

jaarverslag 2007



Inhoudstafel

Voorwoord	3
Nieuwe Raad van Bestuur	4
Beheersovereenkomst met de provincie West-Vlaanderen	5
Samenwerkingsovereenkomst met de West-Vlaamse gemeenten	7
Het Brugse Ommeland	8
De Kust	10
De Leiestreek	12
De Westhoek	14
Strategische planning, onderzoek en databeheer	16
Productontwikkeling	18
Marketing	20
Nuttige adressen	22

Geachte lezer,

Als voorzitter van Westtoer heb ik de eer om u het Jaarverslag 2007 voor te stellen.

Sinds de start in 2001 is Westtoer uitgegroeid tot een toonaangevende organisatie met een sterk team, een gezond financieel beleid en een eigen personeelsstatuut.

Als autonoom overheidsbedrijf voor toerisme en recreatie ontwikkelt Westtoer elk jaar heel wat activiteiten. Zoals u zult kunnen lezen, werden ook in 2007 opmerkelijke realisaties genoteerd. Ik wil er alvast een paar kort aanstippen:

Het goedkeuren van de nieuwe **beheersovereenkomst 2007-2012** was voor Westtoer een scharniermoment. De overeenkomst werd in juni goedgekeurd door de Provincie.

Het **Brugse Ommeland** realiseerde met "De verstilde tijd" een opmerkelijke fototentoonstelling. De **Westhoek** voerde succesvolle acties in binnen- en buitenland. Naar aanleiding van "90 jaar Slag bij Passendale" werd vooral WO I op een bijzondere wijze in de kijker gezet. De **Leiestreek** koos resoluut voor een nieuwe positionering: een sprekende baseline en twee nieuwe pijlers zullen de regiowerking en de samenwerking met binnen- en buitenlandse partners nieuw elan geven. De **Kust** verkreeg financiering voor maar liefst vier nieuwe Kustactieplan-projecten en nam de websites van de kustgemeenten onder de loep. En met werelderfgoedstad **Brugge** werd in 2007 intens samengewerkt op het vlak van productontwikkeling, marketing & communicatie en MICE.

Meer dan ooit besteedt de toeristische sector aandacht aan professionele **marketing en communicatie**. Op dat vlak hanteert Westtoer een innoverende aanpak: op vraag van een aantal partners werden strategische marketingplannen opgemaakt, en het meerjarig project "West-Vlaanderen Lekker Land" werd gelanceerd met een bijzonder startevenement.

Bij de **recreatieve productontwikkeling** heeft het succes van de fietsnetwerken zich doorgezet; met de lancering van vier nieuwe themafietstochten en een totaal van 36 kwalitatieve fietsroutes kan zeker gesteld worden dat dat succes ook de verdienste van Westtoer is.

Bij de **toeristische productontwikkeling** gaat de aandacht naar bezoekersattracties en onthaal. Westtoer begeleidt plannen, studies of projecten van verschillende partners en werkt nu al samen met Toerisme Vlaanderen voor de voorbereiding op de herdenking van "100 jaar WO I".

De afdeling **Strategische Planning, Onderzoek en Databeheer** is gestart met het KITS-project, waarmee het sociaal-economisch belang van bepaalde elementen in kaart gebracht zal worden. Er wordt o.a. onderzoek verricht naar het toerisme aan de Kust en in Brugge, de impact van het fietsnetwerk Westhoek, het WO I-toerisme en tweede verblijven.

U ziet het, beste lezer, Westtoer heeft in 2007 zeker niet stil gezeten. En op de verschillende afdelingen gonst het intussen alweer van de projecten voor 2008. Een kleine greep uit het aanbod: de Voordeelpas Brugse Ommeland, de actie Proeven in het Brugse Ommeland, het wandelnetwerk Westkust, enz.

Tot slot maak ik graag van de gelegenheid gebruik om alle medewerkers, de leden van de Raad van Bestuur en alle partners van Westtoer te bedanken voor hun inzet en de vruchtbare samenwerking.



Patrick Van Gheluwe,
Gedeputeerde en voorzitter van Westtoer



Nieuwe Raad van Bestuur

Op 13 maart 2007 werd de nieuwe Raad van Bestuur van Westtoer geïnstalleerd. De bestuursleden werden aangeduid door de Provincieraad. De samenstelling ziet er als volgt uit :

Negen Provincieraadsleden :

- Patrick Van Gheluwe, Voorzitter Westtoer (sp.a-spirit)
- Yolande Destoop-Dhondt (CD&V/N-VA)
- Noël Vandecasteele (Open Vld)
- Hilde Veulemans, Ondervoorzitter Westtoer (CD&V/N-VA)
- Johan Blicck (CD&V/N-VA)
- Marc Vanpaemel (Groen!)
- Luc Vande Caveye, Secretaris Westtoer (CD&V/N-VA)
- Erik Cardon (sp.a-spirit)
- Kurt Ravyts (Vlaams Belang)



Vier leden vertegenwoordigen de West-Vlaamse toeristische regio's :



- Jurgen Vanlerberghe, Westhoek (sp.a-spirit)
- Jean-Marie Bogaert, Brugse Ommeland (CD&V/N-VA)
- Willy Vanhooren, Kust (sp.a-spirit)
- Jean de Bethune, Leiestreek (CD&V/N-VA)

Drie leden vertegenwoordigen de toeristisch-recreatieve sector :



- Donald Horré (Vakantiegenoegens)
- Michel Bero (HoReCA Vlaanderen)
- Dirk Metsu (RECREAD)

Twee leden van de Provincieraad vormen het College van Commissarissen dat toezicht houdt op de financiële situatie :



- Berlinda Willaert (sp.a-spirit)
- Jan Durnez (CD&V/N-VA)



Beheersovereenkomst met de provincie West-Vlaanderen

In de eerste jaarhelft werd druk overlegd met een delegatie van de Provincie met het oog op het afsluiten van een nieuwe beheersovereenkomst. Deze overeenkomst werd voorgelegd aan de Raad van Bestuur van Westtoer van 12 juni en finaal goedgekeurd door de Provincieraad van 21 juni 2007. Deze beheersovereenkomst garandeert Westtoer een belangrijke financiële input voor de periode 2007-2013. Hiertegenover staat een fors uitgebreid takenpakket met 20 resultaatgebieden, die kaderen binnen de 12 strategische doelstellingen van de Provincie. De belangrijkste accenten binnen dit pakket worden hierna kort toegelicht.

Bestuurlijke organisatie

In de huidige legislatuur wil Westtoer zich verder ontwikkelen als een volwaardig overheidsbedrijf met inachtneming van de globale overheidsprincipes. De belangrijkste aandachtspunten zijn het conformeren van Westtoer aan het nieuwe provinciedecreet met een statutenwijziging als gevolg, het optimaliseren van de bestaande personeelsformatie en het ontwikkelen van een deontologische code. In het kader van de openbaarheid van bestuur komt er ook een plan voor interne en externe communicatie.

Overleg en adviesverlening t.o.v. de Provincie

Westtoer wil de banden met de Provincie nog sterker aanhalen. Dit gebeurt onder andere met een structureel overleg met de provinciale administratie en de vertegenwoordiging in diverse provinciale

overlegorganen. Westtoer zal tevens beleidsvoorbereidende documenten en adviezen formuleren m.b.t. toerisme en recreatie ten behoeve van de provinciale diensten.

Marketing

Belangrijke opdracht voor Westtoer is het jaarlijks ontwikkelen en uitvoeren van operationele marketingcampagnes voor de 4 toeristisch-recreatieve regio's, met name de Kust, het Brugse Ommeland, de Leiestreek en de Westhoek. Hierbij wordt gestreefd naar nieuwe performante marketingconcepten. Naast de 4 regiocampagnes komt er elk jaar ook een specifieke MICE-campagne voor de Kust, Brugge en de groene regio's. Westtoer wil ook de uitstraling van West-Vlaanderen vergroten door het ondersteunen van evenementen met internationale impact.

