

JAARVERSLAG 2019

TOERISME LEIESTREEK VZW



LEIESTREEK

VOORWOORD

Beste lezer

2019 was een belangrijk jaar voor de Leiestreek; het nieuw strategische beleidsplan voor toerisme en recreatie in de Leiestreek werd begin september gelanceerd. Het is een nieuwe start voor de Leiestreek met een visie die aangepast is aan de transformatie die de regio de laatste jaren heeft doorgemaakt. Ook de ambitie werd scherp gesteld; we willen dat de Leiestreek in 2025 definitief op de toeristische kaart staat. De regio moet vooral bekend staan als een dynamische en creatieve streek. Een nieuwe branding en vijf nieuwe verhaallijnen begeleiden de verdere toeristisch-recreatieve ontwikkeling. Samen met alle partners zullen we de komende jaren werk maken van de acties uit het plan om de vooropgestelde doelstellingen te bereiken.

Ondanks de sterke inzet op de voorbereiding van het strategisch beleidsplan, bleven we sterk inzetten op communicatie, acties en sectorwerking. Vooral de seizoenscampagne met een digitaal inspiratieboekje per seizoen was een succes. Ook het magazine 'Quality time in de Leiestreek' kon heel wat verblijfstoeristen en recreanten inspireren voor een vakantie of daguitstap in de Leiestreek.

Op vlak van social media werd 2019 gekenmerkt door een verdere groei van onze online kanalen (Facebook, website, Instagram, nieuwsbrieven...). Daarmee hebben we een sterke basis uitgebouwd om onze nieuwe strategie te vertalen.

Naast de jaarlijkse acties zoals de boottochten en Kunstzomer, die elk jaar heel wat volk op de been brengen, hebben we in 2019 samen met het Stadlandschap Leie en Schelde en 't West-Vlaamse Hart enkele nieuwe gezinsvriendelijke zoektochten uitgewerkt.

Toerisme Leiestreek blijft verder actief als ontwikkelaar/medebedenker van nieuwe producten en als motor van toeristisch overleg met publieke en private partners.

2019 was dus een succesvol en goedlopend jaar voor Toerisme Leiestreek!

Claude Croes
Voorzitter

MARKETING EN PROMOTIE

1. MEDIACAMPAGNES

a. Quality time in de Leiestreek

Met het magazine '[Quality time in de Leiestreek](#)' inspireerden we potentiële toeristen uit Vlaanderen om een korte vakantie in de regio door te brengen. Het eigentijds magazine bevatte 36 pagina's vol kwalitatieve adresjes, activiteiten, logiestips en fiets- en wandelroutes. Het mikte op drie doelgroepen: koppels, families en vriendengroepen. Het magazine werd verspreid op 88.000 exemplaren via Knack en op 22.000 exemplaren via toeristische infopunten en logies. De verspreiding via Knack is goed voor ongeveer 474.000 lezers.

b. Seizoenscampagne Leiestreek

Een tweede campagne was de online seizoenscampagne in samenwerking met Authority. Er werden 4 digitale seizoensmagazines gemaakt met fiets- en wandelroutes, typische seizoensactiviteiten, nieuwe adresjes, het verhaal van een local en meer. Via Facebook advertenties werden mensen ertoe aangezet om de digitale magazines aan te vragen. Deze campagne richtte zich tot inwoners van de Leiestreek en de nabije omgeving. De campagne liep het hele jaar door. Er schreven zich via de campagne 16.500 abonnees voor de nieuwsbrief in.

c. Het Beste van België

In samenwerking met de andere West-Vlaamse regio's Kust, Westhoek en Brugse Ommeland werd de campagne 'Het Beste van België' verder gezet, gericht op de Nederlandse markt. Alle content werd gebundeld op www.toerisme-leiestreek.be/nl/het-beste-van-belgie/regio-leiestreek. De focus lag op drie thema's die interessant zijn voor de Nederlanders: bier, kunst en een citytrip naar Kortrijk. Voor elk van deze thema's kwam een Nederlandse blogger op bezoek. De blogs werden in herwerkte vorm ook op de website van Toerisme Leiestreek geplaatst. De online campagne werd uitgevoerd door het bedrijf Travelmedia. Voor de Leiestreek werd de vooropgestelde doelstelling van 15.000 bezoekers aan de website overschreden; er waren meer dan 20.000 bezoekers.

d. Citytrip Kortrijk

Toerisme Leiestreek werkte deze campagne uit in samenwerking met Westtoer en stad Kortrijk met als doel Kortrijk op de kaart te zetten als citytrip bestemming. Deze keer werd gekozen voor Wallonië als doelgroep. Bij deze campagne lag de focus vooral op Kortrijk als creatieve stad met fijne horeca, events en cultuur, een aantal ambassadeurs, Buda-eiland en Kortrijk Weide. Dit resulteerde in een magazine van 36 pagina's. Deze magazines werden verspreid als bijlage bij het magazine Le Vif L'Express. In totaal ging het over ongeveer 63.000 exemplaren, goed voor 330.000 lezers.

