

BELEIDSBRIEF TOERISME

2011-2012

INHOUDSTAFEL

	Lijst met afkortingen	3
I	Inleiding – managementsamenvatting	4
II	Omgevingsanalyse van het toerisme in Vlaanderen	6
III	Strategische en operationele doelstellingen	9
1.	De aantrekkings- en belevingswaarde van de toeristische bestemming(en) (in) Vlaanderen vergroten	9
1.1.	Impulsprogramma's voor Vlaamse bestemmingen met toeristisch potentieel	9
1.1.1.	100 Groote Oorlog 2014-2018	9
1.1.2.	De Vlaamse Kunststeden en Brussel	10
1.1.3.	De Vlaamse Kust	10
1.1.4.	De Vlaamse Rego's met toeristisch potentieel	11
1.2.	Verder ontwikkelen van sterke productlijnen in Vlaanderen	11
1.2.1.	Fietsen, wandelen, ruiters	12
1.2.2.	Erfgoed	13
1.2.3.	Watertoerisme	14
1.2.4.	Toeristisch onthaal	14
1.2.5.	Meeting en incentive	15
1.2.6.	Eet- en tafelcultuur in Vlaanderen	16
1.3.	Evenementenbeleid	17
2.	Stimuleren van het toeristisch ondernemerschap	18
2.1.	Sterke partnerschappen uitbouwen met de private en publieke actoren	18
2.2.	Implementatie, evaluatie en handhaving van de toeristische decreten	18
2.3.	Sectorgerichte ondersteuning met betrekking tot professionalisering, vorming en innovatie	19
3.	Realiseren van een krachtig marketingbeleid per macroproduct in functie van het verhogen van het economisch rendement	24
3.1.	Evaluatie internationaal strategisch marketingplan	24
3.2.	Focusstrategie in buitenlandmarketing	24
3.3.	Coördinerende rol binnenlandmarketing	28
4.	De volwaardige participatie aan toerisme voor iedere Vlaming mogelijk maken	30
4.1.	Een betaalbaar aanbod voor mensen die in armoede leven	30
4.2.	Een toegankelijk aanbod voor mensen met een handicap, ouderen en zieken	31
4.3.	Een ruimer aanbod voor de jeugd	32
4.4.	Een aantrekkelijk aanbod voor gezinnen en kinderen	33
4.5.	Een duurzaam patrimoniumbeleid van Toerisme Vlaanderen	34
5.	De efficiëntie en effecten van het werk van de toeristische overheden verhogen	35
5.1.	Herstructureren van het toeristisch beleid op Vlaams niveau	35
5.1.1.	Toerisme Vlaanderen herstructureren	35
5.1.2.	Kennis uitbouwen	36
5.1.3.	Vlaamse subsidiekanalen bundelen en integreren in impulsprogramma's	37
5.1.4.	Duurzaam toerisme	37
5.2.	Afstemmen, overleggen en samenwerken met lokale besturen	38
5.3.	Strategisch beleidsplan	38
5.4.	Flankerend beleid	40
IV	Regelgevingagenda	41
V	Samenvatting van beleidsintenties	44
VI	Uitvoering en opvolging regeerakkoord en moties	45
VII	Rapportering over de opvolging van de aanbevelingen van Het Rekenhof	51

Lijst met afkortingen

ADSEI	Algemene Directie Statistiek en Economische Informatie
AWV	Agentschap Wegen en Verkeer
BITC	Dienst voor Toerisme en Congressen van Brussel
BSO	Beroeps Secundair Onderwijs
CGWC	Commonwealth War Graves Commission
CIB	Confederatie van Immobiliënberoepen
CJSM	Departement Cultuur Jeugd Sport en Media
DAR	Diensten voor het Algemeen Regeringsbeleid
EU	Europese Unie
EVA	Extern Verzelfstandigd Agentschap
EVC	Elders Verworven Competenties
FAP	Fietsactieplan
FETE	First European Travel Experience
FIT	Flanders Investment and Trade
FTI	Federatie van de Toeristische Industrie
FVW	Fremdenverkehrswirtschaft
iV	Beleidsdomein internationaal Vlaanderen
ITB	Internationale Toerismebeurs van Berlijn
IVA	Intern Verzelfstandigd Agentschap
KLM	Koninklijke Luchtvaartmaatschappij van Nederland
KMDA	Koninklijke Maatschappij voor Dierkunde Antwerpen
K.U.Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
LF-route	Langeafstandsfietsroute
MAS	Museum aan de Stroom (Antwerpen)
MICE	Meetings, Incentives, Conferences and Events
MOD	Management Ondersteunende Dienst
NBTC	Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen
RuiTeR	Ruimte voor Toerisme en Recreatie
SERV	Sociaaleconomische Raad van Vlaanderen
STeR	Steunpunt Toerisme en Recreatie
STAM	Stadsmuseum Gent
TRP	Toeristisch-recreatieve projecten
TSA	Tourism Satelite Account (toerisme sateliet rekening)
TWP	Toeristische tewerkstellingsprojecten
Unesco	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNIZO	Unie van Zelfstandige Ondernemers
UNWTO	United Nations World Tourism Organization (Wereldorganisatie voor Toerisme)
VDAB	Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling
VIA	Vlaanderen in Actie
VLIS	Vlaams Logies Informatie Systeem
VRT	Vlaamse Radio- en Televisieomroep
WES	West-Vlaams Economisch Studiebureau
WOI	Eerste Wereldoorlog

I. INLEIDING - MANAGEMENTSAMENVATTING

Vlaanderen surft mee op de golven van het wereldwijde herstel van de toeristische economie. De groei van het verblijfstoerisme zette zich het voorbije jaar verder door. Een evolutie die zich zowel op de binnenlandse markt als op de belangrijkste bronmarkten aftekent. Het aantal overnachtingen steeg met 3,7 % in 2010 ten opzichte van het jaar voordien; het aantal aankomsten nam zelfs met 6,5% toe. Omgerekend verbleven zo'n 10,6 miljoen vakantiegangers gedurende gemiddeld 2,7 nachten in Vlaanderen.

2011 was op vele vlakken een bijzonder jaar voor het Vlaams toerisme.

Na ruime inspraak van en overleg met alle publieke en private partners in en buiten de toeristische sector is voor de eerste keer in Vlaanderen een allesomvattend en ambitieus Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel opgesteld. In het Toerismepact 2020 engageren de toeristische actoren zich om de missie, visie, krachtlijnen, strategische en operationele doelstellingen van dat plan samen uit te voeren en op te volgen.

In 2011 legde ik de kiem voor het nieuwe Toerisme Vlaanderen. Het herstructureringsdecreet dat in juni door het Vlaams parlement werd goedgekeurd opent de weg voor een weliswaar afgeslankt maar een krachtadig en performant Toerisme Vlaanderen, dat op 1 januari 2012 uit de startblokken kan schieten. Toerisme Vlaanderen wordt een kennisgedreven marketingorganisatie die de toeristische sector ondersteunt.

Ook op marketingvlak was 2011 een bijzonder jaar. Het nieuwe internationale strategisch marketingplan is een feit. Het merk Vlaanderen 'baanbrekend vakmanschap' maakt integraal deel uit van dit marketingplan. Door gebruik te maken van de sociale media wil ik Vlaanderen als een verhaal op de kaart zetten. Een nieuw samenwerkingsmodel met afspraken tussen Toerisme Vlaanderen, de provinciale partners, de kunststeden en de Federatie van de Toeristische Industrie geeft vorm aan de binnenlandse marketing.

Het voorbije jaar gaf ik, ook als antwoord op opmerkingen van het Rekenhof, de aanzet voor de integratie van de verschillende financieringsmechanismen en toeristische impulsprogramma's. Vanaf 2012 zal Toerisme Vlaanderen het unieke loket zijn voor de financiële ondersteuning van toeristische projecten.

Na de 15 miljoen euro die ik in 2010 investeerde in de uitbouw van een duurzame, toegankelijke en kwaliteitsvolle toeristische infrastructuur voor de herdenking van de Grote Oorlog, zal ik in 2012 5 miljoen euro investeren in het evenementiële luik 2014-2015 van de herdenkingscyclus.

Ook internationaal wil ik van Vlaanderen een belangrijke speler maken. Op 14 september 2011 bracht ik een officieel bezoek aan het hoofdkantoor van de United Nations World Tourism Organization (UNWTO, Wereldorganisatie voor Toerisme). Ik bevestigde de secretaris-generaal van UNWTO Taleb Rifai dat Vlaanderen een actieve rol wil blijven spelen binnen zijn organisatie en dat ik die rol zelfs nog wens te versterken. Ik besliste om de Vlaamse kandidatuur in te dienen voor de UNWTO Executive Council (uitvoerende raad) en het Comité voor Programma en Budget. Ik nam in oktober 2011 deel aan de Algemene Vergadering van UNWTO in Zuid-Korea om de Vlaamse kandidatuur te ondersteunen. De Wereldorganisatie voor Toerisme is overigens op dit moment in volle evolutie: de secretaris-generaal Taleb Rifai legde tijdens de Algemene Vergadering een Witboek met betrekking tot de hervorming van de organisatie voor.

De Europese Commissie gaf met de Mededeling van 30 juni 2010 *'Europa, toeristische topbestemming in de wereld – een nieuw beleidskader voor het toerisme in Europa'* (COM (2010) 352) de richting aan voor de ontwikkeling van het toerisme in Europa. De Mededeling werd ondersteund door de conclusies van de Europese raad concurrentievermogen in oktober 2010, conclusies die werden voorbereid onder het Belgische voorzitterschap.

De opinie van het Europees parlement over de Mededeling wordt verwacht tijdens het Poolse voorzitterschap. Op het Europees Toerisme Forum van 18-19 november in Malta presenteerde de Europese Commissie een ontwerp implementatieplan ter implementatie van de Mededeling. Dat plan werd ook besproken tijdens de informele raad toerisme in Malta op 19 november 2010.

In wat volgt rapporteer ik enerzijds over de realisatie van de doelstellingen zoals geformuleerd in mijn beleidsnota toerisme 2009-2014 gedurende het voorbije jaar en geef ik anderzijds aan welke initiatieven ik het komende jaar voorzie. De structuur van de beleidsnota werd daarbij zo getrouw mogelijk aangehouden.

Geert Bourgeois
Viceminister-president van de Vlaamse Regering en
Vlaams minister van Bestuurszaken, Binnenlands Bestuur, Inburgering, Toerisme en Vlaamse Rand.

II. OMGEVINGSANALYSE VAN HET TOERISME IN VLAANDEREN

Na het uitdagende jaar 2009 met een daling van 4,2% in internationale aankomsten wereldwijd, kende het internationaal toerisme in 2010 een duidelijke heropleving. In alle werelddelen gingen de cijfers erop vooruit, maar in Europa lag de groei met 3,3% lager dan het wereldwijde gemiddelde van +6,6%. In West-Europa bedroeg de groei +3,4%.

Internationale aankomsten wereldwijd (2010)		
	Aantal (x 1.000.000)	Evolutie 2009-2010
Europa	476,5	+3,3%
Noord-Europa	58,1	+0,8%
West-Europa	153,7	+3,4%
Centraal- en Oost-Europa	95,1	+5,4%
Zuid-Europa	169,7	+2,8%
Azië en de eilanden in de Stille Oceaan	203,8	+12,7%
Amerika	149,8	+6,5%
Afrika	49,4	+7,3%
Midden-Oosten	60,3	+14,1%
Totaal	880	+6,6%

Bron: UNWTO World Tourism Barometer, juni 2011

De groei van het toerisme zet zich verder in 2011: in de periode januari-april 2011 steeg het aantal internationale aankomsten wereldwijd met 4,5%. Europa deed het beter dan verwacht met een groei van 6% in de eerste vier maanden van dit jaar. West-Europa liet een groei met 4% noteren.

In Vlaanderen groeide het totaal aantal overnachtingen met 3,7%. Van de drie macrobestemmingen kenden de kunststeden in het crisisjaar 2009 de grootste achteruitgang met 3,1%. Dat verlies werd het voorbije jaar meer dan goed gemaakt: de kunststeden mochten in 2010 maar liefst 7,6% meer overnachtingen noteren dan het jaar voordien. De overnachtingen in de Vlaamse regio's gingen er met 4,1% op vooruit, tegenover een lichte daling van 0,2% voor de kust. Na een moeilijk jaar in 2009 ging het zakentoerisme in 2010 terug aanzienlijk de hoogte in: een stijging met 10,4% voor overnachtingen gerelateerd aan conferenties, congressen en seminars en een vooruitgang met 7,0% voor overnachtingen voor andere beroepsdoeleinden. Het aantal overnachtingen voor ontspanning en vakantie groeide het voorbije jaar met 2,4%.

Overnachtingen in 2010 (incl. huurlogies aan de kust)				
	Aantal	Aandeel	Evolutie 2009-2010	Evolutie 2006-2010
Vlaanderen	28.644.252	100%	+3,7%	+0,4%
Kust	9.802.922	34,2%	-0,2%	-3,3%
Vlaamse regio's	8.934.151	31,2%	+4,1%	+1,6%
Kunststeden	9.907.179	34,6%	+7,6%	+3,5%
Vlaams Gewest	23.087.944	80,6%	+3,0%	-0,3%
Brussels Gewest	5.556.308	19,4%	+6,9%	+3,5

Bron: Toerisme Vlaanderen (2011), Toerisme in Cijfers 2010.

Overnachtingen in 2010 naar verblijfsmotief (incl. huurlogies aan de kust)						
	Ontspanning en vakantie		Conferentie, congres en seminarie		Andere beroepsdoeleinden	
	Aantal	Evolutie 2009-2010	Aantal	Evolutie 2009-2010	Aantal	Evolutie 2009-2010
Vlaanderen	22.529.543	+2,4%	3.479.297	+10,4%	2.635.412	+7,0%
Kust	9.591.904	-0,4%	107.092	+38,7%	103.926	-8,7%
Vlaamse regio's	7.156.587	+2,6%	795.124	+5,0%	982.440	+16,3%
Kunststeden	5.781.052	+7,3%	2.577.081	+11,2%	1.549.046	+3,0%
Vlaams Gewest	19.812.475	+1,8%	1.440.120	+9,6%	1.835.349	-3,8%
Brussels Gewest	2.717.068	+7,5%	2.039.177	+10,9%	800.063	-3,8%

Bron: Toerisme Vlaanderen (2011), Toerisme in Cijfers 2010.

Het aantal aankomsten in Vlaanderen nam in 2010 met 6,5% toe. Gezien het aantal aankomsten sterker steeg dan het aantal overnachtingen, werden de toeristische vakanties in en naar Vlaanderen korter.

Aankomsten in 2010 (incl. huurlogies aan de kust)				
	Aantal	Aandeel	Evolutie 2009-2010	Evolutie 2006-2010
Vlaanderen	10.660.588	100,0%	+6,5%	+2,6%
Kust	1.945.220	18,2%	+2,3%	-1,0%
Vlaamse regio's	3.318.150	31,1%	+6,7%	+3,0%
Kunststeden	5.397.218	50,6%	+8,0%	+3,8%
Vlaams Gewest	7.660.540	71,9%	+6,1%	+2,1%
Brussels Gewest	3.000.048	28,1%	+7,7%	+3,8%

Bron: Toerisme Vlaanderen (2011), Toerisme in Cijfers 2010.

Het binnenlands toerisme bleef in 2010 verder stijgen (+2,0%), maar vorig jaar waren het vooral de buitenlandse toeristen die meer nachten in Vlaanderen spendeerden met een groei van 5,6%. De belangrijkste bronmarkten voor Vlaanderen gingen er op vooruit, met opmerkelijke groeicijfers voor onze buurlanden Nederland (+7,2%) en Duitsland (+6,3%). De stijgingen vanuit Spanje (+14,0%) en de Verenigde Staten (+9,9%) mogen zelfs spectaculair genoemd worden. Van de belangrijkste bronmarkten voor het toerisme in Vlaanderen kende enkel het Verenigd Koninkrijk een lichte achteruitgang met 0,6%.

Belangrijkste markten in 2010 volgens aantal overnachtingen (incl. huurlogies aan de kust)			
	2010	Evolutie 2009-2010	Evolutie 2006-2010
België	14.709.504	+2,0%	+0,4%
Nederland	3.901.250	+7,2%	+1,5%
Duitsland	2.018.015	+6,3%	+0,3%
Frankrijk	1.854.941	+5,5%	+1,1%
Verenigd Koninkrijk	1.589.918	-0,6%	-5,8%
Spanje	633.270	+14,0%	+8,5%
V.S. Amerika	564.592	+9,9%	-0,6%
Italië	425.045	+3,9%	+4,4%
Andere	2.947.717	+4,5%	+1,5%
Buitenland	13.934.748	+5,6%	+0,3%
Algemeen Totaal	28.644.252	+3,7%	+0,4%

Bron: Toerisme Vlaanderen (2011), Toerisme in Cijfers 2010.

De attracties in Vlaanderen kende een moeilijk jaar 2010 ten opzichte van het topjaar 2009. Het totaal aantal bezoekers ging met -2,9% achteruit. De daling in bezoekersaantallen was minder groot voor de culturele attracties (-1,3%) dan voor de toeristisch-recreatieve attracties (-3,9%).

Bezoekers toeristische attracties Vlaams Gewest		
	Aantal bezoekers	Evolutie 2009- 2010
Toeristisch-recreatieve attracties	11.641.741	-3,9%
Dieren-, pret- en themaparken	5.594.783	-7,9%
Recreatieparken en waterplezier	3.520.918	-0,4%
Wetenschap en natuur	1.308.805	+0,1%
Sightseeing	1.211.893	+2,2%
Culturele attracties	7.400.778	-1,3%
Erfgoedmusea	4.007.822	-1,6%
Kunstmusea	1.490.507	+2,1%
Niet-museale erfgoedattracties	1.907.791	-3,3%
Totaal	19.042.519	-2,9%

Bron: Steunpunt Toerisme en Recreatie (2011), Aanbod toeristische attracties 2010 (voorlopige cijfers) (1) Het aantal attracties die opgenomen werden in de metingen steeg van 276 in 2009 naar 292 (+16) in 2010.

Van begin januari tot eind juni 2011 boekte toeristisch Vlaanderen +5% meer overnachtingen dan in dezelfde periode in 2010. In absolute cijfers gaat het om een half miljoen meer overnachtingen. Een goede prestatie, want ook in 2010 groeide het aantal overnachtingen met +5%. Het aantal aankomsten (toeristen en zakenlui) groeide nog sneller dan de overnachtingen, namelijk met +6%. Alle bestemmingen, van de kust over de kunststeden tot de rest van Vlaanderen, gaan vooruit.

Het betreft hier de cijfers tot en met juni, aangezien de zomermaanden naar weers-omstandigheden zeer slecht waren tov vorige jaren, verwachten we een status quo of daling in deze maanden. Vooral in sectoren zoals de campingsector wijzen eerste resultaten op een slechtere zomer 2011 tov 2010.

In globo verwachten we voor het jaar 2011 een stijging van het aantal overnachtingen en aankomsten, maar deze zal lager zijn dan de huidige groeipercentages tot juni 2011.

III. STRATEGISCHE EN OPERATIONELE DOELSTELLINGEN

1. De aantrekkings- en belevingswaarde van de toeristische bestemming(en) (in) Vlaanderen vergroten

1.1. Impulsprogramma's voor Vlaamse bestemmingen met toeristisch potentieel

Op 8 oktober 2010 gaf de Vlaamse Regering haar goedkeuring aan een herstructureringsplan van Toerisme Vlaanderen. Deze goedkeuring impliceert ook de overdracht van alle financiële ondersteuningsinstrumenten vanuit het Departement internationaal Vlaanderen naar Toerisme Vlaanderen vanaf 2012. In eerste fase keurde de Vlaamse Regering op 9 september 2011 daartoe het besluit ter ondersteuning van toeristisch-recreatieve projecten goed. In een tweede fase stem ik de diverse subsidie-instrumenten voor Vlaamse bestemmingen op elkaar af zodat er één duidelijk financieringsprogramma wordt ontwikkeld. Naar aanleiding van de opmerkingen van het Rekenhof over subsidiestromen in toerisme stel ik duidelijke toetsingscriteria op zodat de subsidieprojecten op een transparante manier kunnen worden beoordeeld.

1.1.1. “100 jaar Grote Oorlog 2014-2018”

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Ik trok 15.000.000 euro uit om de herdenking “100 jaar Grote Oorlog 2014-2018” op infrastructureel vlak grondig voor te bereiden. Het bedrag werd in de loop van 2010 volledig vastgelegd, verdeeld over 44 investeringsprojecten. Het zwaartepunt ligt – net als de herdenking zelf – in de Westhoek, maar ook andere provincies en gemeenten sloten zich aan bij deze oproep.

Op 11 november 2010 heb ik in Ieper met de directeur-generaal van de Commonwealth War Graves Commission (CGWC) Alan Pateman-Jones een samenwerkingsovereenkomst ondertekend.

Toerisme Vlaanderen en het projectsecretariaat 100 jaar Grote Oorlog bij het Departement internationaal Vlaanderen hebben een kader voor de ondersteuning van evenementen uitgewerkt. Om een Vlaanderen-breed evenementenprogramma tot stand te brengen, heb ik binnen de Toeristisch-Recreatieve Projecten (TRP) een thematische subsidielijns voor WO I-evenementen gecreëerd, waarvoor in september 2011 de oproep gelanceerd werd. Deze oproep is bedoeld om een eerste evenementengolf te creëren in de jaren 2014-2015, verbonden aan en geïnspireerd door de eerste fase van de oorlog. Toerisme Vlaanderen heeft criteria voor de beoordeling van de voorstellen uitgewerkt, rekening houdend met het denkkader en de parameters die ik voorstelde. Ook de synergie tussen de specifieke initiatieven in Vlaanderen wordt bewaakt.

De internationale toeristische marketing van de herdenking ‘100 jaar Grote Oorlog’ is eveneens opgestart. De buitenlandkantoren van Toerisme Vlaanderen legden contact met belangrijke spelers uit de buitenlandse reisindustrie, om hen eerste informatie aan te reiken en de belangstelling te peilen. Meer initiatief zal kunnen volgen wanneer er meer zicht komt op het evenementenprogramma. In onze buurlanden startte alvast de voorbereiding van acties naar aanleiding van de heropening van het In Flanders Fields-museum Ieper in 2012.

