

JAARVERSLAG 2020

TOERISME LEIESTREEK VZW



LEIESTREEK

VOORWOORD

Beste lezer

2020 was een bewogen jaar voor de Leiestreek en de toeristisch-recreatieve sector in het algemeen. De Coronacrisis zorgde ervoor dat we onze acties en campagnes constant moesten aanpassen. In een zeer moeilijk jaar voor de horeca waren de ondernemers zeer tevreden over de Leiespots campagne.

2020 was ook het jaar dat de Belg meer dan ooit op verkenning ging in de eigen omgeving. Nog nooit werd er zoveel gefietst en gewandeld in de eigen streek.

Ondanks de coronacrisis, bleven we sterk inzetten op communicatiecampagnes. Vooral de campagne "101 Leiespots" was een groot succes. Ook de bierpocket kon heel wat verblijfstoeristen en recreanten inspireren voor een vakantie of daguitstap in de Leiestreek.

Op vlak van social media werd 2020 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.

Daarnaast hebben we ook verder gebouwd aan het succesverhaal van de Blob zoektochten. Samen met Stadlandschap Leie en Schelde en 't West-Vlaamse Hart hebben we opnieuw enkele familievriendelijke zoektochten uitgewerkt. Ondanks de coronacrisis kon ook de Kunstzomer doorgaan in Izegem, Zulte, Nazareth, Ingelmunster en Oostrozebeke.

De ambitie en visie voor de Leiestreek die werd vastgelegd in het beleidsplan blijft gelden. De regio moet vooral bekend staan als een dynamische, creatieve streek en in 2025 definitief op de toeristische kaart staan. Hoewel het aantal overnachtingen in 2020 een sterke terugval heeft gekend, willen we samen met alle partners de komende jaren blijven werk maken van de acties uit het strategisch beleidsplan om de vooropgestelde doelstellingen alsnog te bereiken. Toerisme Leiestreek blijft dan ook verder actief als ontwikkelaar/medebedenker van nieuwe producten en als motor van toeristisch overleg met publieke en private partners.

Claude Croes
Voorzitter

MARKETING EN PROMOTIE

1. MEDIACAMPAGNES

a. 101 Leiespots

Met de campagne van 2020 wilde Toerisme Leiestreek de inwoners en toeristen laten kennis maken met de dynamiek en creativiteit van de Leiestreek. Dit werd gedaan aan de hand van 101 Leiespots; creatieve hotspots, speciale plekken, tijdelijke concepten of evenementen waar je om één of andere reden zeker moet geweest zijn.

De selectie:

Toerisme Leiestreek lanceerde in september 2019 een oproep bij ondernemers en organisatoren uit de Leiestreek. Er werden maar liefst 212 kandidaturen ingediend. De kandidaten moesten o.a. aangeven wat hun zaak speciaal of uniek maakt. Een jury van 3 (externe) creatievelingen uit de Leiestreek beoordeelde de inschrijvingen op basis van antwoorden die gegeven werden op de vragen en bijgevoegd video- of fotomateriaal. De jury bestond uit:

- Barbara Dejonghe - creative director en owner Clementine TV
- David Van Gessel - owner en creative & strategic director SKINN Branding Agency
- Hans Vandenberghe - Stad Kortrijk

Fiets- en wandelroutes

Toerisme Leiestreek ontwikkelde 14 suggestieroutes langs de Leiespots: 11 fietsroutes en 3 wandelroutes. De lussen werden ook aangepast voor logiesuitbaters met vertrek aan het logies. De routes werden verspreid via de Leiespots en logies, en werden ook opgenomen op de websitepagina's van de Leiespots als extra tip. (bv. [Avelgem](#)).

Pocket

De Leiespots werden gebundeld in een [handige pocket](#) met daarin de belangrijkste informatie en telkens een verwijzing naar hun specifieke pagina op de website voor meer info. In de pocket werden ook een aantal fietsroutes opgenomen langs Leiespots. De pocket werd gedrukt op 40.000 exemplaren, maar was rond half juli al bijna uitgeput. Aangezien de campagne nog liep tot half maart 2020 werd er beslist om 15.000 exemplaren bij te drukken.