2. FIETS- EN WANDELLUSJES

Toerisme Leiestreek liet nog meer mensen kennis maken met het fiets- en wandelnetwerk door middel van suggestieroutes: de 'Leiestreek Lusjes'. De fietsers konden via het gekende knooppuntensysteem een nieuwe fietslus volgen vanaf museum Texture. Verder werd er ook een herdruk voorzien van in totaal 19 fiets- en wandellusjes die uitgeput waren.

3. NIEUWE MEDIA

In 2019 werden 3 online acties gelanceerd op Facebook. De eerste liep van 4 juli tot 21 september ter promotie van Kunstzomer (€ 263,38 zorgde voor een bereik van 31.136 weergaven en 1.093 website kliks). Daarnaast liep er van 9 september tot 21 oktober een promocampagne met een oproep voor kandidaturen voor de creatieve hotspots, de verhaallijn van 2020 (€ 499,52 zorgde voor een bereik van 115.942 weergaven en 600 website kliks). Als laatste was er ook een campagne in het kader van de gezinszoektochten 'Op stap met Blob' van 1 oktober tot 31 december (€ 228,31 zorgde voor een bereik van 65.672 personen en 552 website kliks).

Het aantal volgers op Facebook steeg op een jaar tijd met bijna 40%, van 5.356 naar 7.472.

4. WEBSITE – NIEUWSBRIEVEN

Het aantal bezoekers van de website is de laatste jaren heel sterk gestegen ten gevolge van specifieke campagnes die gericht waren op het verhogen van het aantal bezoekers van de website. In 2019 was de online seizoenscampagne vooral gefocust op het verspreiden van de digitale magazines en het verhogen van het aantal abonnees op de digitale nieuwsbrief, niet op bezoeken aan de website. Toch zijn we erin geslaagd het aantal bezoekers op de website www.toerisme-leiestreek.be ongeveer stabiel te houden. De website telde in 2019 ongeveer 380.000 gebruikers en bijna 500.000 sessies. In 2018 waren dit er 400.000 gebruikers. Het aantal paginaweergaven steeg wel met 2% tot 1.100.000.

Er werden in 2019 twaalf reguliere nieuwsbrieven uitgestuurd. Eind 2019 waren er 59.062 abonnees ten opzichte van 47.546 in 2018. Mede dankzij de campagne met de digitale seizoensmagazines steeg het aantal abonnees met 24% of 11.516 lezers.

5. FOTOGRAFIE

In 2019 stonden opnieuw enkele fotoshoots gepland. In de gemeenten Anzegem, Deinze, Izegem, Kuurne, Roeselare en Waregem werden er foto's genomen door fotografe Liz Dvorkina (I am Liz).

6. PARTICIPATIE IN ACTIES VAN DE VIJF VLAAMSE PROVINCIES

In de campagne met de vijf provincies lag de focus op het feit dat je niet ver hoeft te gaan om prachtige landschappen of architectuur te zien door de link te leggen tussen iconische beelden uit Vlaanderen en soms verre bestemmingen. Een voorbeeld hiervan was "[De Loire of De Leie](#)". Deze campagne verliep [via Facebook](#) en bussen van de Lijn en werd uitgevoerd door de 5 provincies.

Naast deze campagne is Toerisme Leiestreek ook betrokken in de samenwerking rond Logeren in Vlaanderen Vakantieland. Toerisme Leiestreek volgt de praktische verwerking op van het advertentieboek Logeren in Vlaanderen Vakantieland voor de West-Vlaamse Leiestreek. De adverterende logies betalen een bedrag per gewenste advertentie. Toerisme Oost-Vlaanderen en Westtoer zijn structureel partner van de vzw Logeren in Vlaanderen die de werking met campagnes, website en logiesboek realiseert. Toerisme Leiestreek vzw betaalt een bijdrage in verhouding tot het aantal logies in de West-Vlaamse Leiestreek.

SECTORWERKING

1. STARTAVOND → VOORSTELLING STRATEGISCH BELEIDSPLAN

In 2019 vond er geen jaarlijkse startavond plaats omdat deze vervangen werd door de voorstelling van het nieuw strategische beleidsplan voor toerisme en recreatie in de Leiestreek (planperiode 2019-2025). Dit plan werd op 5 september 2019 voorgesteld in de grote aula van Vives in Kortrijk. Zo'n 220 genodigden woonden de voorstelling van de nieuwe visie bij. De avond bestond uit een overzicht van de realisaties uit 2019, de voorstelling van het beleidsplan zelf met o.a. focus op de ambitie, strategie en acties, en panelgesprekken tussen publieke en private partners met linken naar de 5 nieuwe verhaallijnen van de Leiestreek. Daarnaast werd ook de oproep voor de creatieve hotspots gelanceerd; de geselecteerde hotspots zullen centraal staan in de campagne van 2020. Aansluitend werd een netwerkmoment met receptie voorzien in het Maaklab. De catering werd voorzien door Ma Kwizien met bijzondere aandacht voor streekeigen lekkers.

