

**Toerisme Oost-Vlaanderen**

**Activiteiten 2018: een kort overzicht**

Beste leden, partners en sympathisanten

Op de installatievergadering van april 2019 kon u kennis maken met Toerisme Oost-Vlaanderen (TOV), de organisatie, werking en activiteiten. We schetsten hoe het toerisme in Oost-Vlaanderen is gestructureerd, welke producten TOV ontwikkelt en in de markt zet, voor wie en met wie we dit doen.

Vandaag ligt het activiteitenverslag 2018 voor en dit sluit hier mooi op aan. We lichten het kort toe en doen dit door er gespreid over het jaar een aantal acties uit te pikken die een gevarieerd beeld geven van wat is gerealiseerd en bereikt in 2018.

In **januari 2018** werd de nieuwe **wandelgids ‘Grensgevallen’** voorgesteld met routes langs de taalgrens in het Zuiden van de Vlaamse Ardennen. De routes maken gebruik van de in 2017 sterk uitgebreide wandelnetwerken in de regio en sluiten aan bij de inspanningen om de Vlaamse Ardennen te profileren als wandelregio bij uitstek. Bij de lancering van de gids werden ook de recent geïnstalleerde **‘Sinnenbanken’ en nieuwe picknickplaatsen**, o.a. in het Muziekbos te Ronse, ingewijd. TOV stippelde op de wandelknooppunten ook een nieuwe reeks **wandellussen** uit op maat van logies, restaurants en cafés in de omgeving. Ze kregen een display en een pakket wandellussen die ze gratis kunnen aanbieden aan hun klanten.

Voor het 16de jaar organiseerde TOV in **februari** de **Infodag Groepsuitstappen**, dit keer in Merelbeke. De infodag zit sinds 2017 in een nieuw jasje en trekt een brede doelgroep aan van organisaties, verenigingen en mensen die inspiratie zoeken voor een groepsuitstap of -verblijf. 95 standhouders - van aanbieders van boottochten tot groepslogies - prezen hun aanbod aan. Er was een streekproductenmarkt en er waren begeleide ontdekkingstochten in Scheldeland. Een blitsbevraging leerde ons dat 96% van de bezoekers tevreden was over de beurs.

In **april 2018** rolden de **vernieuwde fietsnetwerkkaarten** Scheldeland, Vlaamse Ardennen én Gent van de pers. Routes werden gewijzigd en nieuwe bordjes geplaatst.
Ook een nieuwe **fietsgids ‘Denderstreken’** zag het licht, waarmee toeristen op ontdekking kunnen gaan langs de Dender van bron tot monding. De gids kreeg veel persaandacht en werd een voorproefje voor het brede **project rond de toeristisch-recreatieve ontwikkeling van de Dendervallei** van Ath tot Dendermonde. Dit project werd in juni opgestart met de ondertekening van een samenwerkingsovereenkomst tussen partners uit 11 gemeenten, 4 regio’s, 3 provincies en 2 gewesten. TOV engageerde zich om een halftijdse projectcoördinator aan te werven die 2 jaar lang het project zal coördineren, samen met een Waalse collega. Begin december ging die projectcoördinator bij TOV van start.

De 5 provincies die al jaren samen inzetten op de promotie van het verblijfstoerisme in Vlaanderen op de binnenlandse markt konden dit vanaf april versterkt doen onder de merknaam **‘Vlaanderen Vakantieland’** die ondertussen definitief was overgedragen aan onze partnerorganisatie Logeren in Vlaanderen vzw. In april werd een nieuw inspiratieplatform [www.vlaanderenvakantieland.be](http://www.vlaanderenvakantieland.be/)
gelanceerd en het startschot gegeven voor een brede promotiecampagne. Het meest in het oog springend was een 25 weken durende radiocampagne.

Naar jaarlijkse gewoonte organiseerde TOV in **mei** opnieuw 3 **infomomenten voor Oost-Vlaamse logiesondernemers**. Meer dan 80 logiesuitbaters kregen informatie over marketingmogelijkheden en nieuwe wetgeving. Ook de promotiemogelijkheden van Logeren in Vlaanderen Vakantieland, de interprovinciale vzw ter promotie van het verblijfstoerisme in Vlaanderen, kwamen aan bod.

