

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 200
van **KARL VANLOUWE**
datum: 16 december 2019

aan **ZUHAL DEMIR**

VLAAMS MINISTER VAN JUSTITIE EN HANDHAVING, OMGEVING, ENERGIE EN TOERISME

Impulsprogramma toeristische hefboomprojecten - Openlucht tentoonstelling 'De Blik van Bruegel' Dilbeek

Toerisme Vlaanderen lanceerde in 2015 en in 2016 een impulsoproep voor het aanmelden van toeristische hefboomprojecten met betrekking tot drie thema's: Vlaamse Meesters, kernattracties en meetinginfrastructuur. Om in aanmerking te komen voor subsidiëring binnen het impulsprogramma Vlaamse Meesters en kernattracties, werden volgende beoordelingscriteria in acht genomen:

- De projecten moeten een zekere schaalgrootte hebben: het potentieel bezoekersaantal moet in het geval van een permanente infrastructuur minstens 100.000 per jaar zijn, waarvan minstens 30% buitenlandse bezoekers. Evenementenprojecten binnen het impulsprogramma Vlaamse Meesters moeten aantonen dat ze omvangrijk genoeg zijn uitgewerkt en de onderdelen van het thema Vlaamse Meesters met elkaar verbinden doorheen Vlaanderen.
- De projecten moeten een duurzame economische meerwaarde bieden: dankzij het project ontstaat er een duurzaam multiplicatoreffect. Het project leidt tot meer overnachtingen, die op hun beurt extra omzet en extra werkgelegenheid voor een langere periode genereren.
- De projecten moeten kwaliteitsvol zijn: het project moet van topniveau zijn zodat het zich onderscheidt van het bestaande aanbod en een geheel nieuwe toeristische beleving creëert. Daarnaast moet het project ook inspelen op de behoeften en verwachtingen van families.
- De projecten moeten het merk Vlaanderen versterken: het project moet de reputatie die Vlaanderen wereldwijd nastreeft via het internationaal merkbeleid van baanbrekend vakmanschap versterken.
- De projecten moeten internationale aantrekkingskracht hebben: het project biedt een reden om naar Vlaanderen te komen of er langer te verblijven. Het project is daarnaast voldoende afgestemd op de noden van de internationale toerist inzake bereikbaarheid, beleving, gastvrijheid en informatievoorziening.

Toerisme Vlaanderen monitort elk betoelaagd project teneinde zicht te hebben op het hefboomeffect dat de projecten genereren. In het kader van deze monitoring verzamelt het agentschap in samenspraak met de projectpartner informatie over de bezoekers (aantallen, verblijfplaats, type, socio-demografische kenmerken, tevredenheid, motivatie bezoek) en de bedrijfsactiviteiten (omzet zowel qua tickets als verkoop museumshop of producten gelieerd aan tentoonstelling alsook tewerkstelling). Deze informatie wordt gegenereerd aan de hand van analyse van de gegevens in het kassasysteem en

onlineticketingsysteem en via een korte bevraging aan de uitgang in combinatie met een langere bevraging online.

Midden september 2017 maakt toenmalig bevoegd minister Weyts bekend dat hij via Toerisme Vlaanderen bijna 800.000 euro zal investeren in een openluchttentoonstelling rond Bruegel in Dilbeek. Van 7 april 2019 tot 31 oktober 2019 vond in Dilbeek de openluchttentoonstelling rond Bruegel plaats.

1. Hoeveel bezoekers heeft Dilbeek naar aanleiding van deze tentoonstelling mogen ontvangen?

Graag een opsplitsing tussen het aantal nationale en internationale bezoekers (met vermelding van de herkomstlanden indien mogelijk) enerzijds en naargelang het type toerist (recreatieve toerist, zakentoeurist, dag- of verblijfstoeurist) anderzijds.

