

Toerisme Meetjesland - Planning 2016

Inleiding

Beste lezer,

Na een succesvol Boerke-jaar en de implementatie van een nieuw wandelnetwerk Meetjeslandse bossen gaan we ons in 2016 richten op de toekomst. Bij Leader heeft Toerisme Oost-Vlaanderen projecten ingediend om het verhaal van **De Lieve** verder uit te diepen.

Wij durven daarvoor allianties sluiten, in de eerste plaats met de gemeenten, met Toerisme Oost-Vlaanderen uiteraard, met het Plattelandscentrum maar ook met de toeristische sector en onze andere partners Regionaal Landschap Meetjesland, COMEET, Horeca Meetjesland, Natuurpunt ... Want het geheim van breed gedragen projecten is **samenwerking**. Dat is essentieel om stappen vooruit te zetten.

Dat we kunnen samenwerken, bewijst de groei van het **Provinciaal Streekbezoekerscentrum Huysmanhoeve**, het **Landschapspark Drongengoed** maar ook het blijvende succes van ons noordelijke **krekengebied** aan de Belgisch-Nederlandse grens. Maar naast die drie belangrijke accenten willen we ook **gemeente per gemeente** stappen vooruit laten zetten in de uitbouw van toerisme en recreatie. Vooral omdat we geloven in de (micro-)economische impact ervan. We werken verder aan een **onthaalvisie** en dragen onze verantwoordelijkheid als belangrijkste merkgebruiker van **Meetjesland, maak het mee!**

Op het vlak van promotie zullen we onze twee wandelnetwerken Meetjeslandse Bossen en Kreken in 2016 extra aandacht bezorgen. We gaan opnieuw naar de **beurs** met enkele belangrijke toeristische spelers in Maldegem, we werken de Winter in het Meetjesland-actie verder af tot einde februari en bouwen qua brochure-aanbod verder op het ingeslagen pad. Belangrijk hierbij is dat we samen met de sector investeren in onze **publicaties**, in onze **sociale media** en onze **website**. Ook op dat vlak willen we de groei van de laatste jaren bestendigen en versterken.

Rita De Coninck

Voorzitter

1 Samenwerking met de sector

Belangrijk is dat Toerisme Meetjesland verder werkt aan de netwerken en aan het merk. Samenwerking stimuleren en faciliteren is ons motto hierin, naast het aanbieden van vormingen en begeleiding.

1.1 Open Poort Dagen

In de week van maandag 22 tot vrijdag 26 februari houdt Toerisme Meetjesland 'Open Poort Dagen', ondertussen een traditie. Gelegenheid voor sector om hun brochures te komen ophalen en voor sectorcontacten. Kan een uitstekende gelegenheid zijn om elkaars projecten te leren kennen, voor distributie van de folders maar ook voor sectoroverleg (overleg logies, evenementen, mmm... Meetjesland, Meetjesland Café, Meetjesland Restaurant, een overleg met de schepenen toerisme en burgemeesters...) Telkens gekoppeld aan een woordje uitleg over onze toekomstplannen, een hapje en een drankje.

(project vzw Toerisme Meetjesland)

1.2 Meetjesland Explore

Op zondag 17 april willen we het seizoen in de Huysmanhoeve starten met een opvallend initiatief om van in het begin veel volk naar de hoeve te lokken. Het idee is om de aanbieders van de toeristische sector in de verschillende gebouwen van het Provinciaal Streekcentrum Huysmanhoeve zichzelf te laten voorstellen als een soort streekbeurs op de hoeve. Met tweeledig doel: business-to-business en business-to-consumer. Zo

willen we, naast een steeds succesvolle afsluiter met de streekproductenmarkt, onze toeristische sector nauw betrekken bij het toeristisch startmoment op de hoeve.

(project vzw Toerisme Meetjesland en Plattelandscentrum Meetjesland vzw)

1.3 Ondersteuning merk Meetjesland, maak het mee!

Als promotor en adviesverlener (voor zover toeristisch relevant) blijft Toerisme Meetjesland zijn rol spelen binnen het merk Meetjesland, maak het mee! Het merk speelt een belangrijke rol in elke actie die we ondernemen, niet in het minst in ons communicatie-aanbod (campagnes, brochures, publicaties, persbeleid, online media, ...) Ook diende Plattelandscentrum Meetjesland met Toerisme Meetjesland als één van de partners een Leader-project in dat net de toekomst van het merk moet verzekeren en versterken.

