

3.4.120 - TENDANCES

Toeristische bestemmingen - Nieuwe Trends

1. PROJECTLEIDER

WESTTOER APB

Postcode: 8200

Stad: Brugge (Sint-Michiels)

Land: België

2. PROJECTPARTNERS EN BUDGET

PROJECTPARTNERS	GEBIEDSDEEL	TOTAAL BUDGET	EFRO
WESTTOER APB	VL	550 296,87 EUR	275 148,43 EUR
Agence d'Urbanisme et de Développement de la Région Flandre Dunkerque	FR	334 566,32 EUR	167 283,16 EUR
Communauté urbaine de Dunkerque	FR	120 001,78 EUR	60 000,89 EUR
Comité Régional du Tourisme de Picardie	FR	Geassocieerde PP	Geassocieerde PP
Fédération Touristique du Luxembourg Belge	WA	125 497,50 EUR	62 748,75 EUR
Comité Régional de Tourisme Nord-Pas de Calais	FR	Geassocieerde PP	Geassocieerde PP
UDOTSI du Nord	FR	Geassocieerde PP	Geassocieerde PP

GECT EGTS West-Vlaanderen/Flandre-Dunkerque-Côte d'Opale	FR	Geassocieerde PP	Geassocieerde PP
TOTAAL		1 130 362,47 EUR	565 181,23 EUR

3. OVERZICHT

Het project TENDANCES richt zich op de complementariteit tussen twee mature toeristische zusterbestemmingen: land aan de ene kant, zee aan de andere. De bestemmingen Belgisch Luxemburg en de Frans-Belgische kust staan centraal in de vrijetijdsbesteding van Belgen, Fransen en Nederlanders. De bestemmingen zijn geen concurrenten maar toeristen komen naar deze regio's om hun welzijn te verhogen: soms in een zee van groen, soms in een zee van water. Beide regio's kampen met dezelfde problemen: een sterke aantrekkingskracht van grote steden (citytrips) door meer en goedkopere luchtvaartverbindingen en een verouderd klantenbestand. Bovendien delen beide bestemmingen veel gelijke waarden en worden ze geconfronteerd met een gebrek aan tijd, expertise en middelen om te innoveren. Als laatste zien we dat beide regio's een achterstand hebben op vlak van digitale innovatie.

De partners van het project willen het erfgoed en de specifieke kenmerken van deze gebieden valoriseren door gezamenlijke, toeristische en complementaire producten en diensten te ontwikkelen die beter beantwoorden aan de huidige trends in consumentengedrag. Het project biedt een antwoord op een gemeenschappelijke nood naar grotere samenhang en een hogere aantrekkingskracht van deze grensoverschrijdende gebieden. De partners ontwikkelen hiervoor een cross-marketing aanpak.

Het doel van het project is om:

- een gemeenschappelijke visie op te bouwen rond gezamenlijke waarden zoals 'welzijn' en 'authenticiteit'
- complementaire producten en diensten te ontwikkelen
- de professionelen in toerisme aan beide zijden van de grens te verenigen
- de doeltreffendheid van toeristische promotie te verbeteren door toeristische bezoeken, economische bedrijvigheid en dus werkgelegenheid te ondersteunen

Om deze doelstellingen te realiseren, dienen we volgende acties te ontwikkelen:

- nieuwe producten en diensten die beantwoorden aan nieuwe trends rekening houdend met de complementaire troeven van deze 2 grensoverschrijdende gebieden. Het aanbod wordt opgebouwd rond de identiteit van de gebieden (zijnde bos of zee),
- opleidingen ter professionalisering van de toeristische actoren om het concurrentievermogen en de aantrekkelijkheid te verhogen,
- co-creatie workshops: diverse professionelen (vb. stedenbouwkundigen) delen hun expertise en ervaring met toeristische ondernemers.

4. BEGIN- EN EINDDATUM VAN HET PROJECT

Begindatum: 01/10/2016

Einddatum: 30/09/2020

5. NAAM VAN DE CATEGORIE STEUNVERLENING

Bescherming, ontwikkeling en bevordering van openbare toeristische voorzieningen

6. ACTIVITEITENVERSLAG OP 30/09/2017

In tijden waarin er een hevige concurrentiestrijd speelt tussen toeristische bestemmingen, wil het project Tendances juist de krachten bundelen tussen de bestemmingen Belgisch Luxemburg en de Frans-Belgische kust door hun strategische visie te delen en kennis uit te wisselen. Het project Tendances wil ondernemers ondersteunen op een vernieuwende manier. Het project richt zich hierbij vooral op toeristische ondernemers, en voornamelijk horeca-ondernemers.

4 doelstellingen zijn gedefinieerd:

1. Ontwikkelen van nieuwe toeristische producten en diensten die beantwoorden aan nieuwe trends en de verwachtingen van de hedendaagse bezoeker (ontwikkeling van grensoverschrijdende inspiratieboek rond nieuwe toeristische producten en diensten)
2. Creëren van een gezonder aanbod in restaurants met het gebruik van lokale en seizoensproducten van aan de hand van opleidingstrajecten (begeleidingstraject voor ondernemers en ontwikkeling van grensoverschrijdend inspiratieboek)
3. Organiseren van begeleiding de inrichting van interieur (decoratie, meubels, etc.) die beantwoorden aan de noden van de huidige consument (begeleidingstraject en ontwikkeling van grensoverschrijdend inspiratieboek)
4. Verbeteren van de digitale communicatie en de uitstraling van de toeristische ondernemers via e-marketing (begeleidingstraject en grensoverschrijdend inspiratieboek)

Sinds het begin van het project hebben de Duinkerke, Vlaamse en Luxemburgse partners samengewerkt om de verwachtingen van hun doelpubliek (families met kinderen tot 12 jaar/ senioren) te detecteren. Heel vaak beschikken ze over hetzelfde cliënteel: een toerist uit Belgisch-Luxemburg is evengoed een bezoeker van de Frans-Belgische kust). Om de noden van deze bezoekers nog meer in kaart te brengen, hebben de projectpartners een gemeenschappelijke synthese opgesteld van de bestaande studies en toeristische trends. Daarnaast hebben de projectpartners een studiebureau aangeworven om 6 focusgroepen uit te voeren met het

doelpubliek van de drie regio's. Op basis van deze focusgroepen ontwikkelde het studie bureau 40 ideeën fiches waarmee toeristische ondernemers aan de slag kunnen gaan.

De projectpartners hebben een gemeenschappelijke website (<http://www.tendances-tourisme.org>) opgesteld om te communiceren over het project. Daarnaast organiseerden ze ook een openingsevenement die een complementair geheel vormde, gericht naar de toeristische ondernemers. De complementaire thema's van deze evenementen omvatten: culinaire aspecten in Koksijde (10 mei), nieuwe trends in Duinkerke (11 mei) en vernieuwende toeristische diensten en producten in Paliseul (1 juni).

De projectpartners zijn gestart met de voorziene acties rond interieurinrichtingen en de ontwikkeling van nieuwe recepten in lijn met gezondheid en welzijn (gezonde voeding). Ze zijn ook gestart met de samenwerkingen van de hotelschool en interieurscholen. De eerste realisaties zijn voorzien op het einde van 2017.

7. DATUM VAN DE LAATSTE BIJWERKING

30 september 2017