Onderzoek en dataverzameling

In het kader van de uitbouw van West-Vlaanderen als kennispartner staat Westtoer zelf in voor onderzoek en dataverzameling. Zo komt er jaarlijks een overzicht met toeristisch-recreatieve basisgegevens voor de 4 regio's, wordt het aantal fietsers op de fietsnetwerken gemeten, is er onderzoek m.b.t. dag- en verblijfstoerisme aan de Kust en wordt er vanaf 2009 een methodologie ontwikkeld voor het meten van bezoekers aan provinciedomeinen.

Regionale strategische beleidsplanning en regiowerking

Het hernieuwen van de 4 regionale strategische beleidsplannen zal nieuwe toeristisch-recreatieve ontwikkelingskansen aanreiken voor deze regio's. De Westhoek komt hierbij eerst aan bod, gevolgd door de Kust, de Leiestreek en het Brugse Ommeland. Nieuw hierbij is het ontwikkelen van actieplannen m.b.t. het eigen aandeel van Westtoer en de Provincie. In het kader van het gebiedsbeleid van de Provincie krijgt de regiowerking van Westtoer (met regiomanagers en -assistenten) een speerpuntfunctie binnen de algemene werking van het bedrijf.



Strategisch Beleidsplan
Toerisme en Recreatie voor
de Westhoek 2008-2013





Samenwerking en dienstverlening aan de West-Vlaamse gemeenten

Bij de regiowerking spelen de West-Vlaamse gemeenten uiteraard een belangrijke rol: Westtoer wil nog nauwer samenwerken met deze gemeenten via samenwerkingsakkoorden en door de toeristisch-recreatieve overlegplatforms (ROPs). Qua dienstverlening zal Westtoer inzetten op het aanbieden van vormingsinitiatieven voor de diensten van toerisme, het verlenen van marketingadvies en het op punt stellen van een West-Vlaams Informatie Netwerk (WIN-databank) met op termijn toepassingsmogelijkheden voor de gemeentelijke websites.

Advies en begeleiding van bovenlokale en innovatieve projecten

Westtoer wil belangrijke toeristische projecten blijven ondersteunen. Ook hier ligt de focus op innovatie. Daarom zullen belangrijke buitenlandse projecten geprospecteerd worden en wordt een nieuwe visie gevormd op bezoekersattracties en musea. Speciale aandacht zal gaan naar de vernieuwing van het toeristisch product aan de Vlaamse Kust.

Nieuw is de 'quick scan'-procedure waarbij, ten behoeve van gemeenten, over een bepaald toeristisch-recreatief project een oriënterend advies wordt verstrekt.

Externe vertegenwoordiging en grensoverschrijdende samenwerking

Westtoer zal de belangen van de West-Vlaamse toeristisch-recreatieve sector blijven behartigen via vertegenwoordiging in overlegorganen op regionaal, provinciaal en Vlaams niveau. Speciale aandacht zal hierbij gaan naar de grensoverschrijdende samenwerking met de buurlanden.

Professionalisering van de private toeristische actoren

Naast samenwerking met publieke partners, wil Westtoer sterker samenwerken met de privésector. Doelstelling is het verbeteren van de dienstverlening vanuit de private actoren. Concrete acties zijn ondermeer het opstarten van een sectorplatform, de aanwerving van een sector- en logiescoördinator en het ontwikkelen van projecten m.b.t. kwaliteitszorg en klantvriendelijkheid.

Openluchtrecreatie

Tenslotte is de instandhouding en de verdere ontwikkeling van het routeaanbod en de fiets- en wandelnetwerken van groot belang. Nieuwe producten worden onder meer gecreëerd op het vlak van de wandelroutes, erfgoedroutes, mountainbikeroutes en wandelnetwerken. De werking van de 3 recreatieve onderhoudsteams wordt verder uitgebouwd en het systeem van nazorg, met de enthousiaste inzet van vele peters en meters, wordt gedigitaliseerd en geautomatiseerd.

Westtoer wil ook een bijdrage leveren voor de inrichting van de groene assen via het ontwikkelen van een huisstijl en via advies bij de opmaak van inrichtingsplannen.

Ook op het recreatieve vlak is innovatie aan de orde: nieuwe verwachtingen en tendensen worden vervat in een strategisch beleidsplan voor openluchtrecreatie dat een referentiekader zal vormen voor toekomstige recreatieve ontwikkelingen in onze Provincie.



Samenwerkingsovereenkomsten met de West-Vlaamse gemeenten

Na het afsluiten van de beheersovereenkomst met de Provincie werd er in de tweede helft van het jaar gewerkt aan de redactie van de nieuwe samenwerkingsovereenkomsten met de gemeenten. Na veelvuldig overleg in de regionale overlegplatforms, werden de overeenkomsten in het begin van november overgemaakt aan de gemeenten.

Belangrijke accenten binnen deze overeenkomsten zijn:

- Het verder zetten van de promotiecampagnes, via de financiële inbreng van de gemeenten en van de Provincie in de regionale promotiepools
- Het verder uitbouwen van de dienstverlening van Westtoer aan de gemeenten
- De WIN-databank
- De quick scan-procedure
- Het overleg met de gemeenten via de Regionale Overlegplatforms.

Op het einde van 2007 had een grote meerderheid van de gemeentebesturen deze nieuwe overeenkomst reeds goedgekeurd.





Het Brugse Ommeland

De regiowerking Brugse Ommeland heeft in 2007 opnieuw nauw samengewerkt met alle partnergemeenten uit de regio. Hieronder worden een aantal acties afzonderlijk toegelicht.

PRODUCTONTWIKKELING

1. De Verstilde Tijd in het Brugse Ommeland - Een fototentoonstelling van Layla Aerts

Van februari tot en met mei organiseerde de regiowerking Brugse Ommeland voor het eerst zelf een tentoonstelling. Onder de titel "De Verstilde Tijd in het Brugse Ommeland" werden een 12-tal beelden van fotografe Layla Aerts tentoongesteld. De tentoonstelling was gratis te bezoeken in de 4 bezoekerscentra van de regio: Mulle de Terschueren (Tielt), Bulskampveld (Beernem), Kasteel Wijnendale (Torhout) en Huyse de Grote Sterre (Damme).

Met dit project wilde de regiowerking vooral de naambekendheid van het Brugse Ommeland verhogen en via een innoverend project een alternatieve blik op de regio bieden. Tegelijkertijd werden de streekbezoekerscentra gepromoot als toegangspoort tot de regio, en werd o.a. via joint-promotions en free publicity specifieke media-aandacht verkregen.

2. Ondersteuning evenementen

Het Brugse Ommeland organiseerde in 2007 geen eigen evenementen, maar steunde wel initiatieven van derden (gemeenten, privéorganisaties, enz.), uiteraard op voorwaarde dat die initiatieven passen binnen de positionering van de

regio en dat de inbreng van de regiowerking duidelijk zichtbaar was in de communicatie.

Een greep uit de gesteunde evenementen: "Damme, 10 jaar boekendorp", Wandeltocht "Dwars door het Brugse Ommeland", Kroenkelen, "Brugge, hartje winter" en "Tuinbeurs Hof en Huis" in Torhout.

3. Proeven in het Brugse Ommeland

In 2007 gaf Vlaams Minister van Toerisme Geert Bourgeois het startschot voor het project "Vlaanderen Lekker Land". Naar aanleiding daarvan besloot de regiowerking Brugse Ommeland een extra pocket uit te geven: per gemeente werd een chef-kok uitgenodigd om creatief aan de slag te gaan met streekproducten. Het resultaat van hun kookkunst werd opgenomen in de brochure, samen met algemene informatie over de regio en een verwijzing naar het logiesaanbod. Rond de receptenbrochure werden gedurende de winterperiode een aantal marketingacties georganiseerd.

