
NOTA AAN DE ALGEMENE VERGADERING

Vergadering: 2016-12-14

Agendapunt: Planning en begroting 2017

Algemeen

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.

Planning breder kader en in 't kort

Er werd een ambitieuze planning met begroting opgemaakt voor 2017. Uitgangspunt is streven naar een geleidelijke afbouw van de in het verleden en recent (verkoop Metselaarshuis) opgebouwde eigen middelen, zonder een structureel verlieslatende werking te creëren. Eerder werd gekozen voor inzet van de middelen op toerisme (productontwikkeling en promotie) in Oost-Vlaanderen.

In 2017 wordt gekozen voor extra inspanningen op verschillende gebieden, met nadruk op realisatie en promotie van nieuwe routeproducten gelinkt aan bredere bestemmingspromotie. In 2018 zijn er geen grootschalige nieuwe projecten rond routestructuren gepland. In 2019-2020 is er dan wel weer sprake van extra investeringen in de realisatie en promotie van wandelnetwerken in het Waasland.

Voor 2017 wordt een inzet van reserves van +/- € 314.000 vooropgesteld. De extra inspanningen:

- Realisatie en in de markt zetten van nieuwe routestructuren (wandelnetwerken in Vlaamse Ardennen en Scheldeland en wandelproducten in Waasland/Scheldeland), inclusief realisatie van belevingspunten; inzet op profilering Vlaamse Ardennen als wandelregio en inspelen op lopende initiatieven rond Sigma en Schelde Sterk Merk in Waasland/Scheldeland
- Opwaardering van bestaande routeproducten door:
 - o diverse herwerkingen met aandacht voor extra beleving (wandelnetwerken Krekengebied Meetjesland, wandelnetwerken Pajottenland en Getuigenheuvels) en extra profilering en werving
 - o vervanging van afgeschenen bewegwijzeringsborden van oudere fietsnetwerken (Meetjesland in 2017)
 - o inzet op een goed draaiend routebeheer en samenwerking met sociale werkplaatsen en vrijwilligers voor onderhoud
- implementatie van een nieuwe visie op de vermarkting van routeproducten (met o.a. belevingsgidsen, 'ommetjes', herwerking van routebrochures, ...)
- Extra inzet op promotie en communicatie met vernieuwing van de websites TOV+regio's, uitgebreide online en offline campagnes (rond wandelen, fietsen en thema bier), extra ondersteuning bestemmingspromotie van regio's en Gent en blijvende inzet op bovenprovinciale promotionele samenwerking
- Uitwerking van en medewerking aan een aantal projecten waaronder B(l)oeiend Oost-Vlaanderen, Schelde Sterk Merk, voorbereiding van het hefboomproject Homeland of Cycling rond wielenerfgoed, en samen met de andere PTO's productontwikkeling en vermarkting van fietsvakanties, ...
- Nieuw concept infodag voor groepen
- Aandacht voor toeristisch onthaal en hoe TOV hierin stimulerend en ondersteunend kan werken (nieuw)
- Uitbouw MICE werking (nieuw).

Planning 2017

Opbrengsten

De belangrijkste inkomsten zijn de toelages van de Provincie, toegekend op basis van langere termijn doelstellingen/actiegebieden (2014-2019) die we dan ook +/- hanteren als indeling in deze nota. Te verwachten extra inkomsten zijn er voor de vernieuwde MICE werking en uit niet toegekende toeristische projectsubsiemiddelen.

Andere belangrijke inkomsten in 2017 zijn (te verwachten) toelages van Toerisme Vlaanderen voor realisatie van nieuwe wandelnetwerken en projecten (Schelde Sterk Merk, Homeland of Cycling en Interprovinciaal Fietsproduct).

Diverse inkomsten zijn er uit participaties van partners in projecten (logies, steden en gemeenten, regionale toeristische organisaties, ...), sociale tussenkomsten, tussenkomsten in verzendingskosten, tussenkomsten in personeelskosten, ... Daarnaast zijn er inkomsten uit verkopen van brochures, interesten en lidgelden.

Toeristisch-recreatieve productontwikkeling (met infrastructurele invalshoek)

TOV zet verder in op de ontwikkeling van nieuwe routeproducten, waaronder de wandelknooppuntennetwerken.

Tegen zomer 2017 wil TOV de Vlaamse Ardennen positioneren als dé wandelregio in Vlaanderen. Er worden 2 nieuwe wandelnetwerken gelanceerd die aansluiten op bestaande waardoor het hele Zuiden van de Vlaamse Ardennen 1 groot wandelgebied wordt. Een 8 à 10-tal belevingspunten worden ingericht. Naast 3 nieuwe wandelnetwerkkarten met inspiratiegidsen wordt een uitgebreide marketingcampagne opgezet. Er komen fiches met suggestielussen en er wordt een belevingsgids 'Wandelen in de Vlaamse Ardennen' uitgegeven (NL/EN/FR). Via media (waaronder online) en pers wordt het concept in de markt gezet.

