

**STRATEGISCH
BELEIDSPLAN VOOR
TOERISME EN
RECREATIE IN
DE WESTHOEK**

2018 - 2024





VOORWOORD

Om richting te geven aan het toeristisch en recreatief beleid van de Westhoek presenteren we je het derde beleidsplan voor de regio.

Het nieuwe beleidsplan bevat de strategische visie op de verdere ontwikkeling van toerisme en recreatie in de Westhoek en focust op de periode na de honderdjarige herdenking van de Eerste Wereldoorlog. Planhorizon is 2018-2024.

Het plan werd opgemaakt door Westtoer met een plangroep van deskundigen die het proces begeleidde. Op verschillende momenten in het planningsproces werden overlegmomenten georganiseerd met diverse actoren in het veld. The Missing Link, een adviesbureau uit Nederland, bepaalde samen met Westtoer en de sector de grote verhaallijnen voor de Westhoek. Het bekomen van een gedragen plan was het start- en het eindpunt van dit proces.

De ambitie, doelstellingen en acties uit dit plan zijn gebaseerd op een uitgebreide interne en externe analyse. De focus van dit plan ligt op de concrete acties die we moeten ondernemen om de doelstellingen te bereiken.

Veel organisaties en ondernemers zetten zich dagelijks in voor de ontwikkeling van het toerisme in de Westhoek. Maar ook organisaties die niet rechtstreeks met toerisme bezig zijn, hebben een grote impact. Dit beleidsplan is opgevat vanuit een brede blik en kan enkel gerealiseerd worden met de medewerking van partners binnen en buiten de Westhoek, zowel in de toeristische sector als daarbuiten.

Gedetailleerde actieplannen gebaseerd op dit beleidsplan zijn het instrument om jaarlijks alle actoren te mobiliseren om de doelstellingen te behalen.

We willen iedereen die een bijdrage leverde aan deze toekomstvisie voor toerisme en recreatie in de Westhoek van harte bedanken voor zijn inzet en betrokkenheid.



Franky De Block

Gedeputeerde voor toerisme

Voorzitter Westtoer apb



INHOUD

1. De Westhoek in cijfers!	7
2. SWOT analyse	13
3. Trends en Toerisme	15
4. Uitdagingen	19
5. Ambitie	23
6. Verhaallijnen	25
6.1 Grenzeloos genieten	26
6.2 Verhaallijnen	27
7. Marktstrategie	33
7.1 Producten combineren met markten	33
7.2 Marketingacties	35
8. En dan nu actie!	41
8.1 Actiedomein 'Van de Zee naar de Bergen' of 'Van de Bergen naar de Zee'	41
8.2 Actiedomein 'De Grote Goesting'	55
8.3 Actiedomein 'Oorlog en Vrede'	63
8.4 Actiedomein 'Logeren als god naast Frankrijk'	71
8.5 Westhoek en Westkust: 1+1=3	79
9. Tijd voor beleid	81
9.1 Welkom in de Westhoek	81
9.2 Organisatie	84
9.3 Westhoek en cijfers	88
10. Info	91