(Leaderproject Plattelandscentrum vzw ism Toerisme Meetjesland en Netwerk Meetjesland)

1.4 Glutenvrij Meetjesland

Met 9 logieshouders en 11 restaurants besteedt de huidige brochure "Glutenvrij Meetjesland" aandacht aan deze voedselintolerantie, die het moeilijk maakt voor hen om onbezorgd op vakantie te gaan. Deze groep ondernemers richt zich specifiek tot deze doelgroep met een volwaardig aanbod glutenvrij ontbijt en glutenvrije gerechten. In 2016 luiden we een nieuwe periode in voor de groep Glutenvrij Meetjesland en zal zowel aan logieshouders en reca gevraagd worden of ze de groep niet wensen te verbreden en versterken. In het najaar zal een nieuwe publicatie gemaakt worden om naar de glutenvrij-beurs mee te gaan. Er komt ook dit jaar opnieuw een vormingsmoment, belangrijk hierbij is om eveneens andere allergenen onder de aandacht te brengen bij de sector.

(Project Toerisme Meetjesland ism Horeca Meetjesland)

1.5 Landschapspark Drongengoed

Landschapspark Drongengoed is een echte klankbordgroep geworden waarmee we als regionale organisaties initiatieven kunnen stimuleren en (laten) in gang zetten. Mede dankzij het Wandelnetwerk Meetjeslandse Bossen is de uitbouw van het Landschapspark nu mogelijk in een stroomversnelling aan het komen. De taak van Toerisme Meetjesland blijft binnen deze werkgroep vooral adviesverlening, merkbeheer en ondersteuning communicatie (website drongengoed.be). Toerisme Meetjesland zetelt in het redactieoverleg, is medebeheerder van een gloednieuwe Facebookpagina 'Landschapspark Drongengoed' die moet streamen naar de website en helpt mee aan thematische promotie-acties (paddentrek, heidebloei, week van het bos, groot wild in het winterseizoen...). De promotie van de Drongengoedhoeve als toeristisch ankerpunt voor de regio blijft een belangrijk werkpunt voor Toerisme Meetjesland.

Daarnaast participeert Toerisme Meetjesland ook in het strategisch project Landschapspark Drongengoed van de gouverneur.

1.6 Boerke Op Stap

Sint-Laureins en Boerke?

Na de lancering van de routebrochure 'Boerke Op Stap' is gebleken dat het figuurtje Boerke een heel dankbaar promotioneel vehikel is waar in de eerste plaats **de gemeente Sint-Laureins** verder mee aan de slag wil gaan. Belangrijk voor Toerisme Meetjesland is om 'Boerke op stap' als volwaardig toeristisch product verder aan de man te brengen.

De contacten met Zeeuws-Vlaanderen

Een tweede belangrijk aspect is de **plattelandsbeleving aan de grens en de samenwerking met de regio Zeeuws-Vlaanderen en de sector in Zeeuws-Vlaanderen**. In 2016 wordt het een uitdaging om die samenwerking verder uit te diepen.

1.7 Logiesoverleg Meetjesland

Het logiesoverleg zal ook verder in 2016 samenkomen. Focus is samenwerking, kwaliteitsverhoging en innovatie stimuleren en informeren. De vraag zal gesteld worden of de sector wil mee investeren in een logiesbrochure voor op de beurzen en in de infokantoren.

1.8 Meetjeslands evenementenoverleg

Komt twee tot drie keer per jaar samen. Omvat vooral de uitbouw van de evenementenactie 'Uit in het Meetjesland' tijdens de zomer en daar wordt ook gezocht naar mogelijke samenwerkingsverbanden en ideeënuitswisseling tussen grote evenementenorganisatoren in de streek (principe 1000+, meer dan 1000 bezoekers).

1.9 Overleg Toeristische diensten

Twee keer per jaar komen de collega's van de gemeentelijke diensten samen met onze dienst om gezamenlijk na te denken over de promotie van de streek en om kennis te nemen van elkaars projecten.

1.10 Brochure-uitwisseling met naburige toeristische diensten

Jaarlijks in maart neemt Toerisme Meetjesland deel aan de jaarlijkse brochure-uitwisseling met naburige toeristische diensten in de strook tussen Knokke en Antwerpen. Westtoer neemt het initiatief in 2016.

1.11 Studietrips met de sector

In januari-februari 2016 organiseert Toerisme Meetjesland opnieuw studietrips door de regio voor de toeristische sector en onthaal. Bedoeling is om het (nieuwe) aanbod beter te leren kennen om op die manier de toerist gerichter te kunnen helpen (onthaalregisseurschap).