2. PARTNERNETWERKMOMENTEN

In 2019 werden alle netwerkmomenten voor de partners (infopunten, Greeters, logiesuitbaters en Q-labels) opnieuw gebundeld tot 2 algemene partnernetwerkmomenten. Op 2 april en 16 december 2019 werden deze netwerkmomenten georganiseerd in respectievelijk Texture in Kortrijk en The Cube, Vives in Kortrijk. Het partnernetwerkmoment op 2 april behandelde het nieuws uit de regio, het logiesdecreet en – subsidie en het belang van digitaal onthaal. Tijdens de bijeenkomst op 16 december stond familievriendelijkheid op het programma met een toelichting over tips en tricks door Karen François van Westtoer en Jochen Doornaert die focuste op natuurlijke speelinrichtingen. De partners kregen ook de mogelijkheid om het museum Texture te bezoeken. Het netwerkmoment van 2 april kon rekenen op 58 deelnemers en dat van 16 december op 50 partners.

Naast de standaard netwerkmomenten werd er op 7 oktober ook een inspiratiesessie georganiseerd i.h.k.v. de verhaallijn creatieve hotspots en de toekomstige campagne hierrond in 2020. Toerisme Leiestreek lanceerde een oproep waarbij ondernemers, maar ook gemeenten of organisatoren van evenementen zich kunnen kandidaat stellen om in 2020 centraal te staan in de campagne creatieve hotspots. Ondernemers die hiervoor nog extra inspiratie wilden opdoen of creatiever aan de slag wilden gaan, konden zich inschrijven. Ook diensten voor toerisme werden uitgenodigd. Uiteindelijk woonden 45 geïnteresseerden de zeer inspirerende sessie o.l.v. Tom Palmaerts bij in boekenhuis Theoria in Kortrijk.

3. GREETERS

Het regioteam ging in 2019 verder met de Greeterwerking. Er waren 35 Leiestreek Greeters bereid om op vrijwillige basis groepjes van maximum 6 toeristen op sleeptouw te nemen voor een bezoek aan hun stad, dorp of streek. Ze vertellen verhalen en maken een wandel- of fietstocht langs hun favoriete plekjes. Er werden 25 Greets uitgevoerd waarbij er 112 bezoekers rondgeleid werden. In 2019 werden de Greeters uitgenodigd op de gezamenlijke partnernetwerkmomenten.

4. TOERISTISCHE INFOPUNTEN

In 2017 lanceerde Toerisme Leiestreek voor het eerst 30 toeristische infopunten in samenwerking met Westtoer. In 2018 werd een nieuw traject opgestart waar ook de Oost-Vlaamse reca-zaken aan konden deelnemen. 13 extra zaken werden hierbij Infopunt Toerisme Leiestreek. Ze vormen een mooie aanvulling op de diensten voor toerisme van de Leiestreek. Het zijn reca-zaken die vaak open zijn op momenten wanneer een dienst voor toerisme dat niet is, of ze zijn (in uitgestrekte gemeenten) dichterbij het logies gelegen waar de toerist verblijft.

In 2019 heeft het regioteam i.s.m. de afdeling toeristische ontwikkeling van Westtoer bijna alle infopunten bezocht voor een opvolgingsgesprek. Enkel de zaken waar er vaak contact mee is, werden niet meer extra gecontacteerd. Tijdens het bezoek werd er nagegaan of de ondernemingen wel nog echt fungeren als infopunt, of ze bijkomende vragen hebben, hoe ze de bezoekers informeren etc. Enkele zaken moesten aangespoord worden om beperkte bijkomende inspanningen te doen. Zaken die gestopt zijn, die echt niet meer voldoen aan de voorwaarden of die overgenomen zijn, werden in onderling overleg geschrapt uit het netwerk. Overnemers zullen wel uitgenodigd worden om het traject opnieuw te volgen. Uiteindelijk kan je in de Leiestreek nu terecht bij 36 geëngageerde ondernemers voor informatie over de regio.

5. Q-LABELS

In 2019 werd het label ook voor de eerste keer uitgereikt aan musea en attracties. Musea en attracties zijn naast logies, restaurants, cafés en toeristische infokantoren belangrijke trekpleisters voor bezoekers in West-Vlaanderen. Alle ondernemingen met het Q-label staan garant voor een kwalitatieve dienstverlening aan hun gasten.

Het kwaliteitstraject van Westtoer bestaat uit opleiding en individuele begeleiding op maat. De deelnemers stappen ook in een meetsysteem om de tevredenheid van hun gasten op permanente basis te meten. Daarnaast leren de deelnemers van collega's en wisselen ze ervaringen uit tijdens bezoeken aan best practices.

