

**SCHRIFTELIJKE VRAAG**

nr. 257

van **JORIS NACHTERGAELE**

datum: 19 november 2020

---

aan **ZUHAL DEMIR**

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

---

*Vlaanderen als wielerbesteding - Promotie*

In haar beleids- en begrotingstoelichting (BBT) Toerisme 2021 stelt de minister dat Vlaanderen de amateurwielrenner de kans wil geven om, gelijk waar ter wereld, op de smarttrainer de hellingen van Vlaanderen te beleven. Samen met de investering in eigen kanalen zoals 'Cycling in Flanders' moet het de koersgemeenschap blijven inspireren en aantrekken. Daarom wordt er ook sterk ingezet op mediapartnerships.

Gezien de toegenomen populariteit van de online wielplatforms tijdens de coronacrisis is het initiatief rond de smarttrainer heel lovenswaardig te noemen. Hiermee kan de minister een jonger en internationaal publiek aanspreken dat in de toekomst, na de coronacrisis, dan ook in het echt kan komen kennismaken met de Vlaamse hellingen.

1. Kan de minister meer toelichting geven bij de plannen rond het smarttrainerinitiatief? Hoe concreet zijn deze plannen en welke vorm nemen ze aan?
2. Heeft de minister al meer zicht op de invulling van de eigen kanalen van 'Cycling in Flanders' in 2021? Waar zal de focus komen te liggen bij deze kanalen?
3. Kan de minister meer toelichting geven bij de mediapartnerships rond het versterken van Vlaanderen als wielerbesteding? Hoe worden ze geselecteerd en wat is de stand van zaken?
4. Hoeveel geld maakt de minister vrij voor het smarttrainerinitiatief en voor het versterken van Vlaanderen als wielerbesteding via de kanalen van 'Cycling in Flanders' in 2021?

**ANTWOORD**

op vraag nr. 257 van 19 november 2020

van **JORIS NACHTERGAELE**

---

1. De actieve virtuele beleving van reële wielervedparcoursen wordt de komende jaren alleen maar belangrijker. In huidige corona-tijden is dit duidelijk gebleken. De virtuele Ronde van Vlaanderen van Flanders Classics was een eerste stap hierin en bleek een internationaal succes. Het parcours en de omgeving zagen er wel eerder Spaans uit doordat samengewerkt is met een Spaanse partner, namelijk Bkool. Ook de korte termijn waarin dit initiatief op poten werd gezet, noopte de samenwerking met bestaande platformen.

Toerisme Vlaanderen heeft de volgende ambities binnen deze nieuwe tak van het wielrennen:

- a) de bestemming Vlaanderen en zijn kasseihellingen beschikbaar maken op de belangrijkste virtuele platformen zoals Zwift, GTR, ...
- b) (co-)organiseren/sponsoren (in samenwerking met nog te definiëren partners) van virtuele races voor amateurs
- c) Aantrekken en hosten van e-race events in Vlaanderen. Een voorbeeld kan het WK e-wielrennen zijn, maar dit kunnen ook kleinere events zijn.

Momenteel zijn de plannen nog in een opstartfase. Zo zijn er al verkennende gesprekken geweest met enkele aanbieders in deze sector om de mogelijkheden te kennen en een budgetten te kunnen inschatten. Enkele kleinschalige initiatieven werden al gelanceerd of zijn nog lopende, bijvoorbeeld de wekelijkse e-race op Zwift 'Flanders vs. Yorkshire' in samenwerking met volgende partners: Cycling Vlaanderen, Cycling in Flanders, Visit Flanders, Dirty Wknd, All Things Ride, Visit Yorkshire.

2. Onder de noemer 'Cycling in Flanders' communiceert Toerisme Vlaanderen rechtstreeks naar de internationale community van wielervedfanatics. Er is een website: [www.cyclinginlanders.cc](http://www.cyclinginlanders.cc) met bijhorende social media kanalen (instagram, facebook, Strava club). Op deze kanalen versterken we verder de reputatie van Vlaanderen als wielervedbestemming bij de internationale doelgroep en willen we top-of-mind blijven.

Met de lancering van de Flandrien Challenge verhogen we het engagement bij de community.

Ook het aankomende wereldkampioenschap wielrennen Flanders 2021 zal extra aandacht krijgen op deze kanalen.

Daarnaast blijven we natuurlijk ons vast aanbod in de vitrine zetten, denk maar aan events, routes, musea en belevingscentra en onze typische kasseihellingen.

3. Toerisme Vlaanderen organiseert perstrips om buitenlandse journalisten onze wielervedcultuur te laten beleven. Dit resulteert in artikels zowel in print als online, video en social media exposure. Ook verspreiden we nieuwsbrieven naar deze kanalen.

Daarnaast werken we via campagnes samen met specifiek geselecteerde mediapartners in het buitenland om onze boodschap te verspreiden. Momenteel loopt zo'n campagne in het kader van de lancering van de Flandrien Challenge in 9 markten: UK, NL, ES, FR, US, IT, DE, SCAN, AU.

4. De budgetoefening voor 2021 moet nog gebeuren. Deze hangt voor een groot deel ook af van de evolutie van de coronacrisis, en daaruitvolgend de opportuniteiten/noden op vlak van promotie.