

JAARVERSLAG 2021

TOERISME

LEIESTREEK VZW



LEIESTREEK

VOORWOORD

Beste lezer

2021 was een bewogen jaar voor de Leiestreek en de toeristisch-recreatieve sector in het algemeen. De Coronacrisis zorgde er opnieuw voor dat we onze acties en campagnes constant moesten aanpassen. Om de sector en de ondernemers te ondersteunen, hebben we hen opnieuw zoveel mogelijk in de kijker gezet binnen de verschillende campagnes.

Het themajaar “verrassend dichtbij” paste uiteindelijk zeer goed voor 2021. Met de aanhoudende coronaproblematiek bleven veel mensen op verkenning gaan in de eigen omgeving, en waren wandelen en fietsen activiteiten die onder elke omstandigheid mogelijk bleven. Dankzij de vele coronaproof alternatieven van onze creatieve ondernemers, konden we zelfs in de moeilijkste omstandigheden nog een ontspannende en gevarieerde vakantie aanbieden en promoten. De (uitzonderlijk) 123 Leiespots waren opnieuw een belangrijk onderdeel van de campagne.

Daarnaast werden er opnieuw Blob zoektochten ontwikkeld samen met Stadlandschap Leie en Schelde en 't West-Vlaamse Hart, bleef de bierpocket een gegeerde tool voor uitstapjes in de regio en kon ook de Kunstzomer doorgaan, deze keer in Roeselare, Kuurne, Waregem en Meulebeke.

Onze sociale media en online kanalen bleven verder groeien dankzij een weloverwogen planning, creatie van bijkomende content op basis van de actualiteit, inzet op sterk beeldmateriaal en goede afstemming tussen betalende en organische campagnes.

Toerisme Leiestreek blijft ook de uitwerking van het strategisch beleidsplan opvolgen. We willen dat de Leiestreek bekend staat als een dynamische, creatieve regio en in 2025 definitief op de toeristische kaart staat. Hoewel het vooropgestelde aantal overnachtingen t.g.v. twee jaar coronacrisis waarschijnlijk niet meer haalbaar is, blijven we samen met de partners we werk maken van de acties uit het strategisch beleidsplan, zodat we de globale doelstellingen wel nog kunnen halen.

Claude Croes
Voorzitter

MARKETING EN PROMOTIE

1. MEDIACAMPAGNES

a. Verrassend dichtbij

Campagne 10 Leietrips

Met de campagne van 2021 wilde Toerisme Leiestreek de inwoners en toeristen laten kennis maken met de mooie en verrassende plekken in de Leiestreek. Dit werd gedaan aan de hand van tien meerdaagse fiets- en wandeltrips (= Leietrips) die toeristen-recreanten van dichtbij en verder weg aanzetten tot een verblijf in de regio. De 10 Leietrips werden gebundeld in een handig [magazine](#) maar ook [online](#) uitgebreid beschikbaar gesteld.

Concept

De 10 Leietrips zijn kant-en-klare lange-afstandsroutes langs de mooiste paden, de meest fotogenieke plekken en unieke adresjes of Leiespots. Ze bestaan uit 5 fietstrips, 4 wandeltrips en één stedentrip. 2 van de trips zijn op maat van gezinnen met kinderen.

1. Fietsen in een inspirerend landschap (OVL)
2. Lyrisch wandelen in het ongerepte Land van Streuvels (WVL)
3. Fietsen met de Leie als 'blauwe' draad (OVL & WVL)
4. Op stap bij de Schelde in het Land van Mortagne (WVL)
5. Op twee wielen tussen twee speelparadijzen (OVL)
6. Wandelen, speuren, spelen, ... met het hele gezin (WVL)
7. Op twee wielen tussen heuvels vol variatie (WVL)
8. Natuurwandelen langs twee Leie-armen bij Gent (OVL)
9. Lekker autovrij op de fiets (WVL)
10. Cityhoppen per trein langs 9 steden (OVL & WVL)

Per trip werden de leukste stops geselecteerd langs de route, de mooiste fotoplekjes, gastvrije logeeradresjes en praktische info over de route (kaartje, knooppunten, lengte, ...). Die info werd in een inspirerend jasje gegoten en in een leuk magazine verwerkt. Het magazine met de 10 Leietrips kon gratis per post worden aangevraagd of worden gedownload via de website van Toerisme Leiestreek.

Het aanbod van de 10 Leietrips kwam ook volledig online, met nog een meer uitgebreide lijst aan stops, downloadbare kaartjes, ... Op de websitepagina's van de 10 Leietrips werden tijdens de sluitingen omwille van corona ook bij elke trip de coronaproof initiatieven meegegeven.

Bovendien werd er aandacht besteed aan duurzaamheid. Elke trip had een start- en eindpunt dat bereikbaar was met het openbaar vervoer. Daarnaast werd er een oproep gestuurd naar logies omtrent bagagevervoer. De logeeradresjes die interesse hadden om deze service aan te bieden aan gasten, werden prioritair meegenomen in het magazine en op de website. Dankzij deze bagageservice kon de toerist-recreant de auto thuislaten en comfortabel op meerdaagse fiets- of wandeluitstap vertrekken. Het logies zorgde namelijk voor het vervoer van de bagage van punt A naar B, B naar C, enz.

Het magazine werd gedrukt op 85.000 exemplaren, waarvan we 55.000 exemplaren voorzien hadden om te verspreiden op aanvraag (50.000 + 5.000 reserve) en 30.000 exemplaren voor verspreiding via diensten voor toerisme, infopunten, logies en andere ondernemers.

Campagne

Er werd campagne gevoerd via print en online. Enerzijds was het doel om 50.000 exemplaren van het magazine te verspreiden op aanvraag, anderzijds was het ook de bedoeling veel traffic te genereren naar de webpagina's rond de 10 Leietrips.

