
NOTA AAN DE ALGEMENE VERGADERING

Vergadering: 2018-06-20

Agendapunt: Toelichting werking 2017

Beste aanwezigen

Op de Algemene Vergadering in juni, bij de afsluit van de rekeningen van het vorige jaar, blikken we altijd even terug op wat we dat vorige jaar gerealiseerd hebben. Opnieuw toont het jaarverslag aan dat er bijzonder goed gewerkt is.

In 2017 speelden we opnieuw met verschillende acties en campagnes de diverse toeristische troeven van onze provincie uit naar een al even divers publiek.

Al een aantal jaren staan 3 thema's centraal op provinciaal niveau.

Fietsen en wandelen is speerpunt nummer 1. In 2017 werd intensief gewerkt rond wandelen.

- In maart werden verschillende wandellussen langs Schelde en Durme in het Waasland gebundeld in een nieuwe belevingsgids die werd gepromoot via een digitale campagne 'Oeverlopen' (met website, werve(le)nde filmpjes, ...).
- In de Vlaamse Ardennen werden de wandelmogelijkheden fors uitgebreid. Er kwamen 2 nieuwe wandelnetwerken (Zwalmvallei en Bronbossen) en de bestaande werden herwerkt. Het zuiden van de Vlaamse Ardennen werd 1 groot wandelgebied met 850 km aan bewegwijzerde wandelpaden. Op het wandelnetwerk werden belevingselementen voorzien, zoals zit- en picknickbanken op panoramische uitkijkpunten.
De Vlaamse Ardennen werden vanaf juni in de markt gezet als dé wandelregio in Vlaanderen. Naast 3 nieuwe wandelnetwerkkarten met inspiratiegidsen werd een belevingsgids 'Koplopen' uitgegeven. Een uitgebreide marketingcampagne werd opgezet onder de naam 'Wandelwalhalla'. Via verschillende kanalen (oa themawebsite, facebook, influencerwerking, ...) en pers werd de toerist geïnspireerd en kreeg het concept naamsbekendheid.
Gratis suggestielussen als smaakmaker voor de nieuwe wandelproducten werden verspreid via logies en horecazaken.
- Begin december was de uitbreiding van het wandelnetwerk 'Kalkense Meersen-Donkmeer' een feit. De nieuwe wandelnetwerkkart en gratis inspiratiegids met kant-en-klare wandellussen voor het volledige wandelnetwerk werd aan pers en publiek voorgesteld.

Voor wat betreft fietsen en wandelen is er uiteraard ook het merk 'StapAf'. Het gratis halfjaarlijks inspiratiemagazine blijft een voltreffer. De oplage werd in 2017 opgetrokken tot 70.000 exemplaren en het aantal gezinnen die het magazine rechtstreeks in de bus krijgt dikte aan tot meer dan 50.000. Een enquête van ons kenniscentrum bij de lezer toonde opnieuw aan hoe succesvol de StapAf is. Blijkt dat 57% van de abonnees die het zomernummer ontvingen 1 of meerdere fiets- of wandeltochten ondernamen uit het uitneembaar routeboekje. Er wordt dus voor ruim 47.000 tochten inspiratie gehaald uit 1 editie van het routeboekje. Dit is goed nieuws, zeker als je weet dat 3 op 4 van wie een tochtje maakt ook een horecazaak bezoekt onderweg, vaak die die in het boekje werden gesuggereerd.

StapAf groeit stilaan uit tot een echte fiets- en wandelcommunity via Instagram en Facebook en de e-

nieuwsbrief die ondertussen al meer dan 88.000 geïnteresseerden bereikt. De nadruk ligt op inspireren via beeldmateriaal en fiets- en wandeltips, die zowel door TOV als door gebruikers worden aangereikt. Dagelijks worden op facebook posts geplaatst die leiden tot vele likes en grote interactie. Van juli tot september liep de online zomercampagne 'StapAF in Oost-Vlaanderen' waarbij influencers de toerist verleidden tot fietsen en wandelen in Oost-Vlaanderen met mooie beelden en verhalen. De campagne leidde tot méér dan 10 miljoen (meetbare) impressies en 82.149 sessies op de website. De campagne haalde 13.658 'conversies' (bestellingen van publicaties en downloads van routes) en meer dan 4.000 nieuwe stapAf-abonnementen!

