

“REIZEN NAAR MORGEN” HOE DOE JE DAT?



Vlaanderen
is toerisme

VISIE EN STRATEGIE

TOERISME VLAANDEREN



Flora et
Labora

CONTEXT

VISIE:

Reizen naar morgen

Kern doel:

Florerende bestemmingen

STRATEGIE:

Flora et Labora
met 6 thema's

REIZEN
naar
morgen
...



Flora et
Labora

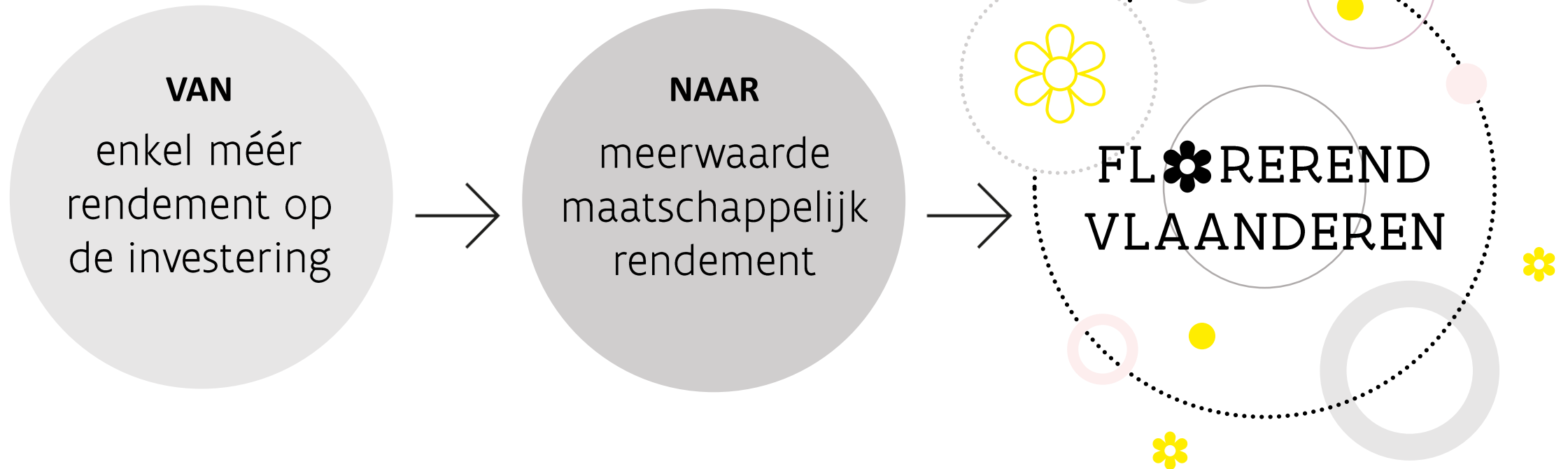
Waarom
gaan we naar
toerisme dat
meerwaarde
biedt?

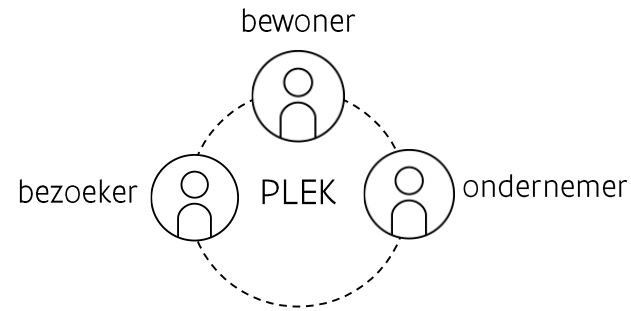
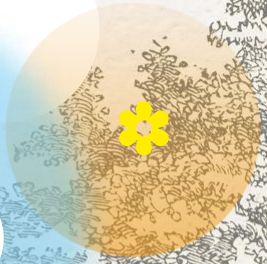