Onder de koepelnaam 'Oeverlopen', online gelanceerd in 2016, zullen een aantal acties mbt recreatie langs het water in Scheldeland en Waasland gerealiseerd worden.

- Fase 2 van het wandelnetwerk Kalkense Meersen-Donkmeer wordt afgerond en aan pers en publiek voorgesteld. Er wordt een nieuwe wandelnetwerkkart met inspiratiegids uitgegeven voor het volledige wandelnetwerk, incl. fase 1. Ook in dit Scheldegebied tussen Wetteren en Dendermonde zal geïnvesteerd worden in belevingspunten, waarbij afgestemd wordt op andere lopende projecten zoals Schelde Sterk Merk en het onthaal in sigmagebieden.
- Nav de openstelling van de Polders van Kruikeke, zullen de in 2016 online gelanceerde wandellussen langs Schelde en Durme vaste vorm krijgen. Een belevingsgids 'Oeverlopen' zal worden uitgegeven die, zoals de belevingsgids 'Wandelen in de Vlaamse Ardennen,' te koop zal worden aangeboden, o.a. in de boekhandels. Er wordt ook hier bekeken om met en ten behoeve van horecpartners en online gebruik suggestielussen uit te werken. Een campagne 'Oeverlopen 2.0' wordt opgezet.

In 2016-2017 wordt een nieuwe visie op de vermarkting van routeproducten opgemaakt en geïmplementeerd. Deze zal wellicht leiden tot een bundeling en/of (her)lancering van een aantal fiets- en wandelroutes. De boxen met fiets- en wandelroutes worden herbekeken.

In 2017 zullen toegankelijke fiets- en wandelroutes gebundeld worden met een aantal autoroutes die voor de gelegenheid volledig zullen zijn gescreend op toegankelijke horeca, attractiepunten, ... Zo wordt voor de brede doelgroep van minder mobiele mensen opnieuw een aangepast routeproduct ontwikkeld en in de markt gezet.

TOV zet niet alleen in op nieuwe producten maar investeert ook fors in de kwaliteitsbewaking en -verbetering van de bestaande routeproducten. Routes worden continu gescreend en mankementen

ASAP opgelost. Bestaande routes worden herwerkt bij heruitgaves van kaarten en waar dit tot een verbetering van het product leidt, bijv. het wandelnetwerk Meetjeslandse Kreken, het wandelnetwerk Getuigenheuvels Vlaamse Ardennen en wandelnetwerk Pajottenland. Afgeschenen borden van de ondertussen enkele jaren oude fietsnetwerken worden momenteel in fasen vervangen. In 2017 zal de regio Meetjesland aan de beurt zijn.

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 info-, vormings- en ontmoetingsmomenten georganiseerd voor diverse doelgroepen (bijv. de logiesuitbaters). In 2017 zal specifieke aandacht uitgaan naar de inwerkingtreding van het nieuwe logiesdecreet. Er worden ook, net zoals in 2016, infosessies gegeven voor startende of potentiële logiesuitbaters.

De actieve samenwerking met partners zoals logies en horeca en de sociale partners wordt verder geïntensifieerd, bijv. via projectwerking en via medewerking aan de nieuwe streekoverlegplatformen.

TOV informeert de toeristische sector via regelmatige e-nieuwsbrieven en de recent gelanceerde sectorwebsite.

Geïnteresseerden worden samengebracht rond thema's met toeristisch potentieel. Het Platteland+-project 'B(l)oeiend Oost-Vlaanderen' waarbij TOV samen met publieke en private partners werkt rond de promotie van de sierteelt in Oost-Vlaanderen, wordt verdergezet en afgerond. In het voorjaar 2017 wordt een groot lanceringsmoment gepland, waarbij de nieuwe fiets- en wandelproducten zullen worden voorgesteld a.h.v. een routekaart. Daarnaast worden een aantal evenementen georganiseerd die promotioneel zullen worden ondersteund.

In het kader van 'Schelde Sterk Merk' werkt TOV in 2016-2017 samen met het kernteam van dit strategisch project en de collega's van Toerisme Provincie Antwerpen, aan de versterking van de logiessector in het Scheldegebied tussen Gent en Antwerpen. Er wordt ook medewerking verleend aan het bredere project dat het toerisme in de Schelderegio wil versterken, o.a. via het hefboomproject 'Van Steen tot Steen'. TOV plant een studie naar de potentie van het cultureel erfgoed en meer bepaald de kastelen, voornamelijk langs de Schelde in Oost-Vlaanderen maar met een voldoende breed perspectief.