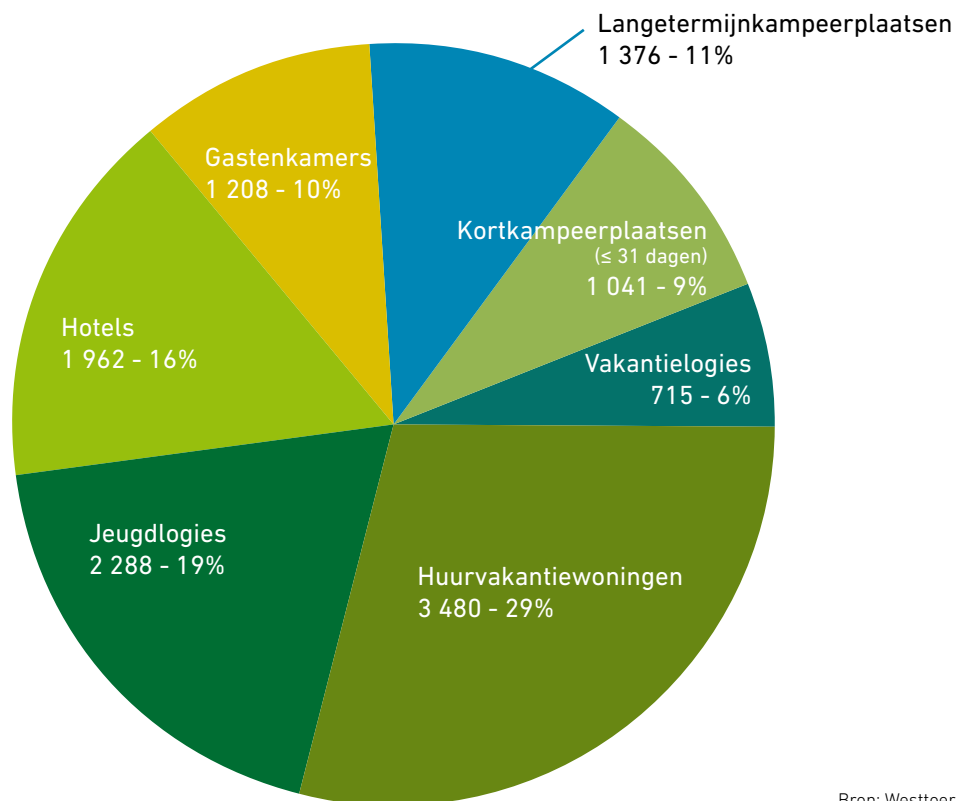


1. DE WESTHOEK IN CIJFERS!

12 070 personen kunnen in de Westhoek overnachten

De belangrijkste logiesvorm in de Westhoek zijn de vakantiewoningen, met ongeveer 29% van alle bedden. Jeugdlogies is goed voor bijna 20% van de beddencapaciteit. Met 1 962 bedden staan de hotels op de derde plaats (16%).

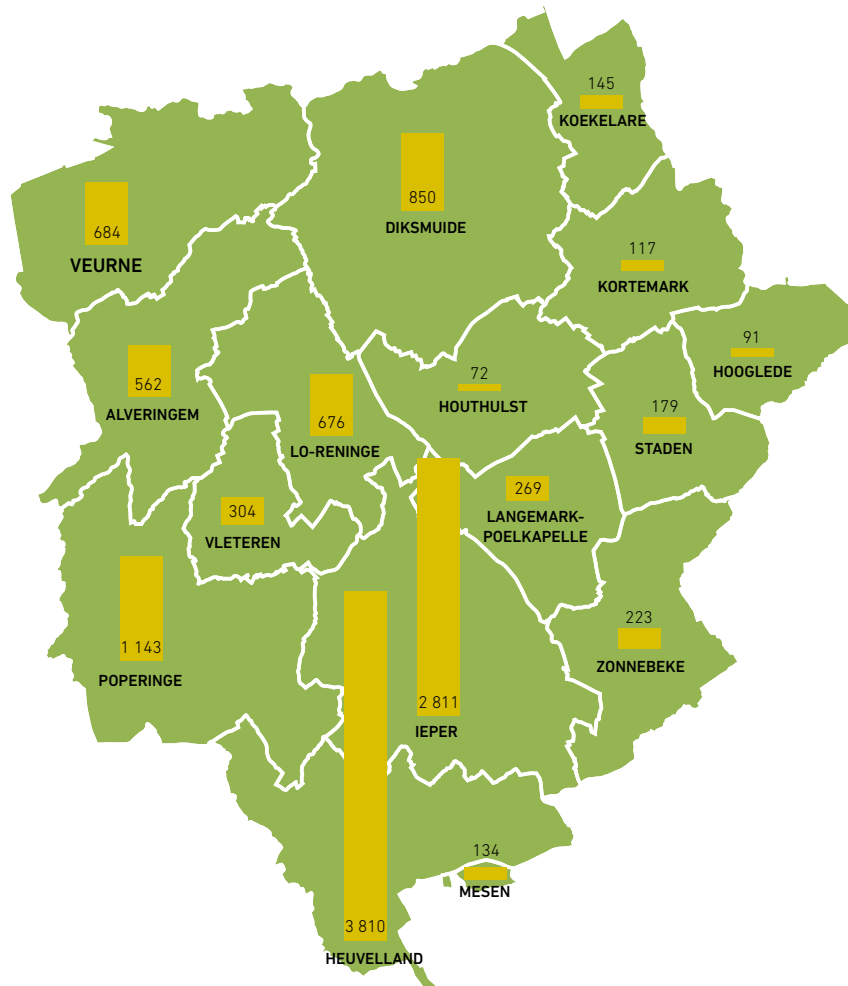
Structuur van het logiesaanbod (in bedden) in de Westhoek naar type logiesvorm, 2015



Logiescapaciteit per gemeente

Binnen de Westhoek is Heuvelland de gemeente met de grootste logiescapaciteit, met zowat een derde van alle bedden. De meeste bedden op campings, in vakantiewoningen en in jeugdlogies vinden we in die gemeente terug. Ieper telt het meeste bedden in hotels en gastenkamers.

Structuur van het logiesaanbod (in bedden) in de Westhoek naar gemeente, 2015



Bron: Westtoer en VLIS

391 000 toeristen bleven in 2015 in de regio overnachten

In 2015 bleven ongeveer 391 000 toeristen overnachten in de Westhoek. Samen genereerden ze 857 000 overnachtingen. Gemiddeld verblijft een toerist 2,2 nachten in de Westhoek.

Bijna 4 op 10 toeristen kiezen voor een hotel. In vakantiewoningen (20%) en jeugdlogies (19%) blijft men het langst.