HUIDIGE TOERISTISCHE MODEL ONDER DRUK



POSITIEVE KRACHT VAN TOERISME





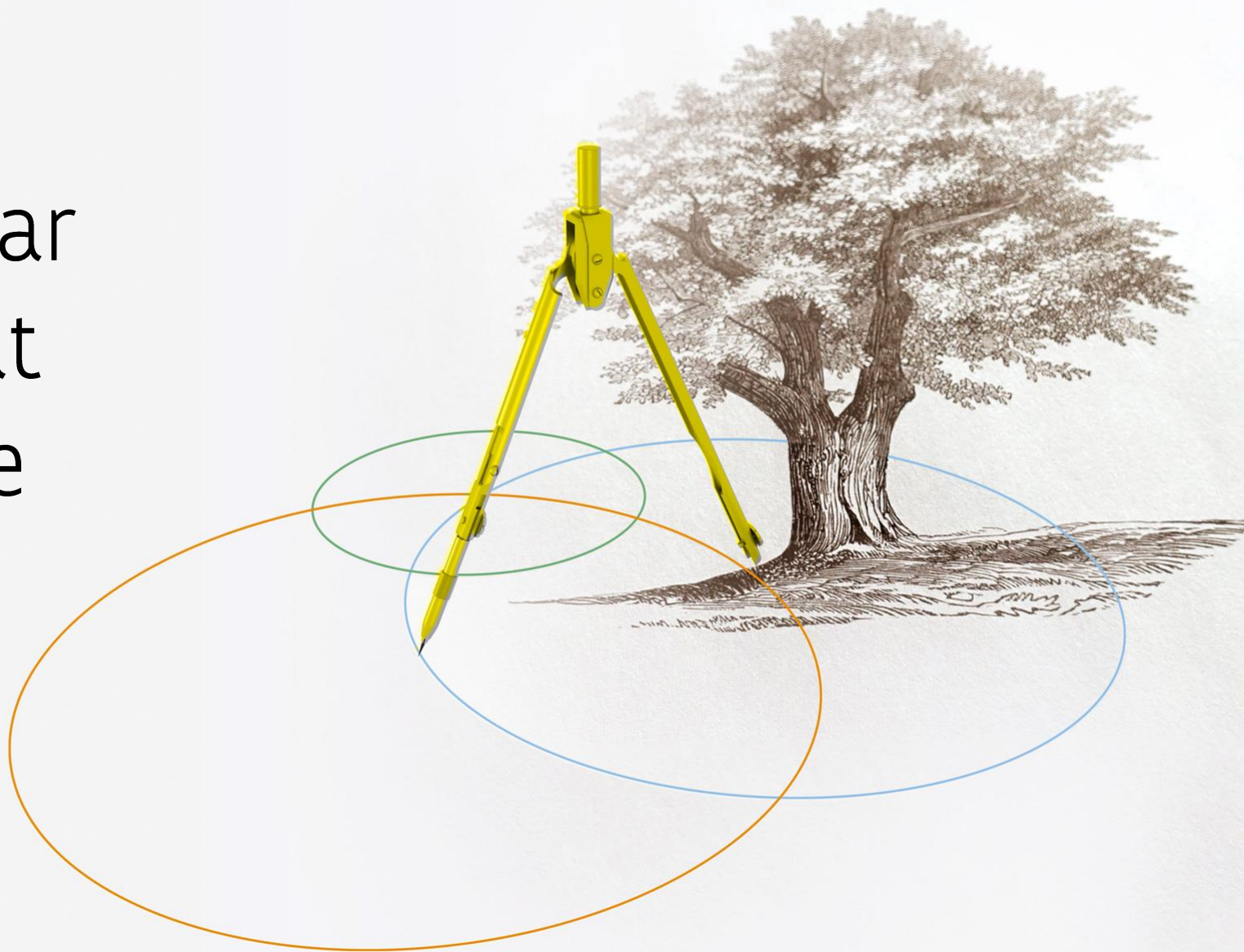
ONZE VISIE

Toerisme niet langer een doel op zich, maar een middel:

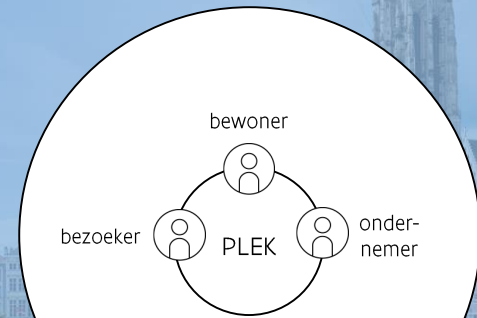
We willen de positieve kracht van toerisme versterken, zodat Vlaanderen kan bloeien als een innovatieve, inspirerende en kwalitatieve reisbestemming ten bate van de plek, haar bewoners, ondernemers en bezoekers.

Hoe

gaan we naar
toerisme dat
meerwaarde
biedt?



Onze strategie op basis van vijf kernprincipes



1

Meerwaarde creëren voor alle belanghebbenden in een goed **evenwicht**.

2

Verbinding scheppen tussen **mensen, plekken** en **activiteiten** in een uniek verhaal.

3

Participatie stimuleren.