In 2017 zal ook bijzondere aandacht uitgaan naar een gastvrij onthaal van de toerist, wat dit betekent en hoe dit het best kan worden ingevuld. Er zal hieromtrent in nauw overleg met de brede (publieke en private) sector en de toerist worden bekeken hoe TOV hierin ondersteunend of stimulerend kan werken (bijv. vorming en begeleiding, ondersteuning fysiek of digitaal onthaal, ...). De sector wordt hieromtrent samengebracht in ontmoetingsmomenten en een terugkomdag.

In 2017 wordt opnieuw de succesvolle infobeurs 'dagtrips voor groepen' voor de socio-culturele sector georganiseerd. Er is gekozen voor een nieuw concept met een dagvullend programma op zaterdag, verbreding van het aanbod en van de doelgroepen en er wordt gemikt op meer bezoekers. Er wordt ook uitgekeken om meer communicatiekanalen aan te boren om het evenement ruime bekendheid te geven.

TOV vindt het belangrijk dat Oost-Vlaamse logies zich professioneel in de markt zetten en investeert in de aanmaak van kwaliteitsvol fotomateriaal van/voor deze sector. Een professionele fotograaf zal op afroep wervende beelden maken die de logies kunnen gebruiken voor online en offline promotie. Het logies draagt de helft van de kost, TOV de andere helft.

De werking rond MICE (Meetings, Incentives, Congresses en events) in Oost-Vlaanderen staat aan de vooravond van een hervorming. Als de Algemene Vergadering dit goedkeurt, zal de vzw Gent & Oost-Vlaanderen Convention Bureau eind 2016 worden ontbonden en zal de MICE-werking voor Oost-Vlaanderen en Gent worden ingekanteld in de werking van de openbare besturen van de Provincie

Oost-Vlaanderen (via TOV) en stad Gent (via Toerisme Gent). TOV zal zich focussen op het aantrekken van bedrijven voor meetings, incentives, ... in Oost-Vlaanderen. TOV zal aan bestemmingspromotie doen via website, sociale media en e-nieuwsbrieven en zal de (kleinschalige) MICE-sector adviseren en samenbrengen en prospecties organiseren.

Promotie en publiciteit

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

Het succesvolle fiets- en wandelmagazine StapAf verschijnt opnieuw 2 maal en wordt wijd verspreid in Vlaanderen en Nederland. Een steeds groter wordend aantal abonnees krijgt het magazine rechtstreeks in de brievenbus.

Toeristen en recreanten worden door TOV en haar regio's regelmatig op de hoogte gehouden van het toeristisch gebeuren in Oost-Vlaanderen via e-nieuwsbrieven.

TOV staat ook in voor de realisatie, onderhoud en ondersteuning van de verschillende on-line communicatie-instrumenten zoals de provinciale en regionale websites, routeplanners en ook campagnesites (bijv. www.planbier.be; www.oeverlopen.be). In 2017 is een heruitbesteding van de website tov.be voorzien. Naar aanleiding hiervan zal bekeken worden waar optimalisatie mogelijk of nodig is.

De sociale media wordt actief bespeeld en wordt met groot succes in de promotie ingezet (bijv. online campagne rond Plan Bier in 2016).

Er wordt ook verder geïnvesteerd in de aankoop van wervend beeldmateriaal.

Er worden diverse thematische marketingcampagnes gepland, waarvan een aantal in samenwerking met de regio's en stad Gent. Fietsen en wandelen zijn provinciebrede thema's waarop continue en zowel offline als online wordt ingezet. In 2017 zal aan wandelen specifieke aandacht worden besteed, o.a. via de online zomercampagne. Het in 2015-2016 gelanceerde thema 'Plan Bier' kende een groot succes en hierop wordt ook verder ingezet. In 2017 zal de bierbelevingsgids, oorspronkelijk gepland in 2016, worden uitgegeven. Er wordt ook verder ingezet op imago door spots op binnenlandse TV (cf. bierfilmpjes 2016) en een online biercampagne.

De thema's waarrond regionaal middelen worden gepoold en die tot doel hebben de regio's als unieke bestemming op de kaart te zetten, worden gekozen in overleg met de regionale toeristische samenwerkingsverbanden en sluiten aan bij de strategische plannen die voor de regio's recent werden opgemaakt (o.a. thema wandelen in de Vlaamse Ardennen, Oeverlopen in Scheldeland/Waasland, cultuurtoeristische ontsluiting van de Leiestreek, fietsen in het Meetjesland).

Er wordt deelgenomen aan 2 doelgroepgerichte beurzen: de fiets- en wandelbeurs Gent en de fiets- en wandelbeurs Utrecht.

