

Toerisme Oost-Vlaanderen - Planning 2016

Toerisme Oost-Vlaanderen (TOV) heeft tot doel de provincie als bestemming voor dag- en verblijfstoerisme en recreatie uit te bouwen en in de kijker te zetten. TOV ontwikkelt producten en stimuleert productontwikkeling. Ze promoot toerisme in Oost-Vlaanderen en haar toeristische regio's en ze zet in op ondersteuning van de toeristische sector en op kennisontwikkeling en -uitwisseling.

Toeristisch-recreatieve productontwikkeling

TOV zal in 2016 verder inzetten op de ontwikkeling van toeristisch-recreatieve routeproducten met nadruk op de wandelknooppuntennetwerken. In 2016 wordt gewerkt aan de verdere uitbouw van wandelnetwerken in Scheldeland (Kalkense Meersen-Donkmeer fase 2 (Berlare tot Wetteren)) en de Vlaamse Ardennen (uitbreiding bestaande wandelnetwerk Getuigenheuvels richting Noorden (Zwalm, Horebeke, Brakel, Oudenaarde, Zottegem) en richting Oosten (Geraardsbergen, Lierde, Brakel). TOV streeft ernaar om het Zuiden van de Vlaamse Ardennen te laten uitgroeien tot een aaneengesloten wandelgebied.

Bij de uitbouw van wandelnetwerken gaat niet alleen aandacht naar bewegwijzering maar ook naar de beleving van het landschap. Voor het wandelnetwerk Vlaamse Ardennen worden budgetten voorzien voor de realisatie van uitkijkpunten en aanvullende infrastructuur. Beide netwerken zullen gelanceerd worden vanaf 2017 en dan zal ook geïnvesteerd worden in belevings- en inspiratiegidsen en in een uitgebreide promotiecampagne.

TOV zet verder intensief in op kwaliteitsbewaking en -verbetering van de routestructuren. Het nieuwe digitale onderhoudsysteem en netwerk van peters en meters speelt hierin een belangrijke rol. De systemen en procedures worden verder geoptimaliseerd. De samenwerkingsovereenkomsten met sociale werkplaatsen voor het uitvoeren van het onderhoud op het terrein worden in 2016 herbekeken.

De bestaande fietsnetwerken Waasland, Meetjesland en Leiestreek worden in 2016 herwerkt, met het oog op het verbeteren van veiligheid en rekening houdend met ondertussen gerealiseerde (fiets)weginfrastructuur. Voor het Waasland zal worden samengespoord met het strategisch project Havenland in het kader waarvan wordt gewerkt aan thematische fietslussen en de recreatieve ontsluiting van en onthaal in het Waasland havengebied en omliggende natuurgebieden. De fietsnetwerkkkaart Gent wordt herdrukt. Voor de fietsnetwerkkkaart Leiestreek wordt gekeken of een gezamenlijk initiatief met Westtoer wordt genomen.

De mogelijkheden voor het verhogen van de belevingswaarde van de bestaande wandelnetwerken worden bekeken. Op grondgebied Gent zullen op het fietsnetwerk enkele aanvullende startborden worden geplaatst.

In 2016 is er de 100^{ste} editie van de Ronde van Vlaanderen. TOV investeert in 2016 nog in het zichtbaar en beleefbaar maken van de Ronde in het landschap van de Vlaamse Ardennen en dit 365 dagen per jaar. TOV zal n.a.v. de feesteditie het thema en de investeringen die werden gedaan de voorbije jaren extra in de verf zetten.

In het Sigmagebied en langs de BenedenSchelde en Durme wordt gewerkt aan de toeristisch-recreatieve ontsluiting van het landschap aan de hand van wandellussen, in natuurgebied maar met valorisatie van de dorpskernen en het erfgoed.

TOV werkt een nieuwe visie op routestructuren en het vermarkten ervan uit. Het idee is routes te bundelen in brochures met een thematische en/of geografische invalshoek en een hoge belevingswaarde en aanvullend enkele gratis smaakmakers ('ommetjes') voor onze routeproducten te voorzien.

TOV treedt als partner op bij bredere ruimtelijke projecten met o.a. een toeristisch-recreatieve invalshoek. Het gaat hierbij om de strategische projecten 'Schelde sterk merk' (Scheldeland en Waasland), Havenland (zie boven; Waasland), Denderland (Scheldeland) en (nog verder uit te werken) Landschapspark Drongengoed (Meetjesland).

De in het verleden gelanceerde toegankelijke routeproducten (fiets-/wandel-/autoroutes) worden herbekeken.

Samen met de andere provinciale toeristische federaties wordt gestreefd naar een verhoging van het gebruik en de return on investment van onze fietsnetwerken. Bedoeling is om het Vlaanderenbrede fietsproduct te gebruiken om bovenprovinciaal enkele initiatieven te nemen, eventueel samen met touroperators en incoming agents.

