

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 377

van **CATHY COUDYSER**

datum: 17 februari 2020

aan **ZUHAL DEMIR**

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

Toerisme Vlaanderen - Heroriëntering promotiebeleid als gevolg van het coronavirus

Ter zitting van de commissie Toerisme van 4 februari jl. stelde de minister dat de economische impact van het coronavirus voor het toerisme in Vlaanderen op dit moment al bij al beperkt is. Ze gaf evenwel aan dat enkel de aanbieders die zich voornamelijk op de Chinese markt hebben gespecialiseerd misschien (al) enig effect kunnen ondervinden.

Daarnaast deelde de minister mee dat Toerisme Vlaanderen de beschikbare middelen voor de Chinese markt heeft geheroriënteerd naar andere herkomstlanden. Op die manier wil het agentschap trachten om buitenlandse toeristen die initieel van plan waren om naar China te reizen eventueel naar Vlaanderen aan te trekken. Op die manier kan de daling van het aantal Chinese bezoekers deels gecompenseerd worden.

1. Kan de minister een opsomming geven van de Vlaamse toeristische aanbieders die zich gespecialiseerd hebben op de Chinese markt?
2. Heeft de minister zicht op de impact die deze aanbieders tot op heden ondervonden hebben als gevolg van de uitbraak van het coronavirus?
3. In hoeveel middelen voorziet Toerisme Vlaanderen normaal voor promotie van Vlaanderen als toeristische bestemming op de Chinese markt?
4. Kan de minister verduidelijken naar welke andere landen en hoe deze middelen over deze landen specifiek zijn geheroriënteerd? Welke bijkomende acties zullen met deze bijkomende middelen worden opgezet om toeristen uit deze andere herkomstlanden naar Vlaanderen te lokken?

ANTWOORD

op vraag nr. 377 van 17 februari 2020

van **CATHY COUDYSER**

1. Toerisme Vlaanderen kan geen exhaustieve lijst bezorgen van Vlaamse toeristische aanbieders gespecialiseerd op de Chinese markt.

Toerisme Vlaanderen is wél in contact met Vlaamse en Brusselse aanbieders die interesse hebben om deel te nemen aan activiteiten in Azië, waaronder China. Het gaat om hotels, attracties, incomings en groepsrestaurants. Het agentschap organiseert gemiddeld 1 keer per jaar een handelszending naar Azië. In 2019 ging die naar Korea en Japan, in 2018 naar China. Partners krijgen daar de kans om specifiek geselecteerde touroperators en andere contacten uit de reisindustrie te ontmoeten met als doel deals te sluiten en dus voor economische return te zoeken. Er is bij partners altijd veel interesse om hieraan deel te nemen.

2. Er is nog geen exacte impactmeting gemaakt voor dit segment. Aanbieders die grotendeels mikken op bezoekers uit Azië, en meer bepaald China, voelen natuurlijk al een grote impact gezien groepsreizen naar het buitenland verboden zijn en heel wat luchtvaartmaatschappijen hun vluchten opgeschort hebben.

De nieuwe aanvragen en boekingen zijn grotendeels stilgevallen. Een aantal individuele reizen gaat wel door en wordt met voorzichtigheid behandeld. De nieuwe reguliere aanvragen zijn voorlopig stilgevallen, de paar lopende aanvragen (veel FIT) gaan door en worden met voorzichtigheid behandeld.

3. Toerisme Vlaanderen heeft voor 2020 290.000EUR voorzien voor de promotie van Vlaanderen in China.

Ik wens hierbij te nuanceren dat dit bedrag ook een aantal vaste kosten bevat waartoe Toerisme Vlaanderen zich contractueel verbonden heeft.

4. Van het totale budget voor Azië, werd na aftrek van de vaste kosten en reeds vastgelegde uitgaven, het saldo (275.000EUR) verschoven naar promotie in Europa en meer bepaald in onze buurlanden. Nederlanders, Duitsers, Fransen en Britten vertegenwoordigen 60% van de buitenlandse bezoekers in Vlaanderen.

Op het moment dat deze beslissing genomen werd, waren immers quasi uitsluitend de Aziatische herkomstmarkten getroffen door het coronavirus. Deze Aziatische herkomstmarkten vertegenwoordigen "slechts" 1,5% van de totale bezoekersstroom naar Vlaanderen. In die optiek had het zin om de sterke daling van deze bezoekersstroom te proberen compenseren door een kleine stijging van de veel grotere bezoekersstroom vanuit de buurlanden. In het licht van de recente evolutie van deze crisis, zal deze aanpak mogelijk herbekeken worden.

Toerisme Vlaanderen onderzoekt nu welke soort acties het meeste impact zouden hebben. De juiste timing hangt af van de evolutie van de Covid-19 virus in de buurlanden en in België.

Om een efficiënte inzet van de promotiemiddelen mogelijk te maken, zal via de begrotingsaanpassing gevraagd worden om de voor 2020 voorziene middelen ook deels in 2021 te mogen inzetten.

We zullen sowieso bijkomende acties opzetten rond thema's waar we dit jaar op actief zijn, waaronder Van Eyck en Ensor, die de culturele meerwaardezoekers sterk aanspreken.

Daarnaast onderzoekt Toerisme Vlaanderen of het acties kan ondernemen met Vlaamse partners.