Structuur van het verblijfstoerisme in de Westhoek, 2015

Logiesvorm	Aankomsten	In %	Overnachtingen	In %	Gemiddelde Verblijfsduur (in nachten)
Hotels	151 993	38,9	267 287	31,2	1,8
Huurvakantiewoningen	79 724	20,4	234 980	27,4	2,9
Jeugdlogies	74 835	19,1	194 743	22,7	2,6
Gastenkamers	44 584	11,4	79 590	9,3	1,8
Vakantielogies	25 906	6,6	49 850	5,8	1,9
Kortkampeerplaatsen	13 916	3,6	30 861	3,6	2,2
Totaal	390 958	100,0	857 311	100,0	2,2

Bron: FOD Economie Statistieken

Westhoek staat op de derde plaats van de groene regio's in Vlaanderen

In Vlaanderen zijn de Limburgse en de Antwerpse Kempen de belangrijkste groene regio's qua aantal vakantie-gangers en hun overnachtingen. De Westhoek staat op de derde plaats. Een belangrijk verschil van deze regio's met de Westhoek is de aanwezigheid van grote vakantieparken.

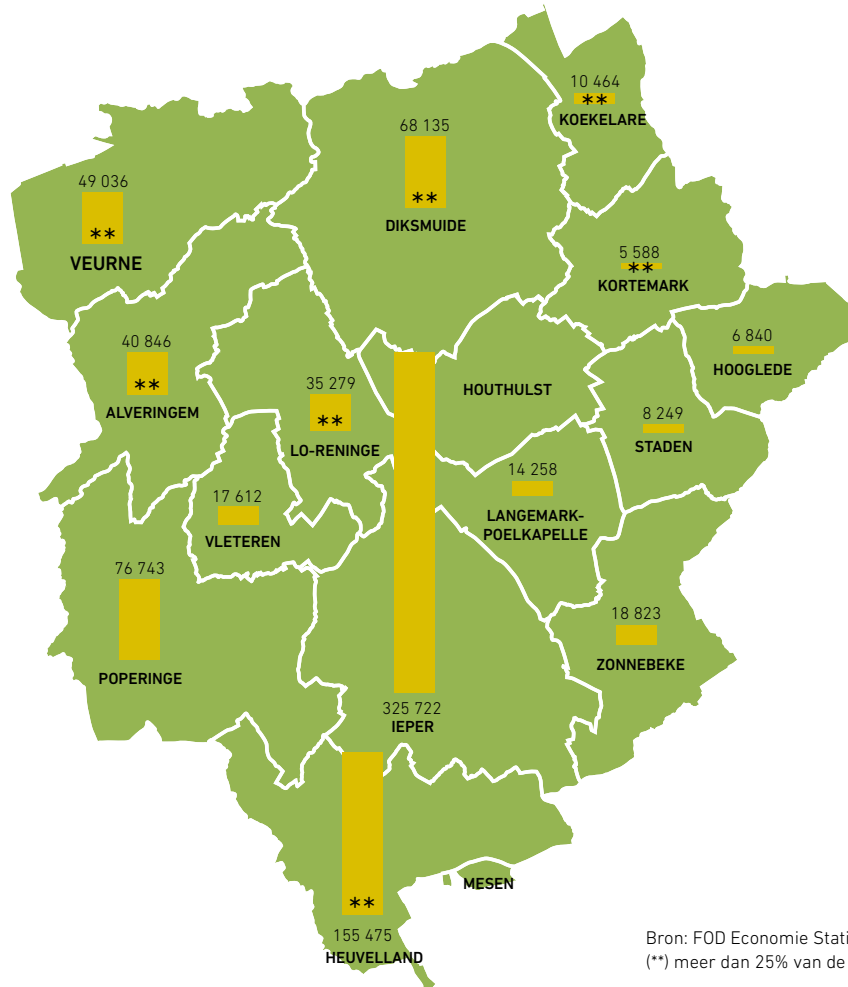
Overnachtingen per gemeente

Ieper neemt de eerste plaats in met meer dan 325 000 overnachtingen. Heuvelland staat op de tweede plaats met 155 000 overnachtingen.

Vanuit FOD Economie worden geen cijfers vrijgegeven voor Houthulst en Mesen wegens de vertrouwelijkheid van de gegevens. Er zijn daar onvoldoende logiesondernemingen die gegevens doorgeven.



Structuur van het verblijfstoerisme (in overnachtingen) in de Westhoek naar gemeente, 2015



Bron: FOD Economie Statistieken
(**) meer dan 25% van de overnachtingen is ingeschat.

Britten zijn de belangrijkste buitenlandse markt

België is de belangrijkste markt met 54% van alle verblijfstoeristen. De Britse markt komt met 28% op de tweede plaats. De niet-buurlanden staan in 2015 in voor 5% van de verblijfstoeristen. De belangrijkste verre markten zijn Australië, de Verenigde Staten en Canada.

