



**Vlaanderen**  
is toerisme



# DUURZAAMHEIDSPAN

TOERISMEVLAANDEREN

## INHOUDSOPGAVE

1	Waarom een duurzaamheidsplan?.....	3
2	Duurzaamheidsaspecten voor de bestemming.....	8
2.1	Inclusiviteit en toegankelijkheid.....	8
2.2	Transport.....	9
2.3	Communicatie en toegang tot informatie.....	10
2.4	Ecologische duurzaamheid van toeristisch aanbod en evenementen.....	11
2.5	Leefbaarheid.....	14
2.6	Uitstoot van broeikasgassen.....	15
2.7	Duurzaamheidsaspecten voor de bestemming vanaf 2024.....	16
3	Duurzaamheidsaspecten voor de interne werking.....	19
3.1	Afvalbeheer en gebruik van grondstoffen.....	19
3.2	Water.....	20
3.3	Energieverbruik.....	20
3.4	Groene producten en diensten.....	21
3.5	Ecologisch duurzaam personeelsbeleid.....	22
4	De implementatie van het duurzaamheidsplan.....	23
4.1	Duurzaamheidscoördinator.....	23
4.2	Coördinatieteam.....	24
4.3	Structurele uitwerking binnen Toerisme Vlaanderen.....	24

# 1 WAAROM EEN DUURZAAMHEIDSPAN?

Toerisme Vlaanderen heeft met Reizen naar Morgen een ambitieuze toekomstvisie, waarbij we toerisme inzetten als een middel om bij te dragen aan een florerende bestemming Vlaanderen. Duurzaamheid in al zijn dimensies maakt integraal deel uit van dit denkbeeld maar is binnen toerisme een complex gegeven. Daarom heeft Toerisme Vlaanderen gekozen om de reis aan te vatten en een duurzaamheidsplan uit te schrijven dat rekening houdt met de impact die toerisme heeft op de bewoners, de bezoekers, de plek en de ondernemers.

Dit plan vormt de basis om een gestructureerde werking rond duurzaamheid uit te bouwen, zowel voor onze bestemming als onze eigen interne organisatie, waarbij we voortbouwen op bestaande acties en ook nieuwe stappen zetten. We willen niet enkel onze sector en bestemming ondersteunen om toekomstige uitdagingen aan te gaan. We zijn ervan overtuigd dat we ook binnen onze eigen interne werking een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan het verlagen van onze impact op de omgeving.

Inzichten in draagkracht en duurzaamheid evolueren snel. Ons duurzaamheidsplan is daarom vooral het startpunt van een dynamisch traject dat zich steeds verder zal ontwikkelen. Deze eerste oefening geeft Toerisme Vlaanderen een overzicht van bestaande sterkten die ingezet kunnen worden, de zogenaamde inside-out benadering, en levert volgende bouwstenen op:

- Een overzicht van aspecten rond duurzaamheid waar Toerisme Vlaanderen met zijn activiteiten een impact op heeft, zowel op niveau van onze bestemming als onze eigen organisatie.
- Een lange termijn ambitie, een set van doelstellingen en een overzicht van acties om deze ambitie te helpen vervullen.

Dit plan werd als project uitgeschreven door een kernteam van medewerkers uit de hubs kwaliteit en kenniscentrum. Samen met adviesbureau Sustenuto werd vanaf juni 2021 een werkwijze uitgedacht om tot dit plan te komen. De eerste actie was het opzetten van een werkgroep waarin volgende hubs en thema's vertegenwoordigd zijn.

### Niveau bestemming

- Thema expertise Congressen en Events
- Thema Expertise Fietsland, Culinair, Erfgoed en Natuur
- Thema expertise Iedereen Verdient Vakantie
- Themamanagement
- Beleid en Strategie
- Ontwikkelingsinstrumenten
- Marketing Tactics
- Netwerkverbinding
- Partnerships
- Kwaliteit
- Logies
- Kenniscentrum
- Organisatiemanagement

### Niveau eigen organisatie

- Vastgoed
- Facilitair Bedrijf
- Facility
- Mens en Organisatie

Naast deze groep worden ook andere hubs zoals Administratie, Beeld & Design,... verder geconsulteerd bij het effectief uitwerken van de acties.

Om tot een gedragen plan te komen waar de hele organisatie mee aan de slag kan worden volgende stappen gezet.

### AUGUSTUS – SEPTEMBER 2021

- Start interviews directie
- 2 workshops ter plaatse en tweede survey met werkgroep om aspecten verder uit te kiezen en te rangschikken.

### JANUARI – MAART 2022

- Bepalen van de ambitie per aspect
- In kaart brengen indicatoren
- Directie kiest een scenario voor de uitwerking van aspecten in de volgende jaren.

### MEI 2022

- Finalisering duurzaamheidsplan
- Opstellen aanbevelingen governance

### JUNI – JULI 2021

- Opzetten van een werkgroep waarin 17 hubs en thema's vertegenwoordigd zijn.
- Opzetten van survey om duurzaamheidsaspecten te detecteren.
- Analyse van duurzaamheidsplannen van Europese bestemmingen en partners
- Analyse van aspecten binnen GDS-Index, Bestemmingsbarometer, Flora et Labora.

### OKTOBER –DECEMBER 2021

- Online workshops met werkgroepleden en hubs (bestemming) om aspecten verder uit te diepen
- Opstart oefening met hubs rond interne werking
- Besprekingen aligneren duurzaamheid en huidige strategie samen met hub beleid

### APRIL 2022

- Bevraging naar bestaande, geplande en mogelijke acties per aspect bij themaverantwoordelijken en hubcoaches
- Bepalen SMART doelen en acties per aspect

De start van het traject bestond uit het detecteren van duurzaamheidsaspecten. Dit zijn factoren waar Toerisme Vlaanderen een impact op heeft, zowel op extern als intern gebied. Op basis van de input van werkgroep en directie, de strategie en visie van Toerisme Vlaanderen, de bestemmingsbarometer, de Global Destination Sustainability Index en de duurzaamheidsplannen van vergelijkbare bestemmingen werd een lijst van een 20-tal duurzaamheidsaspecten opgesteld. De werkgroep en de collega's binnen de thema's kozen daaruit voor het niveau van de bestemming 16 aspecten uit om als organisatie in de komende jaren op te werken:

1. Inclusiviteit en toegankelijkheid
2. Transport
3. Communicatie en toegang tot informatie
4. Groene producten en diensten
5. Leefbaarheid
6. Duurzaamheid van toeristisch aanbod en evenementen
7. Uitstoot van broeikasgassen
8. Economie en tewerkstelling
9. Overtoerisme
10. Afvalbeheer
11. Aanbod van accommodatie
12. Persoonlijke veiligheid
13. Kwaliteit van de natuurlijke omgeving
14. Voorzieningen
15. Gebruik van grondstoffen
16. Gezondheid en welbevinden

In een laatste fase werd besloten de aspecten 'groene producten en diensten' en 'duurzaamheid van toeristisch aanbod en evenementen' samen te voegen door de grote overlap tussen beide.

Uit de oefening omtrent onze eigen werking werden 6 aspecten naar voor geschoven:

1. Groene producten en diensten
2. Afvalbeheer
3. Gebruik van grondstoffen
4. Water
5. Energieverbruik
6. Ecologisch duurzaam personeelsbeleid

Eveneens in de laatste fase werd gekozen om 'gebruik van grondstoffen' en 'afvalbeheer' te clusteren omwille van hun onderlinge samenhang.

Eens gekozen, werden voor elk aspect indicatoren gezocht door het kernteam die aansluiten op elke ambitie en die het mogelijk maken om een baseline te bepalen en vooruitgang te meten.

Met het oog op de uitwerking van een actieplan werd begin 2022 door de directie van Toerisme Vlaanderen een scenario gekozen. Voor de bestemming werd beslist eerst aan de slag te gaan met de eerste zeven aspecten van de lijst. In 2024 wordt een actieplan uitgeschreven voor de andere aspecten. De prioriteiten werden vooral gekozen op basis van de reikwijdte binnen de organisatie

om er meteen mee aan de slag te gaan. Ook werd de beschikbaarheid van indicatoren om doelstellingen op te volgen mee in acht genomen.

