

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 916
van **CATHY COUDYSER**
datum: 22 april 2021

aan **ZUHAL DEMIR**

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

Toerisme Vlaanderen - Promotionele acties WK Wielrennen

Tijdens de coronavoortgangsrapportage in de commissievergadering van 23 februari verduidelijkte de minister dat het agentschap Vlaanderen als bestemming internationaal bij de juiste doelgroepen onder de aandacht blijft brengen. Mijlpalen zoals het WK Wielrennen zouden in de kijker worden gezet. De communicatieve acties worden aangepast naargelang de geldende maatregelen, en kunnen variëren van lokale acties in relevante markten tot internationale acties in Vlaanderen, online of offline.

Kan de minister een oplijsting geven van de variatie aan promotionele acties die naargelang de geldende maatregelen klaarliggen om ingezet te worden voor (inter)nationale promotie van het WK Wielrennen de komende weken/maanden?

ANTWOORD

op vraag nr. 916 van 22 april 2021
van **CATHY COUDYSER**

Momenteel wordt de laatste hand gelegd aan de uitwerking van de (inter)nationale communicatie -en activatiestrategie vanuit het lokaal organisatiecomité (LOC), in nauwe samenwerking met de internationale wielervederatie UCI, Toerisme Vlaanderen en Sport Vlaanderen, de 4 gaststeden (Knokke-Heist, Brugge, Antwerpen en Leuven) en andere stakeholders (WK-dorpen, Belgian Cycling, Cycling Vlaanderen, de provincies en de partners van het LOC).

De doelstellingen inzake de nationale campagne zijn maximale bekendmaking van het evenement, betrokkenheid creëren bij bewoners en het wielrennen en fietsen promoten in de brede zin. Internationaal willen we door middel van het WK wielrennen Vlaanderen promoten als bucket-list wielervedstemming en het merk Vlaanderen wereldwijd op de kaart plaatsen. En uiteraard hopen we ook een groot aantal internationale bezoekers te mogen aantrekken, dit afhankelijk van de verdere COVID-restricties.

De communicatie en activatieacties zijn ingedeeld in 6 fasen, ingedeeld over een promotieperiode van een jaar. De juiste instrumenten, kanalen en activiteiten worden de komende weken verder vastgelegd, maar onderstaand reeds een voorproefje. Dit uiteraard afhankelijk van (eventuele) verdere COVID-restricties.

1. Launch: september 2020 tot en met februari 2021

Tijdens de 1^{ste} communicatiefase werd het evenement aangekondigd (18 en 19 september), de vrijwilligerscampagne gelanceerd en de campagne opgestart rond de 100^{ste} verjaardag van het WK. De website werd gelanceerd (www.flanders2021.com) en de social media campagne opgestart.

Het WK werd tevens toegelicht op het Flanders Travel Forum voor de internationale reisindustrie (9 en 10 februari).

2. The Classics: maart tot en met mei 2021

In deze fase wordt de communicatie uitgebreid, gekoppeld aan de voorjaarsklassiekers, met verdere focus op de 100^{ste} verjaardag, Vlaanderen als (wielerved en fiets)bestemming en de lancering van de activatiecampagne (voortraject) en vrijwilligerscampagne.

Activaties (onder voorbehoud): promotie tijdens de voorjaarsklassiekers, campagne i.s.m. Kom op tegen Kanker (Gelijk nen Echte), WK-expobus (Koersbus) en acties onderwijs (educatiebundel en project 'Wielergekste school')

Toerisme Vlaanderen zette bovendien een ludieke social mediacampagne op over de Vlaamse kasseihelling (van 1 tot 8 april), met een bereik van bijna 5 miljoen mensen.

3. 100 dagen: juni en juli 2021

Officiële countdown naar de 100^{ste} verjaardag van het WK met grote activatie en PR-actie (10 juni – 100 dagen voor start van het WK). In deze fase wordt de activatie opgevoerd met roadshows gedurende de ganse zomer (promokaravaan doorheen Vlaanderen met informatie over het WK en leuke animatie) en start van de activatieacties in de gaststeden.

4. 1 maand: augustus 2021

De communicatie wordt meer en meer gefocust op het evenement en het randprogramma en de acties inzake duurzaamheid, mobiliteit en innovatie. De roadshows lopen door, citydressing wordt opgestart in de gaststeden en het scholenproject wordt opgezet in september. Onder voorbehoud wordt een 100Y expo (foto expo) onderzocht.

5. Kampioenschappen: september met WK van 19 tot en met 26 september 2021

Focus op de praktische info over het evenement en het randprogramma. In de gaststeden (en ruimere regio) worden toertochten (Cyclo's) georganiseerd en een ruim programma van activatieacties opgezet.

6. Legacy: communicatie/acties na afloop van het evenement vanaf oktober
Communicatie en acties na afloop van het evenement, met focus op acties/legacy inzake fietsbeleid, duurzaamheid en innovatie.

Internationaal worden naast de brede mediacampagne van de lokale organisator en de campagne in kader van de 100^{ste} verjaardag van UCI (verdere info te verkrijgen) onderstaande acties uitgewerkt door Toerisme Vlaanderen:

- Persbewerking: individuele persreizen voor niche wielermidia wereldwijd met programma's rond het WK op maat (juni-september)
- Activatiecampagne "Ride like a World Champion" (juni-augustus)
- Always On communicatie op eigen kanalen met www.cyclinginlanders.cc als up-to-date gids en hoofdmerk. Brand activatie en storytelling via Cycling in Flanders INSTAGRAM (en Facebook).