MARKETING

1. Samenwerking Uit-magazine

Voor het project "De Verstilde Tijd in het Brugse Ommeland" sloot de regiowerking Brugse Ommeland een unieke joint-promotion af met Uit-magazine (oplage: 270.000 exemplaren). In 4 opeenvolgende edities van het magazine werd een dubbele pagina gewijd aan de regio. De actie mag zonder meer als geslaagd bestempeld worden, gezien de gecreëerde mediareturn veel hoger lag dan het geïnvesteerde bedrag.

2. Persreis Nederlandse journalisten

Naar aanleiding van het jubileumjaar van Damme Boekendorp organiseerde de regiowerking Brugse Ommeland in nauwe samenwerking met Toerisme Damme, Toerisme Brugge en Toerisme Vlaanderen (buitenlandkantoor Den Haag) een persreis. Ook deze actie was een waar succes: 10 Nederlandse journalisten namen aan de persreis deel en de totale mediawaarde van de gepubliceerde reportages bedroeg maar liefst 130.789 €.

3. www.brugseommeland.be

Hoewel de streekpocket van het Brugse Ommeland nog steeds het speerpunt van de communicatie van de regio blijft, wint de communicatie via het internet voortdurend aan belang.

- Website: Sinds de zomer van 2006 heeft het Brugse Ommeland een nieuwe website. In vergelijking met 2006 zijn de bezoekerscijfers verdubbeld. In september 2007 overschreed de website de kaap van 300.000 bezoekers.
- E-zine: In principe verschijnt er één nieuwsbrief per seizoen, maar naar aanleiding van bepaalde evenementen zijn extra edities mogelijk. De layout van het e-zine leunt nauw aan bij die van de website. Het e-zine wordt verstuurd naar meer dan 9.000 adressen, wat ook een verdubbeling tegenover 2006 betekent.
- Online marketing: In 2007 heeft de regiowerking Brugse Ommeland voor het eerst proactief promotie gevoerd



via online marketing. De acties zijn erop gericht om het imago van de regio te versterken en tegelijk het adresbestand voor het e-zine aan te vullen.

4. Even vooruitblikken: de Voordeelpas

In februari 2008 lanceert het Brugse Ommeland een Voordeelpas. Het concept is eenvoudig: bezoekers die minstens 2 opeenvolgende nachten op hetzelfde logiesadres verblijven, krijgen bij aankomst gratis een Voordeelpas aangeboden. Met die Voordeelpas krijgen ze allerhande voordelen (gratis toegang, korting, enz.) bij de deelnemende attracties.

De Voordeelpas vormt het basisinstrument voor de marketingacties in 2008. De voorbereiding en ontwikkeling ervan nam in het werkjaar 2007 dan ook veel tijd in beslag (o.a. werving attracties, werving logies, redactie, lay-out, opvolging druk).

BRUGGE

De Werelderfgoedstad Brugge is nauw verbonden met het Brugse Ommeland. Ook in 2007 werden gezamenlijke acties ondernomen.

PRODUCTONTWIKKELING

1. Thematische fietstocht

Westtoer lanceerde op basis van het fietsnetwerk een nieuw product: fietstochten waarbij telkens een bepaald thema op de voorgrond staat. De eerste thematische fietstocht, "Forten en Dijken tussen Brugge en Damme" werd ontwikkeld in samenwerking met Stad Brugge en Stad Damme. De fietstocht werd in vier talen uitgegeven, waardoor buitenlandse verblijfstoeristen vanuit Brugge via het fietsnetwerk kunnen kennismaken met de rijke geschiedenis van de regio.

2. Binnen en Buiten

Westtoer verleende zijn medewerking aan "Binnen en Buiten", een project van de Erfgoedcel Brugge naar aanleiding van Open Monumentendag. Op basis van het fietsnetwerk werden 2 fietstochten uitgewerkt langs de zomerverblijven van de Brugse adel.

MARKETING

1. Persbewerking

Brugge is prominent aanwezig in de externe communicatie van Westtoer (o.a. ruime vermelding in streekpockets, e-zines met extra aandacht voor het aanbod van Brugge,...). Bovendien steunt

Westtoer Toerisme Brugge in de communicatie met diverse doelgroepen: zo staat Brugge apart vermeld in het Story Ideas-aanbod, werd "Winter in Brugge" geïntroduceerd bij nationale media, en formuleerde Westtoer voor Vlaanderen Vakantieland (VRT) en Bestemming Vlaanderen (5 regionale zenders) voorstellen rond thema's uit Brugge.

2. Persreizen

De regiowerking organiseerde in 2007 twee persreizen. Naast een persreis voor Nederlandse journalisten (zie Brugse Ommeland) werd ook een persreis voor 9 Deense journalisten georganiseerd. Brugge werd gepromoot als fietsstad, waar de toerist in een fietsvriendelijk hotel logeert en in de groene omgeving naar hartenlust kan fietsen.

3. Kroenkelen

Voor Kroenkelen verleende de regiowerking advies bij promotieacties en werd contact gelegd met mediapartners. De samenwerking was zeer succesvol. Tijdens Kroenkelen werd de thematische fietstocht "Forten en Dijken" voorgesteld en verkocht aan een voordeelprijs.

4. MICE

Sinds 2007 werken Meeting in Brugge en Westtoer samen voor de promotie van Brugge als bestemming voor congres- en seminarietoerisme. Westtoer neemt een deel van de promotieactiviteiten op zich, waardoor Meeting in Brugge zich kan concentreren op taken als sales en dossieropvolging. De samenwerking werd officieel voorgesteld op 20 maart tijdens een persconferentie in het Concertgebouw te Brugge.



De Kust

Het Regionaal Adviescomité Kust werd in 2007 vervangen door een nieuw en adequater instrument, namelijk het “Regionaal Overlegplatform Kust” (kortweg ROP Kust). Via dat kanaal kunnen de beleidsmakers –Burgemeesters en Schepenen van Toerisme– in overleg treden met de regiowerking. In het ROP zetelen eveneens vertegenwoordigers van de Provincie en de Raad van Bestuur van Westtoer. Het is de bedoeling om de besteding van de financiële middelen ter promotie en ontwikkeling van de Kust als toeristisch-recreatieve regio te optimaliseren. De operationele werking van Westtoer op het terrein wordt door dit overleg duidelijk versterkt. Verder verleent de regiowerking Kust medewerking voor het organiseren, convoceren en notuleren van het intern overleg van de Kustburgemeesters. Hier komen zowel toeristische als niet-toeristische items aan bod.

PRODUCTONTWIKKELING

1. Vier nieuwe projecten

Voor de verdere uitbouw van de Kust als kwalitatieve toeristische bestemming is het verwerven van nieuwe financiële middelen uitermate belangrijk. Dankzij de inzet van Westtoer kon financiering voor 4 nieuwe projecten verkregen worden, goed voor een totaalbedrag van € 975.750. Westtoer bevestigt zo zijn rol als bemiddelaar tussen de gemeenten en de hogere overheid. Via de koepelprojecten komen geen individuele gemeenten aan bod, maar wordt de regio als één geheel gepresenteerd.

Een korte toelichting bij de vier nieuwe projecten:

- ‘Actieve Kust’ is gericht op het bouwen, renoveren of herlocaliseren van de strandclubs, en wil zowel de eigen leden als de recreanten aangename faciliteiten bieden. De totale projectkost bedraagt € 3,3 miljoen, waarvan € 450.000 gesubsidieerd wordt door de Vlaamse Overheid.