Structuur van het verblijfstoerisme in de Westhoek naar herkomst, 2015

Land van herkomst	Aankomsten	In %	Overnachtingen	In %	Gemiddelde Verblijfsduur (in nachten)
België	212 399	54,3	475 576	55,5	2,2
Verenigd Koninkrijk	109 904	28,1	230 023	26,8	2,1
Nederland	30 195	7,7	64 460	7,5	2,1
Frankrijk	10 175	2,6	17 904	2,1	1,8
Duitsland	7 002	1,8	17 254	2,0	2,5
Niet-buurlanden	21 283	5,4	52 094	6,1	2,4
Totaal	390 958	100,0	857 311	100,0	2,2

Bron: FOD Economie Statistieken

2,9 miljoen dagtoeristen in 2015

Het aantal dagtoeristen schatten we voor 2015 in op 2,9 miljoen. Belangrijke categorieën zijn de dagtoeristen vanuit Noord-Frankrijk en de verblijfstoeristen aan de Kust die voor een daguitstap of een fietstocht naar de Westhoek komen. In totaal fietsten ongeveer 2 miljoen recreatieve fietsers op het fietsnetwerk van de Westhoek in 2015.

500 500 WOI-bezoekers in de Westhoek in 2015

In 2015 kwamen een half miljoen WOI-bezoekers naar de regio. Dit is ruim boven de 415 500 bezoekers van het aanloopjaar 2013. In het topherdenkingsjaar 2014 telde de Westhoek bijna 800 000 WOI-bezoekers.

Van de 500 500 WOI-bezoekers in 2015 kwam 46% uit het binnenland. De belangrijkste buitenlandse markten voor WOI blijven het Verenigd Koninkrijk (33%) en Nederland (9%). De WOI-bezoekers besteedden in 2015 ongeveer 52 miljoen euro in de Westhoek. Hiervan werd 42 miljoen besteed door de verblijfstoeristen.

Toeristen besteedden samen 139 miljoen euro in de regio in 2015

De toeristische omzet van de regio Westhoek wordt geraamd op 139 miljoen euro in 2015. Het verblijfstoerisme is goed voor 46%, het dagtoerisme voor 54%. De directe en indirecte werkgelegenheid wordt ingeschat op bijna 2 100 voltijdse equivalenten (VTE). Hierbij gaan we uit van 1 VTE directe en 0,5 VTE indirecte werkgelegenheid per 100 000 euro omzet.



2. SWOT ANALYSE

- Sterke mix van natuur, stilte, recreatieve mogelijkheden, authenticiteit, leuke adresjes, cultuur en erfgoed, streekproducten, logies, ...
- Duidelijke identiteit in Vlaanderen en grote bekendheid van leper en ruimer ook Flanders Fields in de UK.
- Extra aantrekking door authenticiteit van de Westhoek en de typische couleur locale.
- Ligging nabij andere aantrekkelijke toeristische bestemmingen zoals de Kust en Noord-Frankrijk.
- Goede bereikbaarheid met de wagen.
- Rustige en groene regio met stiltegebieden en grote landschapsvariatie.
- Aanwezigheid van water zorgt voor een extra aantrekkingskracht.
- Uitgebreid en gevarieerd recreatief aanbod.
- Groot aanbod aan kwalitatief, kleinschalig logies.
- Veel karaktervolle restaurants en cafés.
- Ruim en kwalitatief aanbod op vlak van streekproducten.
- Uitgebreid, divers en goed ontsloten WOI-product.
- Goed onthaalnetwerk met aandacht voor persoonlijk onthaal.
- Veel actoren die toeristisch-recreatieve projecten initiëren en coördineren.
- Beleid wordt onderbouwd door onderzoek en continue monitoring.

- Focus op WOI tijdens de herdenkingsjaren, waardoor andere thema's minder uitgewerkt zijn.
- De Westhoek is minder goed gekend in Wallonië, Frankrijk en Nederland.
- Beperkte bereikbaarheid met het openbaar vervoer en weinig alternatieve vervoersmodi.
- Weinig toeristische topnatuur, weinig bosgebieden en sterke versnippering van de natuur.
- Beperkte mogelijkheden voor kamperen en kampeerauto's.
- Aantal verouderde logiesondernemingen.
- Gebrek aan rezazaken in dorpen en beperkte openinguren.
- Te weinig gebruik van streekeigen producten bij logies, restaurants en cafés.
- Dalende bezoekerscijfers bij streekmusea met minder beleving.
- Onvoldoende aandacht voor het regioverhaal binnen het onthaalnetwerk.
- Minder slagkracht voor (kleinere) diensten voor toerisme.
- Beperkte inzet op het verhogen van de naamsbekendheid in Nederland.
- Onvoldoende aandacht en middelen voor het beheer van recreatieve paden en infrastructuur.