In de Leiestreek behaalde Eperon d'Or in Izegem dit jaar als eerste museum het kwaliteitslabel. Het label werd toegekend door Westtoer na een positieve evaluatie van het groeiplan, het mystery visit verslag en een succesvolle verdediging voor een jury.

Naast het nieuwe label, behaalden dit jaar ook negen organisaties en zaken hun verlenging voor 3 jaar:

- Toerisme Izegem
- Toerisme Menen
- Toerisme Roeselare
- Toerisme Wervik
- Bootel Ahoi in Kortrijk
- Messeyne in Kortrijk
- Parkhotel in Kortrijk
- Rouge é Blanc in Ingelmunster
- Vijfwegen in Roeselare

Dit brengt het totaal aantal actoren uit de Leiestreek die het Q-label behaalden op 28.

6. LOGIES

Het regioteam bezoekt elk jaar alle logies die nieuw zijn en een aantal die nog niet eerder bezocht werden. Dit gaat vooral over logies die vroeger niet vergund waren bij Toerisme Vlaanderen en bijgevolg niet gepromoot mochten worden. Met het nieuwe logiesdecreet mogen nu ook alle logies die geregistreerd zijn bij Toerisme Vlaanderen gepromoot worden. Dit betekent dat er voor de werking en promotie van Toerisme Leiestreek heel wat logies bijkomen. In 2019 werden er 29 logies bezocht. Tijdens zo'n bezoek informeren we de logiesuitbaters over o.a. de werking van Toerisme Leiestreek, brochures en streekinfo, marketingacties, recreatief aanbod, netwerk- en vormingsmomenten etc. Dankzij deze bezoeken kennen we het aanbod in de regio en weten we welke logies we kunnen meenemen in onze marketingcampagnes en voor welke doelgroepen. Daarnaast hebben we ook een zicht op logies die niet in orde zijn; deze nemen we niet mee op de website of in campagnes.

PERS & PR

1. PERSREIZEN

In 2019 organiseerde Toerisme Leiestreek drie persreizen voor de campagne 'Het Beste van België' (zie onderdeel Marketing, punt 1 c). Daarnaast was er inhoudelijke ondersteuning bij drie persreizen: op 9 februari was er een persbezoek van de Bradt Travel Guides in Kortrijk, op 15 en 16 februari een persbezoek van de Guide du Routard aan Kortrijk en op 17 en 18 augustus een blogbezoek van de Nederlandse blogger Manon Van Aerschot aan de Oost-Vlaamse Leiestreek.

2. PERSCONFERENTIES

Naast de persreizen organiseerde Toerisme Leiestreek ook twee persconferenties. De eerste persconferentie ging door op 2 april in het stadhuis van Deinze, naar aanleiding van de start van het nieuwe toeristische seizoen. De tweede persconferentie ging door op 5 september in Den Hert, Nazareth en stond in het teken van het nieuwe strategisch beleidsplan voor toerisme en recreatie in de Leiestreek. Dit zorgde voor een aantal artikels in verschillende kranten zoals Het Nieuwsblad, Het Laatste Nieuws, de Krant van West-Vlaanderen, ... en in online blogs.

ACTIES

1. BOOTTOCHTEN

Ook in 2019 stonden de zomerse boottochten op het programma. Het boottochtenseizoen startte op 22 juni en liep t.e.m. 28 september. Samen met de rederijen SAVA Shiprental, de Lemmerboot IV en de deelnemende gemeenten werkte Toerisme Leiestreek een gevarieerd programma uit. De Lemmerboot IV zorgde voor 3 volzette tochten naar Sint-Martens-Latem. Op vraag van de rederij SAVA Shiprental werden er samen met de deelnemende gemeenten 25 tochten georganiseerd. We behielden een aantal klassiekers, zoals nocturnes en tochten naar Brugge, en vulden deze aan met een aantal familievriendelijke tochten en enkele nieuwe cateringconcepten (bv. bier en tapas, hamburgers, gegrilde zalm, Armeense en Poolse keuken). Daarnaast werden ook enkele nieuwe belevingstochten gelanceerd (bv. rockboat, tocht met bezoek aan Kasteel Ooidonk, Wereldtocht, wijnproeverijtocht, ...). Het boottochtenseizoen lokte 1012 deelnemers. Dit zorgde voor een algemene bezettingsgraad van 56,07%.

Voor het eerst werd ook het concept van de fietsboot uitgetoetst. Op zondag 4 augustus en zondag 1 september konden fietsers hun fiets meenemen op de boot en op- en afstappen waar ze wilden voor € 5/persoon. Het traject op 4/8 stopte in Harelbeke, Waregem, Machelen, Deinze, Machelen, Waregem en Harelbeke. Het traject op 1/9 stopte in Wervik, Menen, Wevelgem, Kortrijk, Wevelgem, Menen, Wervik. De eerste fietsboot was een succes maar de tweede lokte amper deelnemers. Toerisme Leiestreek coördineerde het programma en de ticketverkoop en maakte [een brochure](#) op (6000 ex.) waarin, naast de kalender van de boottochten, ook het vaste aanbod aan waterrecreatie in de Leiestreek werd opgenomen.

