlaanderen is de bakermat van heel wat Europese kunst en cultuur. Daar mogen we trots op zijn. In zijn beleid reserveert de minister daarom ook veel aandacht voor het in de markt zetten en uitspelen van één van onze sterkste toeristische troeven, de Vlaamse Meesters. Voor de jaren 2018, 2019 en 2020 is een ambitieus programma rond dat thema uitgewerkt, met als doel zo veel mogelijk toeristen uit binnen- en buitenland op de been te brengen.

Het Vlaamse Meesters-project is in de periode 2018-2020 een speerpuntproject voor Toerisme Vlaanderen. Dit project zet zowel in op bestemmingsontwikkeling als op de internationale promotie van deze troeven. Via hefboomprojecten worden initiatieven die binnen dit thema werken met Vlaamse middelen ondersteund. Het gaat om zowel infrastructuurprojecten als om een internationaal wervend evenementenprogramma in de jaren 2018, 2019 en 2020 dat alle hefboomprojecten met elkaar verbindt. Verder is het project Vlaamse Meesters beleidsdomeinoverschrijdend opgevat waarbij linken worden gelegd met toeristische spelers, culturele spelers en private actoren. Om het project Vlaamse Meesters internationaal ruchtbaarheid te geven, werd er tevens ook een groot omvattend marketingplan opgesteld.

Op vlak van marketing worden de krachten gebundeld met het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC). Daar wordt een gemeenschappelijke verhaallijn uitgewerkt over de Vlaamse Meesters en de Nederlandse Gouden Eeuw. Een gezamenlijke 'Old Masters Route' staat ook op de planning.

1. Toerisme Vlaanderen organiseerde een tweede internationale trade workshop & fam trip rond de Vlaamse Meesters in Brussel, met de focus op Bruegel en Van Eyck.

Hoe evalueert Toerisme Vlaanderen deze workshop? Kan de minister hierbij toelichting geven? Worden in de toekomst nog dergelijke internationale trade workshops gepland?

2. 'Flemish Masters on tour' is een samenwerking tussen Toerisme Vlaanderen en het Kunsthistorisch Museum in Wenen.

Kan de minister een overzicht bezorgen van de reeds gerealiseerde en nog geplande initiatieven?

3. In juli 2016 ondertekenden Toerisme Vlaanderen en NBTC Holland Marketing in Den Haag een intentieverklaring voor grensoverschrijdende samenwerking. In dat kader zou een gezamenlijke 'Old Masters'-route doorheen Vlaanderen en Nederland

opgezet worden. In antwoord op mijn schriftelijke vraag nr. 581 van 26 januari 2018 stelde de minister dat het project rond de Old Masters-route wordt geheroriënteerd en dat er gesprekken en onderhandelingen lopende zijn.

Wat is hier de stand van zaken?

4. Om het project Vlaamse Meesters internationaal zo veel mogelijk in de markt te zetten, werd de campagnewebsite www.flemishmasters.com opgezet.

Kan de minister een overzicht bezorgen van de bezoekerscijfers van die website, het bereik en promotie die op de website gevoerd wordt?

5. Toerisme Vlaanderen zou een merchandisinglijn ontwikkelen rond de Vlaamse Meesters en zou daartoe partnerships afsluiten met commerciële partners om zelf met het thema Vlaamse Meesters aan de slag te gaan.

Wat is momenteel de stand van zaken in dezen? Welke partners heeft Toerisme Vlaanderen kunnen aantrekken? Welke producten worden opgenomen in het gamma?

6. In april en mei 2018 organiseert Toerisme Vlaanderen individuele pers- en blogreizen met een preview op het programma 'Antwerp Baroque 2018, Rubens inspireert'.

Kan de minister het concrete verloop en de organisatie van deze pers- en blogreizen toelichten? Zijn andere, gelijkaardige reizen gepland?

7. Ziet de minister mogelijkheden of opportuniteiten om de binnenland- en buitenlandpromotie af te stemmen met de provinciale toeristische diensten?
8. Hoe evalueert de minister de beleidsdomeinoverschrijdende samenwerking zowel op administratief ambtelijk niveau als met het werkveld, en specifiek binnen de beleidsdomeinen toerisme, cultuur en onroerend erfgoed? Kan hij toelichten hoe die samenwerking verloopt ?
9. Kan de minister toelichten hoe projectindieners wiens hefboomproject niet aanvaard werd toch hun steentje kunnen bijdragen aan het welslagen van het project Vlaamse Meesters?
10. Hoe worden design, mode, maar ook hedendaagse kunst precies betrokken in het project Vlaamse Meesters?