[Website](#)

Binnen de campagne werd de focus niet alleen gelegd op de Leiespots, maar ook op de extra beleving errond. Voor elke Leiespot werd er een pagina aangemaakt op de website met tips van de ondernemer zelf, andere tips in de buurt, fiets- en wandelroutes en logeertips (bv. [De Living](#)). Toeristen konden zo hun favoriete Leiespots uitkiezen en aan de hand van de diverse tips een daguitstap of kort verblijf in elkaar puzzelen. Om toeristen te helpen in hun zoektocht werd er een handige overzichtspagina aangemaakt waarbij de Leiespots nog eens werden gegroepeerd volgens deelregio en thema.

Wedstrijd

Aan de campagne is ook een wedstrijd gekoppeld. Gedurende een jaar, tijdens de periodes dat de campagne actief was, beloonde Toerisme Leiestreek elke maand de mooiste foto van een beleving in een Leiespot op Instagram of Facebook met een waardebon van € 25. Om in aanmerking te komen, moet de foto van de Leiespot gepost worden met *#leiestreek* en *#leiespot*.

Campagne

Zowel in de offline als in de online communicatie lag de focus op de combinatie van meerdere Leiespots en tip tot een leuke vakantie of uitstap.

Aangezien de branding volledig nieuw is, en we de inwoners in onze eigen regio tot echte ambassadeurs willen maken voor de Leiestreek, was het belangrijk om het verhaal van de Leiespots ook zeer goed bekend te maken in de eigen regio. Daarom werd er samengewerkt met Het Nieuwsblad voor 25 pagina's in de regionale edities die de Leiestreek dekken, met telkens een aangepaste inhoud volgens de timing en de regio van publicatie.

Ook de Leiespots zelf werden echte ambassadeurs. Ze kregen een gevelbordje, affiche en deurstickers "Leiespot 2020" en waren trots op hun selectie, waardoor ze ook mee communiceerden op social media. Daarvoor kregen ze van Toerisme Leiestreek ook kant-en-klare content aangeleverd.

Toerisme Leiestreek zorgde ook voor communicatie op maat van de gemeenten, zodat zij dit konden opnemen in hun gemeentebladen of stadsmagazines; één van de fietslussen of wandellussen langs de Leiespots werd aangepast met start in de betrokken gemeente / stad.

Voor het verspreiden van de boodschap buiten de regio werd samengewerkt met Kortweg/KW (3x3p), Libelle (2p, ruilactie), VAB (2p), Flair (1p), Het Nieuwsblad Antwerpen (3x1p) en Het Nieuwsblad Vlaams Brabant (3x1p).

Voor de online campagne werd samengewerkt met TravelNation (vroeger TravelMedia). Naast promotie voor een vakantie of uitstap op basis van de Leiespots werd ook [een filmpje](#) (gemaakt door het Peloton) verspreid dat speciaal gemaakt werd voor deze campagne.

Binnen de online campagne werd er, naast Google, Facebook en YouTube, ook ingezet op bloggers/influencers. In overleg met TravelNation werden 4 bloggers/influencers geselecteerd die elk 3 trips zouden doen, telkens gebaseerd op de combinatie van enkele Leiespots met de tips van op de website. Naast content op hun eigen kanalen, is het reisverslag van de bloggers ook terug te vinden op de [Leiespots campagnepagina](#) (getest en goedgekeurd).

Gevolgen Corona

De Leiespots zijn hoofdzakelijk creatieve reca-ondernemers met een sterk concept. Het zijn net die ondernemers die het sterkst door de coronacrisis getroffen werden. Ten gevolge van corona kon de campagne pas later opgestart worden (juni) en werd de campagne ook constant aangepast aan de situatie. Op momenten waar de meeste Leiespots gesloten waren, werd de focus verschoven naar hun coronaproof alternatieven en naar het aanbod op vlak van fietsen en wandelen.

De geplande advertenties voor oktober - december werden verschoven naar eind februari-maart 2021, maar ook in deze advertenties zal de inhoud nog aangepast moeten worden naar wat mogelijk is onder de huidige maatregelen.

Ook de online campagne werd naar het einde van het jaar toe aangepast; er werd enkel nog geïnvesteerd in Google opdat de website goed gevonden zou worden. Een deel van de online campagne (o.a. ook een aantal trips van de bloggers) werd ook geschrapt omdat die volledig in teken stond van de promotie van de Leiespots, waarvan er dan heel wat gesloten waren.

Voor de Leiespots werd beslist dat zij die nog steeds hetzelfde concept hanteren, en nog actief zijn in 2021, ook Leiespot worden in 2021 zonder dat zij opnieuw een kandidatuur moeten indienen. Dit om het verlies aan promotionele aandacht in 2020 te compenseren.