- Ruimte voor bos- en natuuruitbreidingen.
- De Kustpolders en de Handzamevallei zijn beschermd.
- Nieuwe projecten mogelijk dankzij Interreg V en Leader.
- Registratie van het logies door het nieuwe logiesdecreet.
- Investerings in bovenlokale fietsverbindingen.
- Stijgende behoefte aan omgevingsrecreatie uit Zuid-West-Vlaanderen, Rijsel, Duinkerke en de Kust.

- Druk op de openbare ruimte vanuit de industrie en de woningbouw.
- Beeldkwaliteit onder druk door nieuwe ontwikkelingen in de landbouwsector.
- Verdere afbouw van het openbaar vervoer.
- Minder statistische gegevens rond vraag en aanbod door het nieuwe logiesdecreet.



3. TRENDS EN TOERISME

Toerisme is onlosmakelijk verbonden met de ruime maatschappelijke context. We zien allerhande trends waarop de Westhoek zou kunnen inspelen.

- **Nieuwe doelgroep: millennials**

Met de Westhoek zetten we vaak in op de babyboomers (50'ers), een generatie die goed bij kas zit en op zoek is naar unieke belevenissen, luxe, ongekeerde adresjes, ...

De millennials vormen de nieuwe generatie. Ze zijn geboren tussen 1985 en 2000, maken deel uit van de peer to peer maatschappij en zoeken en delen reisinspiratie online via reviewsites en sociale media. Ze gaan 4 tot 5 keer per jaar op vakantie en eisen waar voor hun geld.

- **Slowcial (slower, better and nicer) of graag traag**

Gejaagde consumenten hunkeren tijdens gewonnen momenten naar traagheid. Het moet niet altijd flitsend en snel zijn. Soms even niks is ook prima. In onze snel evoluerende maatschappij gaan mensen op zoek naar authenticiteit en verbondenheid. Micro-adventures spelen hier op in: avonturen die kort, simpel en lokaal zijn. Vandaag de dag besteden we een groot deel van de dag achter een scherm. Micro-avonturen geven je de kans om hieraan even te ontsnappen zonder dat je daarvoor ver moet reizen. Je bouwt slowtijd in binnen de grenzen van de vrije tijd en in eigen streek.

- **Sluiktoerisme of silent travel**

Meer en meer mensen willen afwijken van de geijkte paden en kleinere steden en gemeentes ontdekken. De millennials zijn de primaire adepten van dit stille toerisme. Klassieke folders interesseren hen niet, zij halen hun informatie en inspiratie uit sociale media en digitale buurtplatformen.

- **Micro moments**

Continu worden we geïnformeerd of gaan we zelf op zoek naar informatie. Die moet snel beschikbaar zijn, duidelijk en eenvoudig, concreet en direct bruikbaar. Als reisbestemming moet je nadenken over hoe je met de juiste informatie op het juiste moment aanwezig kunt zijn bij je potentiële toeristen.

- **Digitale detox**

75% van de vakanties wordt online geregeld en de behoefte aan internet ter plaatse is groot. Een tegentrend is de digitale detox met reizigers die beeldschermvrij op vakantie willen. Digitale detox trips laten reizigers toe om even uit de digitale wereld te stappen. Als mensen meer en meer de hele dag online verbonden zijn, beginnen ze echte interactie te missen. Dan wordt het fijn om even afscheid te nemen van de smartphone en terug te gaan naar de echte wereld.

- **Foodcations**

Een andere vakantietrend is de foodcation, een vakantie die in het teken staat van eten en drinken. Maar het gaat om meer dan dat. Men wil gerechten kunnen bereiden samen met de lokale mensen, proeven aan tafel bij een boer, en culinair genieten van pure streekproducten.

- **Multigeneratievakanties**

Bij multigeneratievakanties draait het om vakanties met de hele familie: (klein)kinderen, ouders en grootouders. Grootouders zijn tegenwoordig vaak in goede gezondheid, ze zijn reislustig, hebben tijd én betalen graag de rekening. Samenzijn op vakantie moet het gebrek aan contact gedurende de rest van het jaar compenseren.





4. UITDAGINGEN

De beeldkwaliteit van het landschap staat onder druk en het landschap is te weinig beleevingsvol ingericht.

Uit onderzoek blijkt dat het landschap een belangrijk gegeven is voor de toerist om voor de Westhoek te kiezen. Hij apprecieert de rust, de openheid en de variatie van het landschap in combinatie met de typische dorpen en steden. Hiermee kan de Westhoek zich onderscheiden van andere, meer verstedelijkte regio's. Maar deze troef staat onder druk, omdat het landschap verder versnipperd door de aanleg van nieuwe woonverkevelingen, industrie-terreinen, landbouwloodsen en door de toename van glastuinbouw.