In mei was er ook de **ontdekkingsdag ‘Wie zoet is, krijgt lekkers’** in Scheldeland en Waasland.  Met een groep van 13 gidsen, reisorganisatoren, busmaatschappijen,… bezocht TOV ‘zoete’ locaties (waaronder een chocolatier en een crèmerie) die met groepen kunnen bezocht worden.

In **juni 2018** kwam het nieuwe platteland+-project **‘Toerismeboeren’** op snelheid. Samen met het Plattelandscentrum Meetjesland, landbouworganisaties en het Innovatiesteunpunt van de Boerenbond, wil TOV belevingsvol en uniek logeren bij de boer stimuleren. Geïnteresseerde land- en tuinbouwers konden deelnemen aan een inspiratietoer naar Nederland. Unieke logiesconcepten bij de boer werden bezocht en tijdens de busreis werden deelnemers gecoacht bij het uitwerken van hun eigen plannen of ideeën. 7 pilootprojecten werden geselecteerd om verder te worden ondersteund bij de uitwerking van het creatief logiesconcept.

In juni werden verder de resultaten van het grootschalig **onderzoek naar de Vakantieganger in de Vlaamse regio’s** voorgesteld aan partners en pers. Het onderzoek is een gezamenlijk initiatief van de 5 provinciale toeristische organisaties en brengt een aantal boeiende aspecten in beeld zoals bestedingen, activiteiten en tevredenheid van vakantiegangers. Het onderzoek toonde niet alleen dat elk van onze regio’s unieke troeven heeft. Op basis van bestedingsgegevens konden we ook berekenen dat binnenlandse en Nederlandse toeristen samen meer dan 39 miljoen euro spendeerden aan hun vakantie in de Oost-Vlaamse regio’s.

In **juli** kwam de zomereditie van ‘**StapAf’**, het gratis fiets- en wandelmagazine van TOV, uit. Het magazine blijft alsnog een belangrijk communicatiemiddel. Het aantal abonnees stijgt nog steeds. Het zomernummer werd verstuurd naar meer dan 54.000 Vlaamse en 4.000 Nederlandse geabonneerden. Dat Stapaf inspireert en aanzet tot een bezoek aan Oost-Vlaanderen blijkt uit een bevraging bij de lezers. 67% van hen zegt 1 of meer routes te hebben gevolgd uit het routeboekje; 49% bezocht de aanbevolen cafes en restaurants langs de routes.

In **augustus** verwelkomden we de nieuwe projectcoördinator die zal werken rond **gastvrij onthaal**. TOV ontwikkelde het afgelopen jaar en in samenwerking met partners een visie op hoe het toeristische onthaal in Oost-Vlaanderen verder professioneel kan worden uitgebouwd. Onze partners en wijzelf zagen voor TOV de belangrijke taak weggelegd om de dynamiek van het Oost-Vlaams onthaalnetwerk op gang te brengen en te houden. TOV zal hier de volgende jaren op werken.

Ondertussen kregen na een intense opleiding 10 Meetjesland Cafés de erkenning als toeristisch infopunt. Er was een terugkommoment voor de horeca ambassadeurs van B(l)oeiend Oost-Vlaanderen en ook voor het landschapspark Drongengoed startten we de zoektocht naar gastheren en ambassadeurs die mee de pracht van het gebied willen helpen uitdragen.

In **september** lanceerden Toerisme Vlaams-Brabant en TOV het **wandelnetwerk Brabantse Kouters**. In Oost-Vlaanderen werden 115 kilometer wandelpaden bewegwijzerd in de Faluintjesstreek rond Aalst. Ze maken deel uit van een wandelnetwerk van meer liefst 780 kilometer, deels trouwens met virtuele knooppunten. De wandelnetwerkkaart Brabantse Kouters met inspiratiegids is sindsdien te koop via de webshop van TOV, boekhandels en toerismekantoren.

Midden **oktober** verscheen **StapAf+**, een eenmalige editie van ons magazine voor personen met een beperking. In deze uitgave staan fiets- en wandelroutes centraal waarbij het parcours en een aantal eet-, drink- en slaapgelegenheden onderweg vlot toegankelijk zijn voor rolstoelgebruikers. Ook 3 autoroutes zijn in deze editie opgenomen. StapAf+ werd gericht verdeeld naar o.a. ziekenfondsen en zorginstellingen. Ook infokantoren, recreatiedomeinen en logies met een toegankelijkheidslabel ontvingen een pakket StapAf+ magazines.