Sectorwerking en MICE-werking

TOV ondersteunt en stimuleert partners en de toeristische sector om kwaliteitsvolle producten in de markt te zetten. Er wordt individueel advies gegeven en meerdere vormings- en ontmoetingsmomenten georganiseerd voor diverse doelgroepen (bijv. de logiesuitbaters).

De jaarlijkse inspiratiedag voor de brede sector biedt vorming en inspiratie aan rond een actueel toeristisch thema. Daarnaast gaan in het voorjaar verschillende ontmoetingsmomenten door voor de logiesector rond de werking van Logeren in Vlaanderen Vakantieland, gecombineerd met een vormingsmoment.

Er wordt een fotografieproject opgestart voor de logiesector. We stellen vast dat er een gebrek is aan eigentijdse wervende beelden van de logies hoewel die erg belangrijk zijn in alle communicatie. We zullen een fotografieopdracht uitbesteden, het geheel coördineren en een deel van de kost van het beeldmateriaal dragen. Vergunde logies zullen tegen betaling over een aantal professionele beelden kunnen beschikken om in hun communicatie te gebruiken. De beelden zullen ook toegevoegd worden aan onze beeldenbank.

De nieuwe sectorwebsite (die volgende week nog wordt gelanceerd) zal leiden tot een verdere verbetering van de communicatie met de brede toeristische sector, maar ook met onze partners en vrijwilligers.

De B-to-B communicatie zal vooral digitaal/online verlopen (naast uiteraard persoonlijk contacten!) maar daarnaast zal er ook een B-to-B brochure in print (met bijv. kerncijfers, ...) worden ontwikkeld.

In 2016 zal in het kader van het Platteland+-project 'B(l)oeiend Oost-Vlaanderen' met publieke en private partners worden samengewerkt rond toeristische productontwikkeling en promotie van de

sierteelt in Oost-Vlaanderen. De volgende 2,5 jaar zal TOV samen met haar copromotoren meer dan € 227.000 investeren in de beleving van de sierteelt in de bloemenstreek. Het projectgebied omvat de gemeenten Destelbergen, Laarne, Lochristi, Lokeren, Melle, Merelbeke, Moerbeke, Wachtebeke, Wetteren en Wichelen.

Voor de socio-culturele sector wordt opnieuw de succesvolle infobeurs 'dagtrips voor groepen' georganiseerd waarop publieke en private aanbieders hun groepsproducten aan potentiële klanten kunnen voorstellen. In de namiddag worden rondleidingen in de regio aangeboden, in 2016 is dit het Meetjesland.

TOV zet verder haar schouders onder de promotie en ontwikkeling van MICE-activiteiten (Meetings, Incentives, Congresses en Events) in Oost-Vlaanderen. Dit gebeurt in de schoot van het hervormde vzw MeetinGent & Oost-Vlaanderen en in nauwe samenwerking met Toerisme Gent en de private sector.

Promotie en publiciteit

TOV ontplooit zoals steeds een waaier aan eigen communicatie- en marketingactiviteiten.

Er wordt thematische promotie gevoerd aan de hand van overkoepelende campagnes. Deze provinciebrede of regio-overstijgende thema's zullen in 2016 bier, wielervedgoed en 'stapaf' zijn. Niet alleen zal het fiets- en wandelmagazine StapAf - in verhoogde oplage - opnieuw 2 maal verschijnen, we zullen ook het belevingsvolle imago van het 'merk' Stapaf verder online uitbouwen met social media acties en integratie in de website.

Er zal bestemmingspromotie gevoerd worden voor de verschillende regio's en de marketingdienst zal mee de marketing- en communicatieacties van de regio's uitwerken en ondersteunen (zowel met mankracht als financieel). Zo zullen we bv. in het Waasland de kansen van de uitzending van een TV-reeks op Eén (De Elfde van den Elfde) begin 2016 ten volle trachten te benutten. Voor de Leiestreek zal het cultuur-toeristisch potentieel van de regio worden uitgespeeld.

Belangrijke instrumenten daarbij zijn uiteraard alle online tools die door de marketingdienst worden gerealiseerd en beheerd, zoals de provinciale en regionale websites, campagnesites, routeplanners, facebook en twitter.

Aan de hand van e-nieuwsbrieven communiceren TOV en de regio's met consumenten, socio-culturele verenigingen, toeristische sector en de pers.

Doelgroepen van de promotieacties zijn Vlaanderen en in beperktere mate Nederland. Een aantal thema's worden ook internationaal uitgespeeld (bier, Ronde van Vlaanderen) waarbij wordt samengewerkt met o.a. Toerisme Vlaanderen en de andere provinciale toeristische federaties.