In het najaar werd ook de 'ambassadeurs community' opgestart via dewelke onze 'Super Stapaf-ers' (want zo noemen we onze ambassadeurs) in ruil voor een kleine beloning content verspreiden over toerisme in Oost-Vlaanderen.

In 2017 werd ook verder gewerkt rond de Oost-Vlaamse biercultuur. De succesvolle **Plan Bier** campagne werd verder uitgebouwd. Op 1 juni werd een nieuwe biergids met nieuwe fiets- en wandelroutes, tips en toppers (bijv. brouwerijen, bierkroegen) in heel Oost-Vlaanderen voorgesteld aan de pers. Een gratis magazine 'Hop hop!' met wervende reportages vormde een mooie aanvulling hierop. 'Hop Hop!' werd gedrukt op 125.000 exemplaren en verscheen als bijlage bij De Morgen en Humo.

Met de campagne 'Beleef je Eigen Ronde' wordt de **Ronde van Vlaanderen en het wielenerfgoed** in de Vlaamse Ardennen sinds een paar jaar in de etalage gezet. In februari brachten Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Vlaamse Ardennen de gratis toeristische koerskaart uit, een echt hebbing voor de liefhebber van de koers. 35.000 exemplaren van de kaart werden gedrukt en verspreid via het koersmagazine Bahamontes en onze eigen kanalen.

In 2017 keurde Toerisme Vlaanderen ook het hefboomdossier 'Homeland of Cycling' rond de verdere toeristische valorisering van de koers en het wielenerfgoed goed. TOV en de andere partners in dit project zullen de volgende jaren nog eens voor € 665.111 investeren in het thema en hiervoor subsidies ontvangen ten belope van € 399.067.

Met regiogerichte campagnes en in samenwerking met de toeristische regio's en Stad Gent voerde TOV ook **bestemmingspromotie**. Hiervoor werden extra promotiemiddelen gereserveerd bovenop de toelages die worden toegekend aan de regionale vzw's. Zo versterken de provinciale en de regionale werking elkaar nog meer en wordt versnippering van middelen tegengegaan.

Voor het **Scheldeland** werd een vakantieboek, tegelijk inspirerend en imagoversterkend, uitgebracht en online gepromoot. 50.000 exemplaren waren tegen eind 2017 de deur uit, wat wijst op een onverhoopt succes. Ook van deze actie werd het impact gemeten. 95% van de ondervraagden was tevreden tot zeer tevreden over het boek. 39% antwoordde dat ze een fietstocht uit het boek hebben gedaan, bijna 20% een wandeling, 23% deed een daguitstap en bijna 3% boekte een verblijf. Het economisch impact van het vakantieboek werd dan ook ingeschat op +/- 2,5 miljoen euro!

Voor het **Meetjesland** werd een online fietscampagne met fietsboek opgezet voortbouwend op de campagne 2016. Bas Van Oort, reisjournalist en blogger, schreef het fietsboek en de campagne stelde influencer Rik De Leeuw centraal. De campagne leidde tot een stijging van 61% in het aantal bezoekers aan de website ten opzichte van zelfde periode vorig jaar. Ook deze actie werd geëvalueerd en leidde tot gelijkaardige positieve indrukken als in Scheldeland.

Voor het **Waasland** werd een campagne met Libelle.be opgezet en in de **Leiestreek** werd verder gewerkt op het kunstverhaal via redactionele samenwerking met Knack.

Voor De **Vlaamse Ardennen** tot slot werden via de campagne 'wandelwalhalla' en de digitale inspiratiegids 'overwinteren in het wandelwalhalla' de nieuwe wandelproducten waarvan eerder sprake stevig in de markt gezet.