2. Welke doelstelling heeft de projectindieners zichzelf vooropgesteld inzake na te streven bezoekersaantal (met specifieke doelstelling voor wat het aantal buitenlandse bezoekers betreft)?
3. Is de tentoonstelling erin geslaagd om het in hun businessplan vooropgestelde aantal bezoekers te bereiken (inclusief vooropgesteld aantal internationale bezoekers)?
4. Tot welke economische meerwaarde heeft de Bruegel tentoonstelling concreet geleid? Kan de minister een inschatting geven van de extra overnachtingen, werkgelegenheid en omzet die de tentoonstelling heeft gegenereerd?
5. Hoeveel bezoekers namen deel aan de korte bevraging aan de ingang van het bezoekerspaviljoen ter plaatse evenals aan de langere bevraging via internet na hun bezoek?
6. Hoe hebben de bezoekers de tentoonstelling ervaren? Wat zijn de bevindingen van de families die Dilbeek bezocht hebben rond het familievriendelijke karakter van de Bruegel openluchttentoonstelling?
7. Hoeveel van het totale subsidiebedrag (766.387 euro) werd tot op heden uitbetaald?
8. Achten de minister de hefboomwaarde van deze tentoonstelling bewezen?

ANTWOORD

op vraag nr. 200 van 16 december 2019

van **KARL VANLOUWE**

1. 'De Blik van Bruegel' is een vrij toegankelijk wandelparcours met openluchttentoonstelling. Doordat er geen kassaregistratie of iets gelijkaardigs gehanteerd kon worden, is het niet mogelijk het exact aantal bezoekers te kennen.
2. Op basis van een aantal indicatoren, kunnen we evenwel een zekere minimumschatting maken. Deze indicatoren zijn onder meer
 - telling op één van de instappunten,
 - boekingen en reservaties van de activiteiten.

Zo weten we dat er minstens 35.000 bezoekers geweest zijn.

Daarnaast is er nog een onbekend aantal bezoekers dat vrij de wandeling heeft bezocht, dus zonder een instappunt te bezoeken of buiten de openingsuren van de instappunten. De organisatie schat dat dit minstens 10 000 bezoekers extra zijn.

2020 bezoekers namen deel aan een korte enquête/tevredenheidsmonitoring. Op basis van deze vragenlijst beschikken we over volgende bijkomende informatie over de samenstelling van de bezoekersgroepen.

- 2,5% van de bezoekers die deelnamen aan de enquête, kwam uit het buitenland. De registratie van groepsbezoekers en de verkoop van anderstalige publicaties doet wel vermoeden dat het percentage buitenlandse bezoekers in werkelijkheid iets hoger lag.
- Uit de tevredenheidsmeting weten we ook dat
 - o 92% van de bezoekers voor vakantie/vrije tijd kwamen;
 - o 3% in het kader van een bedrijfsuitstap, congres of meeting en
 - o 4% in het kader van vorming/opleiding.

Volgens dezelfde tevredenheidsmeting waren

- 6% verblijfstoeristen,
- 69% dagtoeristen en
- de overige 25% inwoners en studenten.

3. Het initieel vooropgestelde bezoekersaantal was 78.000 bezoekers, waarvan 29% uit het buitenland. Dit streefcijfer ging ervanuit dat het merendeel van de Bruegel-evenementen in Brussel in het voorjaar van 2019 open zouden gaan.

Later, nadat geweten was dat enkele grote Brusselse trekkers binnen het Bruegelaanbod naar het najaar werden uitgesteld, werd dit aantal bijgesteld naar 45.00 bezoekers.

4. Deze expo ontving minstens 35.000 bezoekers en haalt hiermee 78% van het bijgestelde bezoekersaantal. Hierbij wordt geen rekening gehouden met de schatting van 10 000 extra bezoekers die niet geregistreerd werden. In dat geval wordt het bijgestelde bezoekersaantal wel gehaald.

Het aandeel buitenlandse bezoekers is veel lager dan 29%.