N.a.v. de lancering van nieuwe producten (bijv. de wandelnetwerken en de belevingsgidsen) wordt de pers actief bespeeld. Zo zijn er persreizen gepland bij de lancering van de wandelnetwerken Vlaamse Ardennen. Uiteraard wordt de pers ook via persberichten of persconferenties op de hoogte gehouden van het reilen en zeilen mbt toerisme in Oost-Vlaanderen.

Doelgroepen van de promotieacties zijn Vlaanderen en in beperkte mate Nederland. Een aantal thema's worden ook breder internationaal uitgespeeld waarbij wordt samengewerkt met o.a. Toerisme Vlaanderen. Een voorbeeld hiervan is het thema Ronde van Vlaanderen. Eind oktober 2016 werd het grootschalig impulsproject 'Homeland Of Cycling' rond de toeristische valorisatie van het wielervedgoed in Oost- en West-Vlaanderen (trekkers Westtoer en TOV) op de shortlist gezet voor gedeeltelijke realisatie. TOV bekijkt hoe ze dit project met partners zoals de stad Oudenaarde, Geraardsbergen, Ronse, het Centrum Ronde van Vlaanderen, Flanders Classics, ... verder vorm kan geven. Aangezien het herwerkte en verder uitgewerkte project tegen eind april 2017 moet worden ingediend, wenst TOV de opmaak van een business plan uit te besteden.

Externe partners kunnen ook in 2017 rekenen op toelagen voor de promotie van toeristische evenementen. Een verdere optimalisatie van deze vorm van ondersteuning zal worden onderzocht.

Werking op regionaal niveau en op interprovinciaal niveau

TOV zet haar toeristische regio's in de markt via haar regiocoördinatiecellen die het eerste aanspreekpunt zijn in de regio en de blijvende ondersteuning van de regionale toeristische samenwerkingsverbanden Toerisme Meetjesland, Toerisme Waasland, Toerisme Vlaamse Ardennen, Toerisme Leiestreek en Toerisme Scheldeland. Naast de inbreng in mankracht (regiocoördinator en minstens 1 regiomedewerker) en de provinciale bijdrage in de regionale vzw's voor algemene bestemmingspromotie, worden extra middelen vrijgemaakt voor promotionele samenwerking (zie boven). De centrale diensten nemen de coördinatie van deze campagnes waar.

TOV werkt mee aan regionale projecten en werkt ook zelf projecten met regionale invalshoek uit. In het Meetjesland wordt verder vorm gegeven aan het Leaderproject 'De Lieve Vervoert' met de uitwerking van thematische routes met digitale beleving en creatief-artistische insteek langs het kanaal De Lieve. Er wordt onderzocht of ook andere projecten, bijv. rond logiesvormen op het platteland, kunnen worden opgezet en voor ondersteuning ingediend bij het Platteland+ en/of Leader programma.

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, campagnes en bijhorende communicatie-, promotie- en boekingskanalen.

De 5 provinciale toeristische organisaties (PTO's) willen zich ook engageren om de budgetten die traditioneel werden samengebracht voor gezamenlijke bestemmingspromotie op TV (Vlaanderen Vakantieland) te blijven voorbehouden voor gezamenlijke initiatieven, ofwel via TV ofwel op een andere manier (cf. de succesvolle gezamenlijke campagne om het toerisme te ondersteunen nav de terreurdreiging en de aanslagen in 2016).

TOV diende samen met de andere PTO's een project in bij Toerisme Vlaanderen voor ondersteuning van de samenwerking rond het stimuleren van het gebruik van de Vlaanderenbrede fietsnetwerken door het aanzwengelen van het meerdaagse fietstoerisme. De PTO's willen meer samenwerken met toeristische actoren, samen met of gericht op touroperators en incoming agents, om zowel de binnenlandse als de buitenlandse markt te kunnen bereiken. Als het project wordt goedgekeurd zal hier 3 jaar lang worden rond gewerkt.

Kennis en expertise

In 2017 zal verder worden gewerkt aan een betere verzameling en ontsluiting van beleidsondersteunende gegevens naar de toeristische sector en prioritaire partners (steden en gemeenten, ...) toe, o.a. via de sectorwebsite. Bij de verzameling van gegevens over het logies en het verblijfstoerisme zal het nieuwe logiesdecreet voor een aantal uitdagingen zorgen.

TOV zet samen met de 4 andere provinciale toeristische organisaties, een onderzoek op naar de vakantiegangers in commercieel logies in Vlaamse regio's in 2017. Zo willen de PTO's belangrijke beleidsinformatie verzamelen over het verblijfstoerisme en de verblijfstoerist in Vlaanderen.