1.12 Zakentoeerisme en de meeting industry

Dit segment van toerisme is in het Meetjesland nog vrij onontgonnen. Toerisme Meetjesland ontmoet regelmatig de provinciaal MICE-consultant binnen de diensten van Toerisme Oost-Vlaanderen en gaat op regelmatige basis de mogelijkheden binnen de streek na om eventueel samenwerking te stimuleren.

1.13 Toeristische Initiatiefmap Meetjesland

De Toeristische Initiatiefmap Meetjesland blijft een belangrijk instrument om de sector te ondersteunen in de uitbouw van hun toeristische projecten en initiatieven. In 2016 hernieuwen we de map.

1.14 Sectorsite Toerisme Oost-Vlaanderen

De nieuwe sectorwebsite van Toerisme Oost-Vlaanderen geeft de regio's de kans om ook online efficiënter de dienstverlening aan ondernemers en toeristische initiatiefnemers kenbaar te maken. Bedoeling is op een duidelijke manier op het internet tonen wie wij als organisaties (Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Meetjesland) zijn, wat we doen en wat we voor een initiatiefnemer kunnen betekenen.

2 Marketing en promotie

2.1 Toeristische Gids

De toeristische gids 2016 (oplage 25.000 exemplaren) blijft het basiswerk met aandacht voor het gehele toeristisch-recreatieve aanbod van de gemeenten en regio. Lichte aanpassingen deze keer (komst Wandelnetwerk, Boerke, enz.)

(project vzw Toerisme Meetjesland)

2.2 Toeristische kaart

Deze kaart werd opnieuw uitgebracht in 2015 grotendeels gefinancierd door COMEET en uitgevoerd door Toerisme Meetjesland. Deze keer werd meteen gedrukt op een grote oplage in zomer 2015 zodanig dat deze publicatie ook gedurende het hele jaar 2016 bruikbaar zal zijn. De kaart toont de toppers in het

Meetjesland, de WOI-toppers, Meetjesland Restaurant, Meetjesland Café en de Hoevevinkels van Mmm...Eetjesland.

(project Comeet en vzw Toerisme Meetjesland)

2.3 Redactievergadering TOV

Toerisme Meetjesland maakt deel uit van de maandelijkse redactievergadering binnen Toerisme Oost-Vlaanderen waar ook de website, de invulling van het Stapaf-magazine, de sociale media, de elektronische nieuwsbrieven en het publicatiebeleid aan bod komt. In dit kader sporen we de gemeenten en ondernemers verder aan om ons geregeld hun nieuw aanbod kenbaar te maken via www.tov.be/promoten.

Project Toerisme Oost-Vlaanderen ism de regio's

2.4 Websites www.tov.be, Toerisme Meetjesland, Glutenvrij en Drongengoed

Als websitebeheerder van Toerisme Meetjesland en mede-redacteur van de website Drongengoed.be hebben we toegang tot www.tov.be, www.toerismemeetjesland.be, www.glutenvrijmeetjesland.be en Drongengoed.be. Deze websites zijn onthaalpoorten waarmee we een groot deel van het publiek bereiken. Deze websites up-to-date houden is een bijna dagelijkse opdracht.

(Toerisme Oost-Vlaanderen, inhoud samen met Toerisme Meetjesland)

2.5 Sociale media

Facebook en Twitter

In 2016 willen we onze kanalen op sociale media verder uitbouwen tot efficiënte promotiekanalen voor het toeristisch aanbod van de regio. Onze **facebookpagina Meetjesland** is ondertussen gestegen van 2300 naar 3400 volgers. Hier koppelen we ook heel sterk de werking op de Huysmanhoeve en de evenementenactie Uit in het Meetjesland aan.

De **facebookpagina Glutenvrij Meetjesland** heeft 596 volgers wat voor een niche-pagina zeer sterk is.

Wij zijn ook medebeheerder van de **facebookpagina Landschapspark Drongengoed** waar we voorlopig 114 volgers op hebben maar wel al enkele veel gelezen posts konden op realiseren.

Onze **Twitter-account Meetjesland** is ook een continue stijger met 794 volgers (we komen van 150 twee jaar geleden). Aan de hand van verschillende thema's en samen met de sector zetten we ook het individuele aanbod in de kijker.