Enkele cijfers:

Hoewel de campagne nog loopt tot half maart 2021, geven we hieronder alvast een aantal cijfers mee:

Print:

Bereik print (per publicatie)

- Regionale edities Het Nieuwsblad:

- Roeselare – Izegem-Tielt: 76.856
- Kortrijk – Waregem – Menen: 99.674
- Meetjesland – Leiestreek: 97.197
- Vlaamse Ardennen – Gentse rand: 76.522
- Gent (De Gentenaar): 104.896
- Het Nieuwsblad Antwerpen: 143.482
- Het Nieuwsblad Vlaams Brabant: 186.932
- Libelle: 794.519
- VAB magazine: 300.000
- Flair: 417.139
- KW: 377.018

Online:

Resultaten campagne MediaNation tussen half juni 2020 en eind december 2021:

- FB ads:
 - Aantal weergaven van de ads: 3.780.017
 - Landingspagina views: 20.248
 - Resultierend aantal sessies: 16.504
- Google ads rond fietsen/wandelen, weekendje weg, cultuur, ... + remarketing naar Leiespots
 - Aantal weergaven van de ads: 232.310
 - Resulterende websitegebruikers: 20.146
 - Resultierend aantal sessies: 27.406

b. Citytrip Kortrijk

Toerisme Leiestreek werkte deze campagne uit in samenwerking met stad Kortrijk en Westtoer met als doel Kortrijk op de kaart te zetten als citytrip bestemming. Er werd een concreet aanbod uitgewerkt voor 4 specifieke doelgroepen: de ontdekker, de cultuurtripper, de stadsbezoeker en gezinnen met kinderen. De tips op maat werden gebundeld op de website van Kortrijk en in een online magazine dat ook gedrukt werd voor verspreiding in de logies. Voor de online promotie werd samengewerkt met TravelNation voor o.a. promotie via Facebook, Google en nieuwsbrieven via Citytrip en Reisroutes. Dit leidde tot ruim 42.000 nieuwe bezoekers op de website, en net geen 44.000 sessies. Voor print werd samengewerkt met het magazine Nina (505.310 lezers).

2. FOTOGRAFIE

In 2020 heeft Toerisme Leiestreek sterk ingezet op fotografie. Heel wat beelden in de mediabank waren ondertussen verouderd of pasten niet binnen de nieuwe huisstijl. Daarom werd beslist om jaarlijks een budget van €10.000 te voorzien om geleidelijk aan de mediabank aan te vullen met nieuwe, passende beelden. Elke gemeente mag deze foto's gratis gebruiken met vermelding van Toerisme Leiestreek vzw bij de credits.

Capture Photography leverde heel wat kwalitatieve foto's aan, vooral binnen het thema "verrassend dichtbij" ter voorbereiding van de campagne voor 2021. Deze beelden kwamen ook goed van pas voor de communicatie op social media rond fietsen en wandelen tijdens de periodes van strengere maatregelen in kader van corona.

BOA werd eerder al aangesteld om de 101 Leiespots te fotograferen voor de campagne van 2020.

3. BIERPOCKET

Na het succes van de bierpocket in 2019, kreeg deze publicatie een update in 2020 en werd die gedrukt op 15.000 exemplaren. De [bierpocket](#) bevatte vier verrassende fietsroutes met onderweg of in de buurt van de route brouwerijen, sfeervolle cafés, brasseries en restaurants. De routes waren gebaseerd op de knooppunten van het fietsnetwerk Leiestreek en startten in Izegem, Waregem, Deinze en Gent. De 15.000 exemplaren waren in de zomer al uitgeput; er werden nog 5.000 exemplaren bijgedrukt.

4. DELTAGIDS

Toerisme Leiestreek werkte opnieuw samen met VVV Zeeland voor de uitgave van de Deltagids en een update van de bijhorende website. De Deltagids werd uitgegeven op 50.000 exemplaren (37.500 in het Nederlands en 12.500 in het Duits) en werd voornamelijk verspreid via jachthavens en partners op verschillende beurzen in Nederland en Duitsland bij een geïnteresseerd publiek. Dit medium richt zich tot Vlaamse, Nederlandse en Duitse watertoeristen en heeft als voornaamste doel de watertoeristen te inspireren om naar het Westelijke Deltagebied te komen varen en ook aan land te gaan om een aantal zaken te bezoeken.