4

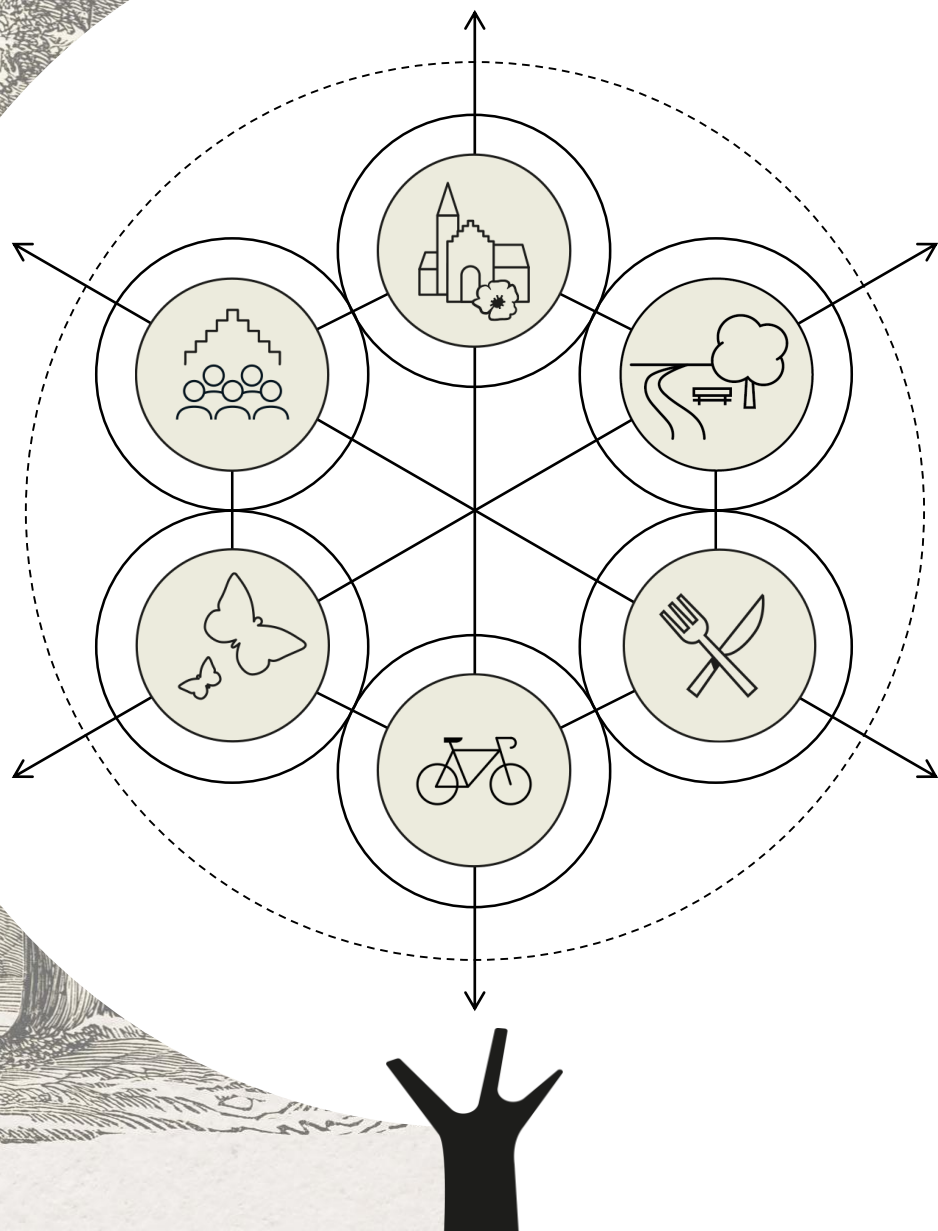
Kwaliteit voorop stellen, met ruimte voor innovatie en creativiteit.

5

Strategie- en **kennis**gedreven werken.

Wat gaan we doen
om naar een toerisme
dat meerwaarde biedt
te gaan?





Zes thema's die aansluiten bij het DNA van Vlaanderen

- **Erfgoed**beleving
- Vlaanderen **Natuurlijk**
- **Culinair** Erfgoed en Toekomst
- Vlaanderen **Fiets**land
- **Congressen** en **Events**
- **Iedereen** Verdient Vakantie