Voor het interne gedeelte wordt er meteen op alle aspecten ingezet. Deze zijn vaak onderling verbonden en van die aard dat er makkelijk acties kunnen worden opgezet.

Nadat het overzicht van aspecten, ambities en mogelijke indicatoren gecreëerd werd, ontvingen hubcoaches en themaverantwoordelijken de vraag om per aspect alle bestaande, geplande en gewenste acties door te geven aan het kernteam.

Samen met Sustenuto zette het kernteam uiteindelijk alle beschikbare informatie om in SMART geformuleerde doelstellingen en hun voornaamste acties. Eventuele hiaten werden opgevuld en er werd gezorgd dat ambities, doelen en acties steeds aansluiting vonden op elkaar. De doelstellingen kwamen tot stand op verschillende manieren:

- *Er was al een doelstelling beschikbaar*, ontwikkeld door een ander overheidsorgaan zoals de Vlaamse Overheid, het Facilitair Bedrijf, European Green Deal,... Ook de bestaande duurzaamheidsplannen van andere bestemmingen dienden als inspiratie.
- *Er was een grens bepaald op basis van wetenschappelijk onderzoek*; Het gaat hier om de doelstellingen gelinkt aan de Bestemmingsbarometer.
- *Er is een doel vastgesteld op basis van evolutie, vastgesteld door onderzoek*. Dit is vooral het geval bij aspecten zoals Transport.
- *Er is een doelstelling bepaald door de hubs en thema's* (vb. kwaliteit, Iedereen Verdient Vakantie, logies, Congressen en Events)

### Hoe lees je dit document?

In dit plan worden alle aspecten voorgesteld, eerst op niveau bestemming en daarna op intern niveau. Je leest welke ambitie Toerisme Vlaanderen heeft vooropgesteld, welke doelstellingen men wil behalen en welke acties daaraan zijn verbonden. Bekijk de ambitie als een droombeeld voor onze bestemming, een streefbeeld op een *lange termijn*.

De *doelstellingen* zijn generiek voor onze organisatie. Elke hub kan er zijn steentje aan bijdragen. De doelstellingen hebben 2030 als horizon, dezelfde als die van de Sustainable Development Goals. Waar mogelijk wordt een tussentijds doel vooropgesteld. Ook de aspecten waarvoor in 2024 een actieplan wordt ontwikkeld worden al kort beschreven.

Achter dit plan schuilen nog meer indicatoren die niet opgenomen zijn als concreet doel maar die wel worden opgevolgd omdat ze verbonden zijn aan acties.

Na dit overzicht volgen de *aanbevelingen* rond de *implementatie* van dit plan. Doelstellingen halen en acties uitvoeren vraagt om een gecoördineerde, veelzijdige en geëngageerde aanpak. In het laatste deel lees je hoe we dit best aanpakken.

Dit plan is dus niet het einde, wel het begin van een bewust traject. Het zal ons helpen de komende jaren de lat hoger te leggen en nog verder te kijken dan enkel onze eigen werking. De SDG's zijn een essentiële ruggensteun waar we verder op willen aansluiten in de toekomst.

## 2 DUURZAAMHEIDASPECTEN VOOR DE BESTEMMING

### 2.1 Inclusiviteit en toegankelijkheid

#### Ambitie

*“Bezoekers voelen zich als gast welkom, worden hartelijk ontvangen en hebben betekenisvolle ontmoetingen met bewoners en andere bezoekers, ongeacht leeftijd, gender, religie, geaardheid, herkomst....”*

*Bezoekers en bewoners beleven op een betaalbare, toegankelijke manier ons volledige toeristische aanbod, met oog voor jongeren, families, mensen met een beperking, minderheden, kansarmen en anderstaligen.”*

#### Doelstellingen

- Het aandeel erkende logies met een A of A+ label is gestegen met 25% tegen 2030 en 5% tegen 2024, tegenover 2021.
- Alle kerncongreslocaties<sup>1</sup> binnen de congressteden en de congreslocaties die door Toerisme Vlaanderen gefinancierd worden, hebben tegen 2030 het M-label.
- Alle congreslocaties binnen de koepels Flanders Heritage Venues en Special Meeting venues doorlopen tegen 2030 een toegankelijkheidstraject met het oog op maximalisering van de toegankelijkheid.
- De tevredenheidsscore van internationale verblijfstoeristen over gastvrijheid van de lokale bevolking in de kunststeden, de regio's en de kust bedraagt minstens 200 (in de Travelsat statistieken, momenteel 170).

---

<sup>1</sup> BMCC Brugge, Corda Campus, FMCCA, Gent ICC, Kursaal Oostende, Thor Central



## Acties

- 2.1.1 **Toegankelijkheid** wordt steeds als **basisvoorwaarde**<sup>2</sup> opgenomen in alle subsidiedossiers, projecten, kwaliteitstrajecten en concessie overeenkomsten.
- 2.1.2 We vervolledigen ons **plan** voor **gastvrijheid** en **lokaal ambassadeurschap**.
- 2.1.3 Via de **logiessubsidies** blijven we **investeringen** in **toegankelijkheid** in toeristische logies stimuleren. We onderzoeken ook of Toerisme Vlaanderen opnieuw toegankelijke investeringen in jeugdverblijven kan ondersteunen.
- 2.1.4 We denken thema overschrijdend na hoe we bepaalde **doelgroepen** beter kennis laten maken met het **toeristische aanbod** van Vlaanderen en hoe we **toegankelijkheidsinformatie** beter ontsluiten.
- 2.1.5 Het begeleidingstraject rond toegankelijkheid van congreslocaties wordt verdergezet en uitgebreid.
- 2.1.6 We ontwikkelen een methode om de **tevredenheid over de gastvrijheid van de lokale bevolking** in de regio's en aan de kust te achterhalen.
- 2.1.7 We organiseren binnen ons netwerk 'Iedereen Verdient Vakantie' jaarlijks **5 ontmoetingen** rond het thema laagdrempeligheid.

## 2.2 Transport

### Ambitie

*“Bezoekers bereiken en bezoeken Vlaanderen en alle toeristische locaties vlot, veilig, comfortabel, efficiënt, via duurzaam vervoer en zonder overlast te veroorzaken in de omgeving.*

*Een groot aanbod aan naadloos op elkaar aansluitende energievriendelijke transportmiddelen gespreid in ruimte en tijd staat ter beschikking van bezoekers, waarbij rekening wordt gehouden met de noden en drempels van zij die deze middelen gebruiken.”*

### Doelstellingen

- De tevredenheidsscore van internationale verblijfstoeristen over openbaar vervoer in de kunststeden, de regio's en de kust bedraagt minstens 200 (in de Travelsat statistieken, momenteel 164).
- Het aandeel verblijfstoeristen in de kunststeden dat met wagen (momenteel 46%) en trein (gewone trein + HST, momenteel 41%) komt is omgekeerd tegen 2030.

---

<sup>2</sup> Aan het einde van een subsidieproject dient men te voldoen aan de gemaakte afspraken: bij logies betekent dit dat men een label moet halen; bij andere dossiers, waar bijvoorbeeld geen label beschikbaar is, moet men voldoen aan de afspraken die op basis van een advies werden gemaakt.

- Minstens 15% van de verblijfstoeristen in de Vlaamse regio's die in een hotel of B&B verblijven komt met openbaar vervoer en/of fiets tegen 2030 (momenteel 8% bij hotel en 6% bij B&B)
- Minstens 25% van de verblijfstoeristen aan de Kust die in een commercieel logies verblijven komt met de trein in 2030 (momenteel 14%).
- Minstens 80% van onze eigen en gesubsidieerde projecten haalt via de mobiliteitstoets van het GRO het prestatieniveau 'Beter' voor bereikbaarheid met fiets, te voet en openbaar vervoer.