5. WEBSITE – NIEUWSBRIEVEN – SOCIAL MEDIA

De content op de homepage van de website, in de nieuwsbrieven en op social media werd gedurende het jaar constant aangepast aan de actuele situatie, volgens wat toegelaten was en wat niet. In de mate van het mogelijke werd er aandacht besteed aan de Leiespots, maar wanneer dit niet kon, omdat er veel moesten sluiten, pasten we dit aan naar communicatie over coronaproof alternatieven, fiets- en wandeltips en vakantietips in coronatijden.

Website

De website telde in 2020 ongeveer 363.000 gebruikers en 504.000 sessies. In 2019 waren dit er 380.000 en bijna 500.000 sessies. Het aantal paginaweergaven bedroeg 1.535.577 in 2020 ten opzichte van 1.100.000 in 2019. Dus we telden iets minder gebruikers in 2020, maar meer sessies per gebruiker en er werden meer pagina's per sessie bekeken. In 2020 telden we ook 13,8 % meer terugkerende gebruikers dan in 2019.

Nieuwsbrieven

Toerisme Leiestreek stuurde in 2020 twaalf reguliere nieuwsbrieven uit. Eind 2020 waren er 64.172 abonnees ten opzichte van 59.062 eind 2019, een stijging van 8,7%.

Facebook

In 2020 werden 3 social media campagnes gelanceerd in beheer van Toerisme Leiestreek op Facebook (los van campagne door TravelNation voor de Leiespots). De eerste campagne rond fietsen en wandelen liep van 29 april tot 14 juni (€ 494,02 zorgde voor 225.139 weergaven bij 66.656 personen en 9.967 website clicks). De tweede campagne liep ter ondersteuning van de oproep voor nieuwe Leiespots van 31 augustus tot 19 september (€ 253,86 zorgde voor 85.178 weergaven bij 35.792 personen en 691 clicks). Een derde campagne liep van 6 november tot 22 december en bestond uit verschillende luiken ter promotie van toerisme/recreatie in coronatijd: fietsen en wandelen, coronaproof vakantietips, coronaproof Leiespots, logies met catering op de kamer, ... (€ 790,44 zorgde voor 272.131 weergaven bij 102.918 personen en 14.308 clicks).

Naast betalende campagnes hebben we in 2020 ook veel meer ingezet op eigen (gratis) content. Naast gebundelde posts over de Leiespots (zie 1.a), verschenen er ook wekelijks fiets- of wandeltips die de

provinciale routes in de kijker zetten. Alles wat we posten op facebook sluit aan bij de nieuwe visie en branding van Toerisme Leiestreek.

Het aantal paginalikes op Facebook steeg op een jaar tijd met 38,7%, van 7.472 naar 10.367. Het aantal volgers steeg met 39,2%, van 7.739 naar 10.772.

Instagram

2020 was het eerste jaar dat Toerisme Leiestreek sterk op Instagram ingezet heeft. Dankzij een nieuwe strategie, branding en sterk fotomateriaal komt de Leiestreek hier nu heel goed naar voor. Net zoals op facebook, plaatsten we op regelmatige basis fiets- en wandeltips (zowel algemene posts als stories) en gebundelde Leiespotstips. Daarnaast ligt de focus vooral op fotogenieke plekken uit de regio. Dit zorgde voor een groei met 128,1% van 1.212 volgers (eind februari) naar 2.765 volgers.

6. PARTICIPATIE IN ACTIES VAN DE VIJF VLAAMSE PROVINCIES

In de campagne met de vijf provincies lag dit jaar de focus op vakantie in eigen land. Er werd extra geïnvesteerd om de toeristische sector te ondersteunen. De campagne “Welkom terug” verliep tijdens de zomer via TV, social media, bussen van de lijn, etc. en werd uitgevoerd door de 5 provincies. Om het boeken van overnachtingen te stimuleren, werd de campagne gekoppeld aan de website van Logeren in Vlaanderen Vakantieland. Om alle logiesondernemers een gelijke kans te geven op deze extra promotie via de ruime campagne op Vlaams niveau, werd het adverteren op de website tijdelijk gratis aangeboden. Toerisme Leiestreek zorgde ervoor dat alle logiesuitbaters in de Leiestreek hiervan op de hoogte waren. Dit zorgde voor een sterke toename van het aantal logies uit de Leiestreek op deze website. Voor de logies die reeds betaald hadden, werd een compensatie voorzien in 2021. Toerisme Leiestreek volgde ook de praktische verwerking op van de website Logeren in Vlaanderen Vakantieland voor de West-Vlaamse Leiestreek.