1

VLAAMSE MEESTERS



2

KASTELEN
EN TUINEN



3

RELIGIEUS
ERFGOED



4

GROOTE
OORLOG



5

STEDELIJK
ERFGOED



Erfgoedbeleving



NATIONALE PARKEN EN
LANDSCHAPSPARKEN

PLATTELANDS-
TOERISME



WATER BELEVING

RECREATIEF
WANDELEN

Vlaanderen Natuurlijk



1

VERHAALLIJN:
BELGISCHE BIERCULTUUR

Culinair



1

CYCLING IN FLANDERS

= DE KOERS



2

RECREATIEF FIETSEN

ICOON FIETSRUTES
ICONIC CYCLE ROUTES
IKONEN RADWEGE
VÉLOROUTES ICONIQUES

Vlaanderen fietsland



1



2



POSITIONERING:
CREATE TOMORROW'S
HERITAGE

INTELLECTUEEL
ERFGOED

FLANDERS SPECIAL
MEETING VENUES

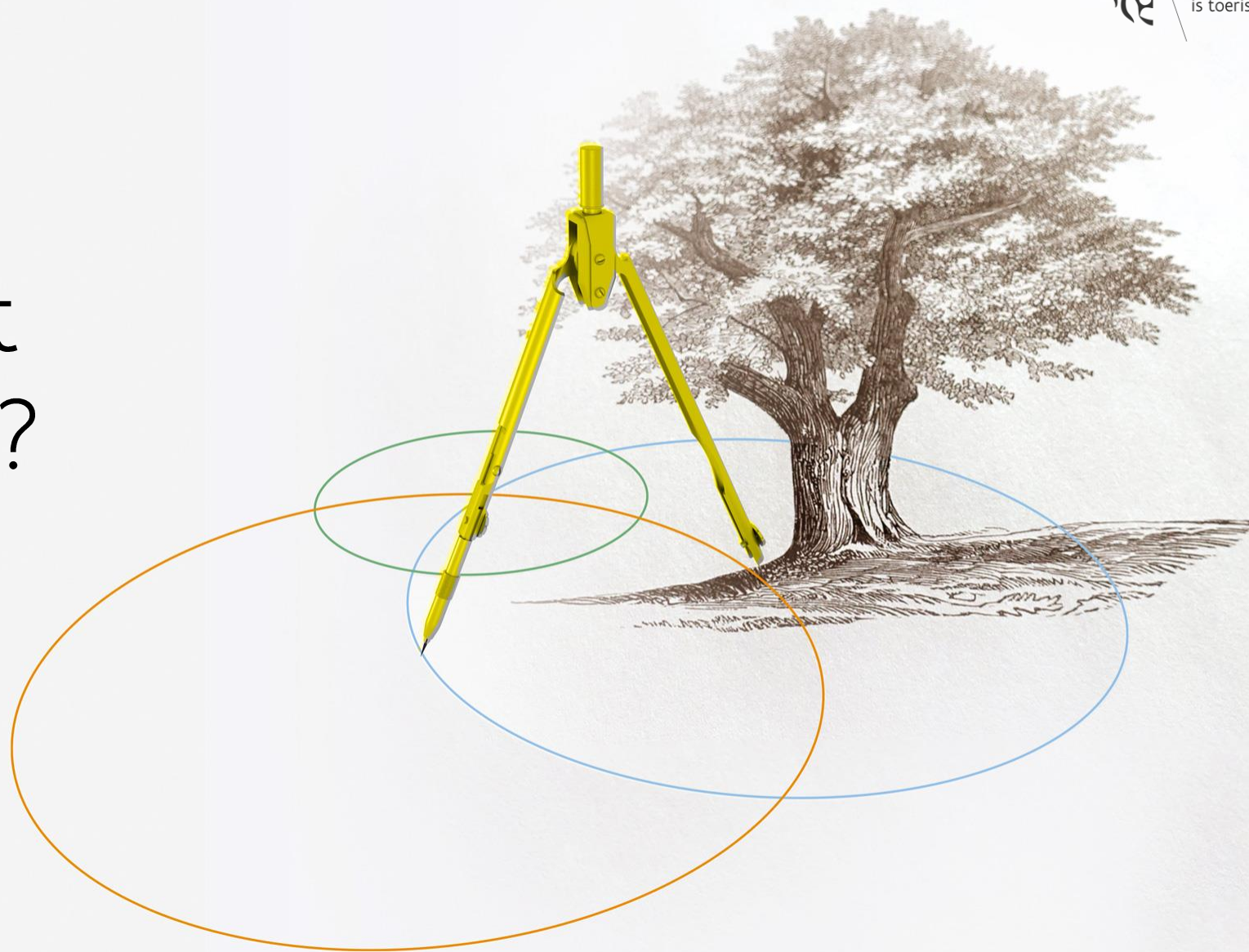
Conferences & Events



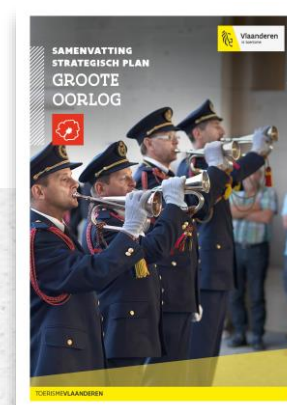
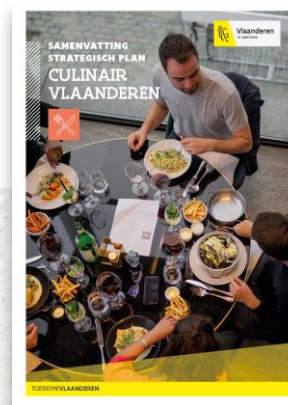