Instagram

Met **Instagram** komt er een populair sociaal medium bij in ons aanbod waar we in 2016 ook wat meer willen op inzetten, zowel via de account van Toerisme Oost-Vlaanderen als die van Toerisme Meetjesland.

2.6 Nieuwsbrieven

Toerisme Meetjesland voedt de StapAf nieuwsbrieven van Toerisme Oost-Vlaanderen (bereik 60.000, ook via de redactievergadering), het Streekplatform en andere organisaties (Comeet,...). Toerisme Meetjesland heeft ook een eigen **sectornieuwsbrief** (657 adressen) **mét telkens een uitgebreid evenementenprogramma die de sector kan afprinten**. Toerisme Meetjesland heeft ook een eigen **consumentennieuwsbrief** (1.700 adressen). Deze nieuwsbrieven worden tijdens het seizoen maandelijks ingezet.

2.7 Campagne 'Glutenvrij Meetjesland'

Een eigen publicatie (wellicht een nieuw boekje nodig in 2016), een mini-website binnen die van Toerisme Meetjesland en een eigen facebookpagina. De groep van 8 logieshouders en 11 restaurants onderzoekt ook de mogelijkheid om een gezamenlijk evenement te organiseren rond het thema 'Glutenvrij'. In 2016 gaan we opnieuw mogelijke leden bevragen en willen we een actie opzetten met bloggers.

2.8 Campagne ‘Winter in het Meetjesland’

Toerisme Meetjesland werkt tot maart 2016 aan de lopende campagne ‘Winter in het Meetjesland 2015 2016’. Bij evaluatie van deze campagne zal aan het logiesoverleg voorgelegd worden of er meteen de volgende winter een vervolg wordt gecreëerd (beslissing voor juni 2016).

(project vzw Toerisme Meetjesland, Toerisme Oost-Vlaanderen)

2.9 Campagne ‘Uit in het Meetjesland’

De evenementenorganisatoren die meedoen aan de actie ‘Uit in het Meetjesland’ financieren een gezamenlijke folder, een gezamenlijke flyer en de distributie ervan. Toerisme Meetjesland maakt de brochure en biedt de opvolging ervan aan. Een minimum deelname van 16 grote evenementenorganisatoren is een vereiste.

(project vzw Toerisme Meetjesland, Meetjeslandse evenementenorganisatoren)

2.10 Digitale Gidsen

De anderstalige digitale gidsen zullen op basis van de Infogids 2016 een update krijgen. Belangrijk hierbij is de opname van Wandelnetwerk Meetjeslandse Bossen.

(Project vzw Toerisme Meetjesland)

2.11 Campagne ‘Kindvriendelijk Meetjesland’

Met een mini-website ‘Kindvriendelijk Meetjesland’ willen we aansluiten op vroegere projecten inzake gezinsvriendelijkheid in het Meetjesland. Het willen het aanbod kindvriendelijke toeristisch-recreatieve mogelijkheden ontsluiten en promoten via een mini-website. Zo spelen we in op een Vlaams-brede actie rond kindvriendelijkheid ingeschreven in het regeerakkoord. Het is ook een methode om via een niche de naamsbekendheid (algemene toeristische promotie) van het Meetjesland verhogen (cfr. Glutenvrij) Er blijven initiatieven ontstaan uit de dynamiek van de vorige actie. Het zou zonde zijn om deze niet te promoten, zeker nu er ook op Vlaams niveau aandacht komt.

(Project vzw Toerisme Meetjesland)

2.12 Groepsuitstappen Meetjesland

De brochure 'Groepsuitstappen Meetjesland' zal in 2016 verder worden gepromoot via de Workshop Dagtrips Voor Groepen van Toerisme Oost-Vlaanderen in Eeklo op donderdag 28 januari en via de normale verspreiding. Binnen de Huysmanhoeve zullen Toerisme Meetjesland en Plattelandscentrum ook verder afspraken maken om op het vlak van boeken en promoten van groepsuitstappen nog nauwer samen te werken. Tijdens de herfst 2016 bereidt Toerisme Meetjesland een nieuwe brochure voor om mee te nemen naar de Workshop Dagtrips Voor Groepen in januari 2017.

