

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 798

van **MAARTEN DE VEUSTER**

datum: 1 juni 2023

aan **ZUHAL DEMIR**

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

'Ambassadors of GOESTING' - Stand van zaken

Elk initiatief dat bijdraagt aan de promotie van onze Vlaamse gastronomie is meer dan welkom, dus ook 'Ambassadors of GOESTING'. Het gaat om een collectief van 21 'culinaire makers', van topchefs tot chocolatiers, brouwers en diverse producenten, die samen met Toerisme Vlaanderen de handen in elkaar slaan om de Vlaamse gastronomie op de culinaire wereldkaart te zetten. Want Vlaanderen heeft op culinair vlak heel veel te bieden, maar is niet echt gekend als culinaire hotspot.

Peter De Wilde, CEO ad interim bij Toerisme Vlaanderen, formuleerde het als volgt: "Goesting is eigenlijk het Vlaamse equivalent voor het Deense Hygge. Lekker eten en drinken en gezelligheid zitten diep verweven in onze Vlaamse cultuur, en dat willen we wereldwijd overbrengen. Geen betere manier om dat te doen dan onze eigen culinaire makers aan het woord te laten."

Dat gebeurt onder meer door ervaringen uit te wisselen, te experimenteren en onze gastronomie in het buitenland te promoten.

Ik citeer nu even de minister: "De liefde van de Vlaming gaat door de maag. Lokale producten waarderen, zintuigen prikkelen, proeven van de Vlaamse gastronomie, dat is waar we van houden. En als Vlaming mogen we gerust wat trotser zijn op onze uiterst kwalitatieve Vlaamse troeven. Met dit ambassadeurscollectief willen we die fierheid over onze Vlaamse gastronomie dan ook overbrengen aan de hele wereld."

Een zeer mooi initiatief, waarbij ik toch graag nog wat meer achtergrondinformatie had gekregen.

1. Op welke manier werden deze 21 toppers geselecteerd?
2. Zijn de 'Ambassadors of GOESTING' al aan de slag? Staan er al concrete initiatieven op de agenda?
3. Is er voor de leden van het collectief in een vergoeding voorzien, doen zij dit alles vrijwillig of moeten zij zelf lidgeld betalen om te mogen meedoen?
4. Is er voor dit initiatief een werkingsbudget gereserveerd?
5. Op welke manier zullen de resultaten van de inspanningen om onze gastronomie internationaal te promoten beoordeeld worden? Vanaf wanneer kunnen we spreken van een succes?

ANTWOORD

op vraag nr. 798 van 1 juni 2023

van **MAARTEN DE VEUSTER**

1. Toerisme Vlaanderen heeft samen met de verschillende toeristische partners (steden en gemeenten, provincies en regio's) een longlist opgesteld van potentiële culinaire ambassadeurs. Het resultaat van deze oefening was een lijst van ongeveer 300 namen.

Deze lijst werd vervolgens voorgelegd aan een jurypanel van internationale culi- en foodjournalisten (namen blijven confidentieel) om tot een shortlist te komen. Zij hielden daarbij rekening met onder andere volgende criteria:

- Bekend binnen (en buiten) Vlaanderen bij foodies;
- Spreekt minstens één andere taal naast Nederlands;
- Gepassioneerd en kan die passie ook vlot overbrengen;
- Een enthousiaste edutainer;
- Trots op zijn of haar Vlaamse DNA;
- Internationaal netwerk van culinaire makers en journalisten;
- Overeenkomst met culinaire strategie van Toerisme Vlaanderen (producten, gerechten, etc.).

Daarnaast werd er ook rekening gehouden met balans in de profielen (niet allemaal topchefs, maar ook brouwers, frituristen ...) en met een regionale spreiding binnen Vlaanderen.

De personen die door de jury werden geselecteerd, werden door Toerisme Vlaanderen aangesproken met de vraag of ze ambassadeur wilden worden voor Vlaanderen als culinaire bestemming. Uiteindelijk hebben 21 personen toegezegd.

Het ambassadeurschap duurt 3 jaar, dus een nieuwe selectie wordt gemaakt in 2025.

2. Ja, ondertussen werd er al een persreis georganiseerd waar 5 van de 21 ambassadeurs aan bod kwamen. Er kwamen 11 journalisten vanuit Frankrijk, Spanje, Italië, Nederland, Zweden, Noorwegen en Denemarken naar Vlaanderen om via de ambassadeurs onze culinaire troeven te ontdekken.

Naast verschillende persreizen die Toerisme Vlaanderen organiseert voor internationale journalisten neemt het agentschap via haar buitenlandkantoren ook deel aan culinaire events/congressen. Een voorbeeld daarvan is CHEF.DAYS in Oostenrijk van het magazine Rolling Pin, waar recent 4 ambassadeurs aanwezig waren om onze culinaire troeven te tonen aan de bezoekers. Daarnaast gaf één van de ambassadeurs ook een presentatie op het hoofdpodium.

De komende maanden en jaren wordt verder ingezet op persreizen, deelname aan culinaire events (internationaal) en online promotie. Zo wordt er dit jaar nog een persreis georganiseerd, in juli een event in Barcelona en eind november trekken 3 ambassadeurs naar Kopenhagen om daar Vlaanderen culinair te presenteren.

3. Het ambassadeurschap is niet bezoldigd en de leden betalen ook geen lidgeld. De ambassadeurs maken vrijwillig deel uit van GOESTING en zien dit als een win-win situatie. Ze promoten Vlaanderen en staan zelf mee in de schijnwerpers.

Er is wel voorzien in een onkostenvergoeding, zoals bijvoorbeeld voor vluchten of overnachtingen in het kader van hun ambassadeurschap.

4. Toerisme Vlaanderen voorziet inderdaad werkingsmiddelen voor de ontwikkeling van dit project, zoals bijeenkomsten en brainstormsessies met de leden. Daarnaast worden de promotieacties opgenomen in het overkoepelend budget van de jaarlijkse culinaire promotie.
5. Dit is het jaar van de opstart. Toerisme Vlaanderen ziet 2023 als nulmeting en zal in de komende jaren meten in hoeverre de naamsbekendheid van Vlaanderen als culinaire hotspot stijgt.

Toerisme Vlaanderen meet het succes via sociale media, de website en vermeldingen in internationale culinaire artikels. De cijfers van onze digitale campagnes worden gemeten, net als het aantal vermeldingen van vooraf geselecteerde termen via *social listening* tools. Het is de bedoeling een stijging te generen in de bekendheid van Vlaanderen als culinaire bestemming. Dit meet Toerisme Vlaanderen ook via verschillende onderzoeken, zoals het reputatieonderzoek.