- ‘De Vlaamse Kust: een zee van kwaliteit’ wil een kwaliteitsverbetering bereiken van de openbare en privé-dienstverlening (Horeca, Recread, vakantiewoningen en de diensten van toerisme van de verschillende gemeenten). Het project krijgt een subsidie van € 350.000.
- ‘Kust-fietsen’ is ideaal voor wie de regio met de fiets wil verkennen. De recreant huurt een fiets bij het vertrekpunt, fietst naar het eindpunt, levert de fiets daar in, en keert met het openbaar vervoer terug naar het vertrekpunt. Het project is goed voor een subsidie van € 139.750.
- ‘Leefbare kampeerbedrijven aan de Kust’ waarmee de gemeenten de campings kunnen moderniseren (zie 2.) kreeg een bijkomende subsidie van € 40.000

2. Leefbare kampeerbedrijven

In het kader van het Kustactieplan werden fondsen voorzien voor “het ontwikkelen van een ruimtelijk instrumentarium voor leefbare kampeerbedrijven aan de Vlaamse Kust”. Westtoer coördineert de inspanningen rond deze doelstelling en biedt alle betrokkenen structurele ondersteuning. Kampeersers stellen vandaag andere eisen dan vroeger; daarom worden de kampeerbedrijven begeleid bij het uitbouwen van een up-to-date aanbod, en dat in overleg met de gemeenten en met respect voor de Ruimtelijke Uitvoeringsplannen.

3. Fietsnetwerk

Dit fietsnetwerk werd medio 2006 voor het grote publiek opgesteld. Het ging gepaard met de publicatie van een gloednieuwe fietsnetwerkkarta, waarvan intussen 30.975 exemplaren verkocht werden. De Kust profileert zich met het fietsnetwerk en de fietsroutes als een aangepaste bestemming om even sportief uit te waaien, uiteraard gecombineerd met een verfrissing op de dijkterrasjes of in het hinterland.





MARKETING

1. Upgrade websites kustgemeenten

In het Kustactieplan werden de nodige financiële middelen voorzien om de gemeenten online een duwtje in de rug te geven. Daarvoor werden de websites



van alle gemeenten doorgelicht door een extern bureau, dat onder meer screende op meertaligheid, uitstraling en inhoud. Op basis van de bevindingen werden in 2007 actuele richtlijnen geformuleerd. Alle kustgemeenten zullen een subsidie van € 10.000 ontvangen voor het verbeteren van hun website, een initiatief dat zowel de gemeenten, de inwoners als de toerist ten goede komt.

2. Vlaamse steun voor promotie-acties in het buitenland

De hoofdtaak van de regiowerking Kust is het bijeenbrengen van de gemeenten in een financieel samenwerkingsverband, om de besteding van de middelen ter promotie en ontwikkeling van deze toeristisch-recreatieve regio te optimaliseren. Sinds een aantal jaren doen niet alleen de gemeenten, maar ook de Provincie een duit in het zakje, en dankzij de bemiddeling van Westtoer levert ook de Minister van Toerisme een forse bijdrage.



Op die manier kon in 2007 zo'n € 1.500.000 euro besteed worden aan het promoten van de Vlaamse Kust in het buitenland, en dan vooral in Nederland, Duitsland, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk en Luxemburg. Daardoor houdt deze regio in het internationale aanbod aardig stand.



De Leiestreek

De Leiestreek, waar verleden toekomst is

De Leiestreek is een provinciegrens-overschrijdende regio die zich uitstrekt van Wervik tot Gent en van Roeselare tot Avelgem. De Leie, de Schelde en de kanalen zijn van oudsher bepalend geweest voor de ontwikkeling ervan. De streek heeft een heel gevarieerd toeristisch-recreatief aanbod: cultuurhistorische hoogstandjes, idyllische plekjes in het groen, prachtige fiets- en wandelroutes en talrijke musea. Ook het toeristische belang van het industriële erfgoed, dat boeiende verhalen uit het heden en het verleden onthult, wordt steeds groter.



Hard werken is optellen, samenwerken is vermenigvuldigen

Het sleutelelement in de regiowerking Leiestreek is samenwerking; een aanpak die steeds opnieuw vruchten afwerpt. Dit wordt gestimuleerd op de maandelijkse overlegvergaderingen met de diensten voor toerisme van de regio. Ook met de toeristisch-recreatieve actoren op het terrein en met de gebiedswerking van de Provincie West-Vlaanderen worden nauwe banden onderhouden.

In 2007 ging er vooral aandacht naar de samenwerking met het streekbezoekerscentrum voor Kortrijk en de Leiestreek, dat in 2006 de deuren opende. Verder wierp het partnerschap binnen de Leiestreek in West- en Oost-Vlaanderen onder de vorm van een vzw dit jaar opnieuw vruchten af: onder andere het project rond 'Langs Vlaamse Wegen' opende nieuwe mogelijkheden.

Naast de unieke structurele coöperatie binnen de provincies West- en Oost-Vlaanderen wordt er al 5 jaar projectmatig intensief samengewerkt met de vzw Lys sans Frontières, de overkoepelende organisatie voor toerisme in de Franse Leiestreek.



Dossier Interreg-IV Project

In het kader van Interreg-IV werd op 31 oktober een nieuw projectdossier ingediend, waarmee de regio Europese subsidies hoopt te krijgen voor promotie- en infrastructuurprojecten rond 4 thema's: industrieel erfgoed, fietsen en wandelen, watertoerisme en gastronomie. Het nieuwe project telt 18 partners aan Franse en 20 partners aan Vlaamse zijde: Westtoer, de Provincie West-Vlaanderen, Toerisme Oost-Vlaanderen, Toerisme Leiestreek vzw, Lys sans Frontières asbl, en een groot aantal Vlaamse en Franse Leiestreekgemeenten.



PRODUCTONTWIKKELING

1. Grensoverschrijdende boottochten

Voor het tiende jaar op een rij werden er in de Leiestreek zomerboottochten georganiseerd. In de zomer van 2007 telden de boottochten meer dan 3000 deelnemers. Er was een bezettingsgraad van 92 procent. Vooral de tochten naar de Franse Leiestreek en de Oost-Vlaamse Leiestreek werden bijzonder gesmaakt.

2. Leiestreekfeesten en Fietsfeest

1 juli 2007 werd een hoogdag: de Leiestreekfeesten brachten in vele Franse en Vlaamse Leiestreekgemeenten een massa volk op de been, terwijl het spetterend Fietsfeest niet minder dan 3.500 fietsers op de trappers zette.

3. Nieuwe themafietsroutes en wandelroutes

In 2007 is de regio 3 themafietsroutes en 2 wandelroutes rijker geworden. Fietsfanaten kunnen voortaan aan West-Vlaamse zijde de Vlasroute volgen, en aan Oost-Vlaamse zijde de routes “Bakens van kunst” en “Fietsen langs meersen en meanders”. Wandelaars kunnen sinds juni hun hartje ophalen op de Orveytwandeleroute langs het kanaal Bossuit-Kortrijk. Sinds het najaar heeft de Leiestreek een eerste erfgoedwandeleroute: ‘Sporen naar 1302’ leidt de wandelaar langs het boeiende cultuurhistorische erfgoed van de stad Kortrijk.

MARKETING

1. Nieuwe positionering en promotiecampagnes

Voor de positionering van de Leiestreek werden in 2007 resoluut nieuwe wegen bewandeld. Gezien de waterkant niet als iets unieks beschouwd kan worden, werden er twee nieuwe pijlers naar voren geschoven: “Industrieel erfgoed” en ‘Kunstvaardigheid’.

Het nieuwe positioneringsbeeld met Brouwerij Rodenbach en de bijhorende regioprofilering werd gelanceerd in verschillende regionale, nationale en internationale promotiecampagnes. Tegelijkertijd kreeg een groot deel van het promotiemateriaal van de regio een facelift. Voortaan wordt ook de nieuwe

baseline ‘Waar verleden toekomst is’ consequent toegepast in alle communicatiekanalen.

Om activiteiten, evenementen en het toeristisch-recreatief aanbod in het algemeen te promoten werden er ten slotte talrijke promotieacties ondernomen via o.a. TV, joint-promotions, brochurefinders, mailings en media-advertenties.