Het recreatief product is in de Westhoek goed ontwikkeld: de regio is ontsloten door een fietsnetwerk, 5 wandelnetwerken en heel wat lusvormige en thematische routes. Veel routes en netwerken maar ook de openbare ruimte kunnen beleevingsvoller worden ingericht. Bovendien ervaren we steeds meer een knelpunt bij het onderhoud van infrastructuur, zoals paden op recreatieve routes en netwerken.

Er is te weinig afstemming met betrekking tot het bevorderen, professionaliseren en vermarkten van streekproducten.

De laatste jaren groeit de aandacht voor producten van eigen bodem. De consument hecht belang aan de herkomst en wil het verhaal achter het product kennen. Door de voedselketen te verkorten wil men het transport van voedsel beperken en tegelijk de lokale economie ondersteunen.

In de Westhoek is er een waaier aan streekspecialiteiten. Meer en meer mensen gaan aan de slag met deze producten en ontwikkelen initiatieven zoals een streekmarkt, een sneukeltocht, ... Maar door een gebrek aan afstemming dreigt het overzicht zoek te raken. Bovendien zijn de streekproducten te weinig geïntegreerd in het toeristisch product. Ze moeten meer deel uitmaken van bv. een ontbijt in een hotel of een authentiek gerecht in een restaurant. Tenslotte blijft de distributie een knelpunt bij de commercialisatie van streekproducten.

Na de herdenkingsperiode ligt de focus minder op de Eerste Wereldoorlog.

De Eerste Wereldoorlog en de Westhoek zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden, toen en nu. Naar aanleiding van de honderdjarige herdenking van de Eerste Wereldoorlog werden musea heringericht, nieuwe onthaal- en bezoekerscentra opgericht en sites in het landschap ontsloten. Nieuwe fiets- en autoroutes zorgen voor een betere ontsluiting van het erfgoed.

De herdenking heeft de Westhoek (inter)nationaal op de kaart gezet. 2014 was een absoluut topjaar met bijna 800 000 bezoekers. Ook in 2015 verwelkomde de Westhoek een half miljoen herdenkingstoeristen. Hoe kunnen we na 2018 de geschiedenis van de Grote Oorlog in de Westhoek levendig houden? En hoe kunnen we het oorlogslandschap vrijwaren in de komende jaren?

De logiesector is te weinig innovatief en onderscheidend en het kampeeraanbod in de Westhoek is beperkt.

Logeren in de Westhoek zit sinds jaren in de lift. De totale logiescapaciteit is de laatste jaren flink gestegen, vooral bij gastenkamers en vakantiewoningen. Maar terwijl een aantal logiesuitbaters er in slagen om zich te onderscheiden met wellness, luxe, originele concepten, glamping, storytelling, ..., is het merendeel onvoldoende vernieuwend.

Verder zijn er te weinig mogelijkheden om te kamperen in de Westhoek (campings en kampeerautoterreinen). Tenslotte zet de logiesector te weinig in op de digitale snelweg.

Kleinschalige (niet WOI-)attracties zijn vaak te weinig belevingsvol.

De Westhoek kent heel wat kleinschalige attracties en musea, waarvan er veel kampen met dalende bezoekerscijfers. Ze zijn vaak zeer klassiek en schools en bieden weinig tot geen beleving. De concepten zijn niet meer aangepast aan de wensen van de huidige toeristen.

De samenwerking met publieke en private actoren en met de Westkust kan beter.

Alle Westhoekactoren willen een sterke regio met aantrekkelijke toeristische producten. Dit is alleen mogelijk door de krachten te bundelen. Maar de samenwerking blijft nu teveel beperkt tot de publieke actoren. We moeten private ondernemers beter integreren in onze werking en hen ambassadeurs van de regio maken. Bovendien moeten we de grenzen van de Westhoek overstijgen. De relatie met de toeristische spelers (publiek en privaat) van de Westkust kan beter.

De toeristische productontwikkeling en promotie moeten meer inspelen op het grensverhaal.

De Westhoek grenst aan het noordelijkste stukje Frankrijk. De Vlaamse en de Franse Westhoek hebben een gemeenschappelijke geschiedenis. Eeuwenlang hoorde Frans-Vlaanderen immers bij het graafschap Vlaanderen. Het grensverhaal en de typische producten die ermee samenhangen worden nog te weinig uitgespeeld in het toeristische verhaal.

Interregprojecten geven zuurstof aan grensoverschrijdende initiatieven. Maar de vraag is hoe we niet alleen op projectbasis maar ook structureel kunnen samenwerken met Noord-Frankrijk. Kunnen we bovendien meer Noord-Fransen warm maken voor een dagtrip naar de Westhoek?

De professionele werking van de lokale diensten voor toerisme wordt bedreigd door een gebrek aan personeel en middelen.

Veel diensten voor toerisme in de Westhoek hebben te weinig middelen om voldoende gekwalificeerd personeel in te zetten. Ze houden zich dan voornamelijk bezig met het onthaal van toeristen en hebben te weinig tijd voor productontwikkeling en samenwerking met de private sector. Een visie over toerisme en recreatie ontbreekt vaak en veel energie gaat verloren aan versnipperde initiatieven.