BEN WEYTS

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

ANTWOORD

op vraag nr. 1072 van 9 mei 2018

van **CATHY COUDYSER**

1. Toerisme Vlaanderen evalueert deze workshop als gunstig. Zowel de Vlaamse reissector als de buitenlandse touroperators en reisagenten vertonen veel interesse in het thema Vlaamse Meesters. De buitenlandse genodigden kwamen uit Nederland, Duitsland, UK, Centraal-Europa, Spanje, Italië, Zweden, Japan en China.

Op een totaal van 65 trade-contacts zijn er minstens 30 die tot op heden één of meerdere producten rond Vlaamse Meesters in hun programmatie hebben opgenomen. Een tiental touroperators plant dit jaar nog pakketten rond Vlaamse Meesters samen te stellen. Een deel hiervan verkiest om met één of meerdere evenementen uit het Vlaamse Meesters-aanbod hun huidige aanbod te verrijken of er promotie mee te voeren.

De bewerking van de internationale trade gebeurt meestal meerdere jaren voor het evenement. Daarom staan er voorlopig geen gelijkaardige internationale trade workshops in Vlaanderen meer gepland.

2. Als bijlage vindt u een overzicht van alle gerealiseerde en toekomstige initiatieven.
3. De Old Masters-route zal as such niet meer ontwikkeld worden. Er wordt gewerkt aan een alternatief project, waarvoor de onderhandelingen nog steeds lopende zijn.
4. Op 12 januari 2018 werd het 6-talig platform www.flemishmasters.com gelanceerd. De promotie van dit platform gebeurt op de Nederlandse, Franse, Duitse, Britse, Spaanse en Italiaanse markt. De acquisitie geschiedt in verschillende golven en is gericht op de kunst- en cultuurliefhebber, lifestyle en city lovers.

Golf 1: Februari/maart (2 weken)

Golf 2: Maart (2 weken)

Golf 3: Mei (2 weken)

Golf 4: Juni (2 weken)

De eerste golven leverden een bereik op van 6.526.633. Dat leidde tot 87.275 clicks naar de website. Qua benchmark scoren we met deze golven 2% hoger dan de gemiddelde Facebook-campagne.

Het doel is om aandacht te creëren voor Vlaanderen als culturele bestemming op Facebook (awareness). Dit doen we via gerichte "sponsored Facebook-posts" (animaties, video's...)

Het aantal bezoekers lag in die periode gemiddeld op 20.000 per maand.

Bijkomend wenst Toerisme Vlaanderen de juiste bezoeker aan te trekken naar het platform en tot één of meerdere acties verleiden, m.n. het doorklikken naar evenementen, partner-pagina's... (conversie).

De acquisitie-campagne heeft ook een retargeting-luik. De geïnteresseerde bezoeker zal de dagen na het eerste contact en in een volgende golf nogmaals inspirerende

content of een commercieel aanbod rond Vlaamse Meesters in zijn Facebook-tijdslijn zien verschijnen.

5. Toerisme Vlaanderen werkt voor de ontwikkeling van merchandising voor het Vlaamse-Meesters-programma samen met een private partner, BAI. BAI ontwikkelde in opdracht van Toerisme Vlaanderen een collectie artikelen in diverse prijscategorieën.

Ontwerp en productie van de merchandisingartikelen gebeurt door BAI. BAI werkt hiervoor samen met andere producenten. Deze producenten dienen te voldoen aan het criterium van baanbrekend vakmanschap en minstens een deel van hun artikelen dienen een belichaming te zijn van de marketingstrategie van Toerisme Vlaanderen. Voorbeelden van dergelijke producenten zijn Libeco, Duvel-Moortgat, Jules Destrooper, Spaas Kaarsen.

Merchandisingartikelen in het gamma van Vlaamse Meesters variëren van stationery (schriftjes, ansichtkaarten, wenskaarten...), toeristische gadgets (bagagelabel, thema-speelkaarten, herbruikbare tassen, ...), gebruiksvoorwerpen zoals brillendoos, paraplu, magneten, etc., kindvriendelijke producten (tekenplaat, penseel, kleurpotloden,...) tot artikelen waarmee een gastronomische tafel kan gedekt worden in het thema Vlaamse Meesters, bv. een tafelkleed, servetten, koffiekoppen.