5. Er is nog geen Return On Investment (ROI)-rapport gemaakt voor deze expo. Dit zal in het voorjaar 2020 opgemaakt worden op basis van de bedrijfsomzet en tewerkstelling van de duur van het evenement.
6. Er werd een vrijwillige tevredenheidsbevraging uitgevoerd bij de bezoekers. Hieraan namen 202 bezoekers deel. De langere bevraging via internet gebeurt enkel bij permanent aanbod.
7. De tevredenheid van de bezoekers meten we op basis van de NPS (Net Promoter Score) score met het antwoord op de vraag of ze de expo zouden aanbevelen aan vrienden, familie of kennissen. Hierbij wordt het percentage 'detractors' (wie de score 0-6 geeft) afgetrokken van het percentage 'promoters' (wie score 9 en 10 geeft).

Deze expo haalt een NPS-score van 57. Dit wil zeggen dat het aandeel promoters (65%) veel groter is dan het aandeel detractors (8%). 20% van de bezoekers geeft ook een score 8. De vooropgestelde doelstelling m.b.t. de klantentevredenheid van de hefboomprojecten is het behalen van een NPS van minstens 20.

Families met kinderen maken 14% van de bevraagde bezoekers uit. Zij geven een NPS-score van 39 op de vraag of ze deze expo specifiek aan families met kinderen zouden aanraden. In het kader van de hefboomprojecten streven we naar een NPS van minimum 10 voor familievriendelijkheid.

8. Tot op heden werd enkel het voorschot van 30%, namelijk 229.916 euro uitbetaald.
9. Het ROI-rapport voor dit project wordt opgemaakt in 2020, dus kunnen er nu nog geen algemene conclusies getrokken worden.

Het bezoekersaantal is lager dan oorspronkelijk vooropgesteld, maar deze verwachting was gebaseerd op de wisselwerking met de Bruegel-evenementen in het naburige Brussel. Ze werd bijgesteld toen duidelijk werd dat een enkele grote Brusselse trekkers binnen het Bruegelaanbod naar het najaar werden uitgesteld. Het aandeel van de buitenlandse bezoekers is zeer laag. De tevredenheidsscores daarentegen zijn zeer goed.

Wel maakte de gemeente Dilbeek zelf al een eerste analyse:

Dit project had onder meer als doelstelling 'Dilbeek zet zich als cultuur-toeristische trekpleister op de kaart met Bruegel als icoon'. De gemeente Dilbeek ziet deze doelstelling als geslaagd. De belangstelling voor Bruegel en Dilbeek is gegroeid en het bijgestelde beoogde resultaat qua bezoekersaantal is gehaald.

De binnenlandse media heeft veel aandacht besteed aan het project, met onder meer een uitgebreid artikel en een vermelding als 'must see in 2019' in De Standaard. Ook internationale pers pikte het project op.

Het project heeft volgens de gemeente Dilbeek de beeldvorming rond Bruegel positief beïnvloed, door de relevantie van Bruegel voor de hedendaagse kunst en zeer actuele maatschappelijke problematieken voor het voetlicht te brengen. Het project heeft bovendien een geheel nieuwe dynamiek teweeggebracht in de regio. Volgende website geeft een goed beeld van de veelheid aan initiatieven: <http://bruegel2019.be/bruegel-leeft/>

Positief voor de uitstraling van de gemeente zijn de vier artistiek-landschappelijke interventies die permanent zijn en die ook na het Bruegeljaar vrij te bezoeken zullen zijn, en het feit dat er naast de reeds bestaande meer traditionele link van Bruegel en het landschap, een hedendaagse component aan werd toegevoegd.

Persoonlijk meen ik – op basis van de voorlopig beschikbare gegevens – dat dit project een originele manier was om naast Brussel en de kunststeden ook het Pajottenland als "Bruegelbestemming" in de kijker te zetten. Weliswaar lijkt de impact vooral bij de

binnenlandse bezoekers te liggen, maar het heeft geleid tot een versterking van het toeristische imago van het Pajottenland. Bovendien zullen een aantal installaties permanent opgesteld blijven, en is er dus een zekere blijvende return.