Het magazine kon opgevraagd worden via een online formulier, waarna iedere week een lading van het magazine werd uitgestuurd door een extern verzendingsbedrijf. Door het magazine eerst te laten aanvragen, werd verzekerd dat het enkel verdeeld werd bij mensen die effectief interesse toonden in de 10 Leietrips.

Voor de print campagne was er een samenwerking met Het Nieuwsblad. In april en september verschenen er pano's in verschillende regionale edities waarbij er telkens een specifieke Leietrip werd gepubliceerd (aangepast volgens de regio en tijd van het jaar). Daarnaast waren er ook artikels in VAB-magazine, KW Kortweg, Veelo en Pasar.

De onlinecampagne bestond uit een grote variatie betalende advertenties via de Facebook- en Instagramkanalen van de Leiestreek. Er waren advertentiereeksen die doelden op magazine-aanvragen (conversies) en reeksen die doelden op traffic naar de website. De advertenties liepen grotendeels van maart – half november 2021 met een kleine uitbreiding in februari 2022.

Er liep ook een campagne via Google Search Ads. Er werd getarget of specifieke zoekwoorden rond fietsen, wandelen, vakantie, etc. met advertenties die traffic naar de verschillende webpagina's van de campagne leidden.

Doorheen het jaar werd er ook maximaal ingezet op het promoten van de campagne via organische sociale media posts. Er werden elke week 1 à 2 posts gedeeld op zowel Facebook als Instagram om mensen te inspireren met de 10 Leietrips. Iedere maand stond een verschillende Leietrip in de kijker.

Via de reguliere, maandelijkse nieuwsbrief werd ook elke maand een trip in de kijker gezet. De nieuwsbrief werd iedere maand verstuurd naar 70.000 à 80.000 adressen (afhankelijk van de maand want aantal groeide doorheen het jaar).

Aan het begin van de campagne werd ook een nieuwsbrief verstuurd via Reisroutes. Dit was een goede eerste boost voor de verspreiding van het magazine.

Verder was er ook een influencer-campagne. Er werd samengewerkt met 5 bloggers die elk een Leietrip uittestten. Ze schreven telkens 1 of meerdere blogposts en postten tijdens hun verblijf ook uitvoerig via hun sociale mediakanalen.

Aan de campagne werd ook een wedstrijd gekoppeld. Iedere maand werd een fiets- en wandelpakketje t.w.v. €30 (bestaande uit routekaarten, publicaties, cadeaubon €25 Leiespots, ...) verstopt nabij één van de fotoplekjes van de 10 Leietrips. Tijdens het verstoppertje werden stories gepost via Instagram en Facebook als hints. Mensen konden dan zelf op zoek naar het pakket. Indien de vinder hierover poste op zijn socials, kreeg deze ook nog een bon van €25 voor een Leiespot naar keuze. Alle pakketjes werden binnen de eerste dag gevonden, op één uitzondering na.

Resultaten in cijfers

- Magazine aanvragen (fysiek exemplaar): 54.734
- Magazine aanvragen (downloads): 8.262

- Website: 465.000+ page views
- Facebook (specifiek: Leietrips ads exclusief organisch bereik):
 - 1.090.858 personen bereikt
 - 138.063 rechtstreekse landing page views
 Let wel: Door nieuwe IOS en nieuwe opties voor tracking opt-outs sinds 2021 worden niet al die users meer getrackt. Het werkelijke cijfer ligt wellicht nog een stukje hoger.
- Google (specifiek: Leietrips ads):
 - 568.442 vertoningen
 - 22.663 clicks (zelfde opmerking als bij Facebook)
- Bereik Het Nieuwsblad:
 - Roeselare – Izegem-Tielt: 75.885
 - Kortrijk – Waregem – Menen: 99.555
 - Meetjesland – Leiestreek: 96.145
 - Vlaamse Ardennen – Gentse rand: 74.360
 - Gent (De Gentenaar): 102.000
 - Het Nieuwsblad Antwerpen: 135.325
 - Het Nieuwsblad Vlaams Brabant: 176.145
- Bereik VAB-magazine: 300.000
- Bereik KW: 348.349
- Bereik Veelo: 17.500
- Bereik Pasar: 75.000

Campagne 27 gemeenten

In het kader van de verhaallijn ‘verrassend dichtbij’ was er ook extra aandacht voor de 27 steden en gemeenten van de Leiestreek. Per stad of gemeente werd een webpagina uitgewerkt met de niet te missen tips, Leiespots, mooie plekjes, verborgen verhalen, eet- en drinkadresjes, fiets- en wandelroutes, logeeradresjes, ...

Deze pagina's werden gepromoot door een onlinecampagne via Facebook en Instagram ads. Er was een advertentie set per stad en gemeente. De advertenties werden in 3 fases gepromoot, in het voorjaar, de zomer en het najaar. Er werd vooral getarget op inwoners uit de nabije omgeving. Elke fase duurde 40 dagen.

Resultaten in cijfers

- Website: 39.429 page views
- Facebook (specifiek: 27 gemeenten ads):
 - 209.995 personen bereikt
 - 35.004 rechtstreekse landing page views (zie eerdere opmerking i.v.m. tracking)

b. 123 Leiespots

Na het succes van de campagne 101 Leiespots in 2020 werd de campagne in 2021 herhaald. Omwille van de coronacrisis kregen de Leiespots van 2020 de kans om in 2021 Leiespot te blijven om het verlies aan promotionele aandacht in 2020 te compenseren. Indien ze nog steeds actief waren en hetzelfde concept hanteerden, bleven ze Leiespot zonder een nieuwe kandidatuur te moeten indienen.

Toerisme Leiestreek lanceerde in september 2020 wel nog een bijkomende oproep bij ondernemers en organisatoren uit de Leiestreek. Ze kregen een maand de kans om zich kandidaat te stellen en te duiden waarom zij creatieve hotspots, speciale plekken, tijdelijke concepten of evenementen zijn waar je om één of andere reden zeker moet geweest zijn.

De jury koos op 9 oktober 2020, 32 nieuwe Leiespots uit 94 kandidaturen. De jury bestond uit:

- Captured by V – reisblogster
- Elza Lemahieu – auteur Time to Momo Kortrijk
- Sofie Katelijne – food & lifestyle blogster
- Stefaan Gheysen – Westtoer
- Mieke Belmans – Toerisme Oost-Vlaanderen
- Katrien Six & Babette De fauw – Toerisme Leiestreek

Na het wegvallen van enkele Leiespots en het toevoegen van deze nieuwe, kwamen we in 2021 op een totaal van 123 Leiespots. De Leiespots kregen online en offline promotiemateriaal zoals een gevelbordje, raamstickers, social posts en 100 ex. van de pocket.

Alle creatieve topadresjes werden gebundeld in een nieuwe versie van de [Leiespots pocket](#) (gedrukt op 40.000 exemplaren). Deze werd verspreid bij de 123 Leiespots zelf, de Diensten voor Toerisme, toeristische infopunten, logies en via de webshops van Westtoer en Toerisme Oost-Vlaanderen.

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 werden [handige overzichtspagina's](#) aangemaakt waarbij de Leiespots nog eens werden gegroepeerd volgens deelregio en thema.

Vele van de Leiespots waren ook in 2021 opnieuw verplicht gesloten wegens de coronamaatregelen. We verzamelden de coronaproof alternatieven op de website zodat iedereen kon blijven genieten van hun origineel aanbod. Deze content werd extra gepromoot via een onlineadvertentie.

Er werd geen specifieke online/print campagne uitgewerkt rond de Leiespots, maar zij werden wel prioritair meegenomen als stops langs de routes van de 10 Leietrips, dus op die manier werden ze ook uitvoerig gepromoot. Verder werden ze waar mogelijk ook meegenomen in social media posts, nieuwsbrieven, perscommunicatie, ...

c. Citytrip Kortrijk

In 2021 voerde Stad Kortrijk de citytrip-campagne uit in eigen beheer. Op basis van enkele grotere evenementen (vooral in openlucht) werden online advertentiecampagnes opgezet om mensen te enthousiasmeren om naar Kortrijk te komen. Niet alleen voor het desbetreffende evenement, maar ook om er een uitgebreidere citytrip van te maken met tips voor logeeradresjes, eetadresjes, bezienswaardigheden, etc.

2. COMMUNICATIE EN PROMOTIE VIA WEBSITE – NIEUWSBRIEVEN – SOCIAL MEDIA – GOOGLE

Website

De website telde in 2021 ongeveer 536.631 gebruikers (+38,6%) en 790.356 sessies (+44,2%). In 2020 waren er 363.000 gebruikers en ongeveer 504.000 sessies. Het aantal paginaweergaven in 2021 bedroeg 2.258.822 in 2021 (+38,1%) ten opzichte van 1.535.577 in 2020. Reguliere websitecontent werd doorheen het jaar opgefrist en er werd ook nieuwe content gepubliceerd. Zowel geüpdatet als nieuwe pagina's werden gepromoot via organische social posts en in de nieuwsbrief.

Er werd ook specifieke content uitgewerkt in het kader van de actuele coronasituatie. Zo werd er ingespeeld op de steeds belangrijker wordende doelgroepen van honden- en campereigenaars. Er werd content op maat uitgewerkt, meerdaagse trips, routes, en meer om mensen te inspireren tot een uitstap in de Leiestreek. Verder werden ook webpagina's gemaakt met het coronaproof aanbod van Leiespots en logeeradresjes. Deze content werd extra gepromoot via organische social media posts en betalende campagnes (cf. infra).

Nieuwsbrieven

Toerisme Leiestreek stuurde in 2021 twaalf reguliere nieuwsbrieven uit. Eind 2021 waren er 76.875 abonnees ten opzichte van 64.172 eind 2020, een stijging van 18%. In de nieuwsbrief wordt telkens gefocust op inhoud van de lopende campagne (Verrassend dichtbij – 10 Leietrips), actuele inspiratie, nieuwigheden, logeertips en agendatips.

Organische en betalende communicatie via Facebook/Instagram

In 2021 werden er naast de campagnegerichte onlineadvertenties (zie p. 3-4), ook andere social mediacampagnes gelanceerd. Er liepen heel wat traffic advertenties die naar onderstaande website content leidden:

- Aanbod voor hondeneigenaars (bereik: 55.685 / paginaweergaven of LPV: 4.900)
- Aanbod voor mensen met camper (bereik: 50.310 / LPV: 8.038)
- Corona tips voorjaar 2021 (Krokus) met coronaproof Leiespots en logies (bereik: 46.120 / LPV: 2.838)

In het kader van Interreg V-project Golden Lys liepen er ook advertenties om de gratis brochure in Nederlands en Frans te laten opvragen (bereik: 159.328 / LPV: 6.286).

Er liepen ook reach advertenties (gericht op bereik) rond evenementiele zaken zoals:

- Kunstzomer Leiestreek (bereik: 170.514 / LPV: 1.106)
- Leie Waterdagen (bereik: 240.896 / LPV: 538)

Ook voor verschillende oproepen werd er advertentiebudget (reach) voorzien:

- Oproep Leiespots 2022 (bereik: 7.788 / LPV: 59)
- Oproep Smaakmakers 2022 (bereik: 17.136 / LPV: 240)

Ten slotte liepen er ook reach advertenties (gericht op bereik) om de nieuwe Happen en Trappen route in de gemeenten Menen, Wevelgem, Moorslede, Ledegem en Wervik te promoten (bereik: 114.081 / LPV 468).

Naast betalende campagnes hebben we in 2021 ook sterk ingezet op organische content. Enerzijds met periodieke posts over de Leietrips (zie 1a), maar ook met andere fiets- of wandeltips, inspirerende content, Leiespots, events, ... Alles wat gepost werd op Facebook sluit aan bij de nieuwe visie en branding van Toerisme Leiestreek.

Het aantal paginalikes op Facebook steeg op een jaar tijd met 32,2%, van 10.367 naar 14.347. Het aantal volgers steeg ook met 32,2%, van 10.772 naar 14.984.

In 2021 heeft Toerisme Leiestreek opnieuw ingezet op Instagram met een duidelijke strategie, branding en sterk fotomateriaal. Net zoals op Facebook, hebben we op regelmatige basis gepost over de Leietrips, fiets- en wandeltips (zowel algemene posts als stories), Leiespots en andere activiteiten. Daarnaast ligt de focus vooral op fotogenieke plekken uit de regio. Voor het eerst werd er ook geadverteerd op Instagram.

De combinatie van advertenties en organische kwalitatieve posts zorgde op Instagram voor een groei met 90,1% van 2.765 volgers naar 5.256 volgers.

Google Search Ads

In 2021 werden er naast de campagnegerichte onlineadvertenties (zie p. 3-4), enkele kleine budgetoverschotten ingezet voor andere Google Search advertenties. Deze werden gebruikt om traffic te leiden naar onze content rond:

- Aanbod voor hondeneigenaars (vertoningen: 4.688 / clicks: 127)
- Aanbod voor mensen met camper (vertoningen: 136.955 / clicks: 2.112)
- Homepagina (vertoningen: 9.280 / clicks: 423)
- Wandelen (vertoningen: 11.900 / clicks: 642)
- Toprestaurants (vertoningen: 7.370 / clicks: 449)
- Leiespots (vertoningen: 3.620 / clicks: 264)

3. FOTOGRAFIE

In 2021 heeft Toerisme Leiestreek opnieuw sterk ingezet op fotografie. Heel wat beelden in de mediabank waren verouderd of pasten niet binnen de nieuwe huisstijl. Daarom werd in 2019 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. Er werd een uitgebreid aantal locaties gefotografeerd: mooie plekken, met fietsers en wandelaars, ... Dit nog in het kader van de campagne 'Verrassend dichtbij'. Verder werd er ook gefocust op ondernemingen ter voorbereiding van themajaar 'Smaakmakers' in 2022. Zo werden biercafés, brouwerijen, hoeves, picknicks, pluktuinen meegenomen op de planning. In het najaar werden een 30-tal nieuwe en een aantal oude Leiespots gefotografeerd voor 2022.

4. BIERPOCKET

De bierpocket kreeg in 2021 opnieuw een update en werd gedrukt op 20.000 exemplaren. Wegens het succes van de vorige jaren, werd de oplage met 5.000 exemplaren opgetrokken. 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 bierpocket werd verspreid via Diensten voor Toerisme, infopunten, logies en via de webshops van Westtoer en Toerisme Oost-Vlaanderen.

5. BELEEF MEER AVONTUUR

Om de avontuurlijke aanbieders in de regio te ondersteunen, publiceerde Toerisme Leiestreek een [flyer](#) (5.000 exemplaren) met het avontuurlijk aanbod verspreid over de volledige regio. De flyer werd vooral verspreid bij Diensten voor Toerisme, infopunten, logies en de betrokken ondernemers.

6. SCHEURKAART

Samen met de andere West-Vlaamse regio's lanceerde Toerisme Leiestreek in 2021 een fiets- en wandelscheurkaart met 18 routes. Elke regio kon op die manier vier routes promoten en één grensoverschrijdende route met een naburige regio. De scheurkaart werd gedrukt op 63.500 exemplaren: 8.500 exemplaren werden verdeeld via het magazine Veelo, 25.000 exemplaren via Pasar en 30.000 exemplaren via de vier West-Vlaamse regio's en de webshop van Westtoer. Toerisme Leiestreek coördineerde dit project. In het kader van deze promotionele actie werd ook samengewerkt voor print artikels in Veelo en Pasar (2 x 4 pagina's).

7. DELTAGIDS

Toerisme Leiestreek werkte in 2021 samen met de opvolgers van VVW Zeeland voor een vernieuwde uitgave van de Deltagids. Er was meer aandacht voor Leiespots en leuke doe-tips in de buurt van het water, 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 Diensten voor Toerisme. 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.

8. PARTICIPATIE IN ACTIES VAN DE VIJF VLAAMSE PROVINCIES

De 5 provincies werken samen om vakantie in eigen land een positief imago te bezorgen. Op de Franstalige markt werd een stedengids verspreid. De campagne streeft eveneens naar een maximale return van het Tv-programma Vlaanderen Vakantieland voor het toerisme in Vlaanderen.

Toerisme Oost-Vlaanderen en Westtoer zijn structureel partner van de vzw Logeren in Vlaanderen die de werking voor Vlaanderen Vakantieland realiseert. Er werd opnieuw een inspiratieboek gerealiseerd met adverterende logies, waarvan 100.000 exemplaren gericht verdeeld worden. Toerisme Leiestreek vzw betaalt een bijdrage in verhouding tot het aantal adverterende logies in de West-Vlaamse Leiestreek.

SECTORWERKING

1. STARTAVOND EN PARTNERNETWERKOMENTEN

Wegens de coronacrisis kon de startavond in 2021 opnieuw niet doorgaan. Daarnaast kon er ook maar één partnernetwerkmoment fysiek doorgaan. Op 13 september 2021 ging een zeer uitgebreide inspiratienamiddag en -avond door in Salons Cortina te Wevelgem, in samenwerking met de afdeling Toeristische Ontwikkeling van Westtoer. Op die manier werden de inspanningen binnen de regiowerking, het project Golden Lys en het project Tourism Lab optimaal op elkaar afgestemd. De focus lag op inspiratie over de verhaallijnen van de Leiestreek met extra aandacht voor waterbeleving. Er waren ongeveer 80 deelnemers: logiesuitbaters, infopunten, Leiespots, schepenen en ambtenaren voor toerisme, bootverhuurders en andere toeristische ondernemers. Nadien werd er ook nog een digitale co-creatiesessie georganiseerd rond waterbeleving en creatieve belevingen rond vlas met de bedoeling de ideeën uit de inspiratiesessie verder te concretiseren.

Daarnaast werden er voor de sector ook verschillende opleidingsmomenten voorzien. Zo organiseerde Toerisme Leiestreek samen met Toerisme Oost-Vlaanderen workshops rond Instagram voor beginners of gevorderden, visuals etc. De ondernemers kregen ook de kans om zich in te schrijven voor een feedbackmoment in kleine groep zodat de begeleiding extra op maat was.

Verder organiseerde Toerisme Leiestreek verschillende digitale inspiratiesessies rond het themajaar smaakmakers voor zowel hoeves als toeristische ondernemers in het algemeen. Op die manier wilden we de sector warm maken om creatieve concepten te ontwikkelen rond het themajaar smaakmakers. Thema's die aan bod kwamen, waren o.a. unieke dineer-belevingen, lokaal/duurzaam, picknickbelevingen, foodtrails en bierbeleving.

2. GREETERS

Greeters zijn mensen die op vrijwillige basis groepjes van maximum 6 toeristen op sleeptouw nemen voor een bezoek aan hun stad, dorp of streek. Ze vertellen verhalen en maken een wandel- of fietstocht langs hun favoriete plekjes. De greeterwerking werd destijds opgestart i.k.v. een interregproject en werd sindsdien verder in stand gehouden. Ook in 2021 ging Toerisme Leiestreek verder met de Greeterwerking, maar dit werd niet specifiek gepromoot omdat er geen link was met de ruimere campagnes. Er werden 7 geregistreerde Greets uitgevoerd waarbij er 32 bezoekers rondgeleid werden. Sommige Greeters kunnen nalatig zijn en geven hun Greets niet door waardoor we de exacte cijfers niet weten. We gaan er wel van uit dat er minder bezoeken waren t.g.v. corona. In het najaar van '21 werd de [website](#) vereenvoudigd en werden de Greeters ook extra bevraagd of ze nog interesse hadden om Greeter te blijven. Van de 30 geregistreerde Greeters zijn er nog 20 geïnteresseerd om verder te werken als Greeter.

3. TOERISTISCHE INFOPUNTEN

In 2021 was er een nieuwe werving om het aantal toeristische infopunten op te krikken waar dit nodig was. Bij het aanschrijven van zaken voor de nieuwe werving werd rekening gehouden met: zaken die zich eerder al eens kandidaat gesteld hadden, infopunten met nieuwe uitbaters en zaken met ruime openingsuren en op plaatsen waar er nog geen infopunt is. Daarna werden er digitale infosessies georganiseerd voor potentiële nieuwe infopunten. Ze kregen uitleg over het concept, Westtoer, Toerisme Oost-Vlaanderen, Toerisme Leiestreek, praktische info, ... Er was ook een beperkte quiz over de

toeristische USP's van de regio. Ook de huidige infopunten en gemeenten werden uitgenodigd voor deze sessies ter opfrissing en om hun ervaring te delen aan nieuwe infopunten. Geïnteresseerde ondernemers die niet aanwezig konden zijn, kregen de kans om de opgenomen sessie achteraf te bekijken. Dankzij de nieuwe werving zijn er nu 17 nieuwe infopunten in de Leiestreek:

- Vespabar – Avelgem
- Brouwerij 't Verzet - Anzegem
- Kåffiebår by Vehta - Anzegem
- Walskerke - Anzegem
- Eet en bierkroeg 't Kruiske - Deerlijk
- Marguerite shop and stay - Dentergem
- De Banmolens - Harelbeke
- Café den biechtstoel - Meulebeke
- Café de Living – Lauwe, Menen
- Landhuis Den Haezewind - Menen
- Pakket Hier en Thuis - Menen
- Café-Snack National - Menen
- Café Centraal – Oostrozebeke
- Auberge du Pêcheur – Sint-Martens-Latem
- Het Bierhuis aan de Waterkant – Wielsbeke
- Coffee station by mi KaaZa - Wevelgem
- Hoeve De Drie Linden - Zwevegem

In de regio zijn er zo een 45-tal enthousiaste reca-ambassadeurs aan de slag zijn als infopunt toerisme. Alle uitbaters krijgen promotiemateriaal (gevelbordje, beachflag, bierkaartjes, folderhouder etc.), onze publicaties, worden gepromoot op de website en worden uitgenodigd op sectorevents.

4. Q-LABELS

Omwille van de coronacrisis lag de Q-label werking in 2021 grotendeels stil. Het gaat om een traject waarbij de persoonlijke, intensieve begeleiding noodzakelijk is. Dezelfde kwaliteit kon niet gegarandeerd worden via alternatieve digitale sessies en tools.

5. LOGIES

Het regioteam bezoekt elk jaar nieuwe logies en een aantal logies dat nog niet eerder bezocht werden. Wegens de strenge coronamaatregelen bezochten we in 2021 slechts een zeer beperkt aantal 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.

6. SECTORTRAJECT TOERISME OOST-VLAANDEREN

Toerisme Oost-Vlaanderen startte in 2021 met een intensief traject op om de sectorwerking in de provincie te verbeteren. Het regioteam was betrokken bij alle brainstorm- en werksessies die geleid hebben tot een nieuwe visie en actieplan. Als uitloper van dit traject zijn we ook gestart met een Facebookgroep voor toeristische ondernemers uit de regio. Het doel is om de ondernemers met elkaar te verbinden. Ze kunnen vragen stellen aan collega-ondernemers, ideeën of initiatieven uitwisselen. Vanuit Toerisme Leiestreek plaatsen wij ook updates over de regio die relevant zijn voor de sector.

PERS & PR

1. PERSDOSSIERS EN PERSBERICHTEN

Via de verspreiding van diverse persdossiers kwam de Leiestreek regelmatig aan bod in de pers, zowel in online als print artikels. In samenwerking met Westtoer werden elk seizoen inspiratiedossiers verspreid naar de pers met campagnegerichte inhoud, maar ook met andere inspiratie en events die telkens relevant waren voor de daaropvolgende maanden.

Er werden in 2021 in totaal 5 persberichten uitgestuurd vanuit Toerisme Leiestreek:

- Lancering campagne 'Verrassend Dichtbij'
- Aanbod voor kampeerautotoeristen Leiestreek in de kijker
- Nieuwe trips met de hond in de Leiestreek
- Zomer in de Leiestreek: Pop-ups, Kunstzomer, Leie Waterdagen
- 17 nieuwe Infopunten Toerisme in de Leiestreek

2. PERSCONFERENTIES

In het begin van het jaar organiseerde Westtoer een online mediaworkshop voor de Vlaamse en toeristische pers, waarbij ook de Leiestreek toelichting kon geven over de campagne en nieuwigheden in 2021.

Voor de lancering van de nieuwe campagne, organiseerde Toerisme Leiestreek ook een eigen online persconferentie (met persdossier en persbericht) op 24 maart 2021.

3. PERSREIZEN

In 2021 ondersteunde Toerisme Leiestreek 4 persreizen:

- Birte Govaerts van [Goodbye Magazine](#) spendeerde een dag in Roeselare voor een artikel rond 24u in Roeselare.
- Een journalist van [Grande.be](#) testte de meerdaagse fietstrip 'Op twee wielen tussen heuvels van variatie' uit
- Jonge influencer [Doedieszot](#) maakte enkele [TikToks](#) in Roeselare, Zwevegem en Harelbeke
- [Lonniesplanet](#) ging op stedentrip (in het kader van Leietrip 'Cityhoppen langs negen steden') naar Roeselare, Kortrijk, Waregem en Deinze.

ACTIES

1. KUNSTZOMER

De Kunstzomer was in 2021 aan zijn 13^{de} editie toe. Van 6 juni t.e.m. 26 september stond kunst centraal in de regio. Op 14 verschillende locaties in 4 steden en gemeenten van de Leiestreek maakten de bezoekers kennis met de werken van een 45-tal hedendaagse kunstenaars. Kunstzomer 2021 ging in juni, juli, augustus en september respectievelijk in Roeselare, Kuurne, Waregem en Meulebeke 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. Enkele bijzondere locaties waren Galerie Ne9enpuntne9gent (met werk van Kobe), Roterij Sabbe en Galerie Denis de Gloire. De expo in het kasteel Ter Borch kon last-minute niet doorgaan wegens bouwvertragingen, maar er werd een alternatief voorzien op een historische hoeve in Meulebeke.

2. GEZINSZOEKTOCHTEN BLOB

In 2021 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. Natuur en plezier staan centraal in deze zoektochten waar je samen met het Blob en een van zijn vriendjes op speurtocht gaat of een mysterie tracht op te lossen. De gezinszoektochten richten zich op families met kinderen tussen 7 en 12 jaar. De nieuwe tochten bevinden zich in:

- Spiere-Helkijn
- Park Mariënstede in Dadizele (Moorslede)
- Provinciedomein De Baliekouter in Wakken (Dentergem)
- Sint-Lodewijk (Deerlijk).

De lancering van de geplande Blob gezinszoektocht in Ooigem werd noodgedwongen uitgesteld tot 2023 wegens werken voor een voetgangers/fietsersbrug waardoor een deel van de route zeker tot eind 2022 niet (veilig) bereikbaar is.

3. LEIE WATERDAGEN

Tijdens de zomer van 2021 organiseerden verschillende gemeenten (en privé-uitbaters) uit de Leiestreek waterbelevingsdagen op rivieren, kanalen en waterplassen. Toerisme Leiestreek bundelde het aanbod en zorgde voor een online promotiecampagne. Genieten van verfrissende momenten kon o.a. in:

- Wevelgem: kajakken en suppen op de Leie op 6 namiddagen
- Menen: kajakken en suppen op oude Leiearm op elke zondagnamiddag in juli en augustus (+ enkele sessies YogaSUP)
- Zwevegem: elke dag kajakverhuur in namiddag op het Kanaal Bossuit-Kortrijk aan Transfo
- Deinze: Kajakken en suppen vanaf Brielpoort met ook reuzensup voor 10 personen

Het doel is om het aanbod elk jaar te versterken en uit te breiden naar meer gemeenten zodat we zeker in 2023 (themajaar water) met een sterk aanbod naar voor kunnen komen.

4. ZOMERZOEKTOCHT DAVIDSFONDS

De 35ste editie van de zomerzoektocht van het Davidsfonds ging van 21 juni t.e.m. 21 september 2021 door in Zulte en Gent. Er werd een samenwerking opgezet tussen beide steden, het Davidsfond en Toerisme Leiestreek met onder andere volgende afspraken: Financiële (en inhoudelijke) bijdrage van Gent, Zulte en Toerisme Leiestreek, een samenwerking met de sector en de uitwerking van een klassieke

zoektocht en een gezinszoektocht. Gekoppeld aan de zoektocht, gaf het Davidsfond een streekgids uit. Deze gids zat, samen met o.a. ook het magazine 10 Leietrips, in elk deelnemingspakket, maar is ook te koop in de boekhandel. Ondanks de natte zomer lokte de zoektocht toch ongeveer 15.000 deelnemers. Deze actie kon rekenen op ruime persaandacht. Binnen de reguliere communicatie van Toerisme Leiestreek werd de zomerzoektocht zoveel mogelijk gepromoot.

5. BOTTOM-UP PROJECTEN HAPPEN TRAPPEN EN GROENE HALTE

Toerisme Grensleie (samenwerkingsverband tussen Menen, Wevelgem, Wervik, Ledegem en Moorslede) werkt in 2021 twee bottom-up projecten uit: een fietsroute i.s.m. Happen en Trappen en een wandelnet Groene Halte i.s.m. TreinTrambus.

Happen en Trappen is een externe organisatie die een fietsroutes in België en Nederland promoot met lekkere eet- en drink stops (koffie en gebak, voorgerecht, soep, hoofdgerecht en dessert op verschillende plaatsen langs de route). Voor de uitwerking van de routes werkt deze organisatie samen met betrokken gemeenten en ondernemers. Ondernemers langs de route betalen normaal en jaarlijkse bijdrage aan Happen en Trappen om meegenomen te worden in de route. I.k.v. dit project werden de kosten voor de ondernemers betaald door Toerisme Leiestreek en de betrokken gemeenten (50-50). Daarnaast werd de route gepromoot door een afzonderlijke reach campagne (gericht op bereik) op Facebook (zie ook p.7).

Samen met TreinTrambus werkte Grensleie ook een wandelnet Groene Halte uit. Dit zijn wandelroutes die gecombineerd worden met het openbaar vervoer, en die ook gecombineerd kunnen worden met elkaar. In de brochure worden de kaartjes, wegbeschrijvingen, verbindingen met het openbaar vervoer en ook tips en bezienswaardigheden onderweg meegenomen. Normaal gezien was het de bedoeling dat dit i.s.m. Toerisme Leiestreek zou worden uitgewerkt, maar dit werd over het hoofd gezien. Om de financiële ondersteuning vanuit Toerisme Leiestreek alsnog mogelijk te maken, heeft het regioteam de herwerking van de brochure gecoördineerd om te komen tot een verbeterde versie met ook aandacht voor de Leiestreek, Toerisme Leiestreek en provincie West-Vlaanderen.

6. INTERREG V: PROJECT GOLDEN LYS

Het project Golden Lys werd verschillende keren verlengd, met uiteindelijke einddatum 31/12/2021, om de partners toe te staan alsnog de voorzien investeringen te kunnen afronden.

Toerisme Leiestreek werkte samen met Lys sans Frontières de brochure af. Deze brochure in twee versies (Frans en het Nederlands) werd door de Franse partner in kleine oplage gedrukt. Toerisme Leiestreek heeft vooral de digitale versie gepromoot via een campagne op social media (juli-augustus) (zie ook p.7). De informatie op het platform werd geactualiseerd, zodat in de brochure naar het platform kon verwezen worden voor meer informatie. De opleiding voor gebruik van video in social media die voorzien was in 2020 kon uiteindelijk in het najaar van 2021 doorgaan. Er werd afgestemd over de inspiratiesessie rond waterbeleving met zowel de Franse partner als de collega's die werken aan het project Tourism Lab. Op die manier konden de krachten gebundeld worden (zie ook p.10).

Het project werd afgesloten met een slotmoment waarbij een kort overzicht werd gegeven over de verschillende acties binnen het project. Verder werd veel tijd besteed aan de voorbereiding van de COMAC (Begeleidingscomité), met opvolging van het activiteitenrapport, indicatoren ed. van zowel Toerisme Leiestreek als de Vlaamse partners en heeft de projectmanager de Vlaamse partners ondersteund bij het uitvoeren van hun acties en de administratie van het project.

IMPLEMENTERING STRATEGISCH BELEIDSPAN

Op basis van de acties die bepaald werden in het strategisch beleidsplan heeft Toerisme Leiestreek een actieplan voor verblijfstoerisme en een actieplan voor recreatie uitgewerkt. Jaarlijks wordt dit samen met de betrokken partners afgestemd om de voortgang van het actieplan te garanderen. Daarnaast bekijken we ook welke acties Toerisme Leiestreek zelf nog extra kan opnemen, naast de uitvoering van het marketingplan en de themajaren.

1. ACTIES VERBLIJFSTOERISME

Opvolgen rebranding Leiestreek:

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

Coördinatie van 100 jaar José Vermeersch

In 2022 is het exact 100 jaar geleden dat José Vermeersch geboren werd. Dit is de aanleiding voor organisatie van een kunstretrospectieve rond Vermeersch en zijn tijdgenoten. In 2021 (met verdere uitloop naar 2022) stond Toerisme Leiestreek in voor de coördinatie van het overleg tussen Westtoer, Toerisme Leiestreek, gemeente Lendeledede, Rik Vermeersch en de vzw José Vermeersch rond de voorbereiding voor de kunstretrospectieve, de indiening van een project i.k.v. Toeristische Impulsen en de uitwerking van het communicatieplan.

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

In 2020 werden de eerste stappen gezet om de kunstpartners samen te brengen rond een gezamenlijk kunstproject. In 2021 werd dit overleg verdergezet en is er meer duidelijkheid gekomen waar we naartoe willen.

Als toeristische bestemming met een sterk cultureel profiel zoeken we in de Leiestreek de verbinding tussen toerisme, recreatie en kunst om naar buiten treden met een gezamenlijk kunstverhaal waar plaats is voor zowel het rijke verleden als moderne kunstuitingen. Via een samenwerking tussen toerisme en de verschillende musea en culturele partners willen we een kunstproject opzetten in 2024 dat grotere diversiteit en uitwisseling van publiek genereert voor alle betrokkenen. Vanuit diverse invalshoeken kunnen kunst en cultuur de beleving langs de Leie verhogen: landschap en cultuur, recreatie en kunstbeleving, verleden en heden, private collecties, kunstgalerijen en musea in dorpen en steden, verhalen van kunstenaars, ...

Met respect voor de eigen identiteit van de kunstpartners willen we een gezamenlijk verhaal ontwikkelen. Naast een eigen programmatie op de permanente locaties gaan ze onderling de verbinding aan met een evenementieel programma van bv. performances, lezingen, interacties met andere kunstvormen, tijdelijke artistieke logies, workshops. De Leie kan de verschillende initiatieven niet alleen verbinden maar samen met de omgevende landschappen ook een plaats zijn voor in situ kunstwerken. Net als in het verleden leggen we de link tussen het landschap en de kunst, door kunst in de publieke ruimte in te zetten om het landschap te verkennen. Omgekeerd spreken we zo ook een ruimer publiek aan dat graag vertoeft in een mooie omgeving en wel openstaat voor een interessante stop onderweg. Samen met de partners bekijken we ook hoe we deze samenwerking en het aanbod kunnen bestendigen na 2024.

Ondersteunen van de toeristische sector - Stimulus

Om ondernemers die zwaar te lijden hebben onder de coronamaatregelen te ondersteunen werd er zowel vanuit Toerisme Vlaanderen als vanuit Westtoer en Toerisme Oost-Vlaanderen een Stimulus subsidiereglement uitgewerkt. Ondernemers konden dossiers indienen voor ondersteuning op vlak van investeringen m.b.t. gezondheid (post-corona), ecologische duurzaamheid, digitalisering en/of professionalisering. Het ging hierbij telkens over een subsidie gecombineerd met een renteloze lening. Toerisme Leiestreek heeft samen met Westtoer en Toerisme Oost-Vlaanderen heel wat ondernemers ondersteund bij de uitwerking van hun dossiers.

Voor het overzicht van de (voorlopig) goedgekeurde dossiers verwijzen we naar de samenvattende nota "Overzicht stand van zaken subsidiereglementen".

Ondersteuning van de toeristische sector - Subsidieprogramma Toeristische Impulsen van provincie West-Vlaanderen

I.k.v. de verschillende oproepen (private sector, toeristisch onthaal, musea en attracties) binnen het subsidieprogramma Toeristische Impulsen van Provincie West-Vlaanderen, heeft Toerisme Leiestreek samen met Westtoer ondernemers en gemeenten ondersteund bij het uitwerken van hun dossiers. Zo werd er niet alleen ondersteuning geboden, maar werd ook geprobeerd om de ingediende dossiers zo goed mogelijk te laten aansluiten bij de doelstellingen van het strategisch beleidsplan (kamperen, waterbeleving, innovatie, duurzaamheid, familievriendelijkheid).

Voor het overzicht van de (voorlopig) goedgekeurde dossiers verwijzen we naar de samenvattende nota "Overzicht stand van zaken subsidiereglementen".

2. ACTIES RECREATIE

Opvolgen acties recreatie van de verschillende partners

Toerisme Leiestreek coördineerde in 2021 opnieuw het 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. Ook in 2021 kon dit niet verder afgewerkt worden, aangezien het Stadlandschap 't West-Vlaamse Hart andere prioriteiten heeft moeten stellen. Er werd overeengekomen dat dit in 2022 finaal afgewerkt wordt. Ondertussen wordt er in de praktijk wel verder gewerkt aan de uitvoering van diverse acties die in het plan opgenomen zijn.

Subsidieprogramma Toeristische Impulsen van provincie West-Vlaanderen:

I.k.v. de oproep voor Recreatieve hotspots binnen het subsidieprogramma's Toeristische Impulsen van Provincie West-Vlaanderen heeft Toerisme Leiestreek samen met Westtoer ondernemers en gemeenten

ondersteund bij het uitwerken van hun dossiers. Zo werd er niet alleen ondersteuning geboden, maar werd ook geprobeerd om de ingediende dossiers zo goed mogelijk te laten aansluiten bij de doelstellingen van het strategisch beleidsplan (toeristisch-recreatieve hotspots, waterbeleving, innovatie, duurzaamheid, familievriendelijkheid).

Voor het overzicht van de (voorlopig) goedgekeurde dossiers verwijzen we naar de samenvattende nota "Overzicht stand van zaken subsidiereglementen".

TOERISME LEIESTREEK VZW

1. TEAM

Tewerkgesteld door Westtoer apb en Toerisme Oost-Vlaanderen vzw:

- Katrien Six, regiomanager
- Babette De fauw, regiomedewerker
- Margot Lecluyse, medewerker regiomarketing
- Berdien Floré, projectmedewerker

2. ALGEMENE VERGADERING

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

Lijst van al onze leden binnen de Algemene Vergadering.

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 tot 19/5/21 en de heer Daan Mostaert vanaf 19/5/21
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 Ghyselink
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

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

Lijst van al onze bestuursleden:

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 tot 19/5/2021 en de heer Tim Vanholle vanaf 19/5/2021

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 tot 19/5/2021 en Gunther Simoens vanaf 19/5/2021
31. De gemeente Lendeledede, vertegenwoordigd door Pedro Ketels
32. De stad Menen, vertegenwoordigd door mevrouw Virginie Breye
33. De gemeente Meulebeke, vertegenwoordigd door mevrouw Rita Decostere tot 19/5/2021 en Philip Vanhaesebrouck vanaf 19/05/2021
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. BESTUURSVERGADERINGEN 2021

RVB = Bestuursvergadering, AV = Algemene Vergadering

- RVB 20 januari, digitaal
- RVB 17 maart, digitaal
- RVB en AV 19 mei, digitaal
- RVB en AV 15 september, digitaal
- RVB 17 november, Wielsbeke

FINANCIEEL VERSLAG

Overeenkomstig met de wettelijke en statutaire bepalingen, brengen we ook verslag uit over de activiteiten van de vzw Toerisme Leiestreek en ons beleid tijdens het voorbije boekjaar, afgesloten per 31/12/2021.

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 2021 afgesloten met een verlies van 8140,36 euro, tegenover een winst ten bedrage van 15.828,65 euro op het einde van vorig boekjaar.

Commentaar op de jaarcijfers (in eenheden EUR)

De jaarrekening geeft de volgende situatie weer:

Balanstotaal	166.493,23
Te bestemmen winst van het boekjaar	- 7.970,21
Overgedragen winst van de vorige boekjaren	115.447
Te bestemmen winstsaldo	107.477
Over te dragen winst	107.477

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	(+) 107.477
- te verwerken winst van het boekjaar	(-) 7.970,21
- overgedragen winst van de vorige boekjaren	(+) 115.447
C. Toevoeging aan het eigen vermogen	(+) 107.477

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.