Ondanks het nieuwe, gemoderniseerde en zeer gevarieerde aanbod aan tochten, ruime communicatie en sterke personeelsinzet van zowel Toerisme Leiestreek als de deelnemende gemeenten, merken we dat de interesse voor georganiseerde boottochten in groep blijft dalen. Ook de samenwerking met de rederij SAVA Shiprental blijft moeilijk verlopen. Voor het seizoen van 2020 zal het geheel geëvalueerd worden.

2. KUNSTZOMER

De Kunstzomer was in 2019 aan zijn 11^{de} editie toe. Van 2 juni t.e.m. 22 september stond kunst centraal in de regio. Op 13 verschillende locaties in 4 steden en gemeenten van de Leiestreek maakten de bezoekers kennis met de werken van een 40-tal hedendaagse kunstenaars. Er werd gekozen om met minder steden en gemeenten samen te werken voor een langere periode. Kunstzomer 2019 ging in juni, juli, augustus en september respectievelijk in Gent, Anzegem, Deerlijk en Roeselare door. Het programma was te vinden [in de brochure](#) (10.000 ex.) en online. De brochure werd verspreid via diensten voor toerisme, kunstenaars, infopunten en logies. De Kunstzomer 2019 was opnieuw een succes met uitschieters in de Oude kerk van Vichte, het Sint-Arnolduspark, Galerie Blomme en Ter Posterie.

3. JE WILDSTE WESTEN

In 2019 werd het project "Je Wildste Westen" in samenwerking met de provincie West-Vlaanderen, de avontuurlijke partners en de steden en gemeenten rond het Kanaal Bossuit-Kortrijk verdergezet. Op zondag 14 april 2019 werd de derde editie van "Je Wildste Westen actiedag" georganiseerd om het aanbod extra in de kijker te zetten. 1034 deelnemers genoten een hele dag extra voordelig van avontuur op 6 sites (bijna 500 in 2018). De sterke stijging aan deelnemers is deels te wijten aan de prijsdaling (€5 per ticket) en de promotiecampagne. Toerisme Leiestreek neemt actief deel aan deze werking via de samenwerking, het kernoverleg en staat in voor de opbouw en het onderhoud van de website www.jewildstewesten.be, de ticketverkoop van "Je Wildste Westen actiedag" en zorgt voor extra communicatie via haar reguliere kanalen.

Het concept van Je Wildste Westen werd herbekeken in de rebranding opdracht voor de Leiestreek, in kader van het strategisch beleidsplan. Uit deze oefening bleek dat "Je Wildste Westen" als merk niet of weinig gekend is, en dat het bijgevolg geen goed idee is om dit naast Leiestreek te blijven promoten. Er werd bijgevolg beslist om dit te integreren in de communicatie van de Leiestreek, onder "Leiestreek, Beleef Meer. Avontuur."

4. GEZINSZOEKTOCHTEN BLOB

In 2019 werden er i.s.m. met het Stadlandschap Leie & Schelde en het Stad-Land-Schap 't West-Vlaamse Hart drie nieuwe gezinsvriendelijke zoektochten in de Leiestreek uitgewerkt. Dit gebeurde in de reeks 'Op stap met Blob'. Natuur en plezier staan centraal in deze zoektochten. De gezinszoektochten richten zich op families met kinderen tussen 7 en 12 jaar. De 3 nieuwe tochten bevinden zich in Anzegem, Izegem en Waregem. Dit brengt het totaal op [7 Blobtochten](#).

5. INTERREG V: PROJECT GOLDEN LYS

Toerisme Leiestreek stond in 2019 in voor de opstart en input van een grensoverschrijdende digitale rivierkaart voor de Leiestreek. Deze werd technisch volledig uitgewerkt, op basis van input van zowel commerciële als overheidspartners, en zal afgewerkt worden in 2020 op basis van een GoogleMyMaps.

De grensoverschrijdende toeristische kaart uit 2018 werd aangepast en bijgedrukt op 15.000 exemplaren. De aanpassingen bevonden zich vooral in de gemeente Deinze, na de fusie met Nevele.

Tijdens de zomer van 2019 werd een online facebookcampagne gelanceerd waarbij het grensoverschrijdende aanbod van wateractiviteiten werd gepromoot. Dit gebeurde door een zestal advertenties (zowel in het Frans als in het Nederlands) gericht te gaan voorstellen in een duidelijk getarget doelpubliek. We mikten met de campagne op de inwoners van de grensoverschrijdende Leiestreek die ouder zijn dan 30. Gezien de advertenties verstuurd werden vanuit de facebookpagina van het project Golden Leie/Lys, steeg het aantal volgers van deze pagina dan ook spectaculair. In een periode van ongeveer 2 maanden vervijfvoudigde dit. De campagne resulteerde in ongeveer 1.5 miljoen views, waarvan 27.000 effectieve bezoeken aan de gecreëerde landingspagina's.