Deze merchandisingcollectie wordt door BAI verdeeld in de Flanders Experience Store in Brussel, maar ook in andere vestigingen van BAI en via een reeks verdeelpunten die niet onder hun beheer vallen.

6. Tussen 7 en 28 mei 2018 vonden in totaal 14 individuele pers- en blogreizen plaats in Antwerpen. De journalisten en influencers komen uit Nederland, Frankrijk, Duitsland, UK, Spanje, Italië en US. De internationale genodigden krijgen een individueel programma op maat aangeboden waarbij het accent ligt op de stad Antwerpen en een preview op het programma Antwerpen Barok. De media werden aangeschreven door Toerisme Vlaanderen, de uitwerking van de reizen verloopt in nauwe samenwerking met de stad Antwerpen (Visit Antwerpen en projectpartner Antwerpen Barok).

Op 31 mei ging een internationale persreis door naar aanleiding van de start van het stadsfestival *Antwerpen Barok 2018. Rubens inspireert*. De internationale persreis telde 52 journalisten uit Frankrijk, Duitsland, Italië, Nederland, Italië, Verenigd Koninkrijk, Rusland, Spanje, Israël, Noorwegen, Denemarken en Zweden.

De evaluatie van deze actie en bijhorende resultaten gebeurt in functie van gelijkaardige initiatieven in de toekomst.

7. In functie van de productontwikkeling en de internationale promotie organiseert Toerisme Vlaanderen verschillende werkgroepen en overlegmomenten met de projectpartners, maar ook met de betreffende toeristische diensten. Wat de binnenland-promotie betreft nemen de projectverantwoordelijken zelf het initiatief om onderling en met hun toeristische partners af te stemmen.
8. De stuurgroep voor het project Vlaamse Meesters komt 3 keer per jaar samen om de voortgang van het project te volgen en sturing te geven bij het behalen van de doelstellingen. De samenstelling van deze stuurgroep is zo gekozen om samenwerking over de verschillende beleidsdomeinen zo goed mogelijk te faciliteren. Ook vertegenwoordigers uit de private sector worden uitgenodigd.

Verder is er ook op regelmatige basis overleg over de verschillende projecten op niveau van de betrokken kabinetten alsook tussen de verschillende administraties.

Ook op projectniveau werden telkens een stuur- en werkgroep opgericht met diverse samenstellingen om samenwerking tussen de verschillende partijen te maximaliseren.

Tot slot heeft Toerisme Vlaanderen ook een expertencomité aangesteld dat waakt over de kwaliteit van het programma en de internationale communicatie voor het project. Dit comité is samengesteld uit museumdirecteurs en experts in oude en hedendaagse kunst.

9. Ook projecten die binnen het hefboomprogramma van Toerisme Vlaanderen geen middelen hebben verworven, maar inhoudelijk wel aansluiting vinden op het programma, worden mee opgenomen in de internationale promotie door Toerisme Vlaanderen. Zij worden eveneens uitgenodigd voor de overlegmomenten die Toerisme Vlaanderen organiseert ter afstemming van de productontwikkeling.
10. Het hefboomproject 'Mode 2020: Vlaamse Meesterschap van de Mode' ambieert om het Vlaamse modeverhaal duurzaam te verankeren in het toeristische en recreatieve product van de stad Antwerpen. Het project versterkt het Vlaamse modeverhaal via een permanente tentoonstellingsinfrastructuur met onthaal in het Modemuseum (MoMu) en een gelaagd programma van expo's, events en shopping. Het hele project belicht het Vlaamse meesterschap in de hedendaagse mode.

Er zijn een aantal andere hefboomprojecten, waarin hedendaagse kunst verweven zit, zoals bij Antwerpen Barok (tentoonstelling Luc Tuymans in het M HKA en Barok Burez in het MAS), het Bruegelproject Feast of Fools in Gaasbeek (creaties van hedendaagse kunstenaars) en De Blik van Bruegel in Dilbeek (hedendaagse tentoonstellingen en landschappelijke ingrepen).

BIJLAGE

Overzicht