Toerisme Oost-Vlaanderen en Westtoer zijn structureel partner van de vzw Logeren in Vlaanderen die de werking met campagnes en website realiseert. Toerisme Leiestreek vzw betaalt een bijdrage in verhouding tot het aantal adverterende logies in de West-Vlaamse Leiestreek.

SECTORWERKING

1. STARTAVOND

In 2020 stond de jaarlijkse startavond ingepland in het Leietheater in Deinze met receptie in het Mudel, Museum voor Deinze en de Leiestreek. Wegens de eerste lockdown van de coronacrisis kon dit helaas niet doorgaan. Deze locaties zullen wel behouden blijven voor de eerstvolgende startavond die een groot publiek toelaat. In de verdere loop van 2020 is er geen mogelijkheid geweest om een vervangend grootschalig netwerkmoment te organiseren.

2. PARTNERNETWERKMOMENTEN

In 2020 kon slechts één partnernetwerkmoment doorgaan. Op 3 februari werden alle Leiespots uitgenodigd in Pand.A in Kortrijk om de campagne toe te lichten en elkaar beter te leren kennen. Elke Leiespot kreeg één minuut om zichzelf voor te stellen. Een fotowall met foto's van alle aanwezige zaken en eigenaars zorgde ervoor dat de Leiespots achteraf nog eens goed konden kijken welke zaken voor hen interessant waren en moet wie ze nadien nog eens wilden praten. Op die manier hebben we

samenwerking tussen de Leiespots gestimuleerd. Achteraf kregen alle Leiespots een samenvatting van de belangrijkste zaken en de presentatie doorgestuurd.

Verder waren er plannen voor netwerkmomenten met vorming rond instagram fotografie, online betalingen, werken met streekproducten, Omwille van de coronamaatregelen zijn deze niet kunnen doorgaan. Aangezien zowel Westtoer en Toerisme Oost-Vlaanderen verschillende online webinars organiseerde, hebben wij geen alternatief voorzien. De hoofdreden waarom de ondernemers naar de netwerkmomenten van Toerisme Leiestreek komen, blijft het netwerken met collega's. De digitale webinars kunnen dit aspect helaas niet vervangen.

3. GREETERS

Het regioteam ging in 2020 verder met de Greeterwerking maar heeft dit niet actief gepromoot. Er waren ongeveer 30 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 16 Greets uitgevoerd waarbij er 62 bezoekers rondgeleid werden.

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 2020 werd de werking rond de infopunten verder gezet, maar was er geen actieve rekrutering naar nieuwe infopunten. Aangezien alle reca voor het grootste deel van het jaar gesloten bleef en er grote onzekerheden waren, leek het ons niet het beste moment om een nieuw traject op te starten. In de Leiestreek kan men momenteel nog steeds terecht bij 35 geëngageerde ondernemers voor informatie over de regio.

5. Q-LABELS

Westtoer reikt elk jaar het Q-label uit aan musea, attracties, logies, restaurants, cafés en toeristische infokantoren die een specifiek kwaliteitstraject volgen. Dit traject bestaat uit een 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 ze ook van collega's en wisselen ze ervaringen uit tijdens bezoeken aan best practices.

Na een positieve evaluatie van het groeiplan en van het verslag van de mystery visitor besliste de jury om het Q-label toe te kennen aan:

- Achiel en Hector (Anzegem)
- De Corneel (Kortrijk)

- La Rozerie (Anzegem)
- Mercure Roeselare
- 't Corneeltje (Kortrijk)

Naast de nieuwe labels behaalden ook acht organisaties hun verlenging:

- BrunO (Deinze)
- Chiconette (Kortrijk)
- Gasthof Te Cathem (Wervik)
- Herenhuis (Izegem)
- Kaffee Damast (Kortrijk)
- Le Nord (Roeselare)
- PassaDia (Zwevegem)
- Residentie Aries (Sint-Martens-Latem)

De ondernemers ontvingen op 3 maart hun label tijdens de [persconferentie in Hoeve ter Kerst](#)

Dit brengt het totaal aantal actoren uit de Leiestreek die het Q-label behaalden op 33.

6. LOGIES

Het regioteam bezoekt elk jaar nieuwe logies en een aantal logies dat nog niet eerder bezocht werd. Wegens de strenge coronamaatregelen bezochten we in 2020 slechts 3 logies. 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. Hoewel de bezoeken niet konden doorgaan kregen nieuwe logies dezelfde informatie wel via mail toegestuurd.