Op de website van Toerisme Leiestreek werd, ter voorbereiding van de betalende online facebookcampagne, ervoor gezorgd dat alle landingspagina's waarnaar verwezen wordt in de facebookadvertentie, vertaald werden in het Frans, zodat zowel Franstalige als Nederlandstalige bezoekers in hun eigen taal de informatie konden raadplegen.

Toerisme Leiestreek organiseerde een opleiding over omgaan met pers voor DVT's en toeristische ondernemers van de Vlaamse Leiestreek. De opleiding vond plaats op 9 december. Aangezien een dergelijke opleiding zeer interactief is en dit moeilijk tweetalig te organiseren is, werd overeengekomen dat de opleiding afzonderlijk georganiseerd zou worden, maar wel met dezelfde inhoud. De belangrijkste doelstelling was de ondernemers en diensten duidelijk te maken hoe de (lokale) pers werkt en op welke manier zij hen konden prikkelen over hun activiteiten. De opleiding werd gegeven door de mensen van ILikeMedia en werd gevolgd door 24 geïnteresseerden.

LANCERING NIEUW STRATEGISCH BELEIDSPLAN

In 2017 startten de voorbereidingen voor de opmaak voor een nieuw strategisch beleidsplan Toerisme Leiestreek 2019 – 2025. De plangroep staat in voor de dagelijkse opvolging, voorbereiding overlegmomenten en rapportering.

Leden van de plangroep vanuit Westtoer:

- Algemeen Directeur – Stefaan Gheysen
- Teammanager Regiowerking en Strategische planning – Lien Phlypo
- Teammanager afdeling Kennisontwikkeling – Darline Vandaele
- Directeur afdeling Marketing – Luc Abbeloos
- Teammanager Toeristische Productontwikkeling – Josephine Fassaert
- Teammanager Recreatie – Tim Provoost en Glenn Putman

Leden van de plangroep vanuit Oost-Vlaanderen:

- Algemeen Directeur – Katia Versieck
- Manager communicatie, sector- en regiowerking – Mieke Belmans
- Afdelingshoofd marketing en communicatie – Tim Bottelberghe
- Manager infrastructuur en facilitair beheer - Pierre Goffaux

Leden van de plangroep vanuit Toerisme Leiestreek:

- Regiomanager - Katrien Six
- Regiomedewerker - Babette De fauw

In het eerste kwartaal werd de focus vooral nog gelegd op het verzamelen van bijkomende en concrete input; er waren nog bezoeken bij gemeenten om hun input te krijgen, maar daarnaast werden er ook verschillende interviews gedaan met relevante spelers uit de sector: logiesuitbaters (groot en klein, stad en platteland), reca-uitbaters, bootverhuurders, musea, streekproducenten, groendienst van de provincie, stadlandschappen, VLM, ANB, Natuurpunt, Inagro, Leiedal, POM, ...

The Missing Link werd door Westtoer en Toerisme Oost-Vlaanderen aangesteld om samen met de sector de kernwaarden van de Leiestreek en de verhaallijnen te bepalen. Via 2 x 3 workshops heeft The Missing Link de kernwaarden voor de Leiestreek naar boven gehaald en ook de verhaallijnen voor de toekomst bepaald samen met de ruime sector. De workshops waren telkens verspreid over de hele regio en er was een ruime aanwezigheid van de hele sector (2 x 90 aanwezigen, ambtenaren, schepenen, brouwerijen, logiesuitbaters, reca,..)

Eind 2018 werd de opdracht opengesteld om een externe dienstverlening aan te stellen voor de rebranding van de Leiestreek, zodat o.a. de beeldtaal, de communicatie en huisstijl overeenstemmen met de identiteit en het imago van de Leiestreek. Het branding bureau SKINN werd aangesteld en werkte de opdracht af in 2019. Deze opdracht werd gefinancierd door Westtoer en Toerisme Oost-Vlaanderen

In de loop van maandelijkse meetings en een 2-daagse werd er verder gewerkt aan het strategisch beleidsplan en kreeg het geleidelijk aan meer vorm. In het eerste kwartaal van 2019 lichten we het voorlopige resultaat toe aan de gemeenten en andere belangrijke stakeholders, zodat zij nog feedback konden geven.

Het boekje met het eindresultaat werd tijdens de zomer afgewerkt. Op 5 september werd het strategisch beleidsplan voorgesteld aan de pers en de sector. Toerisme Leiestreek zal de uitvoering van het strategisch beleidsplan opvolgen via actieplannen en overleg met de betrokken partners.