(project vzw Toerisme Meetjesland, Toerisme Oost-Vlaanderen)

2.13 Beurzen

Toerisme Oost-Vlaanderen gaat naar de fietsbeurs in Utrecht (20 en 21 februari) en Antwerpen (27 en 28 februari). De regio's binnen Toerisme Oost-Vlaanderen zorgen voor de bemanning van de stand en de dienst communicatie ism de technische dienst voor de plaatsing en afbraak van de stand. Toerisme Meetjesland gaat in samenwerking (en gedeelde financiering) met enkele Maldegemse aanbieders naar het Vakantiesalon in Brussel (4 tot 8 februari). Afhankelijk van de beslissing van het logiesoverleg over een volgende winteractie 2016-2017 bestaat de mogelijkheid dat we hier ook een beursdeelname Countryside in november 2016 aan koppelen.

(project vzw Toerisme Meetjesland, Toerisme Oost-Vlaanderen)

3 Projecten

3.1 “De Lieve Vervoert”

Het project De Lieve Vervoert wil de uitgesproken plattelandsregio langs de Lieve, het oudste kanaal van Vlaanderen, op een unieke en eigen manier op de toeristische kaart zetten. We gebruiken hiervoor een

publicatie met zes thematische routes, met telkens een digitale beleving (audio, video of spelelementen). Voor de uitstraling naar het brede publiek en voor de binding van de verschillende thema's zoeken we naar een creatief-artistische insteek. Die insteek moet zorgen voor zichtbaarheid van het project in het gebied en zorgt voor een grotere aantrekkingskracht van het verhaal en de thema's. We versterken ook de link met de ondernemers in het gebied.

Promotor Toerisme Oost-Vlaanderen en co-promotor Plattelandscentrum Meetjesland vzw hebben als projectpartners Toerisme Meetjesland, zes gemeenten (Zomergem, Waarschoot, Lovendegem, Evergem, Eeklo en Maldegem), Erfgoedcel Meetjesland (Comeet), VVV De Lieve en Toerisme Meetjesland. Er wordt ook gepolst naar samenwerking met Gent en Damme.

In het partnerschap ligt de focus voor TOV op de projectcoördinatie, toeristisch productontwikkeling en promotie. Plattelandscentrum Meetjesland stelt een deeltijds medewerker ter beschikking voor de productontwikkeling. Toerisme Meetjesland draagt de helft bij in de promotiekosten. De bijdragen van steden en gemeenten en VVV de Lieve situeren zich vooral op gebied van productontwikkeling (zichtbare bakens in het landschap).

Leader, Promotor Toerisme Oost-Vlaanderen, co-promotor Plattelandscentrum Meetjesland

3.2 Onthaal in Meetjesland

Dit project wordt opgevat als een pilotproject voor de ontwikkeling van een toeristische onthaalvisie voor Oost-Vlaanderen. Het pilotproject wordt meteen uitgevoerd in het Meetjesland.

Het project werd ter financiering bij LEADER ingediend maar niet weerhouden. We gaan op zoek naar andere mogelijkheden om hier delen toch van te realiseren. Zo gaan we zeker met de bibliotheken die daar achter vragen verder afstemmen en ook met Horeca Meetjesland, Meetjesland Café en Meetjesland Restaurant trachten wij infopunten te realiseren, in overleg met Toerisme Oost-Vlaanderen.

Toerisme Oost-Vlaanderen, Toerisme Meetjesland, COMEET

3.3 Uitbouw Provinciaal Streekcentrum Huysmanhoeve

Toerisme Meetjesland werkt samen met het Plattelandscentrum en alle andere actoren op de hoeve (VVV Eeklo, het provinciebestuur Oost-Vlaanderen en de stad Eeklo) om te zorgen voor een coherent programma met focus op de zomer.

De uitbouw van het Provinciaal Streekcentrum is een essentieel onderdeel van het Meetjeslandse toeristische beleid omdat we zowel het infokantoor Toerisme Meetjesland als de werking van het Plattelandscentrum duidelijk zien als een 'draaischijf' waar we de verschillende troeven van het Meetjeslandse toerisme aan vast willen hangen.

Toerisme Meetjesland wil ook actief meedenken met het **programma van Huysmanhoeve's Zomer**. Bij aanvang van het seizoen zal Toerisme Meetjesland actief meewerken aan een startdag **'Meetjesland Explore'** samen met Plattelandscentrum Meetjesland, COMEET en Regionaal Meetjesland.

(Project Plattelandscentrum Meetjesland i.s.m. Toerisme Meetjesland, COMEET, Provinciebestuur Oost-Vlaanderen, VVV en stad Eeklo)

3.4 De Kregen Spreken en andere belevingsroutes op QR-code

In 2016 willen we onze belevingsroutes, net zoals Boerke, aan de consument aanbieden via de smartphone. Dit kan door het creëren van QR-codes en deze op het terrein met een eenvoudige sticker op de bewegwijzering aan te brengen. Een eerste realisatie plannen we met de geluidsfragmenten van onze luisteroute 'De Kregen Spreken' op de gelijknamige themaroute.