In kader van het subsidieprogramma van de provincie West-Vlaanderen werden twee oproepen gelanceerd bij toeristische ondernemers voor het indienen van dossiers. Via deze weg wilde de provincie extra financiële ondersteuning geven voor kosten die ondernemers op korte, middellange en lange termijn moesten doen om na de eerste lockdown veilig hun zaak te kunnen openen. Het regioteam heeft alle logies en andere toeristische ondernemers in de West-Vlaamse Leiestreek hierover opgebeld, zodat zij op de hoogte zouden zijn en tijdig een dossier konden indienen. Via mail en telefonisch werd ook gewezen op alle andere vormen van ondersteuning vanuit Toerisme Leiestreek, Westtoer en Toerisme Oost-Vlaanderen. Het regioteam heeft ook ondersteuning geboden bij het schrijven van verschillende dossiers. Uiteindelijk werden er in de Leiestreek ruim 30 dossiers gesubsidieerd voor een bedrag van net geen 81.000 euro.

PERS & PR

1. PERSREIZEN/BLOGGERS

Via de verspreiding van diverse persdossiers kwam de Leiestreek regelmatig aan bod in de pers, zowel in online als print artikels. In 2020 ondersteunde Toerisme Leiestreek een persbezoek van de Nederlandse journalist Sander Groen voor de Volkskrant en van Sophie Allegaert voor Libelle.

2. PERSCONFERENTIES

Toerisme Leiestreek organiseerde één persconferentie op 17 juni, net nadat restaurants en cafés terug open mochten na de eerste lockdown, om de campagne “101 Leiespots te lanceren” en op die manier de ondernemers extra te ondersteunen.

Op de oorspronkelijke persconferentie zouden alle 101 Leiespots uitgenodigd worden in Uzien, Deerlijk (locatie Lokaalmarkt). Daar zouden ze o.a. hun bordje en promopakket ontvangen. De bedoeling was om er ook een netwerkmoment aan te koppelen met catering van de lokale Leiespots Mokka&Meer en Chocolaterie Hannes D’Heedene. Ten gevolge van corona was dit niet mogelijk en moest het concept aangepast worden naar een light versie.

De persconferentie ging uiteindelijk door in de Leiespot Bolwerk in Kortrijk, in beperkte kring, en kon rekenen op ruime belangstelling van zowel de geschreven pers als van Focus-WTV. Dit zorgde voor een aantal artikels in verschillende kranten zoals Het Nieuwsblad, Het Laatste Nieuws, de Krant van West-Vlaanderen, ..., in online blogs, én een item in het nieuws op Focus-WTV.

ACTIES

1. KUNSTZOMER

De Kunstzomer was in 2020 aan zijn 12^{de} editie toe. Van 7 juni t.e.m. 27 september stond kunst centraal in de regio. Op 16 verschillende locaties in 5 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 2020 ging in juni, juli, augustus en september respectievelijk in Izegem, Zulte, Nazareth, Ingelmunster en Oostrozebeke 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. Ondank de coronacrisis, kon Kunstzomer 2020 toch doorgaan. Overal waren de nodige maatregelen getroffen en konden bezoekers genieten van hedendaagse kunst op unieke locaties.

2. BELEEF MEER AVONTUUR

De werking rond het avontuurlijk aanbod in de Leiestreek lag in 2020 grotendeels stil wegens de coronacrisis. Zo was er maar één bijeenkomst en werd de avonturendag afgelast. Toerisme Leiestreek publiceerde wel een flyer met het avontuurlijk aanbod verspreid over de volledige Leiestreek.

3. GEZINSZOEKTOCHTEN BLOB

In 2020 werden er i.s.m. met het Stadlandschap Leie & Schelde en het Stad-Land-Schap ‘t West-Vlaamse Hart vier 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 nieuwe tochten bevinden zich in Bergmolenbos in Roeselare, het Preshoekbos in Kortrijk, bij de oude manege in Spiere-Helkijn en in Dadizele (lancering in 2021). Dit brengt het totaal momenteel op [10 Blobtochten](#) en vanaf voorjaar 2021, na de lancering van Dadizele, op elf.

Aangezien de blobtochten een groot succes zijn, heeft de provincie een bijdruk voorzien van verschillende tochten. Ten gevolge van corona waren echter veel verdeelpunten gesloten, waardoor mensen de papieren zoektocht niet konden verkrijgen, tenzij op bestelling via de provincie of Westtoer. Daarom liet Toerisme Leiestreek de lay-out van de zoektochten aanpassen zodat de tochten ook gemakkelijk thuis konden worden afgedrukt.