TOERISME LEIESTREEK VZW

1. TEAM

Tewerkgesteld door Westtoer apb en Toerisme Oost-Vlaanderen vzw:

- Katrien Six, regiocoördinator
- Babette De fauw, regiomedewerker
- Emmanuel Derdeyn, medewerker regiomarketing
- Frederic Stragier, projectmanager

2. ALGEMENE VERGADERING

Lijst van al onze leden binnen de Algemene Vergadering.

- Voorzitter: Claude Croes
- Ondervoorzitters: Bruno Dhaenens, Lisbet Bogaert
- Penningmeester: Stefanie Demeyer
- Secretaris: Justine Hollevoet

Ledenlijst

1. De gemeente Anzegem, vertegenwoordigd door de heer Yannick Ducatteeuw
2. De gemeente Avelgem, vertegenwoordigd door mevrouw Liesje Cartreul
3. De gemeente Deerlijk, vertegenwoordigd door heer Jo Tijtgat
4. De stad Deinze, vertegenwoordigd door de heer Bruno Dhaenens
5. De gemeente Dentergem, vertegenwoordigd door mevrouw Vicky Derijcke
6. De stad Gent, vertegenwoordigd door de heer Rudy Van der Ween
7. De stad Harelbeke, vertegenwoordigd door de heer Dominique Windels
8. De gemeente Ingelmunster, vertegenwoordigd door mevrouw Trui Lambrecht
9. De stad Izegem, vertegenwoordigd door mevrouw Lisbet Bogaert
10. De stad Kortrijk, vertegenwoordigd door mevrouw Stefanie Demeyer
11. De gemeente Kuurne, vertegenwoordigd door de heer Willem Vanwynsberghe
12. De gemeente Ledegem, vertegenwoordigd door de heer Geert Dessen
13. De gemeente Lendelede, vertegenwoordigd door mevrouw Sofie Jonckheere
14. De stad Menen, vertegenwoordigd door de heer Virginie Breye
15. De gemeente Meulebeke, vertegenwoordigd door mevrouw Amelie Soenens
16. De gemeente Moorslede, vertegenwoordigd door de heer Ward Vergote
17. De gemeente Nazareth, vertegenwoordigd door de heer Yves Ghyselincx
18. De gemeente Oostrozebeke, vertegenwoordigd door de heer Jonas Van D'huynslager
19. De stad Roeselare, vertegenwoordigd door de heer Dirk Lievens
20. De gemeente Sint-Martens-Latem, vertegenwoordigd door mevrouw Bea Roos
21. De gemeente Spiere-Helkijn, vertegenwoordigd door de heer Nicolas Debonnet
22. De stad Waregem, vertegenwoordigd door de heer Henri Destoop
23. De stad Wervik, vertegenwoordigd door de heer Bart Pyncket
24. De gemeente Wevelgem, vertegenwoordigd door de heer Mathieu Desmet
25. De gemeente Wielsbeke, vertegenwoordigd door mevrouw Magda Deprez
26. De gemeente Zulte, vertegenwoordigd door mevrouw Sophie Delaere
27. De gemeente Zwevegem, vertegenwoordigd door de heer Yvan Nys
28. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door de heer Claude Croes

29. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door de heer Jo Vansteenkiste
30. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door mevrouw Justine Hollevoet
31. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door de heer Maarten Tavernier
32. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door mevrouw Martine Vanryckeghem
33. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door mevrouw Sigrid Vandenbulcke
34. Toerisme Oost-Vlaanderen vzw, vertegenwoordigd door de heer John De Vlieger
35. Toerisme Oost-Vlaanderen vzw, vertegenwoordigd door mevrouw Mieke Belmans
36. Toerisme Oost-Vlaanderen vzw, vertegenwoordigd door mevrouw Katia Versieck

3. BESTUUR

Lijst van al onze bestuursleden

- Voorzitter: Claude Croes
- Ondervoorzitters: Bruno Dhaenens, Lisbet Bogaert
- Penningmeester: Stefanie Demeyer
- Secretaris: Justine Hollevoet