2. VTB Cultuur

In samenwerking met VTB Cultuur werden er gedurende 6 maanden talrijke activiteiten in de regio georganiseerd, waarbij iedere maand een ander thema belicht werd. Het ging vooral om wandel- en fietsevenementen, maar ook om attractiebezoeken en dagtrips.





De Westhoek

2007 was voor de regiowerking Westhoek een cruciaal jaar: in overleg met verschillende partijen werd het nieuwe "Strategisch Beleidsplan voor Toerisme en Recreatie in de Westhoek" opgesteld, dat de grote lijnen van het toerismebeleid voor de komende 5 jaar bepaalt.

Bovendien werd het Regionaal Adviescomité voor Toerisme en Recreatie Westhoek omgevormd tot het Regionaal Overlegplatform Westhoek (kortweg ROP Westhoek). Via ROP Westhoek kunnen Burgemeesters en Schepenen van Toerisme in overleg treden met de regiowerking, met als doel om de besteding van de financiële middelen ter promotie en ontwikkeling van de Westhoek via het overleg te optimaliseren. In het Regionaal Overlegplatform zetelen eveneens vertegenwoordigers van de Provincie en de Raad van Bestuur van Westtoer. De operationele werking van Westtoer op het terrein wordt door het ROP Westhoek-overleg duidelijk versterkt.

Een ander initiatief dat gericht is op het versterken van samenwerking en coördinatie in de regio is de Adviesgroep Toerisme en Recreatie Westhoek. Die verenigt één keer per maand alle hoofden van de diensten voor toerisme en VVV van de regio.

PRODUCTONTWIKKELING

1. Nieuwe fiets- en wandelroutes

Met de POP-fietsroute en de Mijnen-slagfietsroute telt de regio twee nieuwe thematische fietstochten. De Gasthuisbossenwandelroute werd vernieuwd, en er kwamen twee nieuwe wandelroutes bij: de Galgebossenwandelroute en de Kraters en Mijnenwandelroute. De regiowerking Westhoek kon ook de nieuwe Rodeberggruiteroute lanceren.

2. Westhoekvoordeelpas

De regiowerking Westhoek heeft in 2007 een Westhoekvoordeelpas uitgegeven (5de editie). De Voordeelpas wordt gratis aangeboden aan verblijfstoeristen die minstens 2 opeenvolgende nachten in de streek boeken, en bevat 26 kortingsbons met een totale waarde van € 37. Er werden meer dan 5.000 passen verspreid via de deelnemende logies.

3. Fiets- en wandelarrangement

In samenwerking met een tiental logies uit de Westhoek werd opnieuw een Westhoekarrangement voor fietsen en voor wandelen ontwikkeld. Het eerste verkent het fietsnetwerk Westhoek, het tweede ontdekt het wandelnetwerk Heuvelland. Beide arrangementen werden in het 'Vlaanderen Vakantieland'-boek van Toerisme Vlaanderen aangeboden. Ook werden deze arrangementen op de website van de Westhoek gepromoot.

MARKETING

1. Uitgave brochures en pockets

De succesvolle brochure 'Westhoekjes' was dit jaar aan zijn achtste editie toe, met een oplage van 130.000 exemplaren. Deze toeristische bijbel van de Westhoek met tientallen leuke ideeën voor uitstapjes en gezellige sneukel-adresjes werd zoals elk jaar uitgegeven in het Nederlands, Frans, Engels en Duits. De viertalige Logiesbrochure Westhoek 2007, die uitgegeven werd op 40.000 exemplaren, vormt voor verblijfs-toeristen de ideale aanvulling op de Westhoekjes.

WO I-toeristen vinden alle interessante informatie in de informatieve pocket 'Den Grooten Oorlog in de Westhoek', die opnieuw uitgegeven werd in het Nederlands en het Engels. In 2007 werd voor het eerst speciaal voor de inwoners een chronologische "Westhoek Evenementenkalender" samengesteld voor de periode 15 juni - 31 december 2007.





2. www.toerismewesthoek.be

De website werd verder uitgebouwd en telde in 2007 zo'n 250.000 bezoekers. Nieuw dit jaar was de maandelijkse e-nieuwsbrief met regionieuwtjes, info over evenementen, illustraties, enz.

3. *Deelname binnenlandcampagne Toerisme Vlaanderen*

De binnenlandcampagne van Toerisme Vlaanderen en Vlaanderen Vakantieland is gericht op het promoten van de "Groene Regio's" in Vlaanderen. Via deelname aan deze campagne kon de regiowerking De Westhoek in diverse media onder de aandacht brengen.



Op die manier werden zo'n 21.000 exemplaren van de Westhoekjes-brochure verspreid. Los van de binnenlandcampagne was de regio aanwezig in allerlei Vlaamse en Waalse kranten en magazines met advertenties en korte artikels, en op verschillende vakantiebeurzen.

Het VRT-programma Vlaanderen Vakantieland wijdde maar liefst vier keer een uitzending aan de Westhoek, waarbij de volgende thema's aan bod kwamen: 90 jaar Slag bij Passendale, wandelen in het Heuvelland, logeren in gastenkamers in Poperinge en volksspelen in het Poperingse hoppelend.

4. *Deelname Nederlandcampagne Toerisme Vlaanderen*

In samenwerking met alle Vlaamse provincies en met de drie Groene Regio's van West-Vlaanderen voerde Toerisme Vlaanderen-Den Haag een Vlaanderen-campagne, waarvoor een Nederlands reclamebureau ingeschakeld werd.

De regiowerking Westhoek verzorgde voor deze campagne de coördinatie van de West-Vlaamse Groene Regio's.

De campagne omvatte o.a. advertenties in tv-magazines, direct mail en een Vlaanderen-nieuwsbrief. De regiopockets Brugse Ommeland, Leiestreek en Westhoek werden apart ingezet. Hoewel

de actie niet onmiddellijk gericht was op het genereren van respons, werden in totaal bijna 500 Westhoekjes-brochures rechtstreeks gestuurd naar Nederlandse aanvragers.

5. *Promotie-acties voor de Britse markt*

In de Westhoek is en blijft WO I de absolute trekpleister voor Britse toeristen. De promotie-acties gebeuren in samenwerking met het Toerisme Vlaanderen-kantoor in Londen. Bij deze acties wordt nog steeds de pocket "The Great War in Flanders" ingezet. Dit jaar werd, om de acties rond 90 jaar Slag bij Passendale en 90 jaar Derde Slag bij Ieper te financieren, samen met Ieper en Zonnebeke een bescheiden financiële pool gevormd.



Strategische planning, onderzoek en databeheer

De afdeling Strategische planning en databeheer heeft in 2007 onder meer de volgende zaken gerealiseerd:

1. Onderzoek "Oorlog en Vrede in de Westhoek 2006"

Dit onderzoek werd gerealiseerd door Westtoer met de steun van de Provincie West-Vlaanderen en van de gemeentebesturen Diksmuide, Heuvelland, Ieper, Langemark-Poelkapelle, Poperinge en Zonnebeke. Het totale aantal WO I-toeristen werd geschat op 326.900, voornamelijk Belgen en Britten. De WO I-toeristen genereren in de Westhoek een jaarlijkse omzet van ongeveer € 31,2 miljoen. Het onderzoek leverde heel wat interessante aanbevelingen voor het verder ontwikkelen van het WO I-toerisme in de Westhoek. Het onderzoeksrapport werd officieel aan de pers voorgesteld in mei 2007.



2. Onderzoek 'Evaluatie toeristisch-recreatieve Doelstelling 2 Kustgebied-projecten vanuit de appreciatie van de kusttoerist'

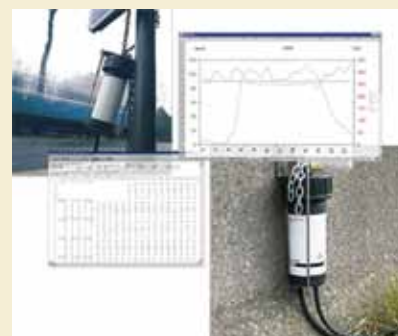
Met het Doelstelling 2 Kustgebied-programma wil de EU de regionale ontwikkeling van de Kust bevorderen. In dit onderzoek evalueerde Westtoer de Doelstelling 2 projecten die verband houden met de toeristisch-recreatieve sector. Uit de resultaten blijkt dat de verblijfstoeurist aan de Kust in de volgende aspecten de grootste verbeteringen in het Kustproduct merkt: de aanleg van grote recreatieve fietsassen langs de Kust en het hinterland, de kwaliteit en inrichting van de dijk en van de straten. Aspecten die minder scoren zijn de voorzieningen voor kinderen en jongeren en de weersonafhankelijke voorzieningen.

3. Onderzoek 'Evaluatie van 15 jaar Europese steun rond toerisme in de Westhoek'

De voorbije 15 jaar werden verschillende Europese programma's gelanceerd ter bevordering van de economische en sociale situatie in de Westhoek. Tijdens dit onderzoek ging Westtoer na in welke mate de Europese steun rond toerisme in de Westhoek in de voorbije 15 jaar een stempel heeft weten te drukken op de regio. De conclusies luiden dat vooral grote projecten in steden als Ieper en Diksmuide gesteund werden, en dat de nadruk lag op het uitbouwen en vernieuwen van attracties en op recreatieve productontwikkeling.

4. Onderzoek bij tweede verblijvers in Knokke-Heist

In opdracht van Toerisme Knokke-Heist voerde Westtoer een onderzoek uit om de informatie over tweede verblijven en tweede verblijvers in Knokke-Heist te actualiseren en een beter beeld te krijgen van het profiel en het gedrag (o.a. bezettingsgraad en activiteiten) van



de tweede verblijvers in Knokke-Heist. Er werd ook een raming gemaakt van de bestedingen van de tweede verblijvers, op basis waarvan een omzet kon worden berekend. Tot slot formuleerde Westtoer aanbevelingen op het vlak van productontwikkeling en marketing voor deze doelgroep.



5. Opmaak Strategisch Beleidsplan Westhoek 2008-2013

Het Strategisch Beleidsplan voor Toerisme en Recreatie in de Westhoek uit 1999 werd in 2007 volledig herzien en geactualiseerd. Centraal staan het duurzaam verder ontwikkelen en promoten van de Westhoek als een toeristisch-recreatieve regio waar heel veel te beleven valt en als een Vlaamse Groene Regio van topkwaliteit. Om een draagvlak voor het nieuwe plan te krijgen werden in de loop van 2007 drie klankbordgroepen met diverse actoren uit de regio georganiseerd. Ook alle gemeenten uit de regio werden geraadpleegd.

6. KITS-Project (Kust-Indicatoren-Toeristisch-Strategisch)

Het letterwoord KITS staat voor Kust-Indicatoren-Toeristisch-Strategisch. En dat is in een notendop wat het project wil doen: een sterk informatiesysteem ontwerpen voor toerisme en strategische ontwikkeling van de kustgemeenten en Brugge.

Anders gezegd: het KITS-project wil op een snelle en doeltreffende manier een permanent overzicht bieden van de sociaal-economische betekenis van het kusttoerisme (verblijfstoerisme in commerciële logiesvormen, tweede verblijfstoerisme en dagtoerisme) en van de toeristisch-recreatieve ontwikkelingen. Bijzondere aandacht gaat naar de mogelijkheid tot benchmarking voor kustgemeenten en privé-actoren.

In een eerste fase (december 2006 - eind 2007) werd een set van indicatoren ontwikkeld. In 2008 zullen de indicatoren en de verwerkingsmodules verder uitgewerkt worden.

Het project is mogelijk dankzij financiële steun uit het derde Kustactieplan, de Provincie, Westtoer, alle kustgemeenten, de stad Brugge en privé-actoren.

7. Meet- en onderzoeksprojecten voor fietsnetwerk Westhoek en fietsnetwerk Leiestreek

Fietsnetwerken zijn relatief jonge recreatieve producten in West-Vlaanderen. Het "Meet- en Onderzoeksproject fietsnetwerk Westhoek" werd opgestart om in te schatten wat het effect is van de aanwezigheid van het fietsnetwerk op de regio.



Westtoer ontwikkelde een methode die het mogelijk maakt om aan de hand van een beperkt aantal tellers het aantal fietsers -zowel totaal als specifiek voor recreatie- jaar na jaar te berekenen. In een uitgebreide enquête op het fietsnetwerk van de Westhoek in het fietsseizoen van 2006 (van Pasen tot Allerzielen) werd gepeild naar het profiel, de tevredenheid en de bestedingen van de recreatieve netwerkfietsers. In 2007 werden de

tellingen verwerkt en de enquêteresultaten geanalyseerd. De resultaten worden uitvoerig besproken in het onderzoeksrapport "Meet- en Onderzoeksrapport fietsnetwerk Westhoek 2006".

Voor het fietsnetwerk Leiestreek werd in april 2007 eenzelfde onderzoeksproject opgestart. De resultaten van dit project zullen beschikbaar zijn in het voorjaar van 2008.



Productontwikkeling

Databank routes en netwerken

De vele recreatieve routes en netwerken in West-Vlaanderen die Westtoer de voorbije jaren lanceerde moeten uiteraard onderhouden worden. Elke route wordt regelmatig gecontroleerd door vrijwilligers, de zogenaamde “peters en meters” die eventuele opmerkingen aan Westtoer doorgeven, waarna een Westtoerploeg de vastgestelde problemen gaat oplossen. Om het beheer van de routes en netwerken efficiënter te laten verlopen heeft Westtoer beslist om een databank op te zetten, die op termijn alle concrete gegevens (o.a. bewegwijzering, randinfrastructuur, verharding) zal bevatten. Bovendien zullen de peters en meters hun opmerkingen via een internetloket kunnen doorgeven. Verwacht wordt dat het systeem operationeel zal zijn voor fietsen en toeren in maart 2009, en voor wandelen, paardrijden en ATF in 2010.

Realisatie nieuwe fiets- en wandelverbindingen

Westtoer probeert om de bestaande routes en netwerken voortdurend te optimaliseren, o.a. door missing links in de wandel- en fietsnetwerken weg te werken. Zo realiseerden we in Sint-Baafs-Vijve een fietsverbinding tussen het A.Demedtshuis en de Leie. Op het fietsnetwerk Westhoek werd de doorsteek langs de golfterreinen in de Palingbeek aangepakt door het fietspad in te graven, waardoor golfers en fietsers zich nu zonder gevaar naast elkaar kunnen ontspannen. De gemeente Harelbeke deed een beroep op Westtoer voor het opstellen van een inrichtingsplan voor

de Beneluxlaan, en in Poperinge werd dan weer gewerkt aan een recreatieve verbinding langs de Vleterbeek, waarvoor o.a. een brug ontworpen werd.

Inrichtingsplan NORDIC

In opdracht van de Vlaamse Gemeenschap Dienst Kust maakte Westtoer een inrichtingsplan voor het duingebied Nordic, dat ter hoogte van het natuurgebied de Fonteintjes ligt. Het plan omvat zowel maatregelen inzake natuurherstel als inzake recreatie: er wordt een vijver gegraven, de plas-drassituaties aan de duinvoet worden hersteld, en een wandelpad in kleischelpen zorgt voor de ontsluiting van het gebied.

Groene Assen West-Vlaanderen

Westtoer werkte samen met de provincie West-Vlaanderen aan een bestek om de Groene Assen via een nieuwe huisstijl aantrekkelijker en vooral zichtbaarder te maken.

Daarvoor werd begin 2007 een ontwerpwedstrijd georganiseerd, waarbij de opdracht was om een catalogus te ontwikkelen van verschillende soorten infrastructuur voor de aankleding van de assen (banken, fietsenstallingen, informatiedragers, mijlpalen, oversteken van wegen ...).

TOERISTISCHE PRODUCTONTWIKKELING

Westtoer heeft een ruime ervaring op het gebied van bezoekersattracties en onthaal. De afdeling Toeristische productontwikkeling wordt dan ook regelmatig door steden en gemeenten ingeschakeld voor het voeren van quick scans, het schrijven van ontwikkelingsplannen en conceptstudies, het opzetten en beheren van Europese samenwerkingsprojecten en de begeleiding van concrete realisaties.

Spraakmakende bezoekersattracties

Een nieuwe opdracht is het project Eperon d'Or in Izegem, waarvan de multimediale inrichting door Westtoer begeleid wordt. Eperon d'Or wordt tegen 2013 een bezoekersattractie over het industriële verleden van de regio en van Izegem, stad van schoenen en borstels, die een belangrijke rol zal spelen in het toeristisch netwerk van industrieel erfgoed in de Leiestreek. Daarnaast begeleidt Westtoer de realisatie van het Belle Epoque-centrum in Blankenberge en het Romeins belevingscentrum in Oudenburg.

Toeristische valorisatie oorlogserfgoed

Op initiatief van minister Bourgeois hebben Westtoer en Toerisme Vlaanderen de handen in elkaar geslagen voor het opwaarderen van het WO I-erfgoed in de Westhoek. Er werd een actieplan opgesteld dat de basis zal vormen voor de honderdjarige herdenking van WO I in 2014-2018. Deze studieopdracht ligt



in het verlengde van het nieuwe Strategisch Beleidsplan voor Toerisme en Recreatie in de Westhoek. Westtoer heeft ook een actieplan voor het opwaarderen van het WO II-erfgoed in de Euregio Scheldemond (provincies West- en Oost-Vlaanderen en Zeeland) uitgewerkt. In het rapport zijn aanbevelingen opgenomen rond o.a. productontwikkeling, promotie en samenwerking.

Europese projecten

In 2007 werden een aantal door Westtoer gecoördineerde meerjarige Europese projecten afgerond: Bezoekerscentra op het Platteland, Streekidentiteit in Bezoekersattracties, Vergeten Veldslagen uit WO-II en Vlaanderen.

Westtoer diende in 2007 een nieuw project in voor de uitbouw van een toeristisch netwerk van industrieel erfgoed in de Leiestreek. Het project kadert in het ruimere project "Leiestreek: van bron tot monding" in samenwerking met Toerisme Leiestreek.

Quick scans

Met een quick scan (nieuw sinds 2007) kan elke West-Vlaamse gemeente, lid van Westtoer, eenmalig een beroep doen op Westtoer voor een korte intensieve oriëntatie over een specifieke toeristische uitdaging (meestal rond bezoekersattracties en -onthaal). Voor Veurne werd een quick scan uitgevoerd voor de (her)inrichting van het stad- en landhuis en voor Diksmuide werd een nieuw toeristisch onthaal voor de stad onder de loep genomen.

RECREATIEVE PRODUCTONTWIKKELING

De recreatieve lusvormige route: een vaste waarde

In 2007 werd het aanbod aan lusvormige recreatieve routes verder uitgebreid en kregen heel wat routebrochures een nieuwe vormgeving, conform de Westtoer-huisstijl. De provincie telt inmiddels 50 (erfgoed)wandelroutes. Sinds september 2007 kunnen ruiters het Heuvelland verkennen via de nieuwe Rodeberggruiteroute, en in de regio Mennen-Kortrijk hebben intussen honderden mountainbikers de weg gevonden naar de Sjouwersmountainbikeroute.

Netwerken voor recreanten

Het succes van de fietsnetwerken vertaalde zich in 2007 in een grote belangstelling voor de herdrukte fietsnetwerkkarten. Speciaal voor de meerwaardezoekers ontwikkelde Westtoer vier nieuwe themafietstochten op de fietsnetwerken: De Mijnsenslag van 1917 (Ieper-Heuvelland), Forten en Dijken (Brugge-Damme), Vlas (Kortrijk) en POP (Poperinge). De wandelaars werden verwend met het gloednieuwe wandelnetwerk Ieperboog, ruim 100 kilometer schitterende wandelwegen in een groene en historische streek.

Struinen in de duinen

Het KAP II-project "Recreatief medegebruik van de Vlaamse Kustduinen" kwam op kruissnelheid. Er werd een

grondige inventaris gemaakt van de faciliteiten voor en de problemen met openluchtrecreatie in de duinen. Daarnaast werden inrichtingsplannen opgesteld voor diverse zeeverende duingebieden. Het wandelnetwerk Westkust, in de duinen tussen De Panne en Nieuwpoort, kreeg concrete vorm en wordt in 2008 geopend.

Grenzeloos recreëren

Het Interreg IIIA-project RANDO werd eind 2007 afgerond. Samen met de Noord-Franse partners werd het laatste werkjaar gefocust op het promoten van de gezamenlijke realisaties. Westtoer nam deel aan het Salon de Randonnée in Parijs en de Fiets- en Wandelbeurs in Amsterdam, waar de grensoverschrijdende recreatieve kaart voor West-Vlaanderen en Noord-Frankrijk gretig aftrek vond. Ook de lanyard met knooppuntenkaartje valt bij wandelaars in de smaak. Het succesvolle RANDO-project werd afgesloten met een geslaagde slotmanifestatie eind december 2007.

Het bos en de bomen

Voor wie door het bos de bomen niet meer ziet werd begin 2007 de volledig vernieuwde overzichtskaart "Fietsen en Wandelen in West-Vlaanderen" gepubliceerd, met alle recreatieve routes en netwerken in de provincie. De kaart vormt een aanvulling op de inmiddels vertrouwde Recreatiegids, die in 2007 in twee talen en op 70.000 exemplaren werd verspreid.



Marketing

In het jaar 2007 heeft de afdeling Marketing de volgende accenten gelegd:

1. Innoverende communicatie

Westtoer werkt sinds jaar en dag proactief samen met hedendaagse media om de West-Vlaamse regio's te promoten. Zo onderhandelt Westtoer bijvoorbeeld met nationale media over tarieven en concepten voor brochurefinders, waarbij lezers via een coupon een brochure over een regio kunnen aanvragen. Via www.storyideas.be, een uniek initiatief, inspireert Westtoer media met reportage-ideeën om vanuit diverse invalshoeken bijdragen te realiseren over de Westhoek, het Brugse Ommeland, de Leiestreek en de Kust.

Naast de klassieke samenwerking met media kiest Westtoer bovendien steeds vaker voor een innoverende aanpak, waarbij klassieke instrumenten worden gecombineerd met nieuwe initiatieven zoals sponsored magazines, productplacement en joint promotions.

2. Pers & Media

In 2007 waren er in totaal 243 perscontacten, waaronder 8 persconferenties, 37 persreizen en 54 interviews. Er verschenen 48 persberichten en ruim 300 eigen redactionele bijdragen en publicaties, met een geschatte commerciële waarde van ruim € 1,4 miljoen. Aan de hand van brochurefinders werden 29.586 brochures aangevraagd.

3. Beurzen

In 2007 nam Westtoer deel aan 21 beurzen en/of evenementen, waaronder enkele grote vakantiebeurzen maar ook niche- en MICE-beurzen. Er werden in totaal 91.551 Westtoer- en Kustbrochures verspreid, en via een wedstrijd op de grote beurzen werden 2.224 adressen verzameld.

4. Internet

De Westtoer-websites telden in 2007 in totaal 2.407.416 unieke bezoekers, goed voor 3.162.391 visits. Om de regio's te promoten worden de regiowebsites steeds meer ingezet. Via campagnes worden toeristen en recreanten uit binnen- en buitenland aangezet om de regiowebsites te bezoeken, waar ze alle praktische informatie over logies, evenementen, nieuws, (water) recreatie, daguitstappen, gastronomie, enz. kunnen vinden.

5. Campagnes

Naast de reguliere regiocampagnes werden promotieactiviteiten ontwikkeld rond twee specifieke speerpunten: Fietzen en West-Vlaanderen Lekker Land. De fietscampagne in 2007 was een

voortzetting van de campagne van 2006.

Met de financiële steun van Minister van Toerisme Bourgeois werd de vzw Tafelen in Vlaanderen boven de doopvont gehouden; een samenwerkingsverband van de 5 provinciale federaties en Horeca Vlaanderen.

Doelstelling is om in 2008-2009 de tafel- en eetcultuur in de West-Vlaamse regio's als een totaalbeleving van gastronomie, convivialiteit, gastheerschap en gezelligheid uit te dragen naar de consument.

In 2007 werden bij Westtoer de nodige voorbereidingen getroffen op vlak van productontwikkeling en de promotiecampagnes voor 2008. Met het event rond de lancering van nieuwe West-Vlaamse streekgerechten werd ook een sensibiliseringscampagne naar de sector opgezet.

6. Televisie

Westtoer heeft overeenkomsten met VRT (Vlaanderen Vakantieland) en RTBF (Télétourisme en Escapade Gourmande). In Vlaanderen Vakantieland (gemiddeld 500.000 kijkers) komen de vier regio's het hele jaar door uitgebreid aan bod. In Télétourisme en Escapade Gourmande wordt de Kust in de kijker geplaatst in het kader van de promotie-acties in Wallonië. Nieuw was de samenwerking met vijf regionale zenders voor het toeristisch programma 'Bestemming Vlaanderen'. Vlaanderen Vakantieland was in 2007 goed voor 10 reportages, Télétourisme voor 2, Escapade Gourmande eveneens voor 2, en Bestemming Vlaanderen voor 11.





7. MICE (meeting incentives congres & events)

De belangrijkste instrumenten voor MICE-promotie zijn websites en brochures. Naast de bestaande websites werden dit jaar 2 nieuwe websites in gebruik genomen, met name www.meetingwestflanders.be (landingspagina West-Vlaanderen) en www.greenwestflanders.be (Groene Regio's). Van de Meetcentives Kust-brochure werden 4.800 Nederlandse en 800 Franse exemplaren voorzien, en van de Meetcentives Groen-brochure 4.500 respectievelijk 600.

De MICE-promotiecampagnes zijn echter altijd een mix van printcampagnes, e-marketing, netwerken, beurzen, persbewerking, mailings, advies en terugkoppeling. Er werd extra aandacht geschonken aan online promotie en e-marketing, o.a. door het aanwenden van Google adwords ter promotie van de websites.

Zo noteerden we voor www.dekust.org/meetcentives een gemiddelde van 4.855 unieke bezoekers per dag en voor www.greenwestflanders.be een gemiddelde van 4.604 unieke bezoekers per dag.

8. Databasemarketing

De tijd dat een bedrijf de markt massaal benaderde is al lang voorbij: budgetten zijn immers niet onuitputtelijk, en de consument wordt niet graag lastig gevallen met informatie waar hij niet om gevraagd heeft. Kostenefficiënt en doelgericht communiceren is dus de boodschap. Omdat het daarbij heel belangrijk is om te beschikken over informatie over de trouwe, occasionele en potenti-

ele klanten, doet Westtoer al een tweetal jaar aan databasemarketing. Westtoer zal de komende jaren consequent verder gaan met deze inspanningen, om in de toekomst via aangepaste producten en marketing een nog betere service aan toeristen en recreanten in Vlaanderen te kunnen bieden.

Een beeld zegt meer dan 1000 woorden. Dit geldt des te meer voor een toeristisch product. Westtoer beschikt inmiddels over een brede waaier aan mooie, inspirerende beelden die eenvoudig en overzichtelijk kunnen beheerd worden via een daartoe ontwikkelde software. Het programma laat toe de veelheid aan beelden beheersbaar te houden en gemakkelijk en selectief

9. Dienstverlening aan de sector

- Distributie: Alle West-Vlaamse Diensten voor Toerisme en alle logiesverstrekkers aan de Kust (campings,

hotels en immobiliënkantoren) werden 3 keer per jaar bevoorrad met Westtoer-brochures. Om de brochures te stockeren beschikt Westtoer over een magazijn van 300 m².

- E-zine: Sinds 2002 publiceert Westtoer een driemaandelijkse e-zine voor de toeristische sector. Het e-zine informeert over het reilen en zeilen van Westtoer en is intussen uitgegroeid tot een belangrijke informatiebron voor toeristisch (West-)Vlaanderen, wat leidt tot een hogere betrokkenheid van de andere toeristische actoren en bijdraagt tot het dynamisch imago van Westtoer.
- Events: In het voorjaar nodigde Westtoer alle West-Vlaamse Burgemeesters, Schepenen voor Toerisme en stads- of gemeentesecretarissen uit voor een ontmoetingsavond. In de Westtoer-gebouwen konden de beleidsmakers bij een hapje en een drankje kennismaken met de toekomstplannen van Westtoer en netwerken met collega's uit alle West-Vlaamse gemeenten.
- Marketingplannen voor Partners: De marketingafdeling werkte op vraag van Poperinge en Blankenberge strategische marketingplannen uit voor het Hopmuseum respectievelijk het Belle Epoque-centrum.





Nuttige adressen

Westtoer apb

Koning Albert I-laan 120
8200 Sint-Michiels (Brugge)
T +32 50 30 55 00
F +32 50 30 55 90
info@westtoer.be
www.westtoer.be

Regiowerking Toerisme Kust

Koning Albert I-Laan 120
8200 Brugge
T +32 50 30 55 00
F +32 50 30 55 95
dekust@westtoer.be
www.dekust.org

Regiowerking Toerisme Brugse Ommeland

Koning Albert I-Laan 120
8200 Brugge
T +32 50 30 55 00
F +32 50 30 55 92
brugseommeland@westtoer.be
www.brugseommeland.be

Regiowerking Toerisme Leiestreek vzw

Huis van de Streek Zuid-West-Vlaanderen
Doorniksesteenweg 218
8500 Kortrijk
T +32 56 24 99 95
F +32 56 24 99 90
toerismeleiestreek@westtoer.be
www.toerisme-leiestreek.be

Regiowerking Toerisme Westhoek

Esenkasteel
Woumenweg 100
8600 Diksmuide
T +32 51 51 93 43
F +32 51 51 93 51
toerismewesthoek@westtoer.be
www.toerismewesthoek.be

Provinciehuis Boeverbos

Koning Leopold III-laan 41
8200 Brugge (Sint-Andries)
T +32 50 40 31 11
F +32 50 40 31 00

Provinciaal Informatiecentrum Tolhuis

Jan Van Eyckplein 2
8000 Brugge
T 0800 20 021
provincie@west-vlaanderen.be

Colofon

Eindredactie : Stefaan Gheysen, Magda Monballyu, Philippe Lefebvre, Lieven Verdonck, Danielle Van de Vijver, Geert Hoorens

Coördinatie : Danielle Van de Vijver

Concept: Magenta

Opmaak: Nele Vandepitte, Westtoer

Rewriting: Nathalie Van De Walle

Druk: De Windroos

Fotografie : Westtoer, Daniel de Kievieth, Layla Aerts, Carlo Verfaillie, Michel Decler, Sonja Lafosse, Jean Godecharle, Toerisme Kortrijk, Toerisme Leiestreek, VVV Scheldestreek, B.ad en Jan Darthet ©Provincie West-Vlaanderen

Verantwoordelijke uitgever :

Westtoer apb, Koning Albert-I laan 120, 8200 Sint-Michiels (Brugge)

WD/3029/2007/79

Met dank aan alle medewerkers van Westtoer die hebben bijgedragen tot de realisatie van dit jaarverslag.