**November** was een drukke maand. Op 22 november kwamen, op initiatief van ons meetingbureau, 75 aanbieders uit de **meeting- en eventsector in Gent & Oost-Vlaanderen** samen om te netwerken. Samenwerken moet leiden naar een sterk MICE-aanbod dat vervolgens kan worden gepromoot bij bedrijven en meeting planners. De recent vernieuwde werking van MeetinGent & Oost-Vlaanderen en Gent Congres werd nog eens toegelicht.

op 26 november organiseerde TOV zijn **jaarlijkse inspiratiedag**. De toeristische sector kon kennismaken met trends en toekomstvisies. Er waren boeiende sprekers en ‘babbelhoeken’ waar men kon brainstormen over diverse onderwerpen. Deze 9e editie van de inspiratiedag was een groot succes met 130 deelnemers.

In het laatste weekend van november werden de **routevrijwilligers** bedankt voor hun inspanningen met een etentje en een bezoek aan het Augustijnenklooster in Gent. De routevrijwilligers of ‘peters en meters’ gaan jaarlijks meerdere keren op pad om de bewegwijzering van onze wandel- en fietsroutes te controleren. Dit jaar voerden ze zo'n 1.700 controleopdrachten uit die resulteerden in een groot aantal herstellingen op het terrein.

TOV heeft ook een goed uitgebouwde **regionale werking met** regioteams die een eerste aanspreekpunt zijn voor partners en ondernemers. Er wordt daarnaast ook ingezet op projecten met een regionale invalshoek . Zo werd in 2018 het project ‘Scheepswerven in Beeld’ (Waasland en Scheldeland) opgestart terwijl het project ‘Liefken voor Altijd‘ (Meetjesland) dan weer werd afgerond. Voor Leiestreek, Scheldeland en Meetjesland zijn nieuwe strategische plannen in voorbereiding.

**Marketing en promotie**, nochtans ook een belangrijke opdracht van TOV en één waarvoor substantiële budgetten worden vrijgemaakt, kwam nog weinig aan bod. Dit komt omdat onze marketingactiviteiten niet makkelijk kunnen worden toegewezen aan één specifiek moment in het jaar. TOV heeft gekozen voor een ‘365 dagen branding’ wat wil zeggen dat het elke dag van het jaar aanwezig wil zijn in de toeristische promotie. TOV maakt en verspreidt het hele jaar door relevante content via een mix van kanalen om zo de zichtbaarheid van onze bestemming te vergroten en toeristen aan te zetten tot een overnachting of bezoek.

Online en sociale media nemen een heel belangrijke plaats in in onze communicatie. Centraal staan steeds onze websites (voor TOV en regio’s en thematische websites) waarop we in 2018 1.646.125 bezoekers mochten verwelkomen; een stijging met 21% tov 2017.
Ondanks al het online geweld, blijven ook de print brochures (routebrochures en gratis magazines en gidsen) het goed doen. De verzendingsdienst van TOV verzond in 2018 ruim 245.000 publicaties van TOV en de regio’s naar geïnteresseerde toeristen en recreanten.

In onze communicatie worden de regio’s en Gent, samen met de regionale toeristische organisaties en stad Gent, via campagnes in de markt gezet als aantrekkelijke bestemmingen met een eigen identiteit. Daarnaast worden een aantal thema’s uitgepuurd zoals fietsen en wandelen. Dit gebeurt onder de merknaam ‘StapAf’. Het StapAf magazine kent u al maar er is bijv. ook de StapAf community die ondertussen uitgroeide tot de grootste fiets- en wandelcommunity van Vlaanderen. Dit jaar brachten we de lievelingsplekken van 20 StapAf-ambassadeurs in beeld. Het leverde prachtige beelden en mooie verhalen op die ruim werden verspreid. Het is zeker de moeite waard om ze eens te gaan bekijken op youtube.

Tot zover het korte en onvolledige overzicht van de werking van TOV in 2018. Het activiteitenverslag in print dat u bij het binnenkomen ontving, geeft een veel vollediger overzicht van het goed gevulde jaar 2018. U kan alles dus nog eens rustig nalezen. Leden die niet aanwezig zijn, krijgen het rapport ook nog toegestuurd. Indien u meerdere exemplaren wenst, kan u dit ons ook laten weten. De digitale versie van het activiteitenverslag zal ook ter beschikking staan op onze partnerwebsite sector.tov.be.