### **Acties**

- 2.2.1 We zetten een structurele werking op met **publieke en private vervoerspartners** om de bereikbaarheid van ons toeristisch aanbod, congressaanbod en evenementen via openbaar vervoer en fiets te optimaliseren en om samen nieuwe producten te ontwikkelen.
- 2.2.2 We nemen de **mobiliteitstoets** (GRO) op in subsidiedossiers en berekenen deze ook voor ons eigen patrimonium om tot verbeteracties te komen.
- 2.2.3 We zetten in onze eigen **communicatie en partnerschappen** (Fietsersbond, leden van de Grote Versnelling, Blue Bike, NMBS, fietsverhuur,...) telkens in op vlot gebruik van openbaar vervoer en fiets om Vlaanderen te bezoeken.
- 2.2.4 We sporen uitbaters van toeristische ondernemingen aan om partnerschappen aan te gaan en ook zelf het gebruik van **openbaar vervoer en fiets te promoten**.
- 2.2.5 We ontwikkelen een methode om de **tevredenheid over openbaar vervoer** van verblijfstoeristen in de regio's en aan de kust te achterhalen.

## **2.3 Communicatie en toegang tot informatie**

### **Ambitie**

*“Op maat van elke bezoeker wordt via diverse communicatiekanalen informatie over alle aspecten van de reis aangereikt om zelfstandig een waardevolle en duurzame vakantiebeleving te plannen en uit te voeren. De toeristische sector is, mede via de communicatiekanalen van Toerisme Vlaanderen, goed op de hoogte van trends in duurzaamheid en de mogelijkheden in duurzame investeringen.”*

### **Doelstelling**

- Ten minste 70% van de buitenlandse reizigers bekend met Vlaanderen vindt Vlaanderen een duurzame bestemming.
- De tevredenheid van de sector over de informatie die Toerisme Vlaanderen aanreikt over duurzaamheid haalt ten minste 8 op 10.

- Ondernemers, bezoekers en bewoners hebben toegang tot transparante en heldere informatie over de jaarlijks gerapporteerde duurzaamheidsinspanningen van Toerisme Vlaanderen.

### Acties

- 2.3.1 We verweven **duurzaamheid in al zijn aspecten in de communicatie** over de thema's en het aanbod van Toerisme Vlaanderen, zowel voor bezoekers, bewoners als voor de sector.
- 2.3.2 We zien erop toe dat de elementen rond toegankelijkheid, familievriendelijkheid, het plannen van een bezoek, openbaar vervoer, reizen met lagere ecologische impact,... duidelijk en in verschillende talen aanwezig zijn op al onze **communicatiekanalen**.
- 2.3.3 We ontwikkelen een methode om de **perceptie van duurzaamheid** van de bestemming Vlaanderen te achterhalen.
- 2.3.4 We dragen trends in duurzaamheid, mogelijkheden in duurzaam ondernemen,... actief uit in ons **netwerk**.
- 2.3.5 We maken complexe informatie over duurzaamheid **helder en toegankelijk voor uitbaters en aanbieders**, bijvoorbeeld aan de hand van een duidelijke instructies om ecologische impact te verlagen.
- 2.3.6 **Duurzaamheidsprestaties** worden gemonitord en ofwel jaarlijks ofwel, waar mogelijk, op permanente basis gecommuniceerd, zowel naar de sector, de bewoners als onze bezoekers.

## 2.4 Ecologische duurzaamheid van toeristisch aanbod en evenementen

### Ambitie

*“Toeristisch aanbod en evenementen in Vlaanderen zijn duurzaam op een geloofwaardige wijze. Bezoekers kunnen ervaren hoe duurzaamheid wordt toegepast in uitbatingen en zijn daar goed over geïnformeerd.*

*Werken met groene producten en diensten is de eerste optie voor toeristische ondernemers, zonder dat dit extra vakantiedrempels, bijvoorbeeld financieel, creëert. Uitbaters zijn zich bewust van de opportuniteiten die ze hebben om hun onderneming ecologisch en sociaal duurzamer te maken.”*

### Doelstellingen

- De **materiaalvoetafdruk** van toeristische uitbatingen daalt met 30% tegen 2030.
- Toeristische uitbatingen in Vlaanderen verkleinen hun consumptie van single use plastics.

- Het totaal aantal uitbatingen met een **Green Key label** is gestegen met 44% tegen 2030 en 8% tegen 2024, ten opzichte van 2022.
- Het aantal locaties met een **Blue Flag label** is gestegen met 18% tegen 2030 en 3% tegen 2024, tegenover 2022.
- Elke concessie en elk project gefinancierd door Toerisme Vlaanderen handelen naar de duurzaamheidsvoorwaarden in de overeenkomst.
- Van de kerncongreslocaties<sup>3</sup> binnen de congressteden en de congreslocaties die door Toerisme Vlaanderen gefinancierd worden, beschikt in 2024 25% en in 2030 100% over een duurzaamheidscertificaat van een derde partij.
- Alle congreslocaties binnen de koepels Flanders Heritage Venues en Special Meeting venues doorlopen een duurzaamheidsopleiding binnen het kader van het begeleidingstraject.
- Vanaf 2023 werkt elk evenement en congres dat we ondersteunen vanuit een door ons aangeleverd duurzaamheidskader om zo de ecologische voetafdruk maximaal te reduceren.

---

<sup>3</sup> BMCC Brugge, Corda Campus, FMCCA, Gent ICC, Kursaal Oostende, Thor Central

## Acties

- 2.4.1 We werken samen met een sterke partner als 'Vlaanderen Circulair' **projecten en programma's** uit om toeristische uitbatingen in Vlaanderen **meer circulair** te laten functioneren in de toekomst.
- 2.4.2 We bekijken welke andere mogelijkheden tot **certificering** er bestaan die toepasbaar zijn op onze sector.
- 2.4.3 We zetten, samen met partners als Horeca Vlaanderen en campagnes als Mei Plasticvrij, **programma's op voor de toeristische sector** rond lokale productie en consumptie, single use plastics, food waste en herbruikbare materialen.
- 2.4.4 We evalueren de huidige logiessubsidies en onderzoeken de mogelijkheid om toeristische uitbatingen via subsidies te ondersteunen bij het behalen van het **duurzaamheidslabel** of het installeren van **energiebesparende maatregelen**.
- 2.4.5 We nemen voorwaarden tot het verminderen van uitstoot, energie, water, afval, circulair gebruik van materialen en samenwerking met partners met een duurzaamheidscertificaat op in al onze **subsidiedossiers** binnen onze thema's en bekijken in welke mate **certificering als voorwaarde** moet worden opgenomen
- 2.4.6 We ontwikkelen een werking rond **Green Key, Blue Flag** en eventuele andere ecolabels, met actieve **communicatie en sensibilisering** en de uitwerking van een lerend netwerk, samen met Good Planet, koepelorganisaties, steden en de PTO's, dit zowel voor logies als attracties
- 2.4.7 We onderzoeken de mogelijkheden voor **duurzaamheidscertificering** van congres- en eventlocaties en werken een certificeringstraject uit.
- 2.4.8 De **leidraad** 'kwaliteit in congreslocaties' wordt uitgebreid met een luik rond duurzaamheid.
- 2.4.9 Het **begeleidingstraject** voor Flanders Heritage Venues en Special Meeting Venues wordt uitgebreid met een luik rond duurzaamheid.
- 2.4.10 We werken **duurzaamheidsrichtlijnen uit voor evenementen en congressen** die we ondersteunen en bouwen een netwerk uit rond verduurzaming van event- en congressector met maximale verspreiding van onze eigen best practices.
- 2.4.11 We gebruiken ons **netwerk** om best practices, tips en informatie over circulariteit te verspreiden.
- 2.4.12 We ontwikkelen een **methode om de materiaalvoetafdruk en afvalproductie** van onze toeristische sector waar mogelijk in te schatten. Op basis hiervan stellen we concrete SMART doelstellingen op voor het aspect rond afval.
- 2.4.13 We **sensibiliseren** onze bezoekers, samen met partners binnen en buiten de toeristische sector, voor lokale productie en consumptie, single use plastics, food waste en herbruikbare materialen.