Naast provinciale en regionale acties, werd ook **interprovinciale acties opgezet om** het verblijfstoerisme in Vlaanderen op de binnenlandse markt te promoten. Er is de werking van de vzw Logeren in Vlaanderen rond het logiesboek 'Logeren in Vlaanderen Vakantieland' en in april schoten de 5 provincies opnieuw een gezamenlijke promotiecampagne in gang. Net als in 2016 inspireerde de grootschalige campagne om een kortbijvakantie in Vlaanderen in te plannen. Een budget van € 400.000 werd hiervoor vrijgemaakt. De campagne werd gelanceerd met een gratis print magazine, gedrukt op 700.000 exemplaren, dat op zondag 30 april bij de bakkers in Vlaanderen op de toonbank lag. Daarnaast werden filmpjes in reportagestijl gemaakt en gepromoot via sociale media bij een grote doelgroep.

Dames en heren

Na al dat marketinggeweld, wil ik toch nog even terugkeren naar het **fiets- en wandelproduct** waar onze werking veelal om draait. TOV creëert niet alleen nieuwe producten maar investeert ook fors in de **kwaliteitsbewaking en opwaardering** van de bestaande fiets- en wandeltrajecten. Het aantal te controleren bordjes is ondertussen opgelopen tot meer dan 35.000. De routevrijwilligers werden opnieuw 3x op pad gestuurd om controles uit te voeren. Jaarlijks bedanken we hen hiervoor door ze uit te nodigen op een ontmoetingsmoment met lekker eten en drinken. In 2017 startte TOV een besloten facebookgroep via dewelke routevrijwilligers ervaringen kunnen uitwisselen of controlelussen wisselen.

Verder werd in 2017 begonnen met de volledige vervanging van de afgeschenen bewegwijzeringsborden van het ondertussen enkele jaren oude fietsnetwerk Meetjesland.

TOV heeft ook een sterk uitgebouwde **sectorwerking**. Een equipe van consultants ondersteunt en adviseert partners en de toeristische sector in hun werking.

Om de Oost-Vlaamse (potentiële) logiesondernemer nog beter te informeren startte TOV met maandelijkse logiesconsults. Die zijn gericht op starten met logies maar ook andere issues ivm het uitbaten van logies komen aan bod evenals ervaringen en verhalen van andere ondernemers. De informatiesessies blijken een schot in de roos. Voornamelijk door het in voege treden van de nieuwe logiesregelgeving bleek ondersteuning en verduidelijking meer dan welkom.

Ter gelegenheid van de 15^{de} editie werd de jaarlijkse 'infodag groepsuitstappen' in een nieuw kleedje gestoken. Er werd een dagvullend programma op zaterdag 18 maart in het Waasland (Sint-Niklaas) uitgewerkt en er werd gestreefd naar een breder aanbod en breder doelpubliek. We slaagden in ons opzet. 293 beursbezoekers namen ook deel aan de prospectietochten.

Op 11 december ging de jaarlijkse inspiratiedag voor de brede toeristische sector door onder het motto 'creatief met toerisme'. Er werd ook teruggekoppeld rond het participatief traject dat eerder dit jaar was opgestart rond gastvrij onthaal in Oost-Vlaanderen en hoe TOV hierin ondersteunend en stimulerend kan werken. Begin november al moesten de inschrijvingen voor de inspiratiedag worden afgesloten omdat de maximum capaciteit bereikt was.

De samenwerking met partners zoals logies, horeca en streekproducten verloopt vaak rond bepaalde thema's. 2017 was het afsluitend jaar voor het Platteland+-project Bloeiend Oost-Vlaanderen. Op de Tuindagen van Beervelde werd een nieuwe kaart met fiets- en wandelroutes in de bloemenstreek ten oosten van Gent voorgesteld en een thematische website met overzicht van alle acties werd in het leven geroepen. Sinds oktober 2017 staan 30 opgeleide horeca-ambassadeurs klaar om de sierteeltstreek te promoten.