Beleidsopties 2011-2012

In september lanceerde Toerisme Vlaanderen de oproep voor WO I-evenementen. Geïnteresseerde organisatoren kunnen aanspraak maken op begeleiding door Toerisme Vlaanderen om er voor te zorgen dat hun project maximaal aansluit bij de uitgangspunten en het totaalconcept. Op 1 februari 2012 sluit deze oproep. Op basis van de criteria zullen dan tegen de zomer van 2012 de projecten geselecteerd worden die een betoelaging ontvangen.

In het najaar 2012 gaat Toerisme Vlaanderen van start met de systematische bewerking van de buitenlandse reisindustrie, zodat deze laatste reisformules met bestemming Vlaanderen en met thema WO I kan ontwikkelen. Eind 2012 tekent Toerisme Vlaanderen ook de ruimere marketingaanpak gericht op pers en consumenten uit en bedt die in de marketing-actieplannen in vanaf 2013.

Op dinsdag 8 november 2011 breng ik een bezoek aan World Travel Market in London en zal ik van die gelegenheid gebruik maken om de verschillende WOI-projecten voor te stellen.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik 5 miljoen euro uitgetrokken voor de ondersteuning van evenementen in het kader van de herdenking van de Grote Oorlog.

1.1.2. De Vlaamse Kunststeden waaronder Brussel

Realisatie beleidsopties 2010-2011

In het kader van het kunststedenactieplan gaf ik mijn goedkeuring aan drie projecten.: (1) de ondersteuning van het kleinschalig logies in de kunststeden bij de implementatie van het logiesdecreet, (2) Location Flanders (het centraal filmloket voor Vlaanderen) en (3) USE-IT.

De coördinatie van het kunststedenactieplan kwam al per 1 januari 2011 in handen van Toerisme Vlaanderen. Ik gaf de opdracht tot een evaluatie van het lopende Kunststedenactieplan die mij in het voorjaar van 2011 is opgeleverd. De evaluatie werd besproken in de stuurgroep van het Kunststedenactieplan. De evaluatie dient mee als input om het Kunststedenactieplan om te vormen tot een volwaardig impulsprogramma.

Brussel is toegetreden tot de stuurgroep van het kunststedenactieplan en werkt actief mee aan de uitvoering ervan. Het specifieke profiel van onze hoofdstad is verwerkt in het nieuwe Internationale Marketingplan van Toerisme Vlaanderen. Brussel werd ook actief betrokken bij de opmaak van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel dat op 15 juli 2011 door de Vlaamse Regering werd goedgekeurd.

Toerisme Vlaanderen heeft de samenwerkingsovereenkomst van 18 juli 2000 met de Dienst voor Toerisme en Congressen van Brussel (BITC vzw) in juni 2011 opgezegd. Toerisme Vlaanderen bezorgde begin juni 2011 een voorstel voor een nieuwe samenwerkingsovereenkomst, afgestemd op het nieuwe internationaal marketingplan en het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel aan Visit Brussels. Mee onder impuls van Toerisme Vlaanderen zal Brussel in 2014 de gaststad van het Parlement van Wereldreligies zijn, één van de belangrijkste interreligieuze bijeenkomsten ter wereld. Tijdens dit zeven dagen durende evenement verwacht Brussel 10.000 deelnemers. Het parlement koos naar eigen zeggen voor de hoofdstad vanwege "de roeping van Brussel als plaats van consensus, convergentie en verzoening."

Beleidsopties 2011-2012

In een eerste fase wordt het impulsprogramma voor de Vlaamse Kunststeden en Brussel ingebed in het besluit voor de ondersteuning van toeristisch-recreatieve projecten (TRP), dat onder meer daarvoor werd aangepast. Het impulsprogramma voor de kunststeden wordt afgestemd op het nieuw internationaal marketingplan. In tegenstelling tot het verleden organiseer ik voor het impulsprogramma voor de kunststeden een oproep tot indiening van projecten. De oproep tot het indienen van subsidieaanvragen voor 2012 lanceer ik in het najaar van 2011.

De samenwerkingsovereenkomst met Visit Brussels wordt verder onderhandeld. Het is de bedoeling dat ze vanaf 2012 in werking treedt.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik globaal 6.857.000 euro uitgetrokken voor de Impulsprogramma's Vlaamse Kust, Vlaamse Regio's en voor de Vlaamse Kunststeden en Brussel.

1.1.3. De Vlaamse Kust

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Het Impulsfonds Kust omvat 3 categorieën voor betoelaging: investeringen in infrastructuur, sectorondersteuning (vorming, kwaliteitszorg, innovatie) en projecten voor imagoversterkende evenementen en marketing. Ik selecteerde de projecten van 2010 (19 projecten voor in totaal 2 miljoen euro) en 2011 (14 projecten voor in totaal 2,1 miljoen euro), op basis van een indicatieve projectenlijst die ontstond door intense samenwerking tussen Toerisme Vlaanderen, Westtoer en vertegenwoordigers van de private en publieke actoren aan de Vlaamse Kust.

Bij de infrastructuurprojecten heb ik voornamelijk ingezet op de basiskwaliteit van strand en dijk aan de Kust, zoals de realisatie van sanitaire voorzieningen en spelelementen. Eén van de belangrijkste infrastructuurprojecten is de heraanleg van het marktplein in Middelkerke. Bedoeling is de toeristische uitstraling van de gemeente aanzienlijk te verhogen. Het project Eco-golf 'Hof ter Hille' Driving Range (oefenschool) en Short Course (9 hole golf) springt eveneens in het oog: met dit project wil de gemeente Koksijde-Oostduinkerke een laagdrempelig golfterrein aanleggen. Op de site van de abdijhoeve Ten Bogaerde subsidieer ik de oprichting van een museum George Grard. In Blankenberge steun ik de ontwikkeling van een educatieve en interactieve attractie/tentoonstelling op de Pier. Het marketingproject 'Kust Ze', een initiatief van Westtoer, zal via een imagocampagne de Kust beter en sterker positioneren, als een kust met een jonge en actieve uitstraling. Beaufort 04 zal voor de vierde keer met hedendaagse kunst een cultuur-toeristische trekker zijn met kunstwerken van een 30-tal Europese kunstenaars over de hele kuststrook.

Beleidsopties 2011-2012

De periode voor indiening van subsidieaanvragen voor 2012 zal lopen van 1 november 2011 tot 1 februari 2012. Tegen de zomer van 2012 beslis ik op basis van de vooropgestelde criteria en na advies van de beleidsstuurgroep welke projecten betoelaging zullen ontvangen.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik globaal 6.857.000 euro uitgetrokken voor de Impulsprogramma's Vlaamse Kust, Vlaamse Regio's en voor de Vlaamse Kunststeden en Brussel.

1.1.4. Vlaamse regio's met toeristisch potentieel

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Ondersteuning van projecten in de Vlaamse regio's gebeurt nu grotendeels vanuit de subsidielijn van de toeristisch-recreatieve projecten (TRP). In de eerste ronde 2011 kon ik 16 TRP-dossiers goedkeuren die betrekking hebben op investeringsprojecten in de Vlaamse regio's, en dit voor een totaalbedrag van 3.251.900 euro. Bokrijk kan rekenen op een subsidie van 898.000 euro wil met 'De Sixties' een nieuw project opzetten dat inspeelt op vernieuwing en verhoging van de beleving. Rotselaar in Vlaams – Brabant kan rekenen op een subsidie van 112.000 euro voor de toeristische ontsluiting van de Rock Werchtermythe.

Op 14 mei 2011 opende ik het nieuwe bezoekerscentrum voor ambachtelijke lambiekbieren 'De Lambiek' in Beersel. Het complex herbergt naast een bezoekerscentrum ook het toeristisch infokantoor van Beersel, dat voordien in het gemeentehuis te vinden was. Het project mocht in het kader van subsidiëring van toeristisch-recreatieve projecten rekenen op een subsidie van 670.000 euro.

Toerisme Vlaanderen volgde ook potentiële toekomstige projecten van nabij op, o.m. de Felix De Boeck-site in Drogenbos en de Groenendaal-site in Hoeilaart, deze laatste in het kader van een samenwerkingsovereenkomst met het Agentschap Natuur en Bos.

De werken op het domein Hagaard in Overijse, waar een nieuw jeugdverblijfcentrum zal komen, zijn gestart.

Beleidsopties 2011-2012

Toerisme Vlaanderen lanceert de oproep tot het indienen van TRP-subsidieaanvragen voor 2012 in het najaar van 2011. Tegen de zomer 2012 beslis ik op basis van de vooropgestelde criteria welke projecten op mijn financiële ondersteuning mogen rekenen.

Uiteraard ga ik voor de Groene Gordel voort op het huidige elan en ondersteun ik verder projecten die zich aandienen en binnen de strategische opties passen.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik globaal 6.857.000 euro uitgetrokken voor de Impulsprogramma's Vlaamse Kust, Vlaamse Regio's en voor de Vlaamse Kunststeden en Brussel.

1.2. Verder ontwikkelen van sterke productlijnen in Vlaanderen

1.2.1. Fietsen, wandelen en ruiteren

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Ik ondersteun fietsen, wandelen en ruiteren via de verschillende bovenvermelde toeristische impulsprogramma's en subsidielijnen. In 2010 heb ik in totaal 14 toeristisch-recreatieve projectdossiers rond wandelen en 3 dossiers rond fietsen goedgekeurd. In de eerste TRP-ronde van 2011 waren er dat 4 voor wandelen en 1 voor fietsen. Voor de tweede ronde zijn er nog 10 wandel-, 3 fiets- en 3 ruiterdossiers in behandeling. In het kader van het Impulsprogramma '100 jaar Grote Oorlog' keurde ik 16 projecten goed die te maken hebben met de ontwikkeling van wandel- of fietsroutes.

FIETSEN

Toerisme Vlaanderen begon in 2007 aan de gefaseerde vernieuwing van alle bordjes van de LF-routes (langeafstandsfietsroutes). Ook de trajecten werden hier en daar aangepast, ondermeer om de LF-routes af te stemmen op de fietsnetwerken. Toerisme Vlaanderen rondde dit project af in het najaar van 2010.

Eind 2010 telde Vlaanderen 411 fietsvriendelijke logies. In het voorjaar 2011 kwamen daar 55 locaties bij. Het project 'Routedokter' dat ik in het kader van de projecten "lokale diensteneconomie" ondersteun, ging officieel van start op 1 januari 2011. Binnen dit project zullen sociale-economiebedrijven provinciale en gemeentelijke taken uitvoeren in verband met het onderhoud van de toeristische (rand)infrastructuur in de provincie Antwerpen. Vanaf het najaar nemen zij ook het onderhoud van de LF-routes in deze provincie voor hun rekening.

Toerisme Vlaanderen sloot met de 5 provinciale toeristische organisaties een overeenkomst om de geografische gegevens van het fietsroutenetwerk in Vlaanderen ter beschikking te stellen voor commercieel hergebruik, wat tal van digitale mogelijkheden opent, zowel op het vlak van productontwikkeling als wat promotie betreft.

Toerisme Vlaanderen kreeg op 23 maart 2011 een erkenning als 'national coordination center' binnen het EuroVelo-project. Dit is een project dat een Europees toeristisch langeafstandsfietsnetwerk wil realiseren tegen 2020.

WANDELEN

In de loop van 2010-2011 openden acht nieuwe wandelnetwerken: Kempens Landgoed (Antwerpen), de Merode (uitbreiding) (Antwerpen, Vlaams-Brabant en Limburg), Pajottenland (Vlaams-Brabant), Land van Mortagne (West-Vlaanderen), Kempense Heide (Antwerpen), Getuigenheuvels Vlaamse Ardennen (Oost-Vlaanderen), Heuvelland (grensoverschrijdend uitgebreid met 170 kilometer nieuwe paden) (West-Vlaanderen) en Zuid-Dijleland (Vlaams-Brabant).

Beleidsopties 2011-2012

Teneinde Vlaanderen verder te positioneren als een actieve vakantiebestemming blijf ik ook in het komende beleidsjaar fietsen, wandelen en ruiteren ondersteunen via de verschillende toeristische impulsprogramma's en subsidielijnen.

Om te komen tot een geïntegreerd beleid, maakt Toerisme Vlaanderen werk van een omvattende visie en plan voor de verdere ontwikkeling van wandelen, ruiteren en fietsen ('slow motion'). Op deze wijze krijgt het succesvolle fietsactieplan een vervolg en zal ook de verdere uitbouw van het wandelproduct en het ruiteren uitgetekend worden.

FIETSEN

Het netwerk van trekkershutten dat Toerisme Vlaanderen vanaf 1993 als proefproject opzette, is ondertussen volwassen. Toerisme Vlaanderen neemt in de verdere uitbouw hiervan vanaf 2012 geen actieve rol meer op, maar uiteraard kunnen de ondernemers zelf nog steeds verder inzetten op trekkershutten.

100 jaar Ronde van Vlaanderen in 2013 wordt een strategisch project. Ik lanceer hiervoor een thematische oproep in de subsidielijns van Toeristisch-Recreatieve projecten. Naast het evenement zelf is een overkoepelend concept om allerlei initiatieven met de Ronde als thema uitgewerkt. Einddoel is een betere inzet van de Ronde van Vlaanderen als toeristische hefboom en Vlaanderen als wielerland toeristisch en internationaal te promoten.

WANDELEN

In de zomer van 2011 startte in het kader van het project Grenzeloos Wandelen een proefproject waarbij verschillende manieren voor het tellen van wandelaars worden geëvalueerd. Het doel is om inzicht te krijgen in goede praktijkvoorbeelden en hun toepasbaarheid voor Vlaanderen.

Daarnaast plan ik de opening van zeven nieuwe wandelnetwerken: Kempense Hoven (Antwerpen), Kempense Meren (Antwerpen), Kempense Kolonies (Antwerpen), Kempense Nr 12 (Antwerpen), Zwin (West-Vlaanderen), Ijzervallei (West-Vlaanderen) en Kreken (Oost-Vlaanderen).

RUITEREN

Ik ontwikkel in overleg met de actoren die op het vlak van ruiteren actief zijn vernieuwde richtlijnen voor de bewegwijzering van ruiters- en menroutes.

Budget 2012

De financiële ondersteuning van fietsen, wandelen en ruiteren zit vervat in de verschillende impulsprogramma's.

Erfgoed

Realisatie beleidsopties 2010-2011

In de zomer van 2010 bracht Toerisme Vlaanderen een stand van zaken in beeld van de relatie tussen erfgoed en toerisme in Vlaanderen. Deze werknota, die zowel spelers als inspiratiebronnen, sterken als zwakten, opportuniteiten en moeilijkheden in kaart bracht, vormt de basis om een actieplan uit te werken.

De banden tussen Toerisme Vlaanderen en de erfgoedsector zijn via tal van concrete ontmoetings- en overlegmomenten warm gehouden. De erfgoedsector leverde tijdens een rondetafel een constructieve bijdrage tot het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel. Bij het tot stand komen van het internationaal marketingplan konden belangrijke musea en erfgoedattracties hun inbreng doen. De merkidentiteit Vlaanderen, 'baanbrekend vakmanschap', biedt ruim de mogelijkheid om internationaal en in toenemende mate uit te pakken met het Vlaamse erfgoed.

Erfgoed bleef ook een belangrijke plaats innemen bij de projecten die ik financieel steun vanuit de verschillende subsidielijns en impulsfondsen zoals Het Paleis op de Meir (Antwerpen), de Stroopfabriek (Borgloon), C-Mine (Genk), Fort Liefkenshoek (Beveren), en bezoekerscentra voor de Lambiekbieren (Beersel) en de Druivenstreek (Overijse). Het Sportimonium, het Centrum Ronde van Vlaanderen, watererfgoed, het Brabants Trekpaard, en het Mercatorjaar ontvingen projectsteun voor de toeristische ontwikkeling en ontsluiting. Via het Impulsfonds voor de Kust subsidieerde ik de interactieve inrichting van het museumschip Mercator alsook de ontwikkeling van een museum George Grard in Ten Bogaerde (Koksijde). Vanuit het impulsfonds 'Groote Oorlog' wordt het oorlogserfgoed in de Westhoek voorbereid op een optimale toeristische ontsluiting tijdens de herdenking vanaf 2014.

Toerisme Vlaanderen verleende promotionele ondersteuning bij de opening van verschillende Vlaamse musea: Stadsmuseum van Gent (STAM) en Museum aan de Stroom in Antwerpen (MAS), en straks Red Star Line en Dossinkazerne.

Beleidsopties 2011-2012

Ik geef opdracht aan Toerisme Vlaanderen om vanaf de herfst van 2011 en rekening houdend met het nieuwe internationaal marketingplan en het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel een actieplan voor de ontsluiting van erfgoed op te zetten, en de contacten tussen de erfgoedsector en de toeristische partners verder te onderhouden en te versterken.

Projecten die de toeristische ontsluiting van erfgoed tot voorwerp hebben, blijven prioritair in de uitvoering van de verschillende toeristische impulsprogramma's.

Ik verwacht dat ik via de oproep voor evenementen in het kader van ‘de Grote Oorlog’ ook projecten zal kunnen ondersteunen die – eventueel tijdelijk – het erfgoed van deze bewogen periode ontsluiten naar een hedendaags binnenlands én internationaal toeristisch publiek.

Budget 2012

De financiële ondersteuning van de toeristische ontsluiting van erfgoed zit vervat in de verschillende impulsprogramma's.

Watertoerisme

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Toerisme Vlaanderen promootte het thema watertoerisme op de Vlaamse, Nederlandse en Duitse markt door middel van een e-show op het webplatform www.toerismevlaanderen.nl/show/watertoerisme/#/varen-in-vlaanderen, die vanaf het tweede kwartaal 2011 wordt ingezet via verschillende kanalen en op diverse markten. De e-show biedt op een aantrekkelijke manier inspirerende, kwaliteitsvolle, en actuele informatie over Vlaanderen. Daarbij wordt sterk gebruik gemaakt van grote foto's, video- en audiomateriaal. Toerisme Vlaanderen maakte de e-show op basis van de brochure 'Waterrecreatie: vier vaarlussen' van de vzw Binnenvaart Vlaanderen, en koppelde die aan haar toeristische informatie.

Dankzij de deelname aan de beurs Seatrade Cruise Shipping in Miami, maakt Toerisme Vlaanderen het mogelijk voor de havensteden (Antwerpen, Brugge) en andere partners om zich aan potentiële rederijen voor te stellen in de zeevaartmarkt, een wereldwijde groeisector.

Beleidsopties 2011-2012

In het najaar 2011 staat een evaluatie op het programma, zowel van de vaarlussen zelf als van de promotieacties en de resultaten ervan. Bij positieve evaluatie wordt in 2012 de informatie en het beeldmateriaal van webplatform geactualiseerd en opnieuw gepromoot tijdens het vaarseizoen.

Budget 2012

De promotie van het watertoerisme zit vervat in het marketingbudget.

1.2.4. Toeristisch onthaal

Realisatie beleidsopties 2010-2011

In mijn opdracht actualiseerde Toerisme Vlaanderen de visienota toeristisch onthaal (2005-2006). Dit gebeurde op basis van een interne evaluatie en een bevraging van externen. Het resulteerde in een nieuwe visie en bijbehorend actieplan.

Toerisme Vlaanderen participeerde in de grote infobalie in de aankomsthal van Brussels Airport. Het baliepersoneel van de luchthavenuitbater kreeg een vorming bij Toerisme Vlaanderen en er kwam een duidelijke bewegwijzering.

Ook het Visit Flanders infokantoor in het centrum van Brussel verbeterde de signalisatie en aankleding.

Het Visit Flanders netwerk van folderdistributie langs de autosnelwegen werd verder gezet.

Toerisme Vlaanderen en het Agentschap Wegen en Verkeer (AWV) zijn samen met de Vlaamse Bouwmeester overgegaan tot de aanbesteding van het bestek voor het ontwerp van de beeldvlakken van de bruine borden langs de autosnelwegen. AWV treedt hierbij op als aanbestedende overheid. Op de toekomstige borden zullen een aantal steden en toeristische regio's worden aangeduid. Toerisme Vlaanderen zal voor de inhoudelijke invulling van de borden steeds terugkoppelen met de provincies, regio's en betrokken steden.

In het afgelopen jaar openden in Kalmthout, Poperinge, Oud-Rekem, Pietersheim Lanaken, Lommel en Gavere nieuwe of vernieuwde onthaalkantoren.

Toerisme Vlaanderen ontwikkelde de webcursus 'klantgericht communiceren in de toeristische sector' en stelde die ter beschikking van de infokantoren en andere onthaalmedewerkers.

Beleidsopties 2011-2012

In 2012 staat de uitvoering van de eerste acties uit het vernieuwde onthaalplan op het programma. Dit omvat onder meer de realisatie van een doorverwijsfunctie naar Vlaanderen op strategisch belangrijke locaties, en dit zowel fysiek als digitaal.

De vernieuwing van de toeristische borden langs de autosnelwegen moet worden gefinaliseerd.

In de toekomst zullen de middelen voor toeristisch onthaal vooral ingezet worden voor het uitbouwen van een kwalitatief hoogstaand internationaal onthaal dat tot de wereldtop behoort. Hierbij zal de nodige aandacht worden besteed aan eventuele blinde vlekken in het toeristisch onthaal waar stimulerend optreden gewenst is.

Budget 2012

De financiële ondersteuning voor de ontwikkeling en professionalisering van het toeristisch onthaal zit vervat in de verschillende impulsprogramma's en in het werkingsbudget van Toerisme Vlaanderen. Ik ondersteun 34,5 voltijdse equivalenten vanuit het budget voor toeristische tewerkstellingsprojecten.

1.2.2. Meeting en Incentive

Realisatie beleidsopties 2010-2011

In 2010 haalde Toerisme Vlaanderen de prestigieuze beurs AIDEX voor 3 jaar naar Brussel (vanaf 2011). Later op het jaar werd ook het grootste congres ooit voor Brussel binnengehaald, nl. het Parliament of the World's Religions 2014, goed voor 70.000 overnachtingen in 2014. Deze twee successen zijn gebaseerd op de permanente werking van de dienst 'Congresbureau Vlaanderen-Brussel' van Toerisme Vlaanderen.

Toerisme Vlaanderen was in 2010-2011 eveneens aanwezig op tal van internationale Meeting en Incentive-vakbeurzen. In juni 2011 nam Toerisme Vlaanderen deel aan de nieuwe Amerikaanse beurs AIBTM in Baltimore.

De meetingindustrie hecht steeds meer belang aan de impact op het milieu. Vergaderen en ondertussen bijdragen aan een beter leefmilieu in mooie, groene en kwalitatief hoogstaande locaties met aandacht voor verantwoorde catering, energiebeheer, bereikbaarheid...: een win-win-situatie voor alle betrokkenen. Op initiatief van de Vlaamse Kunststeden Antwerpen, Brugge, Gent, Leuven en Mechelen kunnen meetinglocaties vanaf 15 maart 2011 het onafhankelijke ecologische keurmerk de Groene Sleutel aanvragen.

Bij aankoop akte van 20 juni 2011 werden met steun van de Vlaamse Regering de nodige panden aangekocht om zowel de huisvesting van de Filharmonie als de nodige congresinfrastructuur en –faciliteiten binnen het Koningin Elisabethproject te realiseren. Het definitief ontwerp voor de grondige renovatie van de Koningin Elisabethzaal werd in september 2011 goedgekeurd.

Beleidsopties 2011-2012

De 'Meetings Industry' speelt zich af in een omgeving waarin persoonlijk contact en netwerken centraal staat. Toerisme Vlaanderen zet voor het segment meeting en incentive in de toekomst in op twee belangrijke pijlers: (1) de uitbouw van de persoonlijke verkoop en (2) de verdere ontwikkeling van online instrumenten.

Toerisme Vlaanderen werkt aan een nieuwe congres-website, gekoppeld aan haar portaalsite. Vanaf september 2011 start het congresbureau met een digitale nieuwsbrief.

In het buitenlandkantoor in New York gaat vanaf januari 2012 een meeting en incentive-medewerker aan de slag die zich zal toespitsen op de Amerikaanse markt van congressen en meetings. Momenteel is er al een dergelijke medewerker actief in London en in de toekomst voorzie ik een versterking van de meeting en incentive promotie op de Duitse markt. Aangezien persoonlijk contact een garantie biedt voor het aantrekken van dossiers, is het de ambitie van Toerisme Vlaanderen om ook het congressteam in het hoofdkwartier te versterken. Verder gaat ook aandacht naar de relatie met de lokale congresbureaus voor de ontwikkeling van nieuwe acties.

Het Congresbureau Vlaanderen-Brussel hoopt een meerjarenplan op te stellen dat de renovatie van bestaande vergaderlocaties en de creatie van nieuwe infrastructuur mogelijk maakt.

In 2012 start de renovatie van de Koningin Elisabethzaal in Antwerpen. Om de promotie en marketing van nieuwe infrastructuur in samenwerking met de toeristische dienst van de stad Antwerpen en de Koninklijke Maatschappij voor Dierkunde van Antwerpen, als exploitant, voor te bereiden stel ik een voltijds personeelslid van Toerisme Vlaanderen ter beschikking.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik 500.000 euro uitgetrokken voor de ondersteuning van het meeting en incentive toerisme. Met dit bedrag heb ik de ambitie om de promotie van Vlaanderen als meeting- en incentivebestemming internationaal verder uit te bouwen, met de klemtoon op de belangrijkste groeimarkten voor dit segment: het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en de Verenigde Staten.

1.2.3. Eet- en tafelcultuur in Vlaanderen

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Toerisme Vlaanderen, Horeca Vlaanderen en de provinciale toeristische federaties onderschreven een nieuw en versterkt samenwerkingsmodel 2011-2013 voor de promotie van de Vlaamse eet- en tafelcultuur. Het nieuwe model gaat uit van een integrale en brede benadering van de Vlaamse eet- en tafelcultuur, met meer aandacht voor internationale promotie en een betere koppeling aan logies, niet enkel op het platteland maar ook in de steden. De inhoudelijke richting voor de komende drie jaar is neergelegd in een 'strategisch actieplan voor de Vlaamse eet, drink- en tafelcultuur', dat ik op 9 juni 2011 aan een ruim publiek heb voorgesteld. Het actieplan schetst de drie krachtlijnen waar de partners, elk vanuit hun eigen sterkte, op zullen inzetten: (1) Lekker eten, waarbij op de binnenlandse markt de diversiteit tussen de verschillende streekgerechten en streekproducten sterk zal uitgespeeld worden als kenmerk van een culinaire streekidentiteit; (2) Excellente jonge chef, door onze jonge topchefs in binnen- en buitenland in de kijker te plaatsen, bouwen we aan een jong en dynamisch imago van Vlaanderen en (3) Het goede leven, waarbij Vlaanderen Lekker Land in haar communicatie steeds meegeeft dat Vlamingen houden van lekker eten en hiervan genieten in een familiale en sociale sfeer.

Beleidsopties 2011-2012

In september 2012 zullen opnieuw 5 ambassadeurs en 20 laureaten van Vlaanderen Lekker Land geselecteerd worden. Deze 25 gemeenten zullen in de media uitgespeeld worden als de lekkerste gemeenten van Vlaanderen, weliswaar met de klemtoon op de eerste vijf die de titel van ambassadeur krijgen van 2012-2014.

De chocoladebeleving staat centraal in 2012. Een werkgroep met onder andere Dominique Persoone, chocolatier Boon (Hasselt) en Eddy Van Belle (Belcolade) werkt onder leiding van Vlaanderen Lekker Land een concept uit om de chocoladebeleving voor de toeristische en de horecasector te versterken.

In het najaar wordt een nieuwe selectie van jonge koks gemaakt. Toerisme Vlaanderen zal deze jonge koks promoten in het binnenland en buitenland.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik 180.000 euro uitgetrokken voor de structurele ondersteuning van Vlaanderen Lekker Land.

1.3. Evenementenbeleid

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Grote evenementen waren ook in het voorbije werkjaar een vast ingrediënt in de internationale promotie van Toerisme Vlaanderen.

Vanuit het evenementenkrediet ondersteunde ik de tentoonstelling “Meesters in het MAS, vijf eeuwen beeld in Antwerpen” met een bedrag van 150.000 euro. In Gent subsidieerde ik TRACK, een evenement dat in 2012 zal doorgaan, met een bedrag van 245.000 euro. Ten slotte heb ik ook de tentoonstelling “De gouden eeuw van China, schatten uit de Tang-dynastie” in Maaseik betoelaagd voor 89.000 euro.

Toerisme Vlaanderen zette volgende evenementen internationaal op de kaart: voor Brugge-Centraal organiseerde Toerisme Vlaanderen in samenwerking met Toerisme Brugge internationale persreizen voor 8 landen; het STAM kreeg sinds de opening een vaste plaats in de buitenlandse promotie; op 12 en 13 mei 2011 vond naar aanleiding van de opening van het Museum aan de Stroom (MAS) een internationale persreis plaats die ruim 100 journalisten uit 8 landen naar het nieuwe museum bracht. In samenwerking met Antwerpen toerisme en congres en MAS lanceerde Toerisme Vlaanderen ook een ‘phygital tour’, waarbij je via een website een ‘echte’ gids door het museum kon sturen, die via beeld en geluid rechtstreeks te volgen was.

Bij de evententiële start van nieuwe musea of bij zich herhalende grootschalige evenementen is het van belang dat de toerist een belevingsvolle oriëntatie krijgt. Daarom subsidieerde ik vanuit TRP-portefeuille het bezoekerscentrum van Red Star Line in Antwerpen en het belevingscentrum Rock Werchter.

In de zomer 2010 richtten de beleidsdomeinen internationaal Vlaanderen (iV) en Cultuur, Jeugd, Sport en Media (CJSM) het ‘managementcomité Internationaal Cultuurbeleid en Culturele Diplomatie’ op. Dit comité functioneert als overkoepelend managementorgaan voor de afstemming van een geïntegreerd beleid op het vlak van culturele diplomatie tussen de departementen en agentschappen van beide beleidsdomeinen (CJSM, iV, Toerisme Vlaanderen, Flanders Investment and Trade (FIT), Kunsten en Erfgoed). De agenda van het managementcomité omvat voor wat betreft het Vlaams (top)evenementenbeleid zowel strategische discussies als afstemming op dossierniveau.

Beleidsopties 2011-2012

Conform de visie die ik verwoordde in de beleidsnota, blijf ik evenementen verder ondersteunen vanuit een toeristische afweging. Daarbij moet het evenement duidelijk aanknopen bij de bestemming zelf, en een hefboom voor het toerisme van de betrokken stad of regio zijn.

In de geïntegreerde aanpak van de toeristische subsidies biedt elk impulsprogramma (kust, kunststeden, regio’s) ruimte voor de ondersteuning van evenementen die passen in en wezenlijk bijdragen tot de uitbouw van deze deelbestemmingen.

Hetzelfde geldt voor evenementen die betoelaagd worden vanuit de thematische impulslijn. Hier gaat het om substantiële bedragen die nodig zijn om topevenementen te ondersteunen, zoals de ondersteuning van evenementen in het kader van de herdenking van WOI.

Toerisme Vlaanderen speelt evenementen die voldoende internationaal potentieel bieden, uit in het buitenland: de opening van het In Flanders Fields Museum in Ieper en van de Dossinkazerne in Mechelen (2012); het gastronomisch evenement Brusselicious (2012) als onderdeel van de promotie van Brussel; TRACK in Gent (2012), Jordaens in Brussel (2012), Middelheim in Antwerpen (2012), en Beaufort 04 aan de Vlaamse kust (2012). Waar zich mogelijkheden aandienen zullen ook evenementen zoals Manifesta en andere uitgespeeld worden.

Budget 2012

De financiële ondersteuning voor toeristische evenementen met internationale uitstraling zit vervat in de verschillende impulsprogramma’s en in het marketingbudget van Toerisme Vlaanderen.

2. Stimuleren van het toeristisch ondernemerschap

2.1. Sterke partnerschappen uitbouwen met de private en publieke actoren

Ik verwijs naar punt 5.3 van deze beleidsbrief omtrent de realisatie van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel, dat in nauw overleg en samen met de publieke en private toeristische partners tot stand kwam.

2.2. Implementatie, evaluatie en handhaving van de toeristische decreten

2.2.1. Logiesdecreet

Realisatie beleidsopties 2010-2011

In totaal hebben 12.401 verblijven zich op 31 juli 2011 in regel gesteld met het logiesdecreet. Hieronder geef ik een overzicht:

<u>Categorie</u>	<u>aantal</u>
<u>ambtshalve hervergunde toeristisch logies</u>	
Hotels	518
Openluchtrecreatieve terreinen	96
Gastenkamers	177
Vakantielogies	21
Vakantiewoningen	169
<u>aangemelde toeristisch logies</u>	
Gastenkamers (= tot max. 2 kamers/8 personen)	463
Vakantielogies (= tot max. 2 kamers/8 personen)	105
Openluchtrecreatieve terreinen (= tot max. 2 percelen/8 personen)	2
vakantiewoningen	10379
<u>nieuwe vergunningen</u>	
Hotels	28
Openluchtrecreatieve terreinen	9
Gastenkamers	253
Vakantielogies	21
Vakantiewoningen	160

Op 23 december 2010 keurde het Vlaams parlement een voorstel tot wijziging van het logiesdecreet goed wat betreft de noodzakelijke stedenbouwkundige conformiteit van het toeristische logies. Deze wijziging strekt ertoe enerzijds de uitvoering van het logiesdecreet te versoepelen en anderzijds de administratieve last die ermee gepaard gaat te verminderen. In overleg met mijn collega van ruimtelijke ordening werk ik daarnaast meer structurele oplossingen uit voor zonevreemde logies en dan in het bijzonder voor solitaire vakantiewoningen in agrarisch gebied. Sinds april 2010 is het eerste deel van het Vlaams LogiesInformatieSysteem (VLIS) een feit: het aanmelden van vakantiewoningen kan volledig geautomatiseerd geschieden. Sinds 1 augustus 2011 kan de uitbater of zijn gemachtigde zijn logies (voor de categorieën openluchtrecreatief terrein, gastenkamer, vakantiewoning of vakantielogies) via de digitale weg aanmelden, een wijzigingsdossier opmaken, een overname van een logies registreren en de aanmelding van zijn logies stopzetten.

Beleidsopties 2011-2012

Ik zet in op de verdere ontwikkeling en optimalisering van het VLIS met o.a. toepassing als dossierbeheersysteem voor de uitvoerende diensten die ingevolge de herstructurering van Toerisme Vlaanderen naar het departement internationaal Vlaanderen worden overgeheveld, de koppeling met de Toerismedatabank van Toerisme Vlaanderen, de koppeling met de kruispuntbank Vakantiewoningen aan de Kust van CIB vzw,

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik een budget van 225.000 euro uitgetrokken voor de verdere ontwikkeling en operationalisering van het VLIS.

2.2.2. Reisbureaudecreet

Realisatie beleidsopties 2010-2011

In juli 2011 waren er 736 vergunninghouders reisbureaus met 324 bijkomende verkooppunten. Er zijn aldus in totaal 1060 verkooppunten reisbureaus. Men telt 170 vergunninghouders toeristische verhuurkantoren met 24 bijkomende verkooppunten. Er zijn aldus 194 verkooppunten toeristische verhuurkantoren.

In de loop van 2010 werden 27 dossiers inzake reisbureauactiviteiten of activiteiten toeristische verhuur ingeleid bij de dienst handhaving voor verder onderzoek en het eventueel opmaken van een proces-verbaal.

Beleidsopties 2011-2012

Nu de uitrol van het reisbureaudecreet achter de rug is, en na vier jaar werken met de nieuwe regelgeving, ligt er voldoende materiaal op tafel om over te gaan tot een evaluatie van het decreet en zijn uitvoeringsbesluiten. Ik doe daarbij zowel een beroep op de ervaringen van mijn administratie als op die van de reissector.

Op basis van de evaluatie en de discussie hierover neem ik voor zover nodig initiatief tot bijstellingen of andere maatregelen.

2.3. Sectorgerichte ondersteuning met betrekking tot professionalisering, vorming en innovatie

2.3.1. Professionalisering

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Zoals ik in mijn beleidsnota toerisme 2009-2014 heb aangekondigd, werkt Toerisme Vlaanderen actief mee aan de professionalisering van de sector door het aanbieden van een gevarieerd aanbod aan vormingsinitiatieven. Zo ontwikkelde Toerisme Vlaanderen in de voorbije beleidsperiode een webcursus 'Klantgericht communiceren in de toeristische sector' die in de eerste helft van 2011 al 182 inschrijvingen telde, een workshop 'Online en offline marketingcommunicatie' waar in totaal 104 cursisten aan deelnamen, een workshop 'De toerist koopt online' waar 29 logiesuitbaters aan deelnamen en in het voor- en najaar van 2010 vonden telkens vijf opleidingsdagen met in totaal een 200-tal aanwezigen plaats over 'Gidsen en rondleiden van personen met een handicap'. Ook de digitale vormingsbrochures bleven gratis aangeboden.

Om logiesuitbaters ondersteuning te bieden bij het optimaliseren van de werking van hun logies en zo hun gasten nog meer te laten genieten, ontwikkelde Toerisme Vlaanderen een inspiratieboekje 'Van vakantiedroom tot vakantieherinnering' met tips en ideeën voor kleine aanpassingen en mogelijke verbeteringen.

Via het impulsprogramma Vlaamse Kust ondersteun ik het UNIZO -project Kustambassadeurs om de private toeristische actoren via vormingssessies te stimuleren en te ondersteunen van seizoenverbreding, klantvriendelijkheid en samenwerking. Hetzelfde financieringskanaal stelde mij in staat om CIB Kust te betoelagen voor het ontwikkelen van een centrale databank van huurvakantiewoningen aan de Vlaamse kust.

Beleidsopties 2011-2012

Toerisme Vlaanderen blijft inzetten op het verder professionaliseren van de sector en in het najaar 2011 staan nog meer workshops op het programma over het online verkopen door logiesuitbaters. Uiteraard blijft ook alle andere cursusmateriaal verder ter beschikking via de website van Toerisme Vlaanderen.

De herstructurering van Toerisme Vlaanderen brengt mee dat Toerisme Vlaanderen zijn rol als kenniscentrum zal versterken en zijn dienstverlening naar de sector zal aanscherpen. Toerisme Vlaanderen werkt de plaats van vorming in dit geheel in de herfst van 2011 verder uit en vertaalt dat in nieuwe initiatieven op dit vlak.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik een budget van 180.000 euro uitgetrokken voor initiatieven die de professionalisering van de toeristische sector bevorderen.

2.3.2. Vorming

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Op 1 juli 2011 hadden 2118 gidsen en 1187 reisleaders een erkenning.

In mijn opdracht ontwikkelde Toerisme Vlaanderen een opleiding hulpverlening, specifiek voor de context van reisleiding. Er werden intussen 50 basisopleidingen georganiseerd voor een 700-tal reisleaders.

Toerisme Vlaanderen coördineerde de Elders Verworven Competenties(EVC)-procedure voor gidsen en reisleaders die werd ontwikkeld in samenwerking met de Associatie Universiteit Gent. Er werden EVC-opleidingen op maat georganiseerd voor assessoren en coaches van de verschillende opleidingscentra voor gids en reisleader.

Op vraag van Toerisme Vlaanderen is het Prins Filipsfonds van de Koning Boudewijnstichting bereid gevonden tot overleg tussen de gemeenschappen en gewesten over o.a. de verbetering van het sociaal en fiscaal statuut van gidsen en reisleaders.

De eerste fase van het Europese project 'Innoguide' wordt in september 2011 afgerond. Het vergeleek de huidige opleidingen tot gids in de 8 deelnemende landen/regio's en maakte een analyse van de plaats van duurzaamheid, interculturaliteit en beleving in de huidige opleidingen.

Onder mijn impuls kwam in de derde graad van het Beroeps Secundair Onderwijs (BSO) het een opleiding 'onthaal en recreatie' en 'gespecialiseerd recreatiemedewerker' tot stand.

Beleidsopties 2011-2012

Toerisme Vlaanderen analyseert het huidige kader voor de erkenning van gidsen en reisleaders en stuurt waar nodig bij. De organisatie van de opleiding en bijscholing hulpverlening voor reisleaders wordt verder gezet.

Toerisme Vlaanderen zet verder in op de coördinatie van de EVC-procedure voor gidsen en reisleaders.

Ik geef Toerisme Vlaanderen de opdracht om, in samenwerking met de SERV en de gids- en reisleadersector, een beroepscompetentieprofiel voor gidsen en reisleaders te ontwikkelen met het oog op de inschaling van deze kwalificaties in de Vlaamse kwalificatiestructuur. Toerisme Vlaanderen zal ook de totstandkoming van beroepscompetentieprofielen voor BSO onthaal en recreatie en recreatiemedewerker coördineren.

Op basis van de aangedragen analyses en het overleg met de verschillende gewesten en gemeenschappen, formuleer ik voorstellen aan het federale bestuursniveau over de verbetering van het sociaal en fiscaal statuut van de gids en reisleader.

In de tweede fase van het Europese project 'Innoguide', die einde 2011 wordt opgestart, ligt de focus op de ontwikkeling van modules over duurzaamheid, interculturaliteit en beleving in de opleidingen tot gids.

Ik zal de Master in Toerisme grondig evalueren, zowel op organisatorisch, financieel als inhoudelijk vlak. Ik zal voor het academiejaar 2012-2013 in samenspraak met de lectoren de langetermijnvisie bijstellen, waarbij ik de nadruk wil leggen op managementcompetenties, een betere afstemming op de arbeidsmarkt en een grotere betrokkenheid van de toeristische sector in het onderwijs. Ik vraag aan de coördinerende instelling ook een organisatorisch engagement en een helder financieel plan voor de komende vijf jaar waaruit de duurzaamheid van dit belangrijke onderwijsproject moet blijken.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik een budget van 20.000 euro uitgetrokken voor de vorming en ondersteuning van de gidsen en reisleiders.

2.3.3. Innovatie

Realisatie beleidsopties 2010-2011

De voorbereidingen voor de Ronde Tafel 'Innovierend ondernemen in toerisme' zijn gestart. Er heeft een (kwalitatieve) analyse plaatsgevonden van het toeristisch innovatiesysteem in Vlaanderen, met aandacht voor de manier waarop de Vlaamse overheid innovatie stimuleert en waar de knelpunten liggen m.b.t. het gebruik door en bekendheid bij de toeristische ondernemers. Op basis daarvan zijn voorlopige uitdagingen voor het innovierend ondernemen in toerisme geformuleerd. Een multidisciplinaire werkgroep heeft de mogelijke te behandelen thema's voor de Ronde Tafel opgelijst en uitgediept. Een stuurgroep neemt de strategische bewaking van de Ronde Tafel voor haar rekening.

Beleidsopties 2011-2012

De Ronde Tafel 'Innovierend ondernemen in toerisme' vindt plaats op 12 december 2011. In de aanloop er naartoe worden verschillende participatieprocessen opgezet om het draagvlak voor en de bekendheid van de Ronde Tafel en Vlaanderen in Actie te vergroten. De conclusies van de Ronde Tafel worden vanaf 2012 verder uitgewerkt en geïmplementeerd. Toerisme Vlaanderen zal daarbij als trekker fungeren.

2.3.4. Dagtoerisme en toeristische attracties

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Ik ondersteunde de promotionele werking van '365' het aanbod van de vzw Toeristische Attracties en koppelde hieraan een vraag om de oplage van de brochure te rationaliseren. Toerisme Vlaanderen integreerde '365' in zijn communicatie over 'Vlaanderen Vakantieland', en dit zowel in Vlaanderen als in Nederland.

Belangrijke dagattracties hebben ook een beroep kunnen doen op subsidies. Het project 'De Sixties' van Domein Bokrijk vzw kreeg vanuit de portefeuille van de toeristisch-recreatieve projecten een subsidie van 898.000 euro. Uiteraard heb ik ook de ondersteuning van de Koninklijke Maatschappij voor Dierkunde Antwerpen (KMDA) verder gezet. In 2010 legde ik 2.950.000 euro vast voor het Jubileumcomplex van de Zoo, nieuwe verblijven voor de amoerluipaarden en tijgers, en de ontsluiting van het nocturama.

De studie 'daguitstappenmonitor' is volgens planning uitgevoerd in de periode juli 2010 – juli 2011. De resultaten worden in het najaar verwacht.

Uit de evaluatie van de uitvoering van de samenwerkingsovereenkomst 2007-2011 tussen de Vlaamse Regering en de KMDA, die in mijn opdracht werd uitgevoerd, blijkt dat de vooropgestelde doelstellingen werden gerealiseerd.

Beleidsopties 2011-2012

Ik blijf de vzw Toeristische Attracties ondersteunen in zijn werking. Toerisme Vlaanderen zal de daguitstappen ook in 2012 promoten op de website en in de brochure 'Vlaanderen Vakantieland' in Nederland en België.

Ik stimuleer de vzw om maximaal samen te werken met andere betrokken partners uit de toeristische sector, o.a. plattelandstoerisme in Vlaanderen, maar ook culturele partners, bijvoorbeeld via de Uitdatabank.

Op 26 oktober 2011 presenteert Toerisme Vlaanderen in samenwerking met de provinciale toeristische organisaties en het Steunpunt Toerisme en Recreatie de resultaten van de 'daguitstappenmonitor' tijdens een studiedag. De resultaten zullen continu beschikbaar zijn op de website van Toerisme Vlaanderen.

Mee op basis van de verbeterpunten die werden gedetecteerd vanuit de evaluatie van de lopende samenwerkingsovereenkomst tussen de Vlaamse Regering en de KMDA en het nieuwe masterplan 2.0 van de KMDA zal ik een nieuwe samenwerkingsovereenkomst sluiten voor de periode 2012-2016.

Als belangrijkste toeristische attractie in Vlaanderen zal ik blijven investeren in de verdere ontwikkeling van de dierentuin in Antwerpen en Planckendael.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik een budget van 75.000 euro uitgetrokken voor de structurele ondersteuning van de vzw Toeristische Attracties en een bedrag van 2.950.000 euro voor investeringen in de verdere uitbouw van de Antwerpse Zoo en Planckendael.

2.3.5. Horeca

Realisatie beleidsopties 2010-2011

De Vlaamse Regering haar principiële goedkeuring aan het besluit tot vaststelling van de voorwaarden waaronder investeringssubsidies kunnen worden toegekend aan toeristisch logies.

Beleidsopties 2011-2012

De vernieuwde subsidieregeling voor de logiessector treedt in 2012 in werking.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik een budget van 1 miljoen euro uitgetrokken voor de uitvoering van de nieuwe subsidieregeling voor de logiessector.

2.3.6. Kampeertoerisme, kampeerautotoerisme en vakantieparken

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Op 26 november 2010 stelde Toerisme Vlaanderen aan de betrokken partijen (Kustgemeenten, kampeersector, verenigingen van kampeerautotoeristen) de resultaten voor van de 2 aangekondigde studies naar het profiel van de kampeerautotoerist en het aantal legale en illegale plaatsen voor kampeerauto's aan de Kust.

In mijn opdracht heeft Toerisme Vlaanderen alle Vlaamse gemeenten bevraagd omtrent hun intenties inzake een toeristisch kampeerautobeleid. 123 gemeenten op de 308 (d.i. 40%) hebben een reactie ingestuurd. Hiervan toonden 54 gemeenten zich bereid tot een samenwerking voor een toeristisch kampeerautobeleid. 12 gemeenten deelden al mee over een kampeerautoterrein te beschikken en 6 gemeenten deelden mee over parkeerplaatsen voor kampeerauto's te beschikken.

Ter bevordering van het kampeerautotoerisme heeft Toerisme Vlaanderen, in nauw overleg met kampeersector, een label "kampeerautovriendelijk logies" ontwikkeld. Het label is er op gericht de kampeerautotoerist er op attent te maken dat een camping ook een optie is.

De herziening van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen, dat de Vlaamse Regering op 17 december 2010 definitief vastlegde, houdt rekening met de resultaten van de RuiTeR-studie die de behoeften voor toerisme en recreatie in beeld bracht, en bijgevolg werd de geschatte ruimtebehoefte van de openluchtrecreatieve terreinen in rekening gebracht.

In het ontwerp van vereenvoudiging van de wegcode is de algemene regel voorzien dat verkeersborden die parkeren en stilstaan verbieden mogen aangevuld worden met een onderbord dat de categorie van voertuigen, zoals kampeerauto's, vermeld waarop het verbod van toepassing is.

Beleidsopties 2011-2012

Toerisme Vlaanderen implementeert een label "kampeerautovriendelijk logies" voor campings. Het label is bedoeld om kampeerautotoeristen duidelijk te maken dat ze welkom zijn op deze gelabelde en vergunde campings en dat er op deze campings specifieke voorzieningen voor kampeerauto's aanwezig zijn zoals bijvoorbeeld een aantal voorbehouden verharde plaatsen die tegen een lager tarief worden aangeboden.

Ik onderzoek steunmaatregelen om Vlaamse gemeenten aan te moedigen initiatieven te nemen ter ondersteuning en bevordering van het kampeerautotoerisme in Vlaanderen.

2.3.7 Plattelandstoerisme en stedelijke gastenkamers

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Toerisme Vlaanderen en de provinciale en lokale toeristische overheden nemen in de toekomst enkel nog vergund logies op in hun promotiekanalen. Daarom heb ik in het kader van het kunststedenactieplan een project goedgekeurd dat de stedelijke gastenkamers stimuleert en ondersteunt in het behalen van een vergunning met de eraan gekoppelde kwaliteitsnorm.

Via de toeristische tewerkstellingssubsidies betoelaag ik eveneens een marketingmedewerker bij de vzw Plattelandstoerisme die zich specifiek bezig houdt met de promotie van plattelandslgies via de website en sociale media.

Toerisme Vlaanderen en de vzw Plattelandstoerisme in Vlaanderen voerden in het voorjaar van 2011 samen een binnenlandse campagne om kindvriendelijke vakanties op het platteland onder de aandacht te brengen. Ook in Nederland is dit een thema in de campagnes geweest.

Beleidsopties 2011-2012

Toerisme Vlaanderen voert promotie voor het kleinschalig logies met een vergunning, in het binnenland en de buurlanden via websites, persreizen en dergelijke.

Ik bestudeer in overleg met de vzw Plattelandstoerisme bredere samenwerkingsmogelijkheden voor de binnenlandmarketing.

Specifiek voor het kleinschalig logies organiseert Toerisme Vlaanderen vormingsessies over online verkoop.

Budget 2012

De financiële ondersteuning ten behoeve van het plattelandstoerisme en de stedelijke gastenkamers zit vervat in de verschillende impulsprogramma's en in het marketingbudget van Toerisme Vlaanderen.

2.3.8 Uitgaand toerisme

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel omvat naast de sector van het binnenlands toerisme ook het uitgaand toerisme. Het uitgaand toerisme werd dan ook actief betrokken bij de opmaak van het strategisch plan. De indicatieve projectenlijst duidt per project aan welke initiatieven van toepassing zijn voor de sector van het uitgaand toerisme.

Beleidsopties 2011-2012

Ik nodig de sector van het uitgaand toerisme uit om het Toerismepact 2020 mee te ondertekenen, waarmee deze zich verbindt om mee uitvoering te geven aan het strategisch plan.

Samen met de beroepsverenigingen uit de reissector lanceer ik een communicatiecampagne waarmee ik het belang van een vergund reisbureau of toeristisch verhuurkantoor in de verf wil zetten als een waarborg voor een kwaliteitsvolle en professionele dienstverlening waarbij de bescherming van de reiziger centraal staat.

Ik blijf tweejaarlijks met de reissector overleggen.

3. Realiseren van een krachtig marketingbeleid per macroproduct in functie van het verhogen van het economisch rendement

3.1. Evaluatie internationaal strategisch marketingplan

Realisatie beleidsopties 2010-2011

De uitwerking en afronding van de opmaak van het nieuwe internationaal strategische marketingplan gebeurde in nauw overleg met de sector. Toerisme Vlaanderen toetste het plan af tot op lokaal niveau. Toerisme Vlaanderen trok tijdens een vierdaagse tournee langs de vijf Vlaamse provinciehoofdsteden en Brussel om er het nieuwe internationaal marketingplan voor te stellen. Uitbaters van kleinschalig logies, hotels en attracties zaten er naast vertegenwoordigers van toeristische diensten, museummedewerkers en marketingmanagers uit de toeristische sector.

Sinds 1 januari 2011 is er binnen Toerisme Vlaanderen een afdeling marketingontwikkeling die de globale marketingstrategie opbouwt en bewaakt. Hieronder valt onder meer de brandingstrategie, online marketingstrategie en de ontwikkeling van productlijnen die internationaal relevant zijn. Daarnaast bestaat er een afdeling internationale markten die alle buitenlandkantoren en de ondersteuning daarvan in het hoofdkantoor omvat.

Het kantoor in Kopenhagen sloot zijn deuren op 31 maart 2011. Toerisme Vlaanderen bedient de Deense en Zweedse markt voortaan vanuit Brussel.

Sinds 1 februari 2011 bundelen Toerisme Vlaanderen, NBTC (Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen) en KLM het grootste deel van hun marketingactiviteiten op de Japanse markt. Hierdoor kunnen de middelen beter en efficiënter worden ingezet waardoor het uitgaand toerisme in Japan naar zowel Vlaanderen als naar Nederland kan verhogen. In april lanceerden Toerisme Vlaanderen, NBTC en KLM (als partner van NBTC) een gezamenlijk marketingplan voor de bestemming Vlaanderen-Nederland, met voldoende aandacht voor elkaars eigenheid. Zo stelt Toerisme Vlaanderen in Japan het baanbrekend vakmanschap centraal en verkoopt het samen met Nederland de combinatie Vlaanderen-Nederland als de meest interessante combinatie in West-Europa.

Beleidsopties 2011-2012

In het najaar 2011 maakt Toerisme Vlaanderen in functie van de nieuwe internationale marketingstrategie alle actieplannen op, zodat vanaf 2012 het nieuwe marketingplan in uitvoering kan gaan.

Het merk Vlaanderen 'baanbrekend vakmanschap' is integraal deel van dit marketingplan. In nauw overleg met het departement Internationaal Vlaanderen, het agentschap Flanders Investment and Trade en de reputatiemanager Vlaanderen streeft Toerisme Vlaanderen er naar om vanaf 2012 één gezamenlijk en coherent beeld over Vlaanderen te brengen in alle markten waar Vlaanderen actief is.

Met de publieke partners (provincies, steden en gemeenten worden nieuwe en klare taakafspraken gemaakt, zowel inzake buitenlandmarketing en inzake binnenlandmarketing.

3.2. Focusstrategie in buitenlandmarketing

3.2.1. Buurlanden als primaire markten

Realisatie beleidsopties 2010-2011

NEDERLAND

In het najaar 2010 kwamen alle deelbestemmingen in de promotie volwaardig aan bod. De promotie van het webplatform "Stedentrips voor levensgenieters" verliep via een combinatie van externe media om trafiek te genereren en via eigen kanalen zoals de website, de blog en de maandelijkse digitale nieuwsbrieven. Voor de Vlaamse Kunststeden ontwikkelde Toerisme Vlaanderen ook een apart platform per stad. Daarnaast werd Vlaanderen gepresenteerd via een breed verspreide krantenbijlage als een ideale mix van kust, groen, stad en cultuur en genieten aan de actieve 50-plusser.

In het voorjaar 2011 integreerde het buitenlandkantoor het nieuwe luik van de campagnemotor (website, nieuwsbrieven en blog): de blog kreeg een 2.0-versie en sociale netwerken zoals Facebook, Twitter, Hypes en YouTube werden ingezet en in de reeds bestaande kanalen geïntegreerd. Voor de

Vlaamse kust realiseerde Toerisme Vlaanderen een apart online platform waarop de Nederlander kan uitzoeken welke badplaats het best bij hem of haar past.

DUISSLAND

In de maand september van 2010 vond de tweede golf van de kunststedencampagne plaats, een ideaal moment om de klassieke citytrip in het najaar te promoten via het internet. Tijdens de winter kwam er nog een extra promotie rond de winteraanbiedingen en kerstevanementen in Brugge, Gent en Oostende. Nieuw in 2010 was een samenwerking met de designshop Ikarus die Vlaamse designers mee opnam in hun productaanbod. De kustcampagne richtte zich ook in 2010 naar families met niet-schoolplichtige kinderen. Er werden ook gemeenschappelijke marketingacties gerealiseerd met verschillende reisgrootverhandels die pakketreizen samenstellen en aanbieden op de Duitse markt. In 2010 bood het buitenlandkantoor - voor het eerst in samenwerking met REWE Touristik - twee opleidingen aan over de toeristische bestemming Vlaanderen. Een andere opleiding voor reisbureaus werd voor het eerst doorgevoerd in samenwerking met het Duitse vakmagazine Fremdenverkehrswirtschaft FVW. In het voorjaar 2011 werd de campagne van 2010 doorgetrokken met de focus op lifestyle, genieten en cultuur. Vlaanderen profileert zich in Duitsland als 'Belgiens Schokoladenseite' (Vlaanderen, de chocoladekant van België). De campagne richtte zich in hoofdzaak tot de stijlvolle belevers, ouder dan 35 jaar, die over een bovengemiddeld inkomen beschikken en wonen in Nordrhein-Westfalen. Op woensdag 9 maart 2011 heb ik een bezoek gebracht aan de stand van Toerisme Vlaanderen op de Internationale Toerismebeurs (ITB) Berlijn. Naast een kennismaking met de Vlaamse en Brusselse standhouders was er een ontmoeting met Reed Exhibition - de organisatie van ITB Berlijn en WTM London - over de mogelijkheid om Vlaanderen als gastregio naar voor te schuiven tijdens de editie van WTM London in 2013. Dit met de focus op "100 jaar Grote Oorlog".

FRANKRIJK

Op de Franse markt heeft Toerisme Vlaanderen een nieuw reclameagentschap aangesteld. De campagne kreeg een nieuwe base-line waarmee Vlaanderen zich meteen geografisch situeert: 'ThePlaceto.Be'. In het najaar van 2010 nam Toerisme Vlaanderen het initiatief om een Modeavond te organiseren n.a.v. 'la semaine de la Mode' in Parijs onder de naam 'Antwerp state of fashion'. Kort daarna werd alle aandacht van pers en trade gericht op Van Eyck tot Dürer, de toptentoonstelling die in Brugge plaatsvond.

Voor de tweede keer organiseerde Toerisme Vlaanderen op de Franse markt een specifieke publiekscampagne met persreis en redactionele garantie voor de kust. Er werd een 360° communicatieplan opgezet in nauwe samenwerking met Thalys.

VERENIGD KONINKRIJK

Begin oktober 2010 lanceerde het buitenlandkantoor in Londen een wedstrijd op de website van Rail Europe. In november stond de jaarlijkse deelname aan World Travel Market op het programma.

Eind januari 2011 organiseerde Toerisme Vlaanderen de Flanders Cities workshop in de gaststeden Gent en Leuven. 42 Britse reisorganisatoren namen deel aan de twee workshops waarbij zij konden kennismaken met het aanbod van Vlaamse hoteliers, groepsrestaurants en toeristische attracties.

De kustcampagne dit voorjaar legde de focus op de nieuwe gids "10 x shortbreaks on the Flanders coast". Naast de onlinecampagne werden een 135-tal journalisten warm gemaakt en uitgenodigd om de kust zelf te komen verkennen. Op 25 en 26 augustus 2011 had ik in Schotland een ontmoeting met de vertegenwoordigers van Visit Scotland. Tijdens deze ontmoeting kreeg ik een presentatie over het "Quality Scheme" van Historic Scotland en meer uitleg over de integratie van het cultureel erfgoed in het toeristische beleidsdomein.

Beleidsopties 2011-2012

NEDERLAND

Naast de continue promotie van verschillende thema's via de campagnemotor en het webplatform ligt in het najaar van 2011 het zwaartepunt op het uitwerken van acties die de blog en de sociale kanalen versterken en van de consument een ambassadeur maken. Dit alles gebeurt in samenwerking met de

Nederlandse reissector om directe conversie (verkoop) te genereren. Voor de Antwerpse en Limburgse Kempen ontwikkelt Toerisme Vlaanderen onder andere een apart webplatform waar de Nederlander kan uitzoeken welke camping het meest geschikt is voor hem of haar. Dat platform wordt in 2012 uitgebreid naar heel Vlaanderen.

De nieuwe marketingstrategie – de Nederlander zelf op allerlei platformen aan het woord laten als ambassadeur van de macrobestemmingen – wordt verder uitgerold in 2012. Het beheren van de sociale netwerken wordt dus nog belangrijker en stimuleert de consument extra om zelf de bestemming Vlaanderen te promoten.

DUITSLAND

In het kader van de campagne voert Toerisme Vlaanderen een eerste gemeenschappelijke online actie met de Deutsche Bahn (DB) door. In samenwerking met het belangrijkste Duitse toeristische vakblad FVW (Fremdenverkehrswirtschaft) organiseert Toerisme Vlaanderen 5 Crazy Days in Vlaanderen.

Toerisme Vlaanderen stelt in 2012 voor de Duitse markt een nieuw reclamebureau aan. De beleving van de consument staat centraal. Ook hier ligt het zwaartepunt op een online campagne met het accent op sociale media.

FRANKRIJK

Het accent voor 2011-2012 ligt op online en sociale media waarbij het budget voor printadvertenties wordt afgebouwd. De organisatie van evenementen blijkt belangrijk te zijn om de opinieleiders van de doelgroep waarop Vlaanderen mikt aan te spreken. Een evenement rond het thema ‘mode’ wordt herhaald. In het najaar 2011 zal ook design prominent aanwezig zijn in Parijs naar aanleiding van de eerste ‘Designweek Paris’ In 2012 zal het buitenlandkantoor in Frankrijk het accent leggen op gastronomie en ‘jong keukengeweld’ en zal het de nieuwe marketingstrategie verder uitrollen.

VERENIGD KONINKRIJK

Op de Britse markt plant Toerisme Vlaanderen online campagnes in samenwerking met o.a. P&O Ferries, Expedia en Opodo. In november neemt Toerisme Vlaanderen deel aan World Travel Market in Londen, één van de grootste business-to-business beurzen voor de reisindustrie ter wereld.

Het nieuwe reclameagentschap – waarvoor aanbestedingsprocedure loopt – werkt in nauwe samenwerking met het kantoor in London aan de vertaling van het nieuw internationaal marketingplan naar de consumentencampagne die korte verblijven in de kunststeden, aan de kust en in Flanders Fields zal promoten. De beleving van de consument staat centraal. Het wordt voornamelijk een online campagne met het accent op de sociale media. In 2012 is Toerisme Vlaanderen ‘leading partner’ voor de organisatie van de prestigieuze Guardian Travel Awards, een evenement dat zal plaatsvinden in Gent.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik voor de toeristische marketing en promotie van de buurlanden als primaire markten een totaal budget van 3.970.000 euro uitgetrokken: op de Nederlandse markt: 1.200.000 euro, op de Duitse markt: 1.100.000 euro, op de Franse markt: 870.000 euro en op de markt van het Verenigd Koninkrijk 800.000 euro .

3.2.2. Secundaire en tertiaire markten

Realisatie beleidsopties 2010-2011

EUROPESE MARKTEN

Toerisme Vlaanderen voerde de activiteitenplannen 2010 van respectievelijk Italië, Spanje, Oostenrijk, Denemarken en Zweden integraal uit. De beslissing om de werking van het bureau in Kopenhagen stop te zetten maakt evenwel dat een paar activiteiten in het voorjaar 2011 slechts gedeeltelijk konden verwezenlijkt worden.

De focus van de (on- en offline) consumentencampagne in Italië ligt op Vlaanderen als verrassende, trendy bestemming.

In Spanje lopen diverse kleinschaliger campagnes (on- en offline) in samenwerking met verscheidene partners uit de sector - zowel lokale (pers en trade) als Vlaamse (steden) - waarin Vlaanderen als traditionele reisbestemming gepositioneerd wordt.

Oostenrijk mikt op een jonger en trendy publiek met een bescheiden imagocampagne in geselecteerde media en online, gecombineerd in het voorjaar en met het accent op online in het najaar.

In Denemarken en Zweden wordt Vlaanderen verder gepositioneerd als kwaliteitsbestemming via online bannering, ondersteund met een bescheiden printcampagne. De activiteiten van het bureau in Kopenhagen eindigden op 31 maart 2011 omwille van budgettaire redenen en in het kader van een geactualiseerd toeristisch marketingplan waarin nieuwe accenten worden gelegd. In het voorjaar 2011 nam Toerisme Vlaanderen de nodige initiatieven om een 'Scandinavia desk' op te zetten teneinde beide markten verder te bewerken vanuit het hoofdkantoor in Brussel.

INTERCONTINENTALE MARKTEN

Het kantoor in de Verenigde Staten (VS) heeft vooral ingezet op een actieve marktwerking door deelname aan de voornaamste professionele beurzen en het voeren van actieve promotie via seminaries en conferenties gericht op de reispers. Deelname aan de beurzen wordt, zo mogelijk, gekoppeld aan een showcase van de bestemming, onder de vorm van een receptie, ontbijt met presentatie e.d.

Toerisme Vlaanderen ging op de Japanse markt een samenwerkingsverband aan met het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) en met de Koninklijke Luchtvaartmaatschappij (KLM). Meer dan 75% van de tourproducten op de Japanse markt zijn een combinatie van Vlaanderen met Nederland. Het verkopen en promoten van Holland-Flanders als dé reiscombinatie in West-Europa is dan ook de bedoeling, en dit met behoud van ieders authenticiteit en eigenheid. Op 1 juni zag de gezamenlijke portaal-site <http://www.hollandflanders.jp> het licht.

NIEUWE MARKTEN

Op de Chinese markt slaagt Toerisme Vlaanderen erin om prominent aanwezig te zijn in de lokale pers. Het bouwde ook een constructieve samenwerking uit met de Chinese reisindustrie en tussen de Chinese reisindustrie en de diverse partners in Vlaanderen. Dit bevordert de beeldvorming over en de bekendheid van Vlaanderen in China en opent mogelijkheden voor Vlaamse partners in de toeristische sector om in te spelen op de Chinese markt. Een erg geslaagde Road Show tijdens de Wereld Expo 2010 in Shanghai leverde intensieve en productieve contacten op tussen de Vlaamse en de Chinese reisindustrie, met een directe meerwaarde voor de Vlaamse deelnemers.

De bewerking van de Russische markt gebeurt momenteel vanuit Toerisme Vlaanderen in Brussel. In de afgelopen periode besteedde Toerisme Vlaanderen aandacht aan het internationaal imago van Vlaanderen door middel van het lanceren van 4 nieuwsbrieven per jaar, de uitgave van een werfbrochure, de deelname aan de beurs MITT, talrijke contacten met de sector ter plaatse en het organiseren van pers- en tradereizen.

In India focust Toerisme Vlaanderen vooral op New Delhi, Mumbai en Chennai. Vanuit deze steden vliegt Jet Airways rechtstreeks op Brussel. Vlaanderen is een relatief nieuwe bestemming voor de Indische reiziger. De meeste initiatieven staan dan ook in het kader van het creëren van naam bekendheid en het genereren van zoveel mogelijk visibiliteit voor de bestemming in de diverse Indische pers- en tradekanalen.

Beleidsopties 2011-2012

Toerisme Vlaanderen stemt de actieplannen voor de secundaire en tertiaire markten af op het nieuwe internationaal marketingplan.

Vanaf 1 september 2011 start ik de 'Scandinavia desk' op. Deze desk staat specifiek zal in voor de toeristische marketing van Vlaanderen in Denemarken en in Zweden vanuit Brussel. Parallel werkt Toerisme Vlaanderen aan een nieuwe website met een specifieke benadering voor Denemarken en Zweden. Volgens de huidige planning zal deze site in januari 2012 operationeel zijn.

Toerisme Vlaanderen onderzoekt de mogelijkheid om in Rusland aanwezig te zijn via een plaatselijke vertegenwoordiging ('representation office').

Na mijn deelname aan de General Assembly van UNWTO in Gyeongju, Korea, breng ik aansluitend een bezoek aan Beijing, China. Dit bezoek kadert in de activiteiten die Toerisme Vlaanderen

organiseert naar aanleiding van het 5-jarig bestaan van haar vestiging in Beijing. Het kantoor van Toerisme Vlaanderen neemt de gelegenheid te baat om haar lokale partners in de Chinese pers en toeristische sector te bedanken voor de ondersteuning en samenwerking van de laatste jaren. Een ontmoeting met de top van de China National Tourism Administration en de Chinese luchtvaartmaatschappij Hainan Airlines staan ook op de agenda.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik voor de toeristische marketing en promotie van de secundaire en tertiaire markten een totaal budget van 1.920.000 euro uitgetrokken: op de Spaanse markt: 500.000 euro, op de Italiaanse markt: 200.000 euro, op de Oostenrijkse markt: 150.000 euro, op de Deense en Zweedse markt: 50.000 euro, op de markt van de Verenigde Staten: 400.000 euro, op de Japanse markt: 120.000 euro, op de Chinese markt: 200.000 euro, op de Indische markt: 150.000 euro en op de markt van de Russische federatie: 150.000 euro .

3.3. Coördinerende rol binnenlandmarketing

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Toerisme Vlaanderen vond met Xenarjo een private partner die sinds 1 januari 2011 de verkoop, promotie, distributie en afhandeling van de Vlaanderen Vakantiecheque op zich neemt. De verkoopcijfers van het eerste semester 2011 zijn even hoog als in dezelfde periode vorig jaar toen Toerisme Vlaanderen de cheque nog beheerde. Dit is alvast een positief signaal en betekent dat de overgang vlot verlopen is.

Ook de brochure Vlaanderen Vakantieland kreeg, met De Standaard boekhandel, na raadpleging van de markt een bijkomend toegankelijk distributiepunt,. Daarnaast werden voorbereidingen getroffen voor een nieuw gedrukt medium dat begin 2012 zal verschijnen.

De webstek www.Vlaanderen-Vakantieland.be werd vernieuwd. Daarbij ging extra aandacht naar de integratie van TripAdvisor, Resto.be en andere bestaande digitale informatieplatformen, en sociale media zoals Facebook, Twitter,...

In uitvoering van het Witboek Interne Staatshervorming heb ik samen met de provinciale partners, de kunststeden en de Federatie van de Toeristische Industrie (FTI) het nieuwe samenwerkingsmodel op de binnenlandse markt grondig voorbereid en bediscussieerd. In oktober 2010 lag een nota over de toekomstige samenwerking en rolverdeling ter tafel, die alle betrokkenen in april 2011 goedkeurden. Het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel bevestigt die rolverdeling. Het nieuwe model zal in 2013 in voege komen. Op 12 september 2011 had ik een politiek overleg met de gedeputeerden van toerisme om verdere afspraken te maken met de provincies omtrent de binnenlandmarketing.

Beleidsopties 2011-2012

2012 wordt een overgangsjaar waarin alle voorbereidingen en communicatie moeten gebeuren zodat de binnenlandactiviteiten van Toerisme Vlaanderen naadloos kunnen ingebed worden in het nieuwe samenwerkingsmodel voor de binnenlandse marketing. De overkoepelende taken - acties die de algemene reputatie van Vlaanderen als vakantiebestemming positief beïnvloeden – worden bij Toerisme Vlaanderen ingepland. Daarbij gaat veel aandacht naar de verdere uitbouw van het merk Vlaanderen Vakantieland. Uiteraard komt Toerisme Vlaanderen ook alle eerder gemaakte engagementen na, o.a. de brochure Vlaanderen Vakantieland 2012 publiceren, acties opzetten ter ondersteuning van deze brochure en de website en sociale media maximaal benutten als communicatiekanalen.

De nieuwe Vlaanderen Vakantiecheque wordt verder geoptimaliseerd en uitgebouwd om de verkoop van de cheque te maximaliseren.

Toerisme Vlaanderen bespreekt met de VRT een nieuwe samenwerkingsovereenkomst - de bestaande loopt ten einde op 31 december 2011.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik voor de coördinatie van de binnenlandse marketing en promotie een netto budget van 1.000.000 euro uitgetrokken.

4. De volwaardige participatie aan toerisme voor iedere Vlaming mogelijk maken

4.1. Een betaalbaar aanbod voor mensen die in armoede leven

Realisatie beleidsopties 2010-2011

In 2010 genoten 97.980 personen van een daguitstap of vakantie via bemiddeling van het Steunpunt Vakantieparticipatie van Toerisme Vlaanderen.

Het Steunpunt zette 2011 in met de viering van het 10-jarige bestaan, met onder andere de publicatie van een eenmalig en uitgebreid gedocumenteerd tijdschrift. In samenwerking met de Antwerpse Zoo namen 500 vakantiegangers, toeristische partners, sociale organisaties en andere betrokkenen deel aan een Forum en dachten mee na over de volgende 10 jaar.

Ik versterkte de werking van het Steunpunt door een samenwerking met vzw Horizont op te zetten. De samenwerkingsovereenkomst die op 31 januari 2011 werd ondertekend, bundelt de expertise van beide partners en heeft tot doel: (1) de oprichting van aanspreekpunten voor 'niet georganiseerde personen in armoede', (2) een beter en breder bereik van mensen in armoede en (3) een versterking van de begeleiding op maat, verhoging van de kwaliteit.

Meer en meer vindt 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' ingang in de toeristische sector. Het is een verhaal van winst voor de ondernemingen én voor de samenleving. De sector werkt vanuit zijn eigen invalshoek aan de bestrijding van armoede en sociale uitsluiting en draagt zo bij tot de doelstellingen van het Vlaams Actieplan Armoedebestrijding. Meer dan 400 toeristische partners verlagen hun tarieven en stellen een aanbod beschikbaar voor mensen in armoede via het Steunpunt Vakantieparticipatie.

Eind 2010 lanceerde ik een subsidieoproep voor erkende sociaaltoeristische verenigingen. De middelen – zowel voor de organisatie van sociale vakanties als voor de coördinatoren – heb ik verhoogd.

Op 14 juni 2011 diende Toerisme Vlaanderen een Europees project in binnen het kader van het Calypsoprogramma van de Europese Commissie. Het 'FETE' project – First European Travel Experience – is een internationaal uitwisselingsproject dat jongeren (16-26 jaar) met beperkte reiservaring (ten gevolge van financiële en andere redenen) wil helpen reizen in het laagseizoen door de drempels te verlagen. Bij internationale reizen zullen het intercultureel leren, de grensoverschrijdende sociale interactie en het Europees burgerschap versterkt worden. Toerisme Vlaanderen treedt op als leider van het project. Partners zijn: de regio Jämtland Häriedalen (Zweden), de Kainuu regio (Finland) en Mecklenburg-Vorpommern (Duitsland). Het antwoord van de Europese Commissie wordt afgewacht.

Ik startte het 'Lerend Netwerk' voor aanbieders van georganiseerde vakanties op dat zal bouwen aan de uitwisseling van ervaring en kennis inzake vakanties voor personen die in armoede leven.

Beleidsopties 2011-2012

Ik draag bij aan de realisatie van het Vlaams Actieplan Armoede door ernaar te streven dat elke Vlaming op een zelfgekozen wijze kan participeren aan toerisme. De bemiddelende rol van het Steunpunt Vakantieparticipatie van Toerisme Vlaanderen is hierin cruciaal. Ik blijf de werking van dit Steunpunt dan ook ondersteunen in 2011-2012. Ik zal hierbij sociale innovatie stimuleren. Het gaat dan om het toepassen van kennis, over het creëren van een draagvlak in de samenleving, en over samenwerking met de juiste partners. Werken aan al deze aspecten versterkt de werking van het Steunpunt Vakantieparticipatie en creëert het juiste klimaat voor sociale innovatie. Ondersteuningsinstrumenten worden ontwikkeld, overleg met relevante partners staat op de voorgrond.

Ik zet de samenwerking met vzw Horizont verder. Er wordt actief gezocht naar nieuwe partners om een 'rap op stap'-werking op te zetten: daarbij wordt de mogelijkheid geboden om via een neutraal, persoonlijk contact in de eigen regio een uitstap of vakantie te regelen.

Deze formule verlaagt de drempel tot het aanbod aanzienlijk. In het voorjaar 2012 zullen een aantal proefprojecten worden geselecteerd.

Ik geef opdracht aan het Steunpunt een verdere uitbreiding te realiseren van het vakantieaanbod voor mensen in armoede. Het concept 'maatschappelijk verantwoord ondernemen' zal verder uitgedragen worden. Ik vraag aan het Steunpunt om nieuwe toeristische partners te motiveren een aanbod aan sociaal tarief beschikbaar te stellen. Ik ondersteun de partners door middel van gerichte vorming, informatie en inspiratie.

Indien het wordt goedgekeurd, zal het Calypsoproject FETE van start gaan.

Het Lerend Netwerk krijgt het volgende jaar verder vorm en zal mijn gesprekspartner zijn bij de uitvoering van mijn Toerisme voor Allen-beleid.

De projecten lokale diensteneconomie werden geëvalueerd. Op basis hiervan heroriënteer ik de klaverbladfinanciering naar de ondersteuning van projecten in het kader van toerisme voor allen.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik 294.000 euro uitgetrokken voor de ondersteuning van het Steunpunt Vakantieparticipatie. In het kader van subsidies Toerisme voor Allen trek ik op de begroting van Toerisme Vlaanderen een budget van 460.000 euro uit voor de werking (vakanties realiseren) en 153.000 euro voor de coördinatoren van sociaaltoeristische verenigingen. Voor de ondersteuning van projecten in het kader van de lokale diensteneconomie voorzie ik een budget van 208.000 euro op de begroting van Toerisme Vlaanderen.

4.2. Een toegankelijk aanbod voor mensen met een handicap, ouderen en zieken

Beleidsopties 2010-2011

ZORGVAKANTIES

Ik heb 'zorgvakanties' als prioritair thema inzake toegankelijkheid naar voor geschoven. Nieuwe projecten voor zorgvakantieverblijven krijgen financiële steun via subsidies Toerisme voor Allen en directe investeringen door Toerisme Vlaanderen. De eerste realisaties zijn er: al in 2009 opende 't Mechels Bos in Maasmechelen zijn deuren, met zorgvakantieappartementen voor gezinnen met kinderen, in het najaar 2010 opende de nieuwe zorgvakantieaccommodatie van Triamant Haspengouw. Voor andere analoge projecten werden subsidies vastgelegd: De Kleppe in Brakel, Dielies in Dilsen-Stokkem, D'oude Kwaremont in Kluisbergen, het zorgvakantiecentrum voor ALS-patiënten in Middelkerke.

Dankzij de samenwerking tussen het Rode Kruis en Pasar krijgt het domein Polderwind in Zuienkerke – eigendom van Toerisme Vlaanderen – een nieuwe bestemming als zorgvakantieverblijf.

INFOPUNT TOEGANKELIJK REIZEN

Het Infopunt zette haar inspanningen met betrekking tot een toegankelijk reisaanbod voort onder andere in de vorm van verstrekte infodossiers en via de website www.toegankelijkreizen.be en de brochure "All in – toegankelijke vakantieverblijven in Vlaanderen en Brussel".

In 2010 ontvingen 244 logiesaccommodaties, na doorlichting, het toegankelijkheidslabel: 11 hiervan ontvingen het A+ label (comfortabel toegankelijk), 47 het A-label (basistoegankelijk), 186 het I-label (informatie beschikbaar). In de eerste helft van 2011 kregen 85 logiesaccommodaties een toegankelijkheidslabel: 2 verblijven ontvingen het A+ label, 19 het A-label, en 64 het I-label.

De informatie over het toegankelijk vakantieaanbod in Vlaanderen werd uitgebreid en op een gebruiksvriendelijke manier aangeboden via een GIS-kaarttoepassing op www.toegankelijkreizen.be. Het Infopunt organiseerde vijf vormingssessies van één dag voor gidsen en reisleiders over het onthalen en rondleiden van personen met een beperking.

Voor de realisatie van een toegankelijke vakantieketen heb ik het gevoerde subsidiebeleid voor toegankelijkheidsinspanningen van verblijfsaccommodatie, toeristisch recreatieve projecten en infokantoren verder gezet. In 2010 kregen 5 hotels (284.331 euro), 1 openlucht recreatief verblijf (4.700 euro), 42 Toerisme voor Allen-verblijven (raming 1.310.749,35 euro), 3 toeristisch-recreatieve projecten en infokantoren (171.300) een premie voor toegankelijkheidswerken.

40 toeristische recreatieve projecten kregen een toelage mits te voldoen aan de toegankelijkheidscriteria. Premiedossiers in het kader van de impulsfondsen Kust en Grote Oorlog volgden dezelfde aanpak. In dossiers die betrekking hebben op infrastructuurwerken heb ik toegankelijkheidscriteria opgelegd en mee gesubsidieerd.

Beleidsopties 2011-2012

Ik werk verder aan de uitvoering van het actieplan ‘vakantie met zorg’ door financiële en technische ondersteuning voor de uitbreiding van het aanbod en onderzoek naar de wenselijkheid en ontwikkeling van een zorgvakantie-coördinatiepunt (ter aanvulling van het Infopunt), waar informatie over toegankelijke vakanties en mogelijke zorgondersteuning zou gebundeld worden.

Het Infopunt Toegankelijk Reizen van Toerisme Vlaanderen blijft betrouwbare informatie op maat verschaffen aan personen met een beperking, ouderen en zieken. Toerisme Vlaanderen investeert ook verder in het bekendmaken in binnen- en buitenland van het toegankelijk vakantieaanbod in Vlaanderen, met toegankelijkheidsdoorlichtingen en de uitreiking van het toegankelijkheidslabel, gerichte promotieacties, brochures, en via de meertalige website www.toegankelijkreizen.be.

Ik zet verder in op de ontwikkeling van de toegankelijke vakantiebestemming Vlaanderen. Ik verstrek financiële steun voor toegankelijkheidsaanpassingen aan verblijfsaccommodatie, Toerisme voor Allen vakantiecentra en jeugdverblijven, toeristisch-recreatieve projecten en infokantoren. Het Infopunt zorgt daarbij voor technische oriëntering en ondersteuning van de toeristische sector.

Ter voorbereiding van de herdenking van de ‘Grote Oorlog 2014-2018’ ondersteun ik een proefproject toegankelijkheid, dat de volledige vakantieketen (info en onthaal, verblijf, beleving, mobiliteit...) in de regio onder de loep neemt en knelpunten wegwerkt. Het project start in het najaar van 2011 en zal over 3 jaar lopen.

Budget 2012

Naast een budget van 243.000 euro voor de toegankelijkheidswerking, zit de financiële ondersteuning van investeringen in toegankelijkheid vervat in de verschillende impulsprogramma's.

4.3. Een ruimer aanbod voor jeugd

Realisatie beleidsopties 2010-2011

In 2010 heb ik via subsidies in het kader van Toerisme voor Allen 82 jeugdverblijven voor een totaal bedrag van 2,6 miljoen euro ondersteund op vlak van vernieuwing, modernisering en veiligheid. Drie nieuwe jeugdverblijven openden hun deuren: 't Ravenhof in Ieper (september 2010), Chiro-Achter-Olen (2011) en Jeugdherberg Pulcinella in Antwerpen (juni 2011). Het totale aantal jeugdverblijven met een definitieve erkenning steeg verder. Halfweg 2011 zijn er 134 jeugdverblijven met een jeugdlabel A, 137 verblijven met jeugdlabel B, 143 verblijven van het type C en 19 definitief erkende hostels.

In januari 2010 is de task force van het actieplan Jeugdverblijven opnieuw opgestart, dat een oplossing ontwikkelt voor de problemen op het vlak van ruimtelijke ordening waarmee jeugdverblijven geconfronteerd worden. Het actieplan werd verder verfijnd en bijgeschaafd. In de lijst van nog op te starten acties werden de prioriteiten aangeduid en die lijst werd als addendum gevoegd bij het actieplan jeugdverblijven en door de Vlaamse Regering goedgekeurd op 23 juli 2010. In het najaar 2010 zijn de verschillende partijen rond de tafel gaan zitten om de prioritaire acties uit te werken in een concreter stappenplan. Vanaf 2011 worden deze acties uitgevoerd. De task force komt een paar keer per jaar samen om de uitvoering van het actieplan op te volgen.

De inhaalbeweging jeugdverblijfinfrastructuur via directe investeringen en alternatieve financiering door Toerisme Vlaanderen is op kruissnelheid. De nieuwe jeugdherberg van Antwerpen heb ik officieel geopend op 7 mei 2011. De jeugdherberg beschikt over 162 bedden en is een eigentijdse, trendy logies met veel comfort, aandacht voor duurzaamheid en toegankelijkheid. Jeugdherberg Pulcinella telde reeds 15.000 overnachtingen.

Deze jeugdherberg is net als de andere stedelijke jeugdherbergen bedoeld voor het individueel jongerentoeisme, met een stevig aandeel buitenlandse overnachtingen. Voor de jeugdherbergen in Hasselt (nieuwbouw, 120 bedden), Kortrijk (verbouwing, 120 bedden), Brussel (uitbreiding, 52 bedden), Brugge (nieuwbouw, 120 bedden) en Oostende (verbouwing, 170 bedden) is de aanbestedingsprocedure lopende. De realisatie van het project Jeugdverblijf De Hagaard (nieuwbouw, 90 bedden) in Overijse gaat in het najaar 2011 van start. Voor nieuwe verblijfsprojecten in Lier, Brasschaat en Diest zet Toerisme Vlaanderen het voortraject (invulling programma, keuze locatie, kostenraming, juridische structuur...) verder.

Om informatie op maat van jonge stadsbezoekers en internationale rugzaktoeristen te garanderen heb ik USE-IT financieel ondersteund via het Kunststedenactieplan. Deze waardevolle werking kan niet langer als een 'project' beschouwd worden. Omwille van redenen van onafhankelijkheid wenste USE-IT echter niet in te gaan op een aanbod dat een sterkere operationele samenwerking met Toerisme Vlaanderen meebracht (met ondermeer USE-IT baliewerking bij Toerisme Vlaanderen op de Grasmarkt te Brussel).

Beleidsopties 2011-2012

Ik blijf de kwaliteit van het bestaande aanbod aan jeugdverblijven bewaken. De diensten van Toerisme Vlaanderen informeren, sensibiliseren en begeleiden jeugdverblijven om zich in orde te stellen met de erkenningscriteria. Om een kwalitatief en betaalbaar aanbod te realiseren voor de doelgroep, stimuleer ik ook het professioneel beheer van de verblijven via een managementondersteuning in uitvoering van het Toerisme voor Allen decreet. Ik steun de uitbouw van de website www.jeugdverblijven.be en neem de jeugdlogies op in de consumentenwebsite van Toerisme Vlaanderen voor zover deze relevant zijn voor en kunnen geboekt worden door particulieren.

Ik geef verdere uitvoering aan de acties uit het actieplan jeugdverblijfscentra.

De aanbestedingsprocedures voor de jeugdherbergen in Hasselt, Kortrijk, Brussel, Brugge en Oostende lopen en zullen uiterlijk in 2012 worden afgerond, zodat de werken aansluitend kunnen starten. Voor de jeugdherberg in Brussel dien ik de oenteigeningsprocedure gerechtelijk in te leiden nadat een oriënterend bodemonderzoek heeft plaatsgevonden, waarvan ik het rapport in september 2011 verwacht. De bouwwerken voor het nieuw te bouwen jeugdverblijf Hagaard te Overijse starten in het najaar 2011. Het voortraject voor de jeugdverblijven in Lier, Diest en Brasschaat wordt voortgezet en afgerond. In het najaar 2011 start eveneens de voorbereiding van een grootschalige renovatie van jeugdherberg De Fiertel te Ronse.

Internationaal en professioneel onthaal en productontwikkeling voor jongeren blijft belangrijk. Daarom blijf ik de werking van USE-IT financieel ondersteunen.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik 3.900.000 euro uitgetrokken voor subsidies voor de modernisering van erkende jeugdverblijfinfrastructuur in het kader van de uitvoering van het decreet Toerisme voor Allen. Via het mechanisme van directe investeringen trek in 4.295.000 euro uit op de begroting van Toerisme Vlaanderen voor jeugdverblijfinfrastructuur.

De werking van USE-IT steun ik structureel door een budget van 80.000 euro in te schrijven op de begroting van Toerisme Vlaanderen.

4.4. Een aantrekkelijk aanbod voor gezinnen met kinderen

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Via een aangepaste vraagstelling van het tweejaarlijks onderzoek naar het reisgedrag van WES is het mogelijk om een diepgaande analyse te maken van het reisgedrag van gezinnen met kinderen.

Ondertussen zette ik de animatiesubsidies voor sociaaltoeristische verblijven (decreet Toerisme voor Allen) in het teken van kind- en gezinsvriendelijkheid en stelde de oproep 2010 in die zin op. Verschillende verblijfscentra gingen hierop in en ontvingen betoelaging voor animatie gericht op grootouders/kleinkinderen (zoals Vakantiecentrum Ter Helme in Oostduinkerke), inrichten van een speelhoek voor kinderen (zoals Petit Rouge in Blankenberge), en dergelijke meer.

Beleidsopties 2011-2012

WES rondt het tweejaarlijks onderzoek naar het reisgedrag van de Belgen af de loop van 2011. Toerisme Vlaanderen neemt de specifieke analyse naar het reisgedrag van gezinnen met kinderen kritisch door. Op basis hiervan werk ik eventueel verdere of andere maatregelen voor de doelgroep van gezinnen met kinderen uit.

Ook in de oproep 2011 voor animatiesubsidies leg ik nadruk op kind- en gezinsvriendelijke projecten. Ik geef Toerisme Vlaanderen de opdracht om deze animatiesubsidies te screenen op hun effectiviteit en desgevallend alternatieven te onderzoeken. Met dit initiatief geef ik uitvoering aan het doelstellingskader Gelijke Kansen dat op 9 juli 2010 door de Vlaamse Regering is goedgekeurd, met name aan de actie toegankelijkheid (OD1).

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik 150.000 euro uitgetrokken voor subsidies voor gezinsvriendelijke animatie in sociaaltoeristische verblijven in het kader van de uitvoering van het decreet Toerisme voor Allen.

4.5. Een duurzaam patrimoniumbeleid van Toerisme Vlaanderen

Realisatie beleidsopties 2010-2011

De patrimoniumportefeuille van Toerisme Vlaanderen worden verder dynamisch beheerd, waarbij eigendommen een (nieuwe) bestemming krijgen of worden vervreemd. Belangrijke bewegingen de voorbije periode waren: de officiële opening van de gemeenschapszone in Bredene op 30 juni 2011, de herbestemming van het domein Polderwind in Zuienkerke en het te koop stellen van de camping van Oudenaarde, nadat de erfpachthouder de uitbating had stopgezet.

Duurzaamheid en toegankelijkheid zijn belangrijke aandachtspunten voor alle patrimoniumprojecten van Toerisme Vlaanderen die opgestart zijn in 2010 - 2011. Bij de ontwerpen wordt het Leadership in Energy and Environmental Design (LEED)-systeem toegepast, wat moet resulteren in duurzaam materiaalgebruik, energie- en waterverbruik.

Bij alle nieuwbouw- of verbouwingsprojecten pas ik toegankelijkheidscriteria toe, met het oog op het behalen van het toegankelijkheidslabel. Dit moet resulteren in een ruimer aanbod voor mensen met een handicap en ouderen.

Beleidsopties 2011-2012

Binnen het patrimoniumbeleid blijft de realisatie van een kwaliteitsvol aanbod voor jeugd en zorgvakanties prioritair.

Ik zet het dynamisch patrimoniumbeheer verder.

Duurzaamheid en toegankelijkheid blijven belangrijke aandachtspunten voor de nieuwe projecten.

Het LEED-model zal steeds toegepast worden in de nieuwe ontwerpen, voor een zo duurzaam mogelijk eindresultaat van de nieuw gerealiseerde infrastructuur. Ik zal Toerisme Vlaanderen ook vragen om energie-audits uit te voeren in de bestaande eigen domeinen en huizen. Een duurzame verblijfsaccommodatie veronderstelt ook een goede rentabiliteit. Ik wil dit dan ook nog meer monitoren en rentabiliteitsaudits laten uitvoeren in de eigen domeinen. Toerisme Vlaanderen liet alle eigen domeinen doorlichten op toegankelijkheid en definieerde prioritaire aanpassingen. De toepassing van toegankelijkheidscriteria bij alle bouwdoSSIERS (nieuwbouw en verbouwing) moet resulteren in een verbetering van de toegankelijkheid en het behalen van een toegankelijkheidslabel.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik 75.000 euro uitgetrokken voor de realisatie van een duurzaam en toegankelijk patrimoniumbeleid.

5. De efficiëntie en effecten van het werk van de toeristische overheden verhogen

5.1. Herstructureren van het toeristisch beleid op Vlaams niveau

5.1.1. Agentschap Toerisme Vlaanderen herstructureren

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Op 8 augustus 2011 verscheen in het Belgisch Staatsblad het decreet van 8 juli 2011 tot wijziging van verschillende decreten in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen. Daarmee heb ik de juridische basis gelegd om de taken met betrekking tot het vergunnen, classificeren en handhaven van logies en reisbureaus vanaf 1 januari 2012 over te dragen aan het departement Internationaal Vlaanderen. Over de continuïteit, ook van het digitale systeem VLIS, zijn sluitende afspraken gemaakt.

Ook vanaf 1 januari 2012 integreert Toerisme Vlaanderen zijn ondersteunende diensten (boekhouding, personeel, logistiek, ICT) in bij de managementondersteunende diensten van de beleidsdomeinen Internationaal Vlaanderen en Diensten Algemeen Regeringsbeleid (MOD DAR-iV). Door deze integratie realiseer ik efficiëntiewinsten en maak ik Toerisme Vlaanderen voorloper in het plan om te komen tot een meer efficiënte Vlaamse overheid. Vanaf de herfst van 2010 werd ook deze overdracht voorbereid.

In mijn beleidsnota kondigde ik aan dat ik de verschillende en uiteenlopende subsidiesystemen voor toerisme zou samenbrengen en integreren tot een transparant geheel van impulsprogramma's. Als eerste stap werd de overdracht van enkele subsidielijnen van het departement internationaal Vlaanderen aan Toerisme Vlaanderen administratief en begrotingstechnisch voorbereid. In aanloop naar een nieuwe reglementaire basis voor de uitvoering van de impulsprogramma's keurde de Vlaamse Regering op 9 september 2011 de aanpassing van het besluit toeristisch-recreatieve projecten goed en machtigde de Vlaamse Regering Toerisme Vlaanderen om zogenaamde 'ad nominatim' subsidies toe te kennen.

De logiesbarometer en attractiebarometer die werden ontwikkeld bij het Steunpunt Toerisme en Recreatie werden gedocumenteerd. Toerisme Vlaanderen stelde een extra medewerker aan om de overdracht van de databankgegevens van het steunpunt naar Toerisme Vlaanderen in goede banen te leiden.

In mijn opdracht ontwikkelde Toerisme Vlaanderen een visie en een concreet voorstel om een beter en meer transparant overleg met de sector te garanderen. Het Raadgevend Comité krijgt daarin – conform het wijzigingsdecreet – de hoofd- maar niet de enige rol.

Wat de interne werking betreft, installeerde de administrateur-generaal met ingang van 1 januari 2011 een nieuwe organisatiestructuur. Verdere wijzigingen in structuur, veranderingen op microniveau en de implementatie in de dagelijkse werking waren in de lente van 2011 onderwerp van discussie binnen Toerisme Vlaanderen zelf. Het interne hertekeningproces zal eind 2011 afgerond zijn.

Beleidsopties 2011-2012

Ik bereid de personeelsmigratie naar het departement Internationaal Vlaanderen en naar de MOD DAR-iV verder administratief en praktisch voor, zodat de impact van deze wijziging minimaal is.

Zoals ik al aankondigde in punt 1.1. van deze beleidsbrief centraliseer ik vanaf 2012 de behandeling van de subsidielijnen en impulsprogramma's bij Toerisme Vlaanderen.

In de herfst van 2011 gebeurt de effectieve overdracht van datagegevens van het Steunpunt aan Toerisme Vlaanderen.

Eveneens in de herfst van 2011 verwacht ik te kunnen beslissen over de aanpak van het belanghebbendenmanagement bij Toerisme Vlaanderen en zal ik het vernieuwde Raadgevend Comité benoemen. Bij Toerisme Vlaanderen zelf zullen dan ook de medewerkers aangeduid worden die voor bepaalde terreinen hét aanspreekpunt voor de sector worden.

Vanaf 2012 moet dit gestroomlijnd belanghebbendenmanagement realiteit zijn. Ik zal de opvolging van de uitvoering van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel een prominente plaats op de agenda geven.

De vernieuwde werking van Toerisme Vlaanderen wordt in detail uitgetekend en vertaald naar een personeelsplan met een tijdshorizon van 5 jaar. Daarbij zullen de herstructureringsnota, het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel en het Toerismepact 2020, het vernieuwde internationale marketingplan en het Witboek Interne Staatshervorming de toetsstenen zijn.

5.1.2. Kennis uitbouwen

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Het grootschalige vijfjaarlijkse marktonderzoek naar de recreatieve verblijfstoerist in de kunststeden, de Vlaamse regio's en aan de kust is in de loop van de paasvakantie 2011 van start gegaan. Duizenden toeristen worden bevraagd naar hun profiel, vakantiegedrag, activiteiten, bestedingen, enz. Extra onderzoeksvragen gaan in op het online-gedrag van de vakantiegangers. Het onderzoek loopt tot eind 2011.

Met de steun van het Kunststedenactieplan heb ik ook een onderzoek naar dagtoerisme opgezet.

Toerisme Vlaanderen startte met de opbouw van een kennisagenda. Op basis van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel, het internationaal marketingplan en de input van partners uit het toeristische werkveld vormt het een overkoepelend raamwerk voor afspraken met betrekking tot het verwerven en verspreiden van kennis over het toerisme.

Toerisme Vlaanderen bereidt zich in 2011 voor op de overdracht van datasystemen van het Steunpunt Toerisme en Recreatie. De vraag en aanbodmetingen van logies en attracties worden in het najaar 2011 overgedragen aan Toerisme Vlaanderen.

Ik continueerde de samenwerking met de Studiedienst van de Vlaamse Regering door nieuwe afspraken voor te bereiden die de samenwerking na afloop van het lopende Tourism Satellite Account-project (TSA) moeten waarborgen. Ik denk hierbij aan de update huidige TSA-tabellen en aan een agenda voor bijkomende onderzoeksopdrachten voor de komende jaren.

Beleidsopties 2011-2012

De resultaten van de marktonderzoeken naar verblijf- en dagtoerisme zijn eind 2011 bekend en ik zal aan Toerisme Vlaanderen de opdracht geven om ze in 2012 te ontsluiten naar een breed publiek.

De overdracht van de datasystemen van het Steunpunt Toerisme en Recreatie aan Toerisme Vlaanderen is voltooid eind 2011.

Ik werk samen met de toeristische partners en in overleg met het Departement internationaal Vlaanderen de kennisagenda voor de toeristische sector af in het najaar van 2011. Deze agenda met een horizon van vier jaar (2012-2015) wordt ingebed in de doelstellingen die binnen het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel geformuleerd zijn. De agenda bestaat uit inhoudelijke thema's die in de komende jaren verder moeten worden uitgediept. De agenda geeft een aanzet voor de te verzamelen indicatoren, methodes, bronnen, partners en internationale benchmarks met inbegrip van een timing. Vanaf 2012 voer ik de planning zoals die in de kennisagenda is opgesteld, systematisch uit.

Begin 2012 presenter ik de resultaten van de Vlaamse toeristische satellietrekeningen.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik 180.000 euro uitgetrokken voor de realisatie van marktonderzoek op de deelbestemmingen. Het budget voor de overige kennisinitiatieven wordt opgesteld van zodra de kennisagenda klaar is.

5.1.3. Vlaamse subsidiekanalen bundelen en integreren in impulsprogramma's

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Ik zette de eerste structurele stappen om een geïntegreerd systeem van impulsprogramma's voor het toerisme in Vlaanderen te realiseren. De Vlaamse Regering besliste het besluit op de toeristisch-recreatieve projecten op enkele punten te wijzigen. Daardoor maakte ik het mogelijk om de verschillende (huidige en toekomstige) impulsprogramma's in één besluit te integreren. Een richtlijn is opgemaakt. Alle aanpassingen zullen vertaald worden in de nodige infobrochures, aanvraagformulieren, beoordelingscriteria... zodat potentiële projectindieners vooraf goed geïnformeerd zijn.

De oproep tot het indienen van subsidieaanvragen voor 2012 wordt in het najaar van 2011 gelanceerd. In tegenstelling tot het verleden zal er ook voor het impulsprogramma voor de Vlaamse Kunststeden en Brussel een oproep tot indiening van te subsidiëren projecten zijn.

Beleidsopties 2011-2012

Subsidieaanvragen voor 2012 kunnen bij Toerisme Vlaanderen ingediend worden tussen 1 november 2011 en 1 februari 2012. Tegen de zomer van 2012 beslis ik op basis van de vooropgestelde criteria welke projecten betoelaagd krijgen.

2012 is een overgangsjaar voor de impulsprogramma's. De oproep 2012 gebeurt al gedeeltelijk volgens de nieuwe krijtlijnen. Tegen 2013 stem ik de impulsprogramma's voor Vlaamse bestemmingen verder op elkaar af zodat ik één transparant toeristisch financieringsprogramma realiseer via een kaderbesluit Toeristische Impulsen.

Ik ontwikkel specifieke impulslijnen gericht op de Vlaamse Kunststeden en Brussel, de Vlaamse Kust en de Vlaamse Groene Regio's. Daarnaast lanceer ik een specifieke themaoproep voor evenementen WO I. Ik heb de bedoeling om dergelijke thematische oproepen te herhalen in de toekomst.

5.1.4. Duurzaam toerisme

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Ik reikte de Travel Award voor de meest duurzame touroperator 2010 uit aan Joker.

Het Forum Duurzaam Toerisme in oktober 2010 bereikte 50 lectoren en touroperators.

De werkgroep Duurzaam recreatief vervoer stelde een actieplan op en enkele acties op korte termijn werden reeds gerealiseerd.

Toerisme Vlaanderen dient einde 2011 een Europees subsidiedossier in met als titel: Interregional networking and exchange on sustainable leisure travel.

Op 15 maart 2011 lanceerde ik de Groene Sleutel voor meetinglocaties. Op initiatief van de Vlaamse Kunststeden Antwerpen, Brugge, Gent, Leuven en Mechelen, en met steun van het Vlaams Kunststedenactieplan, werd dit keurmerk specifiek vertaald naar de vergadersector. Duurzaam vergaderen is immers in toenemende mate een criterium bij de keuze van de meeting- of congresbestemming. Vlaamse vergaderlocaties en congrescentra kunnen het onafhankelijke ecologische keurmerk de Groene Sleutel aanvragen. Een promofilmje promoot de Groene Sleutel bij de meetinglocaties in de kunststeden.

Op 30 maart 2011 ontvingen 70 toeristische ondernemingen de Groene Sleutel 2011. 10 daarvan ontvingen dit kwaliteitslabel voor milieuvriendelijke logies en attracties voor de eerste keer.

Toerisme Vlaanderen organiseerde in het voorjaar en de zomer 2011 TransitBars in Gent, Kortrijk, Sint-Katelijne-Waver en Leuven, een intensieve workshop van één dag met creatieve denkoefeningen in groep, ondersteund door innovatieve voorbeelden uit binnen- en buitenland. De TransitBars willen impulsen geven om kennis te nemen van de trends in de toeristische sector, en om opportuniteiten te verkennen inzake duurzame innovatie en samenwerking.

Beleidsopties 2011-2012

Tijdens 4 inspiratiemiddagen in de Kunststeden ontvangen meetinglocaties informatie over de Groene Sleutel. Uiteraard zet ik ook de werking van de Groene Sleutel voor logies en voor attracties verder en waar mogelijk versterk ik de werking.

De voorbije jaren introduceerde ik de principes van duurzame ontwikkeling in het hoger toerisme onderwijs. Ik start in 2012 het traject op voor het secundair onderwijs. Ik voorzie trainingen voor leerkrachten Toerisme en Aardrijkskunde. Samen met het onderwijzend personeel bekijk en ontwikkel ik voorstellen voor nieuw educatief materiaal.

Ook binnen de context van de VIA-rondetafel over innoverend ondernemen in het Toerisme die ik in december 2011 organiseer, zal ik met de ondernemingen in gesprek gaan over duurzaam toerisme en hoe ondernemers zowel als beleidvoerders hierin een rol kunnen spelen.

Budget 2012

Op de begroting 2012 van Toerisme Vlaanderen heb ik 74.000 euro uitgetrokken voor specifieke acties in het kader van duurzaam toerisme.

5.2. Afstemmen, overleggen en samenwerken met lokale besturen

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Ik heb met ruime inspraak van diverse partners waaronder de lokale en provinciale besturen het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel afgewerkt.

In het Witboek Interne Staatshervorming legde ik de krijtlijnen voor de toekomstige rolverdeling tussen de verschillende overheidsniveaus vast.

Op het vlak van de binnenlandse toeristische marketing bereikte ik een akkoord met de provinciale, lokale en private partners over de taakverdeling tussen hen en het Vlaamse overheidsniveau. Deze taakverdeling zit ook verweven in het strategisch beleidsplan.

Beleidsopties 2011-2012

In de herfst van 2011 nodig ik onder meer de lokale en provinciale besturen uit om het Toerismepact 2020 en het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel te onderschrijven, zodat vanaf 2012 de engagementen van elkeen duidelijk zijn.

Binnen het vernieuwd belanghebbendenmanagement van Toerisme Vlaanderen behoud ik eveneens een duidelijke positie voor de lokale en provinciale besturen voor, en geef ik aan Toerisme Vlaanderen de opdracht om de wederzijdse engagementen, beschreven in het strategisch beleidsplan, jaarlijks op te volgen.

5.3. Strategisch beleidsplan

Realisatie beleidsopties 2010-2011

Zoals ik in mijn beleidsnota toerisme al aangaf, beschouw ik de opmaak van een Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel als één van de prioriteiten tijdens mijn huidige bestuursperiode als Vlaams minister bevoegd voor toerisme. Met de gewaardeerde medewerking van vertegenwoordigers uit de hele toeristische sector is dat beleidsplan en Toerismepact 2020 er inmiddels gekomen.

Het proces voor de opmaak van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel startte met een grootschalige vergadering in april 2010, gevolgd door sectoriële werkgroepen, 3 vergaderingen met experts uit de toeristische sector en een reeks interviews met een 30-tal personen uit het toeristische werkveld. Na de zomer van 2010 tekende de expertengroep tijdens een tweedaagse in Geetbets de grote lijnen van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel uit. Eind vorig jaar kon de bredere toeristische sector het resultaat van deze tweedaagse verder bespreken en operationaliseren in de sectoriële werkgroepen. De ruime hoeveelheid verzamelde input werd samengebracht in een ontwerp strategisch beleidsplan. In het voorjaar 2011 formuleerden de leden van de expertengroep, alsook een aantal andere sleutelfiguren uit de toeristische sector in Vlaanderen, hun nuanceringen en aanvullingen bij deze teksten tijdens persoonlijke interviews. Daarna volgden 3 rondetafels (mobiliteit, ondernemerschap en erfgoed en

cultuur) om ook de input van andere beleidsdomeinen te verzamelen en een interview met de Studiedienst van de Vlaamse Regering. De 12 leden van de expertengroep en een aantal andere sleutelfiguren uit de toeristische sector in Vlaanderen legden in mei ll. de laatste hand aan het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel en het Toerismepact 2020.

Het overlegproces om tot dit plan te komen, heeft de nodige tijd gevergd, maar ik ben tevreden dat we elkaar hebben kunnen vinden in een gezamenlijk kader om doelstellingen te delen die de gehele sector vooruit zullen helpen. Op 15 juli 2011 nam de Vlaamse Regering akte van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel en hechtte ze haar goedkeuring aan het bijhorende Toerismepact 2020. Het Toerismepact 2020 wordt ter ondertekening voorgelegd aan de actoren die het toerisme in Vlaanderen vorm geven. Door het Toerismepact 2020 te ondertekenen, onderschrijven ze de missie, visie, krachtlijnen, strategische en operationele doelstellingen van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel en zullen ze hier mee uitvoering aan geven. De ondertekenaars engageren zich er ook toe om de uitvoering op te volgen. Het monitoringssysteem gekoppeld aan de strategische doelstellingen zal toelaten om de effectieve implementatie continu op te volgen.

Onderstaande visie vat kernachtig de richting samen die de Vlaamse toeristische actoren gezamenlijk uittekenden richting 2020:

*Tegen 2020 ontwikkelen de toeristische actoren het toerisme in Vlaanderen op een duurzame manier tot een economische **groeimotor** door meer **samenwerking** en door een uitgesproken **klantgerichte** en **professionele** aanpak.
De toeristische actoren positioneren Vlaanderen als een sterk **merk** en als een **kwalitatieve** toeristische **bestemming** in het **hart** van **Europa**.*

Deze visie resulteert in de volgende principes die de beleids- en bedrijfsvoering van de toeristische actoren schraagt: (1) denken vanuit de klant in plaats van uit je product; (2) de sector zelf maar ook de bestemming Vlaanderen sterker positioneren; (3) een macro-economische benadering van het toerisme hanteren met het oog op tewerkstelling en rendabiliteit, maar ook op duurzaamheid en participatie; (4) nog meer professionaliseren van de toeristische sector en (5) het uitbouwen van een innovatietraject, (6) dat alles door meer samenwerking en complementariteit na te streven.

Brussel vereist een bijzondere inspanning en een aparte benadering. De regionale, nationale en Europese rol van Brussel maken dat de ambities die Brussel voor zichzelf definieert (sterke uitbouw congresstoerisme, verdubbeling aantal overnachtingen tegen 2019) het voorwerp zijn van samenwerkingsformules die het bestek van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel soms overstijgen. Hier zal de Vlaamse overheid middels de bestaande instrumenten een geëigende inspanning leveren. Toch is het belangrijk dat ook Brussel, als toeristische bestemming en als onze hoofdstad waarvan de internationale bekendheid een locomotief is voor Vlaanderen als geheel, integraal deel uitmaakt van het strategisch beleidsplan. Uit concrete gezamenlijke projecten zal dit belang trouwens ook moeten blijken.

Beleidsopties 2011-2012

In een eerste fase nodig ik de sleutelfiguren die het toerisme in Vlaanderen vorm geven uit om het Toerismepact 2020 mee te ondertekenen. In december zal ik hen uitnodigen voor een formeel ondertekeningmoment. In een tweede fase zal ik alle andere actoren die een rol spelen in de verdere ontwikkeling van het toerisme in Vlaanderen actief aansporen om zich aan te sluiten bij de uitgetekende strategie en het Toerismepact 2020 mee te ondertekenen. Ik reken op de experts die intensief betrokken waren bij de opmaak van het plan om het ambassadeurschap op te nemen en hun toeristische partners ook uit te nodigen het Toerismepact 2020 mee te ondertekenen.

De toeristische actoren monitoren de uitvoering van iedere strategische doelstelling aan de hand van een indicatorenset. Het Toerismepact 2020 voorziet in de organisatie van een jaarlijkse staten-generaal, die ik voor het eerst zal organiseren eind 2012. De toeristische actoren in Vlaanderen zullen hier rapporteren en discussiëren over de uitvoering van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel. De toeristische actoren rapporteren over hun bijdragen van het voorbije jaar tot realisatie van de geformuleerde doelstellingen.

Daarnaast stellen zij de projecten voor die ze het komende jaar voorzien tot uitvoering van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel.

Het Raadgevend Comité van Toerisme Vlaanderen krijgt de opdracht om de uitvoering van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel meermaals per jaar op te volgen en te begeleiden. Het Raadgevend Comité presenteert de stand van zaken in de uitvoering van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel aan de jaarlijkse staten-generaal.

Het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel formuleert 38 projecten. De projecten werden opgesteld in overleg met de toeristische actoren, maar zijn indicatief en niet limitatief. Het Raadgevend Comité van Toerisme Vlaanderen zal de geformuleerde projecten verder finaliseren, kan projecten bijsturen of nieuwe projecten definiëren ter realisatie van de geformuleerde doelstellingen.

Toerisme Vlaanderen verzekert een ondersteunend kader voor het Raadgevend Comité opdat deze zijn rol als begeleider in de uitvoering van het Toerismepact 2020 optimaal kan waarmaken.

5.4. Flankerend beleid

Realisatie beleidsopties 2010-2011

De studie 'Opmaak van een beoordelingskader m.b.t. recreatief medegebruik' is afgerond. Recreatief medegebruik is in theorie een verantwoord en sterk principe. Toch blijkt het in de praktijk moeilijk te implementeren of leidt het alleszins tot veel discussie tussen de verschillende sectoren en ruimtegebruikers (natuur, landbouw, cultuur,...). De opdracht beoogde het afbakenen en verduidelijken van beoordelingscriteria die het 'recreatief medegebruik' bepalen.

De herziening van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen, dat de Vlaamse Regering op 17 december 2010 definitief vastlegde, houdt rekening met de resultaten van de RuiTeR-studie die de behoeften voor toerisme en recreatie in beeld bracht, en bijgevolg werd de geschatte ruimtebehoefte van de openluchtrecreatieve terreinen in rekening gebracht.

Parallel aan de verdere uitvoering van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen bereidt de Vlaamse Regering een nieuw Beleidsplan Ruimte voor. De Vlaamse Regering wil de voornaamste belanghebbenden van bij aanvang betrekken bij de opmaak van het nieuwe Beleidsplan Ruimte. Hiertoe organiseren zij vier partnerdialogen, waarvan de eerste plaatsvond eind 2010. Toerisme Vlaanderen nam deel aan deze eerste partnerdialoog en zal ook deelnemen aan de volgende.

Beleidsopties 2011-2012

Opvolgen van de voorbereiding voor het opstellen van een nieuw Beleidsplan Ruimte. In eerste instantie bijwonen van de partnerdialogen.

Geert Bourgeois

Viceminister-president van de Vlaamse Regering

Vlaams minister van Bestuurszaken, Binnenlands Bestuur, Inburgering, Toerisme en Vlaamse Rand

IV. REGELGEVINGSAGENDA

A. Gerealiseerde regelgevinginitiatieven 2010-2011

Titel van het initiatief	Betrokken regelgeving	Eventuele wettelijke deadline	Korte samenvatting van de beleidsdoelstelling(en)	Timing	Werd een RIA opgesteld?
Herstructurering van het agentschap Toerisme Vlaanderen	Decreet tot wijziging van verschillende decreten in het kader van de herstructurering van het agentschap Toerisme Vlaanderen	Geen	Regelgevinginitiatieven naar aanleiding van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen	Goedgekeurd door het Vlaams Parlement: 29 juni 2011 Bekrachtigd en afgekondigd door de Vlaamse Regering: 8 juli 2011	Neen (“auto-regulerend” karakter)
	Besluit van de Vlaamse Regering tot machtiging van het iva “Toerisme Vlaanderen” om ad nominatim subsidies toe te kennen	Geen	Regelgevinginitiatieven naar aanleiding van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen	Definitief goedgekeurd door Vlaamse Regering: 9 september 2011	Neen (“auto-regulerend” karakter)
	Besluit van de Vlaamse Regering tot wijziging van artikel 9, 13 en 14 van het besluit van de Vlaamse Regering van 2 april 2004 betreffende de erkenning en financiële ondersteuning van toeristisch-recreatieve projecten en strategische plannen	Geen	Regelgevinginitiatieven naar aanleiding van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen	Definitief goedgekeurd door Vlaamse Regering: 9 september 2011	Neen (“auto-regulerend” karakter)
Toeristisch logiesdecreet	Besluit van de Vlaamse Regering tot vaststelling van de voorwaarden waaronder	Geen	De nieuwe premiereregeling zal in de plaats treden van het huidige hotel- en kampeerpremiebesluit. De premiereregeling wordt	Principieel goedgekeurd door Vlaamse Regering: 15 juli 2011	Neen (weinig of geen impact op de doelgroepen en betrokkenen)

	investeringsubsidies kunnen worden toegekend aan toeristische logiezen		opengetrokken voor alle categorieën van toeristisch logies		
	Ministerieel besluit tot bepaling van de classificatienormen inzake comfort en het herkenningsteken voor een vergund vakantiepark	Geen	Het besluit bepaalt de classificatienormen inzake comfort en het herkenningsteken voor een vergund vakantiepark	Goedgekeurd op 14 juli 2011	N.v.t.

B. Regelgevingsagenda Beleidsbrief Toerisme - Beleidsprioriteiten 2011-2012

Titel van het initiatief	Betrokken regelgeving	Eventuele wettelijke deadline	Korte samenvatting van de beleidsdoelstelling(en)	Timing	Wordt er een RIA opgesteld?
Herstructurering van het agentschap Toerisme Vlaanderen	Besluit van de Vlaamse Regering tot uitvoering van de wijzigingen van verschillende decreten in het kader van de herstructurering van het agentschap Toerisme Vlaanderen	Geen	Het besluit geeft nadere uitvoering aan de decretale bepalingen met betrekking tot de overheveling van de taken (van Toerisme Vlaanderen naar het Departement internationaal Vlaanderen) inzake de uitvoering en handhaving van de toeristische regelgeving met betrekking tot de toeristische logiessector en de reisbureaus	Eind 2011	Neen (weinig tot geen inhoudelijke effecten)
	Ministerieel besluit tot uitvoering van de wijzigingen in het kader van de herstructurering van het agentschap Toerisme Vlaanderen	Geen	Het besluit geeft nadere uitvoering aan de decretale bepalingen met betrekking tot de overheveling van de taken (van Toerisme Vlaanderen naar het Departement internationaal Vlaanderen) inzake de uitvoering en handhaving van de toeristische	Eind 2011	N.v.t

			regelgeving met betrekking tot de toeristische logiessector en de reisbureaus		
Kaderbesluit financiële instrumenten toerisme	Besluit van de Vlaamse Regering van 2 april 2004 betreffende de erkenning en financiële ondersteuning van toeristisch-recreatieve projecten en strategische plannen	Geen	Een efficiënt financieringskader scheppen om impulsen te geven aan de Kust, Kunststeden en groene regio's en het project WO1	Nog te bepalen	Nog te bepalen
<i>Reisbureaudecreet en – uitvoeringsbesluit(en)</i>	Decreet houdende het statuut van de reisbureaus Besluit van de Vlaamse Regering tot uitvoering van het decreet van 2 maart 2007 houdende het statuut van de reisbureaus	Geen	Het Reisbureaudecreet en – uitvoeringsbesluit zullen in de loop van 2012 worden geëvalueerd. In voorkomend geval zal de regelgeving hierdoor worden aangepast.	Nog te bepalen	Nog te bepalen

BIJLAGE

V. SAMENVATTING VAN DE BELEIDSINTENTIES 2011-2012

- 1. De aantrekkings- en belevingswaarde van de toeristische bestemming(en) (in) Vlaanderen vergroten**
 - Uitwerken van het evenementenprogramma 2014-2015 in het kader van de herdenking van WOI.
 - Onderhandelen over en sluiten van een samenwerkingsovereenkomst met Visit Brussels.
 - Uitvoeren van de impulsprogramma's WOI-evenementen, Vlaamse Kust, Vlaamse Kunststeden en Brussel en Vlaamse Regio's.
 - Ontwikkelen van een globale en geïntegreerde visie over wandelen, fietsen en ruiteren.
 - Ontwikkelen van een overkoepelend concept en project rond 100 jaar Ronde van Vlaanderen
 - Chocoladebeleving als centraal thema in Vlaanderen Lekker Land
 - Versterken van het meeting en incentivetoerisme door de verdere uitbouw van de congresteams.

- 2. Stimuleren van toeristisch ondernemerschap**
 - Evaluatie van het decreet en uitvoeringsbesluiten van het statuut van de reisbureaus.
 - Versterken van de rol van Toerisme Vlaanderen als kenniscentrum voor de toeristische sector.
 - Evaluatie van de Masteropleiding toerisme en bijstelling van de langetermijnvisie.
 - Uitwerken en implementeren van de conclusies van de ViA-rondetafel "Innoverend ondernemen in toerisme".
 - Sluiten van een nieuwe samenwerkingsovereenkomst tussen de Vlaamse Regering en de KMDA.
 - Uitvoeren van de vernieuwde subsidieregeling voor de logiessector.
 - Implementeren van een label voor kampeerautovriendelijk logies.
 - Lanceren van een communicatiecampagne ter ondersteuning van het belang van de vergunning voor een reisbureau of verhuurkantoor.

- 3. Realiseren van een krachtadig marketingbeleid per macroproduct in functie van het verhogen van het economisch rendement**
 - Uivoeren van het nieuwe internationale strategische marketingplan.
 - Realiseren van het nieuwe samenwerkingsmodel voor de binnenlandse marketing.
 - Onderhandelen over en sluiten van een samenwerkingsovereenkomst met de VRT over Vlaanderen Vakantieland.

- 4. De volwaardige participatie aan toerisme voor iedere Vlaming mogelijk maken**
 - Uitvoeren van het actieplan "vakantie met zorg".
 - Verder realiseren van het actieplan jeugdverblijfcentra.
 - Verder inzetten op een dynamisch patrimoniumbeheer met bijzondere aandacht voor de realisatie van een kwaliteitsvol aanbod voor de jeugd en voor zorgvakanties.

- 5. De efficiëntie en effecten van het werk van de toeristische overheden verhogen**
 - Uitvoeren van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen en de migratie van taken en personeel naar het Departement internationaal Vlaanderen enerzijds en naar de MOD DAR-iV anderzijds.
 - Afwerken van de kennisagenda.
 - Bundelen en integreren van de toeristische impulsprogramma's en financiële instrumenten in een kaderbesluit toeristische impulsen.
 - Opstarten van een nieuw belanghebbendenmanagement bij Toerisme Vlaanderen.
 - Ondertekenen van het Toerismepact 2020 en opstarten van de uitvoering van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel

VI. UITVOERING REGEERAKKOORD - RESOLUTIES - MOTIES

1. Uitvoering Regeerakkoord “Een daadkrachtig Vlaanderen in beslissende tijden”

Regeerakkoord	Opgvolging – Uitvoering
<p>Toerisme biedt kansen tot ontmoeting, persoonlijke verrijking, verdieping van het gezinsleven, natuur- en cultuurbeleving. Toerisme en vakantie dragen zo bij tot het maatschappelijk welzijn. Alle Vlamingen moeten op een volwaardige en door henzelf gekozen wijze kunnen participeren aan het toerisme.</p>	
<p>Vlaanderen moet ervoor zorgen dat er kwalitatieve en betaalbare vormen zijn voor jongeren-, groeps- en gezinslogement, zoals familiehotels, gastenkamers, hoevertoerisme, plattelandstoerisme, jeugdkampplaatsen, kampeerplaatsen. De inhaalbeweging voor jeugdverblijfinfrastructuur wordt voortgezet: we realiseren dus het investeringsplan voor toeristische jeugdverblijfinfrastructuur.</p>	<p>De inhaalbeweging jeugdverblijfinfrastructuur via directe investeringen en alternatieve financiering door Toerisme Vlaanderen is op kruissnelheid. De nieuwe jeugdherberg van Antwerpen heb ik officieel geopend op 7 mei 2011. De jeugdherberg beschikt over 162 bedden en is een eigentijdse, trendy logies met veel comfort, aandacht voor duurzaamheid en toegankelijkheid. De jeugdherberg is net als de andere stedelijke jeugdherbergen bedoeld voor het individueel jongerentoeerisme, met een stevig aandeel buitenlandse overnachtingen. Voor de jeugdherbergen in Hasselt (nieuwbouw, 120 bedden), Kortrijk (verbouwing, 120 bedden), Brussel (uitbreiding, 52 bedden), Brugge (nieuwbouw, 120 bedden) en Oostende (verbouwing, 170 bedden) is de aanbestedingsprocedure lopende. De realisatie van het project Jeugdverblijf De Hagaard (nieuwbouw, 90 bedden) in Overijse gaat in het najaar 2011 van start. Voor nieuwe verblijfsprojecten in Lier, Brasschaat en Diest zet Toerisme Vlaanderen het voortraject (invulling programma, keuze locatie, kostenraming, juridische structuur...) verder.</p>
<p>We voorzien in een voldoende groot aanbod aan sociaal toerisme in eigen land en investeren in kleinschalige projecten voor specifieke doelgroepen van mensen die in armoede leven en mensen met beperkingen, zoals zorgvakanties. We bouwen het steunpunt Vakantieparticipatie verder uit.</p>	<p>Ik heb ‘zorgvakanties’ als prioritair thema inzake toegankelijkheid naar voor geschoven. Nieuwe projecten voor zorgvakantieverblijven krijgen financiële steun via subsidies Toerisme voor Allen en directe investeringen door Toerisme Vlaanderen. De eerste realisaties zijn er: al in 2009 opende ‘t Mechels Bos in Maasmechelen zijn deuren, met zorgvakantie-appartementen voor gezinnen met kinderen, in het najaar 2010 opende de nieuwe zorgvakantie-accommodatie van Triamant Haspengouw. Voor andere analoge projecten werden subsidies vastgelegd: De Kleppe in Brakel, Dielies in Dilsen-Stokkem, D’oude Kwaremont in Kluisbergen, zorgvakantiecentrum in Middelkerke. Dankzij de samenwerking tussen het Rode Kruis en Pasar krijgt het domein Polderwind in Zuienkerke een nieuwe bestemming als zorgvakantie-verblijf annex camping.</p>

<p>Vlaanderen moet de toeristische infrastructuur ontwikkelen en aanpassen, rekening houdend met kind- en gezinsvriendelijkheid en toegankelijkheid</p>	<p>Toerisme Vlaanderen neemt de specifieke analyse naar het reisgedrag uit het WES-onderzoek 2011 van gezinnen met kinderen kritisch door. Op basis hiervan werk ik eventueel verdere of andere maatregelen voor de doelgroep van gezinnen met kinderen uit. Bij het toekennen van de animatiesubsidies leg ik nadruk op kind- en gezinsvriendelijke projecten.</p>
<p>Vlaanderen moet een vernieuwend strategisch beleidsplan Toerisme ontwikkelen om zich als duurzame toeristische bestemming op de internationale kaart te zetten. We concretiseren dat plan in een impulsprogramma voor de Vlaamse kust, de kunststeden en de verschillende regio's.</p>	<p>Het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel werd door de Vlaamse Regering op 15 juli 2011 goedgekeurd. Ik zette de eerste structurele stappen om een geïntegreerd systeem van impulsprogramma's voor het toerisme in Vlaanderen te realiseren. De Vlaamse Regering besliste het besluit op de toeristisch-recreatieve projecten op enkele punten te wijzigen. Daardoor maakte ik het mogelijk om de verschillende (huidige en toekomstige) impulsprogramma's in één besluit te integreren.</p>
<p>Op de Europese en mondiale markten wordt de troef van de Vlaamse hoofdstad Brussel sterk uitgespeeld. We promoten onze Vlaamse kunststeden als één internationaal toeristisch top-product.</p>	<p>De uitvoering van het kunststedenactieplan wordt vanaf 2011 gecoördineerd door Toerisme Vlaanderen en wordt naar analogie van het impulsprogramma voor de Vlaamse Kust omgevormd tot een impulsprogramma voor de Vlaamse Kunststeden. Brussel maakt deel uit van de stuurgroep van het kunststedenactieplan. Het specifieke profiel van onze hoofdstad is verwerkt in het nieuwe Internationale Marketingplan van Toerisme Vlaanderen. Brussel werd ook actief betrokken bij de opmaak van het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel</p>
<p>We verhogen welvaart en tewerkstelling door en met toerisme tegen 2020, door de verhoging van de middelen voor toerismebeleid.</p>	<p></p>
<p>Vanuit de internationale ambitie van Vlaanderen zetten we de marketingmiddelen voor het zaken- en congresstoerisme (MICE) efficiënter in. Voor de verdere uitbouw van het MICE-toerisme in en naar Vlaanderen maken we een actieplan op.</p>	<p>Ik versterk de meeting- en incentive teams op het hoofdkantoor en in de buitenlandkantoren. Ik realiseer een nieuwe congres-website.</p>
<p>We zorgen voor een afstemming van het toerismebeleid tussen de verschillende Vlaamse overheidsniveaus en voor samenwerking tussen de private sector en de overheden.</p>	<p>Ik heb met ruime inspraak van diverse partners waaronder de lokale en provinciale besturen het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel afgewerkt. In het Witboek Interne Staatshervorming legde ik de krijtlijnen voor de toekomstige rolverdeling tussen de verschillende overheidsniveaus vast. Op het vlak van de binnenlandse toeristische marketing bereikte ik een akkoord met de provinciale, lokale en private partners over de taakverdeling tussen hen en het Vlaamse overheidsniveau.</p>
<p>Vlaanderen zal het toeristisch ondernemerschap versterken en verder inzetten op de professionalisering van de lokale publieke en private sector. Om zijn internationale ambities te blijven waarmaken en aan te sluiten bij de</p>	<p>De Ronde Tafel 'Innoverend ondernemen in toerisme' vindt plaats op 12 december 2011. In de aanloop er naartoe worden verschillende participatieprocessen opgezet om het draagvlak voor en de bekendheid van de Ronde Tafel en</p>

moderne consument stimuleren we innovatie, durf en originaliteit.	Vlaanderen in Actie te vergroten. De conclusies van de Ronde Tafel worden vanaf 2012 verder uitgewerkt en geïmplementeerd. Toerisme Vlaanderen zal daarbij als trekker fungeren.
In het kader van een slagkrachtige overheid in Vlaanderen moet er gekozen worden voor een herstructurering van Toerisme Vlaanderen, waarbij het op korte termijn moet uitgroeien tot een sterke, dynamische en minder ambtelijke overheidsinstantie.	In het Belgisch Staatsblad van 8 augustus verscheen het decreet van 8 juli 2001 tot wijziging van de verschillende decreten in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen.
De Vlaamse Regering zal, in het kader van een beleidsdomeinoverschrijdend plan rond '100 jaar Grote Oorlog', initiatieven in Vlaanderen nemen en ondersteunen die inspelen op de eeuwherdenking van de Eerste Wereldoorlog specifiek in de frontstreek.	Op de begroting 2010 trok ik 15 miljoen uit voor investeringen ter voorbereiding van de herdenking van WOI en in de begroting 2012 een bedrag van 5 miljoen euro voor de ondersteuning van evenementen in de periode 2014-2015.
Onze rijke eet- en tafelcultuur en de conservatie, restauratie en ontsluiting van ons erfgoed benutten we als toeristische troeven.	In 2010 sloot Toerisme Vlaanderen een samenwerkingsovereenkomst met de vzw Tafelen in Vlaanderen. Op 9 juni 2011 presenteerde ik het strategisch actieplan voor de Vlaamse eet, drink- en tafelcultuur.
Vlaanderen blijft investeren in fietsroutes en fietsvriendelijke logies en wendt zijn wereldberoemd koerserfgoed, met de Ronde van Vlaanderen op kop, maximaal aan om het fietstoerisme in Vlaanderen internationaal te promoten.	Ik ontwikkel een overkoepelend concept met internationale uitstraling voor de viering van 100 jaar Ronde van Vlaanderen in 2013. In april 2010 werd het fietsroutenetwerk voltooid en is heel Vlaanderen verbonden door een netwerk van fietsknooppunten.
Vanuit de Task Force Jeugdverblijven zoekt men naar passende oplossingen voor de zonevreemde jeugdverblijven. Tot slot wordt de sector van en het decreet over de jeugdverblijfsinfrastructuur geëvalueerd en bijgestuurd.	In januari 2010 werd de task force jeugdtoerisme terug opgestart. Op 23 juli 2010 keurde de Vlaamse Regering het verfijnde actieplan jeugdverblijven goed. De Task Force komt meerdere keren per jaar samen om de uitvoering van het actieplan op te volgen.

2. Beleidsnota Toerisme 2009-2014: Met redenen omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering bij de uitvoering van de beleidsnota Toerisme 2009-2014 zoals geformuleerd in het regeerakkoord 2009-2014:

Motie	Opvolging – Uitvoering
1° het IVA Toerisme Vlaanderen te herstructureren tot een krachtige en goed presterende overheidsinstelling;	In het Belgisch Staatsblad van 8 augustus verscheen het decreet van 8 juli 2001 tot wijziging van de verschillende decreten in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen. Per 1 januari 2012 worden de taken met betrekking tot de uitvoering van het statuut van de reisbureaus en de logiesverstreckende bedrijven overgeheveld naar het Departement internationaal Vlaanderen. De ondersteunende diensten van Toerisme Vlaanderen worden met ingang van dezelfde datum geïntegreerd in de MOD DAR-iV.
2° waar mogelijk en nuttig samenwerking na te streven tussen alle betrokken actoren in én buiten het toeristische werkveld;	Het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel legt de basis voor een doorgedreven samenwerking tussen de actoren binnen en buiten het toeristisch werkveld en kwam tot stand na intense samenwerking en

	overleg tussen die actoren.
3° toeristische impulsprogramma's op te stellen en daarvoor de nodige financieringsmechanismen vanuit het beleidsveld Toerisme in te zetten en daarbij:	Op de begroting 2010 trok ik 15 miljoen uit voor investeringen ter voorbereiding van de herdenking van WOI en in de begroting 2012 een bedrag van 5 miljoen euro voor de ondersteuning van evenementen in de periode 2014-2015.
a) de nodige aandacht te besteden aan het 'battlefieldtoerisme' bij de herdenking van '100 jaar Grote Oorlog';	In 2010 werd het impulsprogramma Vlaamse Kust opgestart
b) ook de Vlaamse kunststeden, inclusief Brussel, flink te promoten;	De uitvoering van de verschillende impulsprogramma's wordt geïntegreerd in de werking van Toerisme Vlaanderen.
c) daarnaast een klemtoon te leggen op de Vlaamse kust;	
d) de Vlaamse regio's met toeristisch potentieel op de kaart te zetten, met prioriteit voor de provincie Limburg;	
4° een patrimoniumplan van Toerisme Vlaanderen op te stellen met het oog op een duurzaam patrimoniumbeleid en de opbrengst van een eventuele verkoop aan te wenden voor verdere investeringen in verblijfsinfrastructuur in het kader van Toerisme voor Allen.	Vier eigendommen (Kompascamping Oudenaarde, Villa Maritza, recreatiegronden in Berlare, manege Polderwind) werden te koop aangeboden. De Gemeenschapszone in Bredene kreeg een recreatieve functie en het domein Polderwind kreeg herbesteding in het kader van zorgvakanties.

3. Met redenen omklede motie over de kritiek van het Steunpunt Toerisme en Recreatie op de toeristische marketing van de Vlaamse overheid en over de sterke terugval van buitenlandse toeristen in Vlaanderen in 2009

Motie	Opvolging – uitvoering
1° snel werk te maken van een nieuw toeristisch marketingplan voor binnen- en buitenland en hierbij onze troeven voluit uit te spelen zoals de eet- en tafelcultuur, kunst, mode enzovoort;	Het nieuwe internationaal toeristisch marketingplan is af en wordt vanaf 2012 uitgevoerd. Voor de binnenlandse toeristische marketing heb ik, mee in uitvoering van het Witboek Interne Staatshervorming, een nieuw samenwerkingsmodel afgesproken met de provinciale toeristische organisaties, de kunststeden en de FTI.
2° het Kunststedenactieplan verder uit te voeren met bijzondere aandacht voor innovatieve projecten;	De uitvoering van het kunststedenactieplan wordt vanaf 2011 gecoördineerd door Toerisme Vlaanderen en wordt naar analogie van het impulsprogramma voor de Vlaamse Kust omgevormd tot een impulsprogramma voor de Vlaamse Kunststeden.
3° de werking van het Steunpunt Toerisme en Recreatie van de K.U.Leuven te onderwerpen aan een grondige evaluatie.	Op de Vlaamse regering van 27 mei 2011 werd het evaluatierapport van alle Steunpunt (dus ook van het Steunpunt Toerisme en Recreatie) gepresenteerd. Ik heb beslist om geen derde generatie steunpunt voor toerisme en recreatie te realiseren, maar volledig in te zetten op de nieuwe rol van Toerisme Vlaanderen als toeristisch innovatie- en kenniscentrum voor Vlaanderen.

4. Beleidsnota Jeugd 2009-2014: Met reden omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering:

Motie	Opvolging – Uitvoering
2° via de Task Force en in samenwerking met andere bevoegde ministers en administraties een toekomstperspectief uit te werken voor jeugdtoerisme en jeugdverblijven	In januari 2010 werd de task force jeugdtoerisme terug opgestart. Op 23 juli 2010 keurde de Vlaamse Regering het verfijnde actieplan jeugdverblijven goed.

5. Beleidsnota Cultuur 2009-2014: Met reden omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering, bij de uitvoering van de beleidsnota Cultuur 2009-2014:

Motie	Opvolging – Uitvoering
9° afstemming te realiseren tussen de bevoegde ministers voor operationele samenwerking en tussen de verschillende Vlaamse spelers op het internationale toneel, zoals Internationaal Vlaanderen, Flanders Investment & Trade (F.I.T.) en Toerisme Vlaanderen voor de informatie-uitwisseling;	De Vlaamse Regering hechtte in 2010 haar goedkeuring aan de oprichting van het managementcomité internationaal cultuurbeleid – culturele diplomatie waarin alle samenwerking van de verschillende Vlaamse spelers op de internationale Bühne op elkaar worden afgestemd en waarin een visie voor een geïntegreerd Vlaams toevenementenbeleid wordt ontwikkeld.

6. Beleidsnota Onroerend Erfgoed 2009-2014: met reden omklede motie

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering bij de uitvoering van het beleid inzake het onroerend erfgoed:

Motie	Opvolging – Uitvoering
7° de zorg voor het onroerend erfgoed te integreren in de samenleving en zo een maatschappelijke inbedding te stimuleren en daarbij: a) te focussen op hergebruik en herbestemming; b) synergieën te zoeken met andere beleidsvelden (Cultuur, Onderwijs, Toerisme, Ruimtelijke Ordening, Sociale Economie enzovoort);	Ik toetste het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel af bij de erfgoedsector en merkte er bereidwilligheid en engagement. In de uitvoering van mijn toeristische impulsprogramma's blijft erfgoed een belangrijke plaats innemen (Het Paleis op de Meir in Antwerpen, de Stroopfabriek in Borgloon, C-Mine in Genk, Fort Liefkenshoek, het bezoekerscentrum voor de Lambiekbieren, het museum-schip Mercator,..). Via het impulsfonds "Groote Oorlog" wordt het oorlogerfgoed voorbereid op een optimale toeristische ontsluiting.

7. Actualiteitsmotie over het onderzoek van het Rekenhof naar de vier budgettair belangrijkste subsidiestromen in het beleidsveld Toerisme

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering:

Motie	Opvolging – Uitvoering
1° de aanbevelingen van het Rekenhof in zijn verslag over de subsidiestromen Toerisme ter harte te nemen; 2° hierbij rekening te houden met de beschikbare mensen en middelen binnen dit beleidsdomein; 3° een werkbaar regelgevend kader uit te werken voor alle subsidiestromen in het toerisme; 4° beslissingen die afwijken van voorstellen van de administratie of van adviesraden en dergelijke	Ik zette de eerste structurele stappen om een geïntegreerd systeem van impulsprogramma's voor het toerisme in Vlaanderen te realiseren. De Vlaamse Regering besliste het besluit op de toeristisch-recreatieve projecten op enkele punten te wijzigen. Daardoor maakte ik het mogelijk om de verschillende (huidige en toekomstige) impulsprogramma's in één besluit te integreren. Een richtlijn is opgemaakt. Alle aanpassingen

uitdrukkelijk te motiveren.	zullen vertaald worden in de nodige info-brochures, aanvraagformulieren, beoordelings-criteria... zodat potentiële projectindieners vooraf goed geïnformeerd zijn.
-----------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8. Motie van aanbeveling tot besluit van de in commissie besproken beleidsbrief Toerisme 2010-2011

Het Vlaams Parlement vraagt de Vlaamse Regering:

Motie	Opvolging – Uitvoering
1° een ‘Strategisch beleidsplan voor het Toerisme in Vlaanderen 2020’ op te stellen;	Het Strategisch Beleidsplan 2020 voor het Toerisme in Vlaanderen-Brussel werd door de Vlaamse Regering op 15 juli 2011 goedgekeurd.
2° alle impulsprogramma’s binnen Toerisme decretaal te verankeren in een regelgevend kader als antwoord op de opmerkingen van het Rekenhof, en de uitvoering ervan toe te vertrouwen aan Toerisme Vlaanderen;	Ik zette de eerste structurele stappen om een geïntegreerd systeem van impulsprogramma’s voor het toerisme in Vlaanderen te realiseren. De Vlaamse Regering besliste het besluit op de toeristisch-recreatieve projecten op enkele punten te wijzigen.
3° het project ‘100 jaar Grote Oorlog’ verder uit te bouwen en daarbij een visienota over het evenementenbeleid en een transparant toetsings- en financieringskader op te stellen;	Op de begroting van Toerisme Vlaanderen trek ik 5 miljoen euro uit ter ondersteuning van evenementen die in het kader van de herdenking van WOI in de periode 2014-2015 georganiseerd worden. Toerisme Vlaanderen en het project-secretariaat ontwikkelden een denk- en toetsingskader voor de ondersteuning van evenementen.
4° het huidige kunststedenactieplan om te vormen tot een volwaardig impulsprogramma voor de Vlaamse kunststeden;	Het huidige kunststedenactieplan heb ik geëvalueerd en vanaf 2012 omgevormd tot een volwaardig impulsprogramma.
5° het Steunpunt Vakantieparticipatie verder te ontwikkelen om aan de stijgende vraag tegemoet te komen en een kwalitatieve vakantie-bemiddeling op maat van de doelgroep te kunnen behouden;	
6° in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen de nodige decreetswijzigingen voor te leggen aan het Vlaams Parlement.	In het Belgisch Staatsblad van 8 augustus verscheen het decreet van 8 juli 2001 tot wijziging van de verschillende decreten in het kader van de herstructurering van Toerisme Vlaanderen.

VII. RAPPORTERING OVER DE OPVOLGING VAN DE AANBEVELINGEN VAN HET REKENHOF

Rekenhofrapport subsidiestromen Toerisme, stuk 37 (2010-2011) – Nr.1

In maart 2009 startte het Rekenhof zijn audit naar de 4 belangrijkste subsidiestromen binnen het beleidsveld Toerisme: 1) subsidies voor evenementen, 2) subsidies in het kader van het Kunststedenactieplan (KSAP), 3) subsidies in het kader van het Kustactieplan (KAP), en 4) Subsidies voor toeristisch-recreatieve projecten (TRP). Het auditrapport formuleert 21 aanbevelingen en werd op 1 oktober 2010 bezorgd aan de leden van het Vlaams parlement.

1. Beleids- en juridische omkadering	
Aanbeveling	Opvolging - Uitvoering
1° Subsidies dienen zo concreet en meetbaar mogelijk te worden gekoppeld aan duidelijke en toetsbare doelstellingen. Reglementaire subsidievoorwaarden moeten op hun beurt concreet en duidelijk zijn en een link hebben met de beleidsdoelstellingen. Reglementaire ontvankelijkheidsvereisten dienen zich duidelijk te onderscheiden van toekennings- of subsidievoorwaarden en dienen als dusdanig te worden toegepast.	<p>In mijn beleidsnota kondigde ik aan dat ik de verschillende en uiteenlopende subsidiesystemen voor toerisme zou samenbrengen en integreren tot een transparant geheel van impulsprogramma's onder het beheer van het agentschap Toerisme Vlaanderen. Ik ontwikkel specifieke impulslijnen gericht op de Vlaamse Kunststeden en Brussel, de Vlaamse Kust en de Vlaamse Groene Regio's. Daarnaast lanceer ik een specifieke themaoproep voor evenementen WO I. Ik heb de bedoeling om dergelijke thematische oproepen te herhalen in de toekomst.</p> <p>Bedoeling van deze hervorming is de beschikbare beleidsinstrumenten maximaal in functie van beleidsdoelstellingen in te zetten. Het strategisch beleidsplan dient als vertrekpunt voor deze oefening.</p> <p>Ik streef daarbij ook naar meer coherentie tussen de programma's onderling. De beoordelingscriteria van de respectievelijke impulsprogramma's worden op elkaar afgestemd en aangevuld met duidelijke ontvankelijkheidsvereisten die afzonderlijk voor de verschillende impulsfondsen worden opgesteld.</p> <p>Voor een maximum aan transparantie en duidelijkheid voor de sector, geef ik Toerisme Vlaanderen de opdracht om jaarlijkse informatiesessies te organiseren.</p>
2° Voor de subsidies aan evenementen en het kunststedenactieplan is een reglementair kader vereist.	<p>Naast de overheveling van beide subsidiekanalen naar Toerisme Vlaanderen, zal ik een duidelijk kader scheppen voor het financieel instrumentarium binnen Toerisme (cf. regelgevingsagenda en opmaak kaderbesluit financiële instrumenten toerisme).</p> <p>Tegen 2013 stem ik de impulsprogramma's voor Vlaamse bestemmingen verder op elkaar af zodat ik één transparant toeristisch financieringsprogramma realiseer via een kaderbesluit Toeristische Impulsen</p>

	<p>In aanloop naar een nieuwe reglementaire basis voor de uitvoering van de impulsprogramma's besliste de Vlaamse Regering het besluit op de toeristisch-recreatieve projecten op enkele punten te wijzigen. Daardoor maakte ik het mogelijk om de verschillende (huidige en toekomstige) impulsprogramma's in één besluit te integreren.</p>
<p>3° De regelgeving (of het individuele subsidiebesluit) moet duidelijk aangeven of de gesubsidieerde projecten winst mogen maken. Zo niet, moet de afrekening de werkelijk gerealiseerde ontvangsten van een project meetellen.</p>	<p>Evenementensubsidies zijn enkel bedoeld om een tekort op te vangen. Indien er toch een overschot is na afloop van het project (het project maakt winst), dan wordt dit overschot in mindering van de subsidie gebracht.</p> <p>Wat betreft subsidies voor toeristisch-recreatieve projecten, moeten eventuele winsten die voortvloeien uit het betoelaagde toeristisch-recreatieve project, ge(her)investeerd worden in de exploitatie / instandhouding van het project of in andere projecten met toeristische doeleinden. Indien blijkt dat dit niet het geval is, zal ook daar de subsidie (gedeeltelijk) teruggevorderd worden.</p>
<p>4° In toepassing van het kaderdecreet bestuurlijk beleid zou de subsidiëring van evenementen, van het kunststeden- en kustactieplan aan het agentschap Toerisme Vlaanderen moeten worden toegewezen.</p>	<p>De hervorming van het agentschap Toerisme Vlaanderen volgt de logica van dit decreet en voorziet in een centralisatie van subsidie- en impulsprogramma's binnen het agentschap. (zie o.a. herstructureringsdecreet Toerisme Vlaanderen, opmaak kaderbesluit financiële instrumenten toerisme, begrotingsdecreet 2011).</p>
<p>2. Uitvoering door de administratie</p>	
<p>5° Een subsidieaanvraag moet een voldoende gedetailleerde en onderbouwde begroting in evenwicht bevatten, met alle kosten en opbrengsten die nodig zijn om het project te realiseren.</p>	<p>Een sluitende begroting is een belangrijk onderdeel van elk subsidiedossier. Hiervoor was in het verleden evenwel geen vast sjabloon voorzien. Ik voorzie om vanaf 2012 dergelijk sjabloon ter beschikking te stellen, en dit bij de handleiding die verschijnt bij de oproep voor het indienen van subsidieaanvragen via de verschillende impulsprogramma's.</p>
<p>6° De administratie dient de subsidieaanvragen objectief, transparant en op gestandaardiseerde wijze te toetsen aan gewogen subsidievoorwaarden om een gelijke behandeling te garanderen. Ze dient de evaluatie zoveel mogelijk te kwantificeren. De documenten of informatie die ze voor die evaluatie opvraagt, moeten beperkt blijven tot wat daadwerkelijk nodig is.</p>	<p>Hoewel de beoordelingsprocedures gestandaardiseerd verliepen binnen eenzelfde programma, bestonden aanzienlijke verschillen in de manier van beoordeling tussen de programma's onderling (externe jury, stuurgroep, ad hoc behandeling door de bevoegde administratie).</p> <p>Met ingang van de 1 januari 2012 worden deze verschillen weggewerkt en voorzie ik in een uniforme beoordelingsprocedure gebaseerd op de praktijk die wordt gebruikt bij de beoordeling van TRP-dossiers. De beoordelingscriteria zijn er gekwantificeerd en worden onderling gewogen. Het spreekt voor zich dat de administratieve lasten tot het strikte minimum moeten beperkt worden.</p>

<p>7° De verschillende stappen in de behandeling van een subsidieaanvraag moeten transparant opvolgbaar zijn aan de hand van een dossieropvolging(systeem).</p>	<p>Zowel het Departement internationaal Vlaanderen als Toerisme Vlaanderen maken gebruik van een eigen dossieropvolgingssysteem. Ik wil de herstructurering aangrijpen om het agentschap een uniform systeem te laten uitwerken voor alle impulsprogramma's.</p>
<p>8° Individuele subsidiebesluiten bepalen duidelijk welke kosten(soorten) worden gesubsidieerd; ze bepalen het subsidiepercentage (per soort subsidiabele kosten) en het maximumbedrag.</p>	<p>Ik ondersteun de evolutie naar een meer gerichte ondersteuning van dossiers vanuit toerisme in functie van beleidsdoelstellingen en -prioriteiten. In het verleden gebeurde dit sporadisch, bijvoorbeeld door in het besluit de subsidie specifiek toe te kennen aan bepaalde budgetposten (in casu kosten voor de internationale promotie van evenementen). Het reglementair kader dat wordt uitgewerkt voor financiële instrumenten binnen Toerisme, zal voorzien in een limitatieve lijst van subsidiabele posten. Hierdoor zal de ondersteuning in elk geval gericht kunnen gebeuren. Daarnaast worden beperkingen opgelegd met betrekking tot de maximale financiële ondersteuning vanuit Toerisme Vlaanderen en dit zowel in absolute als in relatieve termen, als in geval van Europese cofinanciering. Tenslotte leg ik minimumcriteria vast wat betreft de schaalgrootte van een project.</p>
<p>9° Steunend op een duidelijk juridisch kader moet het subsidiebedrag op uniforme wijze, objectief en zonder interpretaties worden bepaald, zowel bij de subsidietoekenning als bij de controle van de verantwoording.</p>	<p>De hoogte van een subsidiebedrag wordt voor elk dossier afzonderlijk bepaald rekening houdend met 1) de ingediende projectbegroting (cf. gerichte ondersteuning van bepaalde budgetposten), 2) de graad van cofinanciering en de verhouding ten opzichte van de inbreng van andere overheden of private sponsoring, en 3) vergelijkbare dossiers uit het verleden.</p>
<p>10° De subsidievoorschotten moeten in verhouding staan tot de uitgaven die de subsidietrekker heeft. De administratie mag het subsidiesaldo pas betalen als een behoorlijke inhoudelijke en financiële verantwoording voorligt. Niet-afgesloten subsidiedossiers dient zij systematisch op te volgen en de eindafrekening op te vragen.</p>	<p>Alle subsidies die met ingang van 1 januari 2012 via het agentschap worden toegekend, krijgen een voorschot van 20%. De subsidie wordt in maximaal vijf schijven uitbetaald. De organisatoren kiezen zelf wanneer ze een volgende schijf aanvragen. Als beperking geldt dat dit steeds gestaafd moet worden met de bijhorende facturen en dit voor minimaal 20% van het totale subsidiebedrag.</p>
<p>11° Als projecten vertragen of problemen melden, dient de administratie zoveel mogelijk actief in te grijpen. Ze dient samen met de projectindieners naar oplossingen te zoeken. Alle overleg wordt gestructureerd gedocumenteerd in het subsidiedossier.</p>	<p>Toerisme Vlaanderen zal hier in de toekomst verder op inzetten.</p>

<p>12° Bij de subsidiëring van verenigingen of rechtspersonen die voor hun reguliere werking al door de overheid worden gesubsidieerd (bv. uit andere beleidsdomeinen), dient de administratie waakzaam te zijn voor dubbele subsidiëring.</p>	<p>Het gevaar op dubbelfinanciering wordt beperkt door specifieke bevraging van de projectorganisaties. Concreet wordt gepeild naar 1) parallelle subsidieaanvragen voor het dossier bij andere entiteiten van de Vlaamse Overheid, en 2) het al dan niet ontvangen van werkingssubsidies van de Vlaamse Overheid. Indien nodig zal bij de afrekening van een dossier afstemming gebeuren tussen de betrokken entiteiten van de Vlaamse Overheid.</p>
<p>3. Globale evaluatie</p>	
<p>13° Aangezien de vier subsidiestromen een vergelijkbare opzet hebben, maar in uitwerking grondig verschillen, zonder volledig naast elkaar te bestaan, is het wenselijk de blijvende relevantie van de vier subsidiestromen te evalueren.</p>	<p>Gelet op de geplande hervormingen (cf. supra.) is deze aanbeveling niet langer relevant. Ik voorzie wel in de evaluatie van de impulsprogramma's en hun financiële instrumentarium.</p>
<p>4. Evenementen</p>	
<p>14° De informatie die de Inspectie van Financiën krijgt over de evaluatie van de subsidieaanvragen, dient volledig te zijn.</p>	<p>Dossiers die voor advies worden ingediend bij de Inspectie van Financiën, bevatten naast de principiële beslissing om het dossier te ondersteunen (van mezelf of de administrateur-generaal van Toerisme Vlaanderen) ook het ont-werp subsidiebesluit, en de subsidieaanvraag zelf.</p>
<p>15° Negatieve of afwijkende beslissingen moeten uitdrukkelijk worden gemotiveerd en aan de aanvragers worden betekend.</p>	<p>In geval een dossier niet weerhouden wordt voor subsidiëring, wordt de organisatie hiervan schriftelijk op de hoogte gebracht. Daarbij wordt een motivering gegeven. Organistoren kunnen in geval ze bijkomende informatie wensen, steeds het volledige beoordelingsrapport opvragen (openbaarheid van bestuur). Tenslotte voorziet het regelgevend kader in de mogelijkheid om beroep aan te tekenen tegen de genomen beslissing.</p>
<p>16° De administratie dient de verantwoording op een kwaliteitsvolle manier te controleren.</p>	<p>Sinds 2010 wordt bij de afrekening van subsidiedossiers binnen het departement een kort verslag toegevoegd waarin de afrekening van een dossier wordt gemotiveerd. In geval van vragen of onduidelijkheden wordt de afrekening ter plaatse gecontroleerd (in 2010 gebeurde dit 2 keer). In 2010 werd voor een aantal dossiers een terugvorderingsprocedure ingesteld (voor een totaal bedrag van € 291.545,86), of het saldo slechts gedeeltelijk uitbetaald (waardoor voor een totaalbedrag van € 216.149 niet werd uitbetaald). Voor details met betrekking tot de afrekening verwijs ik ook naar aanbeveling 10.</p>
<p>17° Om de subsidiëring van evenementen door verschillende beleidsdomeinen efficiënter te laten verlopen, kan worden overwogen de middelen te centraliseren, met een daaraan gekoppelde administratieve ondersteuning.</p>	<p>Deze aanbeveling impliceert een beleidskeuze die bij gelegenheid verder zal worden onderzocht.</p>

5. Kunststeden	
18° De administratieve organisatie dient een correcte dossieropvolging te garanderen.	De dossieropvolging voor subsidies toegekend via het impulsprogramma Kunststeden, zal met ingang van 1 januari 2012 integraal gebeuren door het agentschap Toerisme Vlaanderen.
6. Kustactieplan	
19° Het juridisch kader moet een duidelijk en volledig antwoord bieden op vragen rond berekeningswijzen, begindatum en startdatum van projecten, investeringssubsidies en afschrijvingen, en behandelingstermijnen.	Gelet op de hervorming van het Kustactieplan is deze aanbeveling niet langer relevant. In de toekomstige impulsprogramma's wordt rekening gehouden met de geformuleerde opmerkingen.
7. Toeristisch-recreatieve projecten	
20° Alle subsidievoorwaarden die geen deel uitmaken van de omkaderende regelgeving, worden bij voorkeur opgenomen in de notificatie.	Dit gebeurt reeds sinds 2010 voor de gereguleerde subsidies en zal in de toekomst worden veralgemeend.
21. Het begrip bestemmingswijziging moet worden verduidelijkt. Als eenzelfde initiatiefnemer of eenzelfde locatie geen tweede maal in aanmerking kan komen voor subsidies, dan dient de regelgeving dat als dusdanig te stellen.	