Ledenlijst

1. De gemeente Avelgem, vertegenwoordigd door mevrouw Liesje Cartreul
2. De gemeente Deerlijk, vertegenwoordigd door mevrouw Regine Rooryck
3. De stad Deinze, vertegenwoordigd door de heer Bruno Dhaenens
4. De stad Gent, vertegenwoordigd door de heer Rudy Van der Ween
5. De stad Harelbeke, vertegenwoordigd door de heer Annick Vandebuerie
6. De gemeente Ingelmunster, vertegenwoordigd door mevrouw Trui Lambrecht
7. De stad Izegem, vertegenwoordigd door mevrouw Lisbet Bogaert
8. De stad Kortrijk, vertegenwoordigd door mevrouw Stefanie Demeyer
9. De gemeente Kuurne, vertegenwoordigd door de heer Jan Deprez
10. De gemeente Ledegem, vertegenwoordigd door de heer Geert Dessen
11. De gemeente Nazareth, vertegenwoordigd door mevrouw Viviane De Preester
12. De stad Roeselare, vertegenwoordigd door de heer Dirk Lievens
13. De stad Waregem, vertegenwoordigd door de heer Pietro Iacopucci
14. De gemeente Wielsbeke, vertegenwoordigd door mevrouw Magda Deprez
15. De gemeente Zulte, vertegenwoordigd door mevrouw Sophie Delaere
16. De gemeente Zwevegem, vertegenwoordigd door de heer Kristof Vromant
17. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door de heer Claude Croes
18. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door de heer Jo Vansteenkiste
19. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door mevrouw Justine Hollevoet
20. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door de heer Maarten Tavernier
21. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door mevrouw Martine Vanryckeghem
22. Provincie West-Vlaanderen, vertegenwoordigd door mevrouw Sigrid Vandenbulcke
23. Westtoer, vertegenwoordigd door de heer Stefaan Gheysen
24. Westtoer, vertegenwoordigd door mevrouw Lien Phlypo
25. Toerisme Oost-Vlaanderen vzw, vertegenwoordigd door mevrouw Mieke Belmans
26. Toerisme Oost-Vlaanderen vzw, vertegenwoordigd door mevrouw Katia Versieck
27. Toerisme Oost-Vlaanderen vzw, vertegenwoordigd door de heer John De Vlieger
28. Toerisme Oost-Vlaanderen vzw, vertegenwoordigd door de heer Henk Heyerick

Waarnemende leden (niet-stemgerechtigd)

29. De gemeente Anzegem, vertegenwoordigd door de heer Yannick Ducatteeuw
30. De gemeente Dentergem, vertegenwoordigd door Philip Vanhaesebrouck
31. De gemeente Lendelede, vertegenwoordigd door Pedro Ketels
32. De stad Menen, vertegenwoordigd door mevrouw Virginie Breye
33. De gemeente Meulebeke, vertegenwoordigd door mevrouw Rita Decostere
34. De gemeente Moorslede, vertegenwoordigd door de heer Nessim Ben DRiss
35. De gemeente Oostrozebeke, vertegenwoordigd door de heer Jonas Van D'huynslager
36. De gemeente Sint-Martens-Latem, vertegenwoordigd door de heer Filip Vanparys
37. De stad Wervik, vertegenwoordigd door de heer Geert Bossuyt
38. De gemeente Wevelgem, vertegenwoordigd door mevrouw Heidi Craeynest

4. RAAD VAN BESTUUR 2019

RVB = Raad van Bestuur, AV = Algemene Vergadering

- RVB 4 april 2019, Kortrijk
- RVB en AV 15 mei 2019, Kortrijk
- RVB 28 augustus 2019, Kortrijk
- RVB en AV 25 september 2019, Kortrijk
- RVB 20 november 2019, Kortrijk

FINANCIËEL VERSLAG

Wij hebben de eer U, overeenkomstig de wettelijke en statutaire bepalingen, verslag uit te brengen over de activiteiten van de vzw Toerisme Leiestreek en ons beleid tijdens het voorbije boekjaar, afgesloten per 31/12/2019.

Commentaar op de jaarrekening

De jaarrekening werd opgesteld overeenkomstig de wet van 17 juli 1975 met betrekking tot de boekhouding van de ondernemingen en de besluiten ter uitvoering ervan.

Commentaar op de resultaten

De vzw Toerisme Leiestreek heeft het boekjaar 2019 afgesloten met een winst van 20.786,83 euro, tegenover een winst ten bedrage van 132,79 euro op het einde van vorig boekjaar.

Commentaar op de jaarcijfers (in eenheden EUR)

De jaarrekening geeft de volgende situatie weer:

Balanstotaal	129.443
Te bestemmen winst van het boekjaar	20.787
Overgedragen winst van de vorige boekjaren	78.831
Te bestemmen winstsaldo	99.618
Over te dragen winst	99.618

De winst uit de gewone bedrijfsuitoefening vóór belasting bedraagt 20.949 EUR. Er werden geen afschrijvingen geboekt.

Resultaatverwerking

Aan het resultaat werd de volgende bestemming gegeven (in eenheden EUR):

A. Te verwerken winstsaldo	(+) 99.618
- te verwerken winst van het boekjaar	(+) 20.787
- overgedragen winst van de vorige boekjaren	(+) 78.831
C. Toevoeging aan het eigen vermogen	(+) 99.618

Tegenstrijdig belang van vermogensrechtelijke aard van een bestuurder

In toepassing van artikel 523 § 1 van het Wetboek van vennootschappen worden de getroffen besluiten terzake hierna overgenomen: geen.

Belangrijke gebeurtenissen na het einde van het boekjaar

Geen.

Slot

Tot slot danken wij allen die zich in het voorbije boekjaar hebben ingezet voor de werking van de vereniging.