Er wordt zoals de vorige jaren deelgenomen aan de fiets- en wandelbeurs Antwerpen (voorheen te Mechelen) en de fiets- en wandelbeurs in Utrecht (voorheen Amsterdam).

De samenwerking met de pers wordt verder uitgebouwd, zowel reactief als proactief, en de free publicity zal worden gemonitord. Naar aanleiding van projecten en/of nieuwe initiatieven zullen persreizen en –voorstellingen georganiseerd worden.

Er wordt onderzocht, na de afloop van het Eén-programma Vlaanderen Vakantieland in september 2015, welke promotie nog kan worden gevoerd via televisie, dan wel welk alternatief wordt uitgewerkt. Er wordt hiervoor samengewerkt met de andere provinciale toeristische organisaties. VRT werkt momenteel een alternatief toeristisch programma uit, met gewijzigd concept maar de provinciale toeristische federaties nemen hiertegenover voorlopig een afwachtende houding aan.

Externe partners kunnen ook in 2016 rekenen op toelagen voor de promotie van toeristische evenementen.

Werking op regionaal niveau en op interprovinciaal niveau

TOV zet haar toeristische regio's in de markt via haar regiocoördinatiecellen die de bovenlokale toeristische werking stimuleren en coördineren. Daarnaast zijn er de toelages aan de regionale toeristische samenwerkingsverbanden Toerisme Meetjesland, Toerisme Waasland, Toerisme Vlaamse Ardennen, Toerisme Leiestreek en Toerisme Scheldeland. In overleg met de partners in de regio's wordt naar een verdere optimalisering van de werking gestreefd.

Het nieuwe strategisch beleidsplan voor toerisme in de Vlaamse Ardennen zal in het voorjaar 2016 worden voorgesteld.

TOV werkt ook projecten met regionale invalshoek uit. Er werd 2 Leaderprojecten ingediend voor het Meetjesland (rond de Lieve en Meetjesland gastvrije regio). Er wordt ook samengewerkt met andere regionale actoren in het kader van andere Leader-projecten (landschapsbeleving in de Vlaamse Ardennen en streekidentiteit in het Meetjesland).

Er wordt ook verder intensief ingezet op het interprovinciale samenwerkingsverband Logeren in Vlaanderen Vakantieland, ter promotie van het verblijfstoerisme in Vlaanderen op de binnenlandse markt aan de hand van de Vlaanderen Vakantielandbrochure en bijhorende promotie- en boekingskanalen.

Kennis en expertise

In 2016 zal worden gewerkt aan een betere verzameling van beleidsondersteunende gegevens (bijv. over het verblijfstoerisme in Vlaanderen). De gegevens zullen ook beter worden ontsloten. De nieuwe sectorwebsite moet hierbij een middel zijn.

Er wordt bekeken of monitoringsystemen (het meten van de ontwikkeling van toerisme en recreatie op regionaal en provinciaal niveau (overnachtingscijfers, bezettingscijfers, bezoekerscijfers, ...)) en een tool voor snelle feedback (voor vragen van pers, ...) kan worden ontwikkeld.

Verder wordt een studie gepland rond de potentie van het erfgoed en meer bepaald de kastelen langs de Schelde. De kenniscel doet ook onderzoek naar het impact van eigen acties of het gebruik van marketinginstrumenten.

Opbrengsten

• Verkoop	€ 115.650 (2,7%)
• Lidgeden	€ 39.024 (0,9%)
• Provincie	€ 3.748.108 (86,3%)
• Toerisme Vlaanderen	€ 170.800 (3,9%)
• Diverse ontvangsten	€ 255.134 (5,9%)
• Financiële opbrengsten	€ 12.000 (0,3%)

TOTAAL € 4.340.716



Kosten

• Brochures en voorraad	€ 65.000 (1,5%)
• Publicaties (gratis)	€ 90.250 (2,0%)
• Beurzen en workshops	€ 21.400 (0,5%)
• Pers, PR, media, sector-communicatie, geschenken	€ 130.500 (2,9%)
• Campagnes, publiciteit, mailings, website, digitale communicatie, nieuwsbrieven en verzending	€ 518.000 (11,5%)
• Studie en onderzoek	€ 23.000 (0,5%)
• Infrastructuur, routestructuren	€ 256.000 (5,7%)



Kosten

• Toelages (regiowerking, regioprojecten, Logeren in Vlaanderen, subsidies promotie evenementen, ...)	629.251 (13,9%)
• Personeel (incl. Leiestreek)	€ 2.460.900 (54,5%)
• Werkingskosten	€ 133.150 (2,9%)
• Voorzieningen, afschrijvingen	€ 82.052 (1,8%)
• Diversen (belastingen, BTW)	€ 108.000 (2%)

TOTAAL € 4.517.092