4. INTERREG V: PROJECT GOLDEN LYS

De [digitale vaarkaart](#) werd afgewerkt en online gezet op het digitale platform en de website van Toerisme Leiestreek. De inhoud op het digitale e-commerce platform van het project werd aangevuld en de Nederlandse tekst werd verbeterd. Er werd i.s.m. AVS en WTV een promotiefilmpje gemaakt dat 2 dagen vertoond werd op beide zenders. De inhoud van de digitale brochure werd uitgewerkt en er werd info aangeleverd voor een persdossier. Verder heeft de projectmanager de Vlaamse partners ondersteund bij het uitvoeren van hun acties en de administratie van het project. Ten gevolge van corona werd de geplande vorming rond het gebruik van video in online communicatie uitgesteld.

IMPLEMENTERING STRATEGISCH BELEIDSPLAN

Op basis van de acties die bepaald werden in het strategisch beleidsplan bekijkt Toerisme Leiestreek jaarlijks welke acties in het regioteam Leiestreek kunnen worden opgenomen, naast de uitvoering van marketingplan.

1. ACTIES VERBLIJFSTOERISME

Opvolgen rebranding Leiestreek:

Verdere uitwerking on-brand content voor de diverse online kanalen (website, Facebook, Instagram); content constant aanpassen volgens de actuele situatie, opvolgen opdracht fotografie

Stimuleren van het gebruik van streekproducten:

Er werd bekeken of het mogelijk was om binnen dit kader een PDPO of Leaderproject in te dienen, maar er werd aangegeven dat er al gelijkaardige projecten goedgekeurd werden en dat we best daarbij aansluiting zoeken (wordt verder opgevolgd in 2021).

Stimuleren van (tijdelijk) kamperen (ook paalkamperen):

Er werden specifieke nota's uitgewerkt rond (tijdelijk) kamperen en hoevekamperen. Deze werden verspreid bij de gemeenten en Inagro.

Coördinatie van samenwerking rond kunst en cultuur (in overleg met TOV):

Er werd een analyse gemaakt van de huidige situatie en een plan van aanpak bepaald. Een eerste belangrijke stap was de verschillende culturele partners te bevragen over mogelijke manieren van samenwerken. Alle partners, m.u.v. SMAK konden bevraagd worden en zij waren in elk geval positief over het globale concept. In 2021 moet dit verder verfijnd worden en moet het concrete voorstel voorgesteld worden aan de partners, en, indien mogelijk, moet het project opgestart worden.

Verbeteren infoverstreking in logies:

- Alle beschikbare info en mogelijkheden (distributierondes, informatie op maat..) werden samen met de diverse ondersteuning nog eens op mail gezet naar alle logiesuitbaters.
- Alle hotels werden gecontacteerd om na te gaan hoe we ervoor kunnen zorgen dat zij meer info kunnen aanbieden aan hun gasten (wordt verwerkt in 2021).

Subsidieprogramma Toeristische Impulsen van provincie West-Vlaanderen:

Stimuleren en ondersteunen van gemeenten en sector om projecten in te dienen die aansluiten bij het strategisch beleidsplan:

- Kamperen
- Waterbeleving
- Innovatie en duurzaamheid
- Familievriendelijkheid

Potentiële projecten:

Zoeken naar nieuwe projecten binnen Interreg, EFRO, VLAIO, Leader, PDPO, ... en mogelijke partners voor project rond innovatie en/of duurzaamheid. Voorlopig hebben we nog geen potentiële projecten gevonden. Alle Interreg programma's werden bovendien uitgesteld.

Was gepland maar moest worden uitgesteld t.g.v. corona:

- Opvolgen rebranding Leiestreek:
Zoeken naar manieren om de brand beter te integreren in Dvt's, logies en andere toeristische ondernemers:
 - Project Tourism Lab: ondernemers aanzetten om aan de slag te gaan met de verhaallijnen
 - Workshop organiseren met relevante spelers uit de sector
 - Partnernetwerkmoment 1ste semester (20/4) rond social media en Leiestreek brand meenemen in globale communicatie
- Stimuleren creativiteit en dynamiek bij de ruime sector: organisatie van een studietrip voor toeristisch-recreatieve ondernemers, schepen en diensten voor toerisme
- Stimuleren van het gebruik van streekproducten:
 - Partnernetwerkmoment najaar (19/10): Organisatie van een inspiratiesessie en eventueel een streekproductenmarkt
 - In overleg met Inagro meer hoeves aanzetten om een picknickplaats/rustplaats te voorzien voor fietsers (picknickplan Westtoer) en het proeven van hun producten op de hoeve mogelijk te maken

Voor deze acties zal bekeken worden welke in 2021 hernomen kunnen worden.