3.5 Digitale belevingsroute 'Slag bij Burkel' Maldegem/Beernem

Op 17 oktober 2018 herdenken de gemeenten Maldegem en Beernem de 'Slag bij Burkel', de laatste officiële paardencharge van het Belgische leger in de geschiedenisboekjes. Een belangrijke slag bij de Bevrijding van de Eerste Wereldoorlog. Naar aanleiding van dit herdenkingsfeest willen Maldegem en Toerisme Meetjesland in samenwerking met Beernem en Toerisme Brugse Ommeland ook een digitale belevingsroute creëren. In 2016 willen we hiervoor reeds de eerste fundamenten vastleggen.

3.6 Plan Bier

In 2016 willen we in Evergem en Oosteklo aan de slag met het thema bier met het oog op uitwerking richting seizoen 2017. Bedoeling is om binnen het Oost-Vlaamse project Plan Bier een project uit te werken dat ook de Meetjeslandse brouwerijen en biercafé's in het voetlicht plaatst.

(Toerisme Oost-Vlaanderen)

3.7 Streekmerk Meetjesland

Sinds 2007 wil het Meetjesland zichzelf in de markt zetten met het regiomerk 'Meetjesland maak het mee'. De toekomstvisie (Meetjesland 2020), een merkenhandboek en merkpromotie naar de inwoners werden ontwikkeld. Ondernemers konden een merkerkenning bekomen. Door omstandigheden is de aandacht rond het merk verkleind. Een ingediend project bij LEADER werd niet weerhouden. We blijven als toeristische dienst wel één van de belangrijkste gebruikers van het merk en wachten verder initiatief hieromtrent af.

(Plattelandscentrum Meetjesland, Netwerk Meetjesland en Toerisme Meetjesland)

3.8 Erfgoedborden Meetjesland

In 2016 zullen Toerisme Meetjesland en Erfgoedcel Meetjesland de 238 erfgoedbordjes in de regio vernieuwen, herstellen en verbeteren. Voorbereidend onderzoek is daarvoor gebeurd, implementatie in 2016.

(project Toerisme Meetjesland, COMEET, Erfgoedcel Meetjesland, Toerisme Waasland, de gemeenten)

3.9 Wandelnetwerk Meetjeslandse Kreken

Opvolging van de trajecten en verdere promotie van beide netwerken. Met Natuurpunt en de gemeenten wordt voor het Wandelnetwerk Meetjeslandse Kreken gezocht naar nieuwe doorsteken. In 2017 komt er een nieuwe kaart uit voor dit gebied.

(project Toerisme Oost-Vlaanderen)

3.10 Fietsnetwerk Meetjesland

In het voorjaar van 2016 komt er een nieuwe kaart uit van het Fietsnetwerk Meetjesland, die nu om de 4 jaren wordt geactualiseerd.

(project Toerisme Oost-Vlaanderen)

3.11 Woestijneroute

Toerisme Oost-Vlaanderen plant een heruitgave van de Woestijneroute in Knesselare en Aalter.

(project Toerisme Oost-Vlaanderen)

3.12 Pasar zomert (en wintert) in het Meetjesland

Op negen dinsdagavonden tijdens de zomer organiseert Pasar Gent-Eeklo geleide wandelingen van ongeveer 8 km in het Meetjesland. De wandelingen worden gezamenlijk gepromoot via de eigen kanalen van beide organisaties. Voor het derde jaar op rij zal deze samenwerking opnieuw tot stand worden gebracht en dit jaar zelfs versterkt met Pasar Winterwandelingen op vier winterse zondagen.

(Project Pasar en Toerisme Meetjesland)

3.13 Uit in groep

Enkele jaren geleden werd een start genomen met het aanbieden van georganiseerde dagtrips voor groepen door Toerisme Meetjesland. De volgende jaren wordt deze werking verder uitgebouwd en bestendigd in het infokantoor. In 2016 willen we de werking 'groepsuitstappen' van Plattelandscentrum en Toerisme Meetjesland verder nauwer laten samenwerken om de efficiëntie te verhogen.

(project vzw Toerisme Meetjesland en Plattelandscentrum Meetjesland)