De **MICE-werking** (Meetings, Incentives, congressen en Events) in Oost-Vlaanderen kende in 2017 een verschuiving van de vzw Meet in Gent & Oost-Vlaanderen (die werd vereffend) naar Toerisme Oost-Vlaanderen en Toerisme Gent. De werking werd hierdoor sterk verbreed. Toerisme Gent richt zich op associaties en het aantrekken van grote congressen terwijl TOV zich richt op bedrijven en

meetings en incentives. Samen promoten we Oost-Vlaanderen als MICE-bestemming. In 2017 konden geïnteresseerde meeting planners deelnemen aan 3 ontdekkingsdagen. We waren aanwezig op een 4-tal binnenlandse beurzen en er werden meerdere netwerkmomenten voor MICE-aanbieders georganiseerd. In 2017 werden 125 nieuwe aanbieders op de MICE-website geteld (74 Gentse en 51 uit de regio's).

Traditioneel werd tenslotte sterk ingezet op de **regionale werking**. In elk van onze 5 toeristische regio's wordt een team van 2 à 3 mensen tewerk gesteld specifiek om de regionale werking vorm te geven. Maar ook op vele andere manieren ondersteunt TOV de regionale werking. Ik denk bijv. aan de zware investeringen in de regionale websites. Er wordt ook gewerkt of meegewerkt aan regionale projecten zoals landschapspark Drongengoed, Schelde Sterk Merk en Denderland.

In de B-to-B communicatie van TOV spelen de sectorwebsite en sectornieuwsbrieven een belangrijke rol. De sectorwebsite wordt bijv. gebruikt om interessante cijfers en onderzoeken, verzameld door ons **kenniscentrum** te delen. Zo bijvoorbeeld de zopas vrijgegeven cijfers over aankomsten en overnachtingen in Vlaanderen in 2017. Die cijfers tonen aan dat het Oost-Vlaamse logies steeds meer toeristen over de vloer krijgt.

Maar ook de werking van TOV toont aan dat toerisme en recreatie een groeisector is. In 2017 draaide onze **verzendingdienst** op volle toeren. Het aantal verspreide gratis brochures steeg opnieuw heel sterk, tot bijna 207.000 exemplaren (+32% tov 2016). Absolute koploper was het Vakantieboek Scheldeland maar ook het Fietsboek Meetjesland, de koerskaart, de toeristische gids Vlaamse Ardennen, en de brochure Bloeiend Oost-Vlaanderen waren zeer gegeerd.

Onze betalende belevingsgidsen en routebrochures kennen een vlotte verspreiding via de diensten voor toerisme, boekhandels en steeds meer en meer via onze webshop.

Dames en heren

Dat al onze inspanningen mooie resultaten opleverden, blijkt uit de cijfers. Een record aantal brochures werd verspreid. Maar ook online, met onze websites, digitale brochures, e-nieuwsbrieven en sociale media kanalen, scoorden we bijzonder goed. Eind 2017 klokten we af op 1.360.000 bezoekers op onze websites (+ 36% tov 2016) en op de TOV Facebook pagina noteerden we in totaal 31.173 likes. Ook journalisten wisten ons aanbod te smaken. We registreerden enkele honderden berichten online en in print en artikels in o.a. het Laatste nieuws, deredactie.be, het Nieuwsblad, Libelle en de Streekkrant. Ook de Nederlandse pers pikte de initiatieven van TOV en haar regio's op.

Beste aanwezigen

Dit was een overzicht van wat Toerisme Oost-Vlaanderen in 2017 ondernam om Oost-Vlaanderen toeristisch verder uit te bouwen en te promoten. Meer info vindt u in het jaarverslag dat u zonet in print heeft ontvangen. Het kan ook 24/7 digitaal nagelezen worden op onze sectorwebsite **sector.tov.be** die ik u trouwens warm aanbeveel voor nog veel meer toeristisch nieuws.

Ik wens om af te sluiten iedereen te bedanken die dit jaar met ons samenwerkte: de deputatie en de provincieraad die onze werking mogelijk maakten, alle Oost-Vlaamse steden en gemeenten, onze prioritaire partners, en natuurlijk alle toeristische ondernemers. Uiteraard gaat mijn dank heel bijzonder ook uit naar alle medewerkers van Toerisme Oost-Vlaanderen die dit allemaal hebben gerealiseerd.

Eddy Couckuyt
gedeputeerde - voorzitter Toerisme Oost-Vlaanderen
20-06-2018