De naamsbekendheid van de Westhoek in Nederland kan beter.

Er zijn te weinig publiekscampagnes over de Westhoek in Nederland. Toerisme Vlaanderen maakt bij de promotie van Vlaanderen in Nederland weinig onderscheid tussen de Vlaamse regio's. Hierdoor is het maar beperkt mogelijk om de naamsbekendheid van de Westhoek bij onze noorderburen te verhogen.

De Westhoek scoort minder goed op vlak van duurzaamheid.

Kenmerkend voor de Westhoek zijn een sterk verspreide bebouwing en in hoofdzaak kleine kernen of dorpen. De steden zijn beperkt bereikbaar met het openbaar vervoer; de kleinere kernen en dorpen vaak helemaal niet. Inwoners en toeristen zijn daardoor sterk afhankelijk van eigen gemotoriseerd vervoer. Naast een tekort aan duurzame mobiliteitsvormen, zien we dat de toeristische sector in de Westhoek weinig tot geen stappen zet in de richting van duurzaamheid. Dat wordt nochtans dé uitdaging van de komende decennia, ook voor de toeristische sector.



5. **AMBITIE**

Na afloop van de honderdjarige herdenking van de Eerste Wereldoorlog willen we de Westhoek opnieuw op een andere manier positioneren in Vlaanderen en Nederland.

Onze ambitie is om van de Westhoek een topbestemming te maken voor korte vakanties en daguitstappen. Een bestemming die zich onderscheidt door een unieke beleving van het landschap, het grenzeloos bourgondisch genieten en de historie die in de Westhoek constant voelbaar en beleefbaar is.

De mix van troeven moeten we beter uitspelen: de rust en de stilte, het open landschap, de steden en dorpen, het erfgoed, de streekproducten, de gastronomie en de ligging aan de zee en de Franse grens.

Bijkomend versterken we de relatie tussen de Westhoek en de Westkust en halen we de banden met Noord-Frankrijk aan.

De finale doelstelling is de economische welvaart, de werkgelegenheid en het algemeen welzijn in de Westhoek stimuleren.

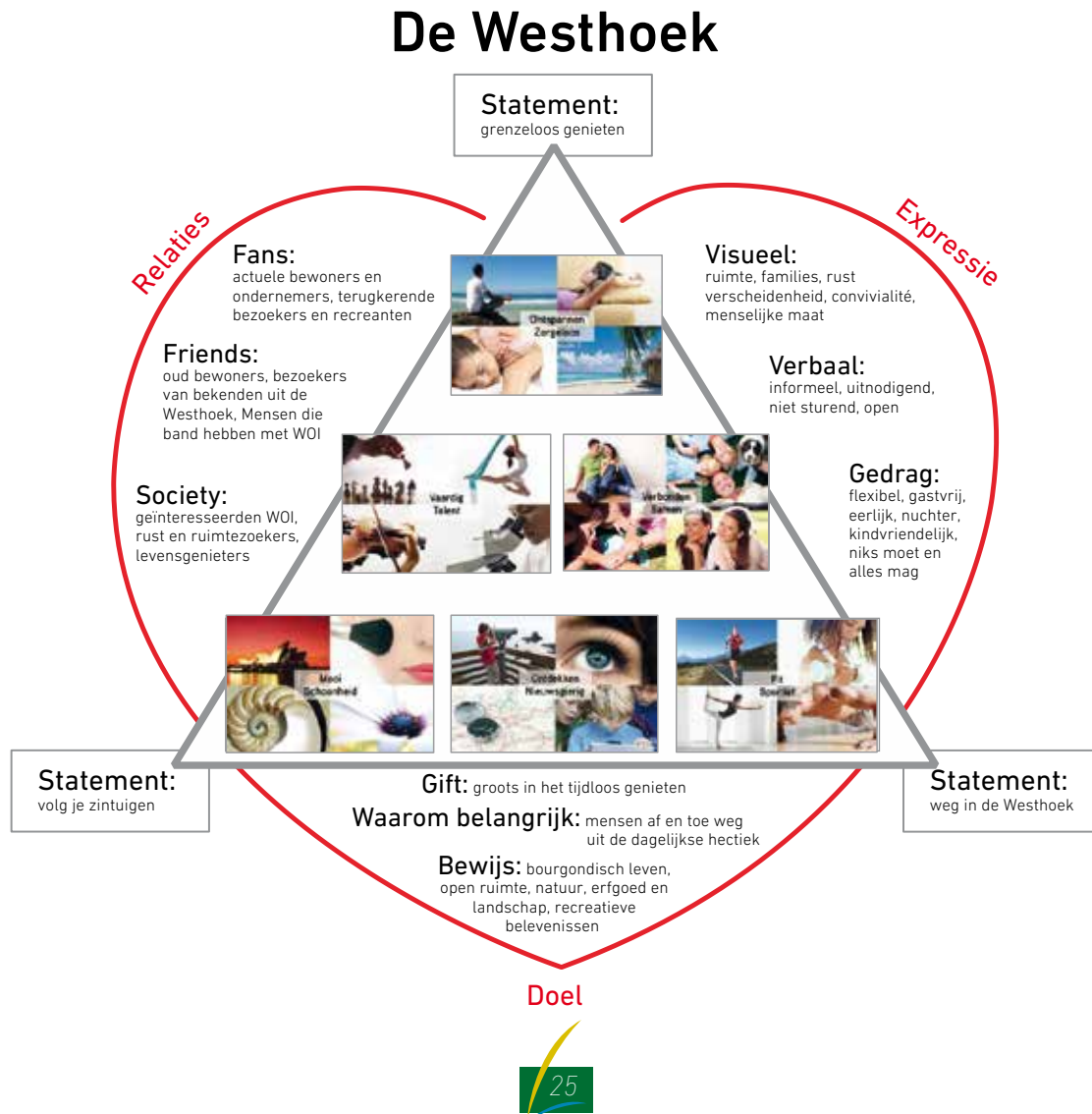
Tegen 2024 willen we volgende langetermijndoelstellingen halen:

1. De Westhoek genereert **900 000 overnachtingen**.
2. De Westhoek is - naast Limburg - **dé fietsregio** bij uitstek. We willen meer fietsers en een nog hogere tevredenheid.
3. Het zuiden van de Westhoek ontwikkelen we tot een **topwandelregio**.
4. Het toeristisch product in de Westhoek wordt geprezen om zijn **kwaliteit**. Dit verhogen we bij private ondernemingen, attracties, recreatieve paden en infrastructuur, ...
5. De **naamsbekendheid** van de Westhoek bij Vlamingen en Nederlanders stijgt met 10%.
6. De **streekproducten** zijn beter geïntegreerd in het toeristisch product en de verschillende initiatieven zijn meer op elkaar afgestemd, waardoor we de lokale economie versterken.
7. Het **welzijn van de inwoners** van de Westhoek is verhoogd. De beschikbare ruimte is kwaliteitsvoller ingericht en er zijn meer en betere mogelijkheden om te ontspannen.



6. VERHAALLIJNEN

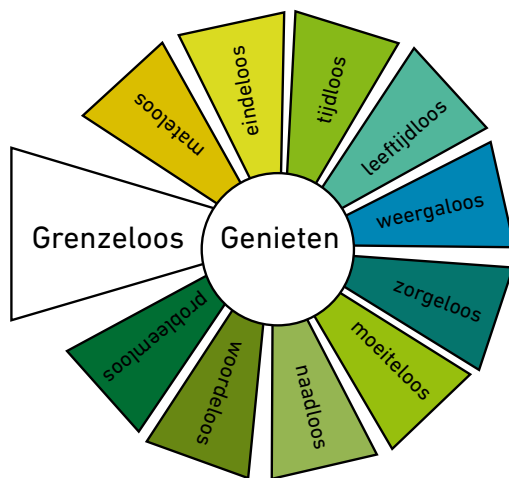
Met de toerismemakers in de Westhoek hebben we gezocht naar het unieke van de regio. Wat bepaalt haar aantrekkingskracht? Waarom laten toeristen zich verleiden om naar hier te komen? Door te zoeken naar hun emotionele drijfveren, kunnen we de essentie bepalen van waar de Westhoek voor staat. We hebben het voorgesteld in onderstaande brandheart.



6.1 GRENZeloos GENIETEN

"Grenzeloos genieten, daarvoor moet je in de Westhoek zijn. In dit gebied is het leven als god naast Frankrijk. De Westhoek geeft je tijd om op adem te komen. Hier kan je genieten van het moment, weg van de drukte. Haal de Bourgondiër in jezelf naar boven en smul van het weergaloze assortiment dranken en spijzen uit de Westhoek. Recht uit het veld op je bord! Voor een Picon hoef je niet langer over de schreve te gaan, de perfecte Picon vind je hier. Of geniet van een schuimend biertje gebrouwen met het groene goud uit de Westhoek.

Samen met familie of vrienden kan je op ontdekkingsstocht door het sprekende en afwisselde landschap. Verwonder je over de eindeloze vergezichten in de polders of beklim de heuvels. Maak een tijdreis door het gebied en ga op zoek naar de verborgen getuigen van de vele veldslagen en oorlogen. Sta stil bij de herinneringen van de Grote oorlog, die als tijdloze getuigen in het landschap aanwezig zijn. Maak kennis met de couleur locale van de Westhoek dankzij het grenzeloze aanbod van belevenissen: authentieke verhalen in een nieuw jasje, onverwachte avonturen en bovenal plezier voor de hele familie."



Het grenzeloze genieten is overkoepelend voor de drie verhaallijnen