2. ACTIES RECREATIE

Opvolgen acties recreatie van de verschillende partners

In 2020 werd het startschot gegeven voor een jaarlijks overleg met alle partijen die op één of andere manier bezig zijn met recreatie, landschap, natuur, ... Op basis van een globaal overzichtsdocument worden de vooropgestelde acties met de partners overlopen en wordt een stand van zaken uitgewisseld. Dit overleg zorgt er bovendien ook voor dat de partners beter op de hoogte zijn van de lopende acties bij anderen en dat ze ook beter bilateraal kunnen afstemmen over acties waar ze gezamenlijk aan werken.

Recreatief actieplan Midden-West-Vlaanderen:

Dit actieplan werd voor corona bijna gefinaliseerd, maar heeft dan tijdens de coronacrisis plaats moeten maken voor andere initiatieven bij zowel Westtoer als het Stadlandschap 't West-Vlaamse Hart. Dit zal verder afgewerkt moeten worden in 2021.

Betere bekendheid voor het fiets- en wandelaanbod:

- Toerisme Leiestreek heeft in het kader van de campagne 101 Leiespots 14 suggestieroutes uitgewerkt, zowel fiets- als wandelroutes. De routes werden verspreid door hotspots, infopunten, logies, en een aantal routes stonden ook in de pocket.
- Tijdens de lockdown en andere momenten waarop niet over de Leiespots kon worden gecommuniceerd heeft, werd er vooral promotie gemaakt voor het fiets- en wandelaanbod.

Ondersteunen productontwikkeling gemeenten (voorbereiding in 2020 voor lancering in 2021):

- Fietslus Moorslede (Pater Lievens)
- Fietsroute 3 provincies (Avelgem, Spiere, Kluisbergen, Mont de l'Enclus)
- Groene halte in Grensleie

Subsidieprogramma Toeristische Impulsen van provincie West-Vlaanderen:

Stimuleren en ondersteunen van gemeenten en sector om projecten in te dienen die aansluiten bij het strategisch beleidsplan:

- Toeristische-recreatieve hotspots
- Waterbeleving
- Innovatie en duurzaamheid
- Familievriendelijkheid

Was gepland maar moest worden uitgesteld t.g.v. corona:

Coördineren start optimalisatie lokale fiets- en wandelroutes

TOERISME LEIESTREEK VZW

1. TEAM

Tewerkgesteld door Westtoer apb en Toerisme Oost-Vlaanderen vzw:

- Katrien Six, regiomanager
- Babette De fauw, regiomedewerker
- Emmanuel Derdeyn, medewerker regiomarketing (tot 9/10/2020)
- Margot Lecluyse, medewerker regiomarketing (vanaf 5/10/20)
- Frederic Stragier, projectmanager (tot 31/12/2020)

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 Desein
13. De gemeente Lendeledede, 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 Desein
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 2020

RVB = Raad van Bestuur, AV = Algemene Vergadering

- RVB 22 januari, Kortrijk
- RVB 18 maart, digitaal
- RVB en AV 20 mei, digitaal
- RVB 26 augustus, digitaal
- RVB en AV 19 september, digitaal
- RVB 18 november, digitaal

FINANCIEEL 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 31/12/2020.

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 2020 afgesloten met een winst van 15.828,65 euro, tegenover een winst ten bedrage van 20.786,83 euro op het einde van vorig boekjaar.

Commentaar op de jaarcijfers (in eenheden EUR)

De jaarrekening geeft de volgende situatie weer:

Balanstotaal	158.802,33
Te bestemmen winst van het boekjaar	15.829
Overgedragen winst van de vorige boekjaren	99.618
Te bestemmen winstsaldo	115.447
Over te dragen winst	115.447

De winst uit de gewone bedrijfsuitoefening vóór belasting bedraagt 16.274 EUR. Er werden geen afschrijvingen geboekt.

Resultaatverwerking

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

A. Te verwerken winstsaldo	(+) 115.447
- te verwerken winst van het boekjaar	(+) 15.829
- overgedragen winst van de vorige boekjaren	(+) 99.618
C. Toevoeging aan het eigen vermogen	(+) 115.447

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.