Iedereen verdient vakantie

Hoe gaan
we concreet
aan de slag?



STRATEGISCHE PLANNEN FOR ONZE THEMA'S

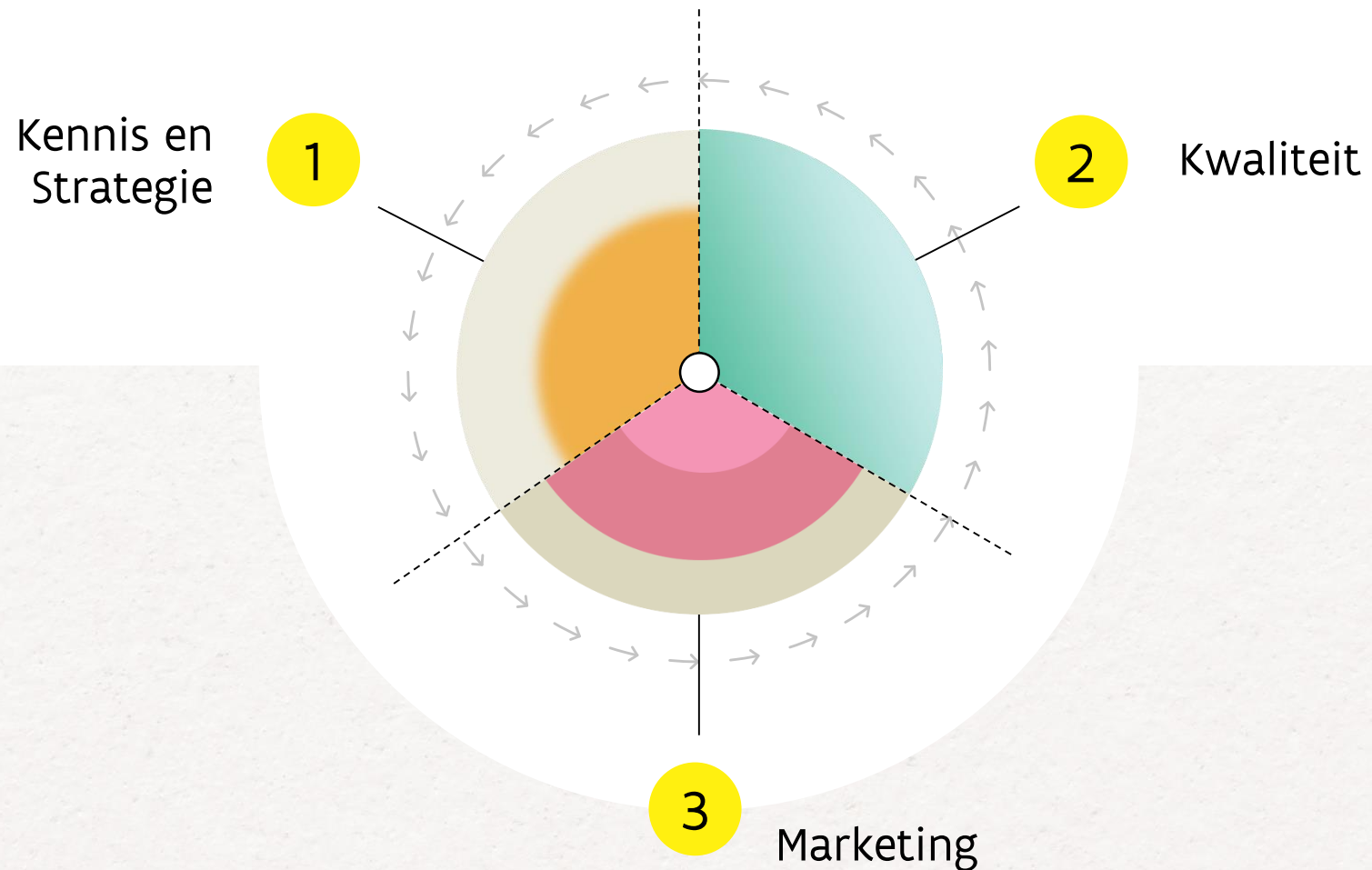


VOOR ELK VAN DE THEMA'S EEN SPECIFIEKE STRATEGIE

PROCES

- Reizen naar morgen → memorandum (2018-2019)
- Beleidsnota minister (eind 2019)
- Flora et labora strategie (zomer 2020)
- Interne werkgroepen strategische plannen (2021)
- 'Meerwaarde inschatting' thema/verhaallijn
- Externe check - **participatieve** momenten
- **Nieuwe strategieën** (2022)