## 2.5 Leefbaarheid

### Ambitie

*“Bewoners hebben een belangrijke stem in toerisme. We maken, in het kader van zuinig ruimtegebruik, de toeristische infrastructuur maximaal multifunctioneel zodanig dat zowel de bewoners als de bezoekers er gebruik van kunnen maken. Bewoners leven in een veilige omgeving zonder overlast van toerisme waar het DNA en de eigenheid van een plek en de sociale cohesie gewaarborgd blijven en waar het evenwicht wordt bewaard tussen bewoners, bezoekers, ondernemers en de plek.*

*We weten wanneer een drempel van draagkracht en leefbaarheid overschreden wordt door toerisme en hoe dit voorkomen wordt.*

*Ondernemers van toeristische uitbatingen nemen de principes van duurzaam ondernemen over in hun dagelijkse werking en in hun verdere ontwikkelingen.”*

### Doelstellingen

- Het aandeel van bewoners dat aangeeft dat een toenemend aantal toeristen de leefbaarheid van kunststeden en regio's vermindert blijft onder de 25%.
- Het aandeel van de top 3 maanden in de totale overnachtingen bedraagt niet meer dan 40%.
- Ten minste 40% van de bewoners van de kunststeden geeft aan dat hij of zij gehoord kan worden in ideeën rond toeristische ontwikkelingen in de stad.
- 90% van de contacten van Toerisme Vlaanderen met de toeristische sector kent de Visie Reizen naar Morgen en 75% van deze groep kan zich vinden in deze visie.

### Acties

- 2.5.1 We zetten in onze productontwikkeling en communicatie in op **spreading van bezoekers in tijd en ruimte** via onze thema's.
- 2.5.2 We werken samen met partners om de **leefbaarheid** van een omgeving te **monitoren** en te bewaken.
- 2.5.3 We werken verder aan het **uitbreiden van het draagvlak** van de visie Reizen naar Morgen en duurzaam ondernemen bij de toeristische sector, onder andere via de Reizen naar Morgen Academie
- 2.5.4 We bekijken hoe we in het **ambassadeursonderzoek** peilen naar leefbaarheid binnen de context van toerisme.

## 2.6 Uitstoot van broeikasgassen

### Ambitie

*“De uitstoot van broeikasgassen door toerisme in en naar Vlaanderen wordt gereduceerd naar analogie met de internationale richtlijnen zoals de European Green Deal en de Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism. We hebben oog voor duurzaam, doch comfortabel en betaalbaar vervoer vanuit onze belangrijkste Europese markten. Het lokale transportaanbod biedt voldoende groene mobiliteitsalternatieven voor de internationale toerist.*

*De toeristische sector realiseert klimaatneutrale verwarming van infrastructuur en duurzame productie en verwerking van middelen voor toeristische consumptie.”*

### Doelstellingen

- De uitstoot van broeikasgassen gegenereerd door de verplaatsingen van onze buitenlandse bezoekers daalt met 25% tegen 2030, tegenover 2019. De uitstoot van hun verblijf daalt met 50% tegen 2030.
- We nemen de aspecten van klimaatneutraliteit, zoals groene energie, als voorwaarde op in onze volgende subsidieprojecten, rekening houdend met de mogelijke erfgoedwaarde.

### Acties

- 2.6.1 We werken een **leidraad uit rond partnerschappen** met duurzame vervoersoperatoren zoals de trein.
- 2.6.2 We voeren communicatie die het gebruik van **duurzaam vervoer stimuleert** en we gaan hiervoor de juiste partnerschappen aan.
- 2.6.3 We blijven de **koolstofvoetafdruk** van onze bezoekers en organisatie monitoren.
- 2.6.4 We meten de **uitstoot van onze evenementen**, zowel zelf georganiseerd als mede georganiseerd binnen onze thema's en werken **richtlijnen** uit om deze impact te verlagen.
- 2.6.5 Binnen het culinaire thema stimuleren we de **shift van dierlijke naar plantaardige eiwitten** en het gebruik van lokale producten bij de horeca.
- 2.6.6 We ondertekenen de **Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism** en het **Net Zero Carbon Events Initiative** en maken gebruik van deze netwerken om onze werking rond duurzaamheid aan te scherpen en kennis te delen.

## 2.7 Duurzaamheidsaspecten voor de bestemming vanaf 2024

Er werden nog meer factoren gedetecteerd waar onze organisatie aan kan werken. Om de werking overzichtelijk te houden werd gekozen om de bovenstaande aspecten eerst aan te pakken en in 2024 een actieplan uit te tekenen voor de volgende set aspecten.

Deze aspecten zijn even belangrijk maar missen in een aantal gevallen onmiddellijk beschikbare indicatoren om concrete doelstellingen rond te ontwikkelen. We geven ze de tijd te groeien tot in 2024. De high-level ambities werden wel al uitgewerkt door de werkgroep, hubs en thema's en kan je hieronder vinden.

### **Economie en tewerkstelling**

Lokale ondernemers en hun werknemers en vrijwilligers werken in een diverse, inclusieve en zorgende toeristische sector onder correcte arbeidsvoorwaarden. Sociale tewerkstelling is een volwaardige optie binnen het tewerkstellingsbeleid van toeristische ondernemers. Ondernemers kopen duurzaam, circulair en lokaal aan. Bezoekers hebben toegang tot een volwaardig aanbod aan lokale, duurzaam geproduceerde producten en diensten.

### **Gezondheid en welbevinden**

Bezoekers kunnen in een afwisselende omgeving van stad en platteland kiezen voor gezonde reiservaringen en hun batterijen helemaal opladen. Ze kunnen bovendien voluit kiezen voor gezonde voeding.

Bezoekers voelen zich welkom in een inclusieve gemeenschap en kunnen in alle vertrouwen bewoners en ondernemers ontmoeten.

Lokale bezoekers met drempels verhogen hun gezondheid en welbevinden, door hun vakantie in Vlaanderen, waarbij mentale, fysieke en financiële hindernissen zijn weggewerkt.

### **Kwaliteit van de natuurlijke omgeving**

Via structurele samenwerking met andere beleidsdomeinen worden natuurlijke habitats en landschapselementen beschermd tegen toeristische (over)consumptie. Deze gebieden zijn hersteld en hun biodiversiteit is aanzienlijk toegenomen, ook binnen een meer stedelijke context maar ook toegankelijk, rekening houdend met hun draagkracht. We dragen zelf actief bij aan meer natuur en biodiversiteit.

Recreatiegebieden hebben een hoofdzakelijk groene invulling en de draagkracht van natuurlijke gebieden wordt niet overschreden door bezoekers. Harde recreatie wordt tot een minimum beperkt en er worden veilige zones ingesteld voor fauna en flora.



Via getrapte ontsluiting van informatie over natuurgebieden worden gevoelige plekken beter beschermd. Bezoekers zijn zich via hun beleving bewust van de waarde van de natuurlijke omgeving en gaan hier respectvol mee om.

### **Overtoerisme**

Overtoerisme wordt preventief aangepakt en er wordt gezorgd dat toerisme geen bijkomende druk zet op de ecologische en sociale ecosystemen, zowel in een natuurlijke als stedelijke omgeving. Bewoners en ondernemers ondervinden in hun dagelijkse activiteiten geen hinder van bezoekers.

Toeristen gaan respectvol om met de sociale en ecologische omgeving, ook al zijn ze op bepaalde tijdstippen en plaatsen soms talrijk.

### **Gebruik van grondstoffen**

Toeristische ondernemers en organisaties houden rekening met de volledige levenscyclus van een grondstof of aangeboden product, gaan zelf innovatief op zoek naar het circulair én minder gebruiken van grondstoffen en maken daarbij gebruik van lokale productieketens. Er gaat vooral aandacht naar de beleving in plaats van productie en consumptie van materiële zaken (vb. souvenirs of goodiebags).

Elke bezoeker krijgt kwalitatief, duurzaam voedsel uit de korte keten op zijn of haar bord en wordt daar goed over geïnformeerd.

### **Voorzieningen**

Elke infrastructuur en elke tijdelijke of permanente beleving wordt toegankelijk en circulair opgebouwd, duurzaam beheerd door de juiste plekhouders en is gestoeld op samenwerking. Bezoekers voelen zich welkom en kunnen bewoners ontmoeten in multifunctionele, aantrekkelijke, betreedbare, begrijpbare, betaalbare en bereikbare infrastructuur.

Een bezoeker kan zich intuïtief en gemakkelijk voortbewegen in een aantrekkelijke omgeving met voldoende randinfrastructuur en informatie.

### **Afvalbeheer**

Toeristische ondernemers, bezoekers én bewoners dragen bij tot zero waste in een circulaire maatschappij. Bezoekers en bewoners zijn zich bewust van hun mogelijke impact, weten hoe je afval sorteert en worden actief gestimuleerd om zelf herbruikbare verpakkingen en producten te

gebruiken. Dit niet enkel door het mijden van single use plastics maar vooral door het inzetten op hergebruik en waar nodig recycleren (prioriteiten volgens de Ladder van Lansink<sup>4</sup>).

Toeristische infrastructuur vermindert de afvalproductie drastisch door hergebruik van materialen en grondstoffen, door (eigen) waterzuivering,... Bezoekers laten geen afval achter tijdens hun bezoek aan een natuurgebied of tijdens hun wandel- of fietstocht.

Bij horeca, evenementen en (eigen) toeristische infrastructuur wordt van kweek tot bord geen voedsel verspild.

### **Aanbod van toeristische uitbatingen**

Elke bezoeker kan terecht in een logiesaccommodatie, attractie of bezienswaardigheid naar wens en heeft keuze uit een divers aanbod, ongeacht de samenstelling van gezelschap, leeftijd of beperking.

Toeristische uitbaters worden, via informatie en inspiratie vanuit TVL, gestimuleerd om een divers publiek te ontvangen en kunnen zelf kiezen om zich flexibel aan te passen aan reisgezelschappen.

### **Persoonlijke veiligheid**

Je kan als toerist, ongeacht herkomst, leeftijd, geslacht, geaardheid, religie, kleur of taal, zeker zijn van de veiligheid en kwaliteit in iedere uitbating en je op een veilige manier verplaatsen en op pad gaan. Een bezoeker weet op voorhand dat de uitbating waarin men terecht komt veilig en kwaliteitsvol zal zijn waardoor een bezoek kan starten in een ontspannen sfeer.

---

<sup>4</sup> Standaard voor afvalverwerking. De meest milieuvriendelijke verwerking krijgt de voorkeur. Hoe lager op de 'trap', hoe negatiever de impact. De 'treden' zijn preventie van afval, hergebruik, sorteren en recycleren, verbranden en storten.

## 3 DUURZAAMHEIDSASPECTEN VOOR DE INTERNE WERKING

### 3.1 Afvalbeheer en gebruik van grondstoffen

#### Ambitie

*“Zowel voor onze inhoudelijke als logistieke werking worden duurzame goederen en diensten ingezet. Voor bouw, renovatie, opbouw van promotionele infrastructuur en herinrichting van kantoor en eigen patrimonium wordt ten volle rekening gehouden met maximaal hergebruik van de aanwezige grondstoffen. Bij bouwprojecten wordt een alternatief gezocht indien de negatieve impact op grondstoffen, zowel bij gebruik van nieuw als bestaand materiaal, te groot blijkt te zijn.*

*In ons eigen kantoor en patrimonium en bij onze eigen evenementen wordt nauwelijks nog afval gegenereerd.”*

#### Doelstellingen

- Elke aankoop binnen onze organisatie gebeurt op basis van een duurzaam aankoopbeleid.
- De huishoudelijke afvalberg in ons kantoor en patrimonium daalt tegen 2030 met 75% en wordt integraal correct selectief ingezameld.
- We verminderen de materiaalvoetafdruk van onze interne organisatie met 30% tegen 2030.

#### Acties

- 3.1.1 We ontwikkelen een **duurzaam aankoopbeleid** voor onze inhoudelijke en logistieke werking in samenwerking met het Facilitair Bedrijf.
- 3.1.2 We monitoren nauwkeurig de **hoeveelheid afval** die in ons kantoor en op onze sites wordt gegenereerd en werken op basis hiervan een plan uit om deze hoeveelheid te **verminderen**.
- 3.1.3 We zetten acties op om de **bewustwording van aankopen en afvalbeheer** bij de medewerkers van Toerisme Vlaanderen te vergroten.
- 3.1.4 We monitoren de **materiaalvoetafdruk** van ons eigen patrimonium en zetten in **samenwerking** met Vlaanderen Circulair een programma op om deze te verkleinen.

## 3.2 Water

### Ambitie

*“In ons eigen patrimonium wordt minder drinkwater verbruikt en wordt water maximaal opgevangen en hergebruikt. Hemelwater krijgt de kans om te infiltreren in de bodem door het vermijden van verharding op onze sites. Ook van projecten waarvoor geen vergunning vereist is verwachten we dezelfde standaard.”*

### Doelstellingen

- Het verbruik van drinkwater van ons eigen kantoor en patrimonium wordt verminderd met 40% tegen 2030 en 20% tegen 2024.
- Maximale ontharding en opvang van regenwater zijn geïmplementeerd in zowel onze nieuwbouw- als renovatieplannen.
- Alle nieuwbouwprojecten in eigen patrimonium doorstaan de watertoets en bevinden zich niet in overstromingsgevoelig gebied.

### Acties

- 3.2.1 We voeren de **waterbesparende maatregelen** uit van het vastgoedplan van Toerisme Vlaanderen.
- 3.2.2 We monitoren het **waterverbruik** van ons kantoor, indien mogelijk ook bij onze buitenlandkantoren en van ons patrimonium.
- 3.2.3 We informeren onze eigen medewerkers over de manier waarop **waterverbruik** op kantoor **verlaagd** kan worden.

## 3.3 Energieverbruik

### Ambitie

*“Het energieverbruik van ons kantoor en patrimonium is, rekening houdend met de erfgoedwaarde, aanzienlijk lager. De stroom die wordt verbruikt is afkomstig van duurzame energiebronnen.”*

### Doelstellingen

- Het primaire energieverbruik in ons kantoor en, waar mogelijk, ons patrimonium daalt met 32,5% tegen 2030, tegenover referentiejaar 2015.
- Voor ons eigen patrimonium wordt voor 100% groene stroom afgenomen.
- In ons eigen patrimonium dalen de CO<sup>2</sup> emissies ten gevolge van gas- en stookolieverbruik met 40% tegen 2030, tegenover referentiejaar 2015.

## Acties

- 3.3.1 Het **vastgoedplan** van Toerisme Vlaanderen wordt verder uitgewerkt en opgeleverd in 2023.
- 3.3.2 We monitoren het **energieverbruik en uitstoot** van ons kantoor, indien mogelijk van onze buitenlandkantoren, en al onze sites.
- 3.3.3 We informeren onze eigen medewerkers over de manier waarop **energieverbruik op kantoor verlaagd** kan worden.

## 3.4 Groene producten en diensten

### Ambitie

*“Werken met groene producten en diensten is de eerste optie voor Toerisme Vlaanderen. We geven steeds het goede voorbeeld en gaan bij de keuze van materialen en leveranciers van diensten voor de meest duurzame optie mogelijk”.*

### Doelstellingen

- 50% van onze leveranciers is in het bezit van een duurzaamheidslabel- of strategie tegen 2024.
- 100% van de materialen gebruikt voor standenbouw, badges, give-aways,... zijn van duurzame oorsprong, herbruikbaar en sluiten de materialenkringloop.

### Acties

- 3.4.1 We ontwikkelen **richtlijnen voor herbruikbare materialen** van alle middelen gebruikt bij eigen evenementen, beurzen, congressen,... (decoratie, goodies, communicatie, catering,...)
- 3.4.2 We vragen steeds actief of een leverancier in het bezit is van een **duurzaamheidscertificaat, strategie of welke duurzaamheidsinspanningen** men levert.
- 3.4.3 We meten de **impact van onze eigen evenementen** en bekijken telkens op welke manier deze duurzamer kunnen worden georganiseerd, zowel op organisatorisch als inhoudelijk vlak.
- 3.4.4 We bekijken de mogelijkheid om voor **eigen sites** een duurzaamheidscertificaat te behalen.
- 3.4.5 We kiezen maximaal voor **plantaardige en seizoensgebonden** maaltijden op eigen evenementen zoals de Visit Flanders Day, met aandacht voor deelnemers met intoleranties en allergieën

## 3.5 Ecologisch duurzaam personeelsbeleid

### Ambitie

*“Ecologische duurzaamheid maakt integraal deel uit van het personeelsbeleid van Toerisme Vlaanderen, naast de bestaande mens-gerelateerde dimensie, waardoor medewerkers actief samenwerken aan de verduurzaming van onze organisatie en bestemming. Daarin wordt extra aandacht gegeven aan werkgerelateerde verplaatsingen en de impact van aankoopbeleid, verbruik van water en energie op kantoor en het verminderen van afval.”*

### Doelstellingen

- De uitstoot van alle werkgerelateerde verplaatsingen van alle medewerkers van Toerisme Vlaanderen daalt met 25% tegen 2030, tegenover 2019.
- Alle medewerkers van Toerisme Vlaanderen kennen het duurzaamheidsbeleid binnen de organisatie en integreren de principes ervan in hun dagdagelijkse activiteiten.

### Acties

- 3.5.1 We werken een **mobilitieitsbeleid** voor onze organisatie uit om de uitstoot van de verplaatsingen binnen onze organisatie in het kader van een dienstreis of woon-werkverkeer te verminderen.
- 3.5.2 We **compenseren 100% van alle vliegtuigreizen** door leden van onze organisatie via een CO2 compensatiesysteem
- 3.5.3 We blijven de **koolstofvoetafdruk** van onze organisatie monitoren.
- 3.5.4 We zetten **communicatie acties** op om onze medewerkers te informeren over onze **duurzaamheidsdoelstellingen** en onze impact (energie, water, afval, emissies,...).
- 3.5.5 We organiseren **opleidingen** om alle medewerkers meer **inzicht** te geven in duurzame aankopen, verbruik van water en energie, vermindering van afval, enz.
- 3.5.6 We **rapporteren** op jaarlijkse basis over de prestaties naar de medewerkers, deels gebaseerd op verplichte rapporteringen die onze organisatie nu al uitvoert.

## 4 DE IMPLEMENTATIE VAN HET DUURZAAMHEIDSPAN

Het succes van dit plan is afhankelijk van de praktische organisatie voor de uitrol ervan. Samen met het adviesbureau Sustenuto werden aanbevelingen hieromtrent geformuleerd.

Om de duurzaamheidsambities van Toerisme Vlaanderen waar te maken dienen deze hun weg te vinden binnen de hele organisatie. Daarom nemen **hubcoaches en themaverantwoordelijken** de doelstellingen en acties van dit plan op in hun strategie en werking van de **hubs**. Deze doelstellingen worden geïntegreerd in het Jaarondernemingsplan 2023 en volgende.

Het overzicht wordt behouden door een **duurzaamheidscoördinator** en een **coördinatieteam**. Indien we wensen dat het duurzaamheidsplan op (middel)lange termijn nog steeds richtinggevend is voor onze organisatie, moet de duurzaamheidscoördinator zorgen voor de nodige inspiratie, vernieuwing en samenwerking binnen Toerisme Vlaanderen.

### 4.1 Duurzaamheidscoördinator

Het is noodzakelijk de implementatie van het duurzaamheidsplan overkoepelend op te volgen en de nodige inspiratie en motivatie te geven voor de lange termijn. Dit gebeurt door een duurzaamheidscoördinator die:

- Erop toeziet dat de doelstellingen en acties uit het duurzaamheidsplan, geïntegreerd worden in het jaarondernemingsplan in nauwe samenwerking met de Hub Strategie, Beleid & Ondernemingsplanning.
- Het coördinatieteam op geregelde tijdstippen samenbrengt om de opstart en voortgang van de acties en het behalen van doelstellingen te evalueren, bij te sturen en hierover nadien te rapporteren aan de Organisatiemanager en Internal Business Officer.
- Erop toeziet dat de strategische keuzes uit het duurzaamheidsplan mee geïntegreerd worden in de opmaak van het Memorandum, in nauwe samenwerking met de Hub Strategie, Beleid & Ondernemingsplanning.
- Nauw in contact staat met platformen zoals Glasgow Declaration, Necstour, ETOA, GDS Movement, Pathway to Transition (EU Commissie) evenals met andere beleidsdomeinen en toeristische organisaties op andere beleidsniveaus. De coördinator zorgt voor doorstroming van de kennis, trends en contacten binnen deze netwerken die relevant zijn voor de uitwerking van het duurzaamheidsplan.
- De externe en interne rapportage van duurzaamheidsprestaties op zich neemt, in nauw overleg met de hubs Interne Communicatie en Corporate Communicatie.
- Het initiatief neemt, in samenwerking met alle betrokken hubs, tot het uitschrijven van het actieplan voor alle resterende duurzaamheidsaspecten, de tweejaarlijkse

evaluatie van het duurzaamheidsplan organiseert en het plan bijstuurt op basis van recente ontwikkelingen.

- Samen met de betrokken hubs duurzaamheidsprestaties van onze bestemming en organisatie op regelmatige basis vergelijkt met die van andere bestemmingen, bijvoorbeeld via de GDS-Index.

## 4.2 Coördinatieteam

Daarnaast wordt er een team opgericht die de duurzaamheidscoördinator ondersteunt, met afgevaardigden van de leidende hubs (zie 4.3). De samenstelling van het coördinatieteam gebeurt dus op basis van de geformuleerde doelstellingen en acties. De leden staan elk mee in voor een bepaald onderdeel van het plan en zorgen, samen met de coördinator, voor de praktische uitrol van de acties en voor overleg met de hubs die actie uitvoeren.

## 4.3 Structurele uitwerking binnen Toerisme Vlaanderen

Om het duurzaamheidsplan te realiseren, moeten acties worden opgenomen binnen de verschillende hubs van Toerisme Vlaanderen. Bepaalde hubs krijgen hierin een trekkende rol, op basis van hun expertise, andere hubs werken eerder ondersteunend.

In totaal werden 41 acties uitgeschreven. Op het niveau van de bestemming zijn grotendeels onder te brengen in **zeven verschillende types**. Elk type (behalve types F en G) is over het algemeen verbonden aan een bepaalde hub die het meest verwant is met de inhoud van de acties. Deze hubs vormen de basis voor het coördinatieteam.

Voor een aantal acties geldt een uitzondering waarbij een andere hub de leiding neemt of waarbij twee hubs een evenwaardige rol spelen (vb. zie actie 2.2.2).

Type actie	Inhoud	Leidende hub
A	Monitoring en opbouw van onderzoek	Kenniscentrum
B	Certificering	Kwaliteit
C	Duurzaamheid in subsidievoorwaarden	Ontwikkelingsinstrumenten of logies
D	Externe communicatie en marketing	Marketing Tactics of corporate communicatie
E	Samenwerking met partners	Strategie, Beleid en Ondernemingsplanning en partnerships
F	Netwerk met de sector	
G	Projecten, trajecten en plannen	

In onderstaande tabel worden acties voor de bestemming gekoppeld aan het type actie en de hub die hier automatisch mee verbonden is. Afhankelijk van de inhoud van de actie worden nog een of meerdere hubs toegevoegd. De hubs die de leiding nemen staan in vet.



Toerisme Vlaanderen start vanzelfsprekend niet vanaf nul. Heel wat acties werden in het verleden opgestart of stonden al op de planning. Deze acties zijn mee opgenomen in het plan zodat ze volwaardig deel uitmaken van het geheel. In onderstaande tabel wordt daarom met kleurcodes aangegeven:

- welke acties al worden opgenomen en uitgevoerd, in groen
- welke acties deels worden opgenomen maar nog verder versterkt worden, in geel
- welke acties helemaal nieuw zijn, in blauw

Aspect	Actiecode	Actie	Type actie	Deelnemende hubs
<b>Inclusiviteit en toegankelijkheid</b>	2.1.1	Toegankelijkheid wordt steeds als basisvoorwaarde opgenomen in alle subsidiedossiers, projecten, kwaliteitstrajecten en concessie overeenkomsten.	C	<b>Ontwikkelingsinstrumenten</b> Kwaliteit
	2.1.2	We vervolledigen ons plan voor gastvrijheid en lokaal ambassadeurschap.	G	<b>Kwaliteit</b>
	2.1.3.	Via de logiessubsidies blijven we investeringen in toegankelijkheid in toeristische logies stimuleren. We onderzoeken ook of Toerisme Vlaanderen opnieuw toegankelijke investeringen in jeugdverblijven kan ondersteunen.	C	<b>Logies</b>
	2.1.4	We denken thema overschrijdend na hoe we bepaalde doelgroepen beter kennis laten maken met het toeristische aanbod van Vlaanderen en hoe we toegankelijkheidsinformatie beter ontsluiten.	D	<b>Kwaliteit</b> , Marketing Tactics, themawerking
	2.1.5	Het begeleidingstraject rond toegankelijkheid van congreslocaties wordt verdergezet en uitgebreid.	G	<b>Kwaliteit</b> , Congressen en Events
	2.1.6	We ontwikkelen een methode om de tevredenheid over gastvrijheid van de lokale bevolking in de regio's en aan de kust te achterhalen.	A	<b>Kenniscentrum</b>
	2.1.7	We organiseren binnen ons netwerk 'Iedereen Verdient Vakantie' jaarlijks 5 ontmoetingen rond het thema laagdrempeligheid.	F	<b>Themawerking Iedereen Verdient Vakantie</b>
<b>Transport</b>	2.2.1	We zetten een structurele werking op met publieke en private vervoerspartners om de bereikbaarheid van ons toeristisch aanbod, congresaanbod en evenementen via openbaar vervoer en fiets te optimaliseren en om samen nieuwe producten te ontwikkelen.	E	Strategie en Beleid, themawerking, <b>partnerships</b>
	2.2.2	We nemen de mobiliteitstoets (GRO) op in subsidiedossiers en berekenen deze ook voor ons eigen patrimonium om tot verbeteracties te komen.	C	<b>Ontwikkelingsinstrumenten, vastgoed</b>
	2.2.3	We zetten in onze eigen communicatie en partnerschappen (Fietzersbond, leden van de Grote Versnelling, Blue Bike, NMBS, fietsverhuur,...) telkens in op vlot gebruik van openbaar vervoer en fiets om Vlaanderen te bezoeken.	D	<b>Marketing Tactics, partnerships</b> , themawerking
	2.2.4	We sporen uitbaters van toeristische ondernemingen aan om partnerschappen aan te gaan en ook zelf het gebruik van openbaar vervoer en fiets te promoten.	F	Thema's, logies, <b>kwaliteit</b> , ontwikkelingsinstrumenten
	2.2.5	We ontwikkelen een methode om de tevredenheid over openbaar vervoer van verblijfstoeristen in de regio's en aan de kust te achterhalen.	A	<b>Kenniscentrum</b>
<b>Communicatie en toegang tot informatie</b>	2.3.1	We verweven duurzaamheid in al zijn aspecten in de communicatie over de thema's en het aanbod van Toerisme Vlaanderen, zowel voor bezoekers, bewoners als voor de sector.	D	<b>Marketing Tactics</b> , themawerking, organisatiemanagement (corporate communicatie)
	2.3.2	We zien erop toe dat de elementen rond toegankelijkheid, familievriendelijkheid, het plannen van een bezoek, openbaar vervoer, reizen met lagere ecologische impact,... duidelijk en in verschillende talen aanwezig zijn op al onze communicatiekanalen.	D	<b>Marketing Tactics</b> , themawerking, organisatiemanagement (corporate communicatie)
	2.3.3	We ontwikkelen een methode om de perceptie van duurzaamheid van de bestemming Vlaanderen te achterhalen.	A	<b>Kenniscentrum</b>

	2.3.4	We dragen trends in duurzaamheid, mogelijkheden in duurzaam ondernemen,... actief uit in ons netwerk.	F	Partnerships, Strategie en Beleid, <b>kwaliteit, themawerking</b>
	2.3.5	We maken complexe informatie over duurzaamheid helder en toegankelijk voor uitbaters en aanbieders, bijvoorbeeld aan de hand van een duidelijke instructies om ecologische impact te verlagen.	D	<b>Organisatiemanagement (corporate communicatie)</b> , kwaliteit, logies
	2.3.6	Duurzaamheidsprestaties worden gemonitord en ofwel jaarlijks ofwel, waar mogelijk, op permanente basis gecommuniceerd, zowel naar de sector, de bewoners als onze bezoekers.	A	<b>Duurzaamheidscoördinator</b> , Kenniscentrum, Strategie en Beleid en organisatiemanagement (corporate communicatie)
<b>Duurzaamheid van toeristisch aanbod en evenementen</b>	2.4.1	We werken samen met een sterke partner als 'Vlaanderen Circulair' projecten en programma's uit om toeristische uitbatingen in Vlaanderen meer circulair te laten functioneren in de toekomst.	G	Themawerking, <b>Kwaliteit</b>
	2.4.2	We bekijken welke andere mogelijkheden tot certificering er bestaan die toepasbaar zijn op onze sector.	B	<b>Kwaliteit</b>
	2.4.3	We zetten, samen met partners als Horeca Vlaanderen en campagnes als Mei Plasticvrij, programma's op voor de toeristische sector rond lokale productie en consumptie, single use plastics, food waste en herbruikbare materialen.	G	<b>Partnerships, Kwaliteit</b>
	2.4.4	We evalueren de huidige logiessubsidies en onderzoeken de mogelijkheid om toeristische uitbatingen via subsidies te ondersteunen bij het behalen van het duurzaamheidslabel of het installeren van energiebesparende maatregelen.	C	Ontwikkelingsinstrumenten <b>Logies</b>
	2.4.5	We nemen voorwaarden tot het verminderen van uitstoot, energie, water, afval, circulair gebruik van materialen en samenwerking met partners met een duurzaamheidscertificaat op in al onze subsidiedossiers binnen onze thema's en bekijken in welke mate certificering als voorwaarde moet worden opgenomen	C	<b>Ontwikkelingsinstrumenten</b> Themawerking, Kwaliteit
	2.4.6	We ontwikkelen een werking rond Green Key, Blue Flag en eventuele andere ecolabels, met actieve communicatie en sensibilisering en de uitwerking van een lerend netwerk, samen met Good Planet, koepelorganisaties, steden en de PTO's, dit zowel voor logies als attracties	B	<b>Kwaliteit</b>
	2.4.7	We onderzoeken de mogelijkheden voor duurzaamheidscertificering van congres- en eventlocaties en werken een certificeringstraject uit.	B	<b>Kwaliteit</b> , Congressen en Events
	2.4.8	De leidraad 'kwaliteit in congreslocaties' wordt uitgebreid met een luik rond duurzaamheid.	G	<b>Kwaliteit</b> , Congressen en Events
	2.4.9	Het begeleidingstraject voor Flanders Heritage Venues en Special Meeting Venues wordt uitgebreid met een luik rond duurzaamheid.	G	<b>Kwaliteit</b> , Congressen en Events
	2.4.10	We werken duurzaamheidsrichtlijnen uit voor evenementen en congressen die we ondersteunen en bouwen een netwerk uit rond verduurzaming van event- en congressector met maximale verspreiding van onze eigen best practices.	F/G	<b>Congressen en Events</b>
	2.4.11	We gebruiken ons netwerk om best practices, tips en informatie over circulariteit te verspreiden.	F	<b>Organisatiemanagement (corporate communicatie)</b> , themawerking, kwaliteit
	2.4.12	We ontwikkelen een methode om de materiaalvoetafdruk en afvalproductie van onze toeristische sector waar mogelijk in te schatten. Op basis hiervan stellen we concrete SMART doelstellingen op voor het aspect rond afval.	A	<b>Kenniscentrum</b>
	2.4.13	We sensibiliseren onze bezoekers, samen met partners binnen en buiten de toeristische sector, voor lokale productie en consumptie, single use plastics, food waste en herbruikbare materialen.	D	<b>Kwaliteit</b> , Marketing Tactics, themawerking
<b>Leefbaarheid</b>	2.5.1	We zetten in onze productontwikkeling en communicatie in op spreiding van bezoekers in tijd en ruimte via onze thema's.	D	<b>Marketing Tactics</b> , themawerking, ontwikkelingsinstrumenten

	2.5.2	We werken samen met partners om de leefbaarheid van een omgeving te monitoren en te bewaken.	A	<b>Kenniscentrum</b>
	2.5.3	We werken verder aan het uitbreiden van het draagvlak van de visie Reizen naar Morgen en duurzaam ondernemen bij de toeristische sector, onder andere via de Reizen naar Morgen Netwerk	F	<b>Strategie en Beleid</b>
	2.5.4	We bekijken hoe we in het ambassadeursonderzoek peilen naar leefbaarheid binnen de context van toerisme.	A	<b>Kenniscentrum</b>
<b>Uitstoot van broeikasgassen</b>	2.6.1	We werken een leidraad uit rond partnerschappen met duurzame vervoersoperatoren zoals de trein.	G	Strategie en beleid, Kenniscentrum, <b>Partnerships</b>
	2.6.2	We voeren communicatie die het gebruik van duurzaam vervoer stimuleert en we gaan hiervoor de juiste partnerschappen aan.	D	<b>Marketing Tactics</b> , partnerships
	2.6.3	We blijven de koolstofvoetafdruk van onze bezoekers en organisatie monitoren.	A	<b>Kenniscentrum</b>
	2.6.4	We meten de uitstoot van onze evenementen, zowel zelf georganiseerd als mede georganiseerd binnen onze thema's en werken richtlijnen uit om deze impact te verlagen.	A	Kenniscentrum, <b>Congressen en Events</b>
	2.6.5	Binnen het culinaire thema stimuleren we de shift van dierlijke naar plantaardige eiwitten en het gebruik van lokale producten bij de horeca.	G	<b>Culinaire thema</b>
	2.6.6	We ondertekenen de Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism en maken gebruik van dit netwerk om onze werking rond duurzaamheid aan te scherpen en kennis te delen.	E	<b>Directie/kenniscentrum</b> <b>Duurzaamheidscoördinator</b>

Voor onze eigen interne werking werden 21 acties uitgewerkt die ondergebracht kunnen worden in volgende **drie types**.

- A. Monitoring van verbruik
- B. Interne communicatie en opleiding
- C. Projecten en plannen

Binnen elk type bevinden zich vaak meerdere hubs met een meer evenwaardige rol. De duurzaamheidscoördinator brengt deze hubs samen om de acties uit te rollen.

Aspect	Actiecode	Actie	Type actie	Deelnemende hubs
<b>Afvalbeheer en gebruik van grondstoffen</b>	3.1.1	We ontwikkelen een duurzaam aankoopbeleid voor onze inhoudelijke en logistieke werking in samenwerking met het Facilitair Bedrijf.	C	Facility, Facilitair Bedrijf
	3.1.2	We monitoren nauwkeurig de hoeveelheid afval die in ons kantoor en op onze sites wordt gegenereerd en werken op basis hiervan een plan uit om deze hoeveelheid te verminderen.	A	Facility, Facilitair Bedrijf, Vastgoed
	3.1.3	We zetten acties op om de bewustwording van aankopen en afvalbeheer bij de medewerkers van Toerisme Vlaanderen te vergroten.	B	Interne communicatie, Vastgoed, Facilitair Bedrijf, Mens en Organisatie
	3.1.4	We monitoren de materiaalvoetafdruk van ons eigen patrimonium en zetten in samenwerking met Vlaanderen Circulair een programma op om deze te verkleinen.	A	Vastgoed, Facility, Kenniscentrum

<b>Water</b>	3.2.1	We voeren de waterbesparende maatregelen uit van het vastgoedplan van Toerisme Vlaanderen	C	Vastgoed
	3.2.2	We monitoren het waterverbruik van ons kantoor, indien mogelijk ook bij onze buitenlandkantoren en van ons patrimonium	A	Vastgoed, Facility, Facilitair Bedrijf
	3.2.3	We informeren onze eigen medewerkers over de manier waarop waterverbruik op kantoor verlaagd kan worden	B	Interne communicatie, Vastgoed, Facilitair Bedrijf, Mens en Organisatie
<b>Energieverbruik</b>	3.3.1	Het vastgoedplan van Toerisme Vlaanderen wordt verder uitgewerkt en opgeleverd in 2023.	C	Vastgoed
	3.3.2	We monitoren het energieverbruik en uitstoot van ons kantoor, indien mogelijk van onze buitenlandkantoren, en al onze sites.	A	Vastgoed, Facility, Facilitair Bedrijf
	3.3.3	We informeren onze eigen medewerkers over de manier waarop energieverbruik op kantoor verlaagd kan worden.	B	Interne communicatie, Vastgoed, Facilitair Bedrijf, Mens en Organisatie
<b>Groene producten en diensten</b>	3.4.1	We ontwikkelen richtlijnen voor herbruikbare materialen van alle middelen gebruikt bij eigen evenementen, beurzen, congressen,... (decoratie, goodies, communicatie, catering,...)	C	Facility, Congressen en Events, Partnerships
	3.4.2	We vragen steeds actief of een leverancier in het bezit is van een duurzaamheidscertificaat, strategie of welke duurzaamheidsinspanningen men levert.	B	Richtlijn voor de hele organisatie. Op te stellen met behulp van Facility, Facilitair Bedrijf en over te brengen door Interne Communicatie
	3.4.3	We meten de impact van onze eigen evenementen en bekijken telkens op welke manier deze duurzamer kunnen worden georganiseerd, zowel op organisatorisch als inhoudelijk vlak.	A	Kenniscentrum, Congressen en Events
	3.4.4	We bekijken de mogelijkheid om voor eigen sites een duurzaamheidscertificaat te behalen.	C	Vastgoed, Facility, Facilitair Bedrijf
	3.4.5	We kiezen maximaal voor plantaardige en seizoensgebonden maaltijden op eigen evenementen zoals de Visit Flanders Day, met aandacht voor deelnemers met intoleranties en allergieën.	C	Congressen en Events
<b>Ecologisch duurzaam personeelsbeleid</b>	3.5.1	We werken een mobiliteitsbeleid voor onze organisatie uit om de uitstoot van de verplaatsingen binnen onze organisatie in het kader van een dienstreis of woon-werkverkeer te verminderen.	C	Trips Team, Mens en Organisatie, Kenniscentrum
	3.5.2	We compenseren 100% van alle vliegtuigreizen door leden van onze organisatie via een CO2 compensatiesysteem	C	Trips Team
	3.5.3	We blijven de koolstofvoetafdruk van onze organisatie monitoren.	A	Vastgoed, Facility, Facilitair Bedrijf, Kenniscentrum
	3.5.4	We zetten communicatie acties op om onze medewerkers te informeren over onze duurzaamheidsdoelstellingen en onze impact (energie, water, afval, emissies,...).	B	Interne Communicatie, duurzaamheidscoördinator
	3.5.5	We organiseren opleidingen om alle medewerkers meer inzicht te geven in duurzame aankopen, verbruik van water en energie, vermindering van afval, enz.	B	Interne communicatie, Vastgoed, Facilitair Bedrijf, Mens en Organisatie
	3.5.6	We rapporteren op jaarlijkse basis over de prestaties naar de medewerkers, deels gebaseerd op verplichte rapporteringen die onze organisatie nu al uitvoert.	B	Interne Communicatie, duurzaamheidscoördinator, Vastgoed, Facilitair Bedrijf, Facility