NA DE INHOUDELIJKE KEUZES: DRIE ONDERSTEUNENDE COMPONENTEN



INSTRUMENTEN OM 'REIZEN NAAR MORGEN' TOE TE PASSEN

- Participatieve
- Kwaliteits- (labels, erkenningen, advies)
- Financiële
- Promotieele





TOERISMEVLAANDEREN

PILOOTPROJECTEN

LOODSWEZEN & BOEIENLOODS ANTWERPEN

WORDT EEN VLAAMS CULINAIR CENTRUM



ABDIJ MAAGDENDALE OUDENAARDE

WORDT CYCLING HUB

ABDIJ HERKENRODE HASSELT

ERFGOEDPAREL MET 60 HECTARE NATUUR

KASTEELSITES

1

RUBENSKASTEEL



TOERISMEVLAANDEREN

2

KASTEEL VAN POEKE



3

KASTEEL VAN LEUT



NU AAN JULLIE

*Waarom denk je dat
Toerisme Vlaanderen
zelf sites verwerft en
ontwikkelt?*

PILOOTPROJECTEN – WAAROM?

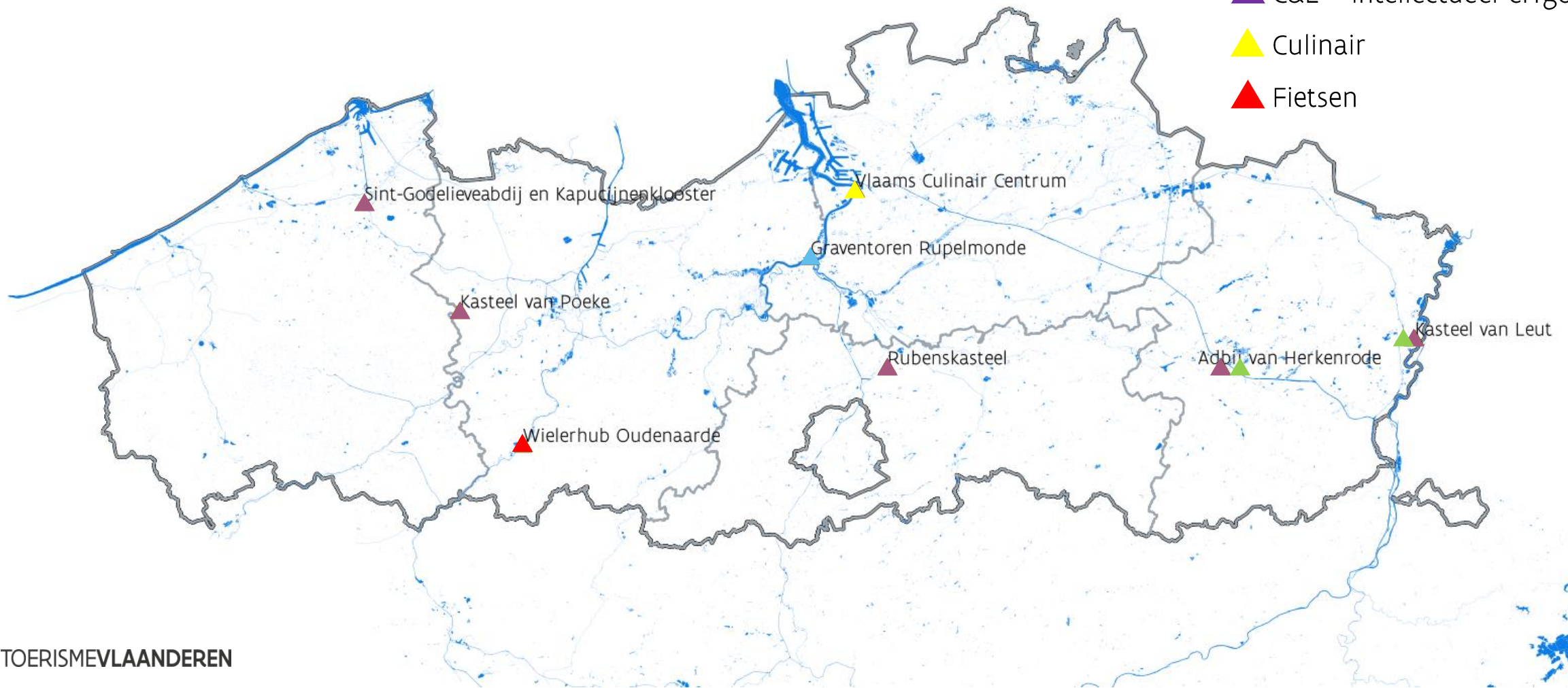
VERSTERKEN INHOUDELIJKE BELEIDSKEUZES:

- Ontwikkelen binnen thema's + cross overs
- Principes 'Reizen naar morgen' toepassen
 - › Participatief
 - › Mensen – plekken – activiteiten verbinden
 - › Balans
 - › Kwaliteit
 - › Strategie/kennisgedreven
- Grote potentiële doelgroep – ook internationaal, nu onderbenut
- Kansen voor spreiding in tijd en ruimte
- Impuls sites in een problematische context
- Experimenteren en inspireren
- Beleidsconclusies maken en delen



LOCATIES PILOOTSITES – LINK THEMA'S

- ▲ Erfgoed
- ▲ Natuur
- ▲ C&E – Intellectueel erfgoed
- ▲ Culinair
- ▲ Fietsen

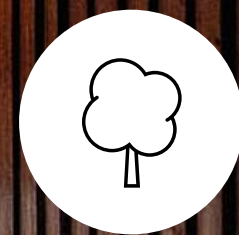


*Het zomert zalig in
de Tuin van Heden*

Verken wat 400 jaar verborgen bleef
in de Sint-Godelieveabdij in Brugge

Ontdek de verhalen van wie hier leefde,
werkte, bad, droomde en hoopte

Deel je idee over de toeristische toekomst
van deze unieke (erfgoed)plek



1 & rapporteren



IMPACT TOERISME OP:

3

PARTNERSHIP

KU LEUVEN

**FLORENDE
BESTEMMINGEN
= VISIE**

AHV MEETKADER

**FLORENDE
BEWONERS**

**FLORENDE
BEZOEKERS**

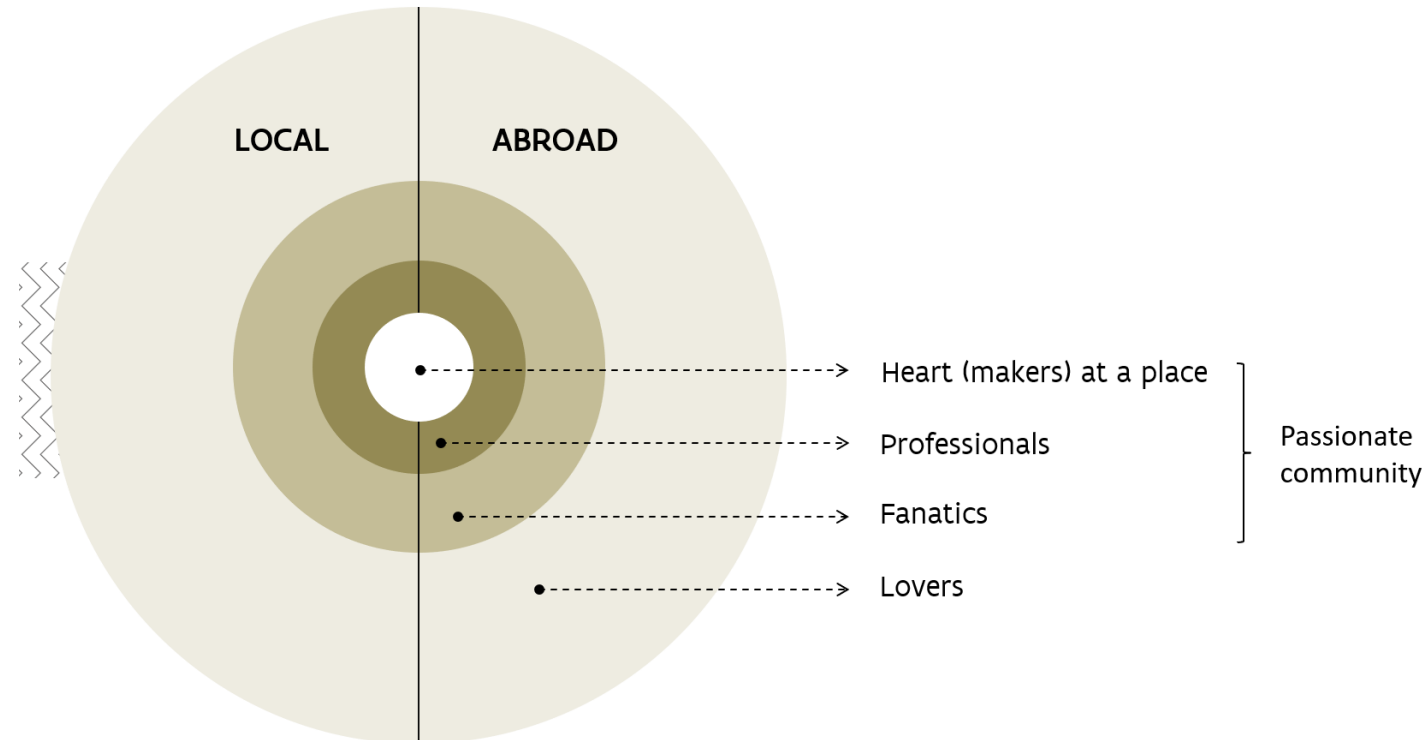
**FLORENDE
ONDERNEMERS**

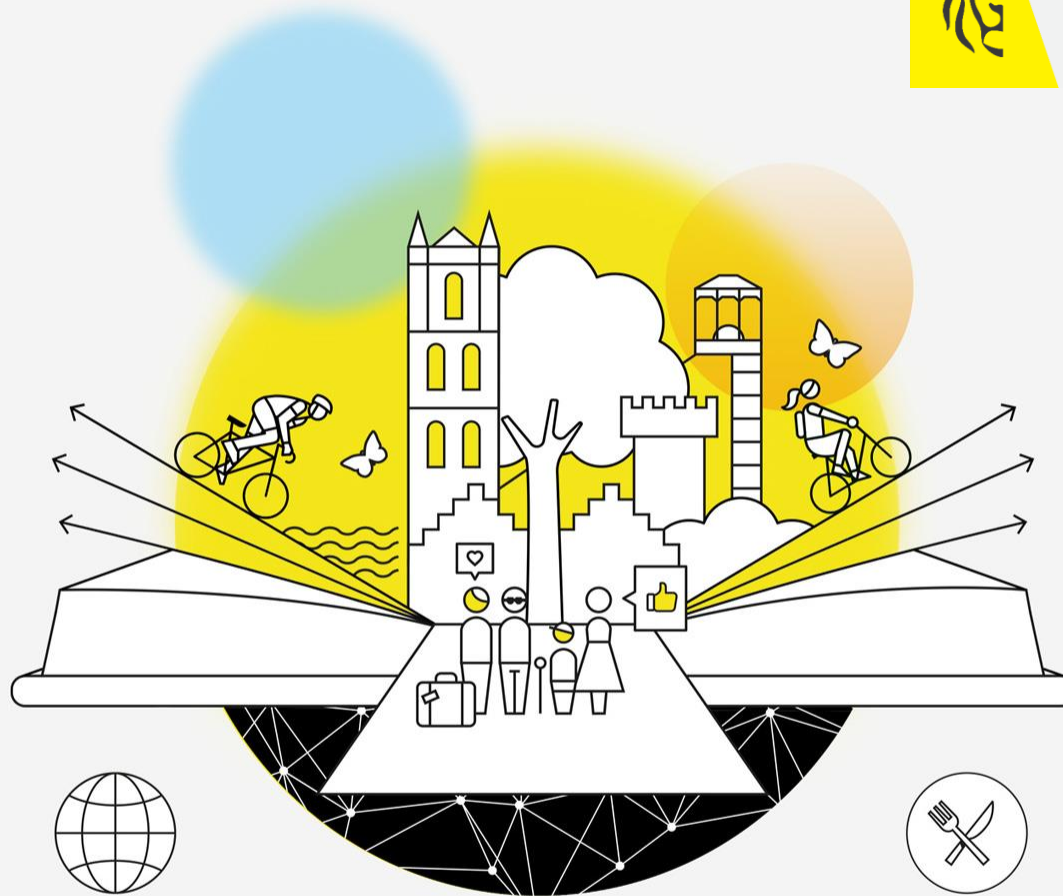
**FLORENDE
PLEKKEN**



NIEUWE VORMEN VAN MARKETING EN PROMOTIE

- 'Lovers en fanatics'
- Passionate communities
- Niche groepen
- Verbinden van locals en bezoekers op gedeelde passies





Hartelijk dank

vincent.nijs@toerismevlaanderen.be

Chief strategist

www.toerismevlaanderen.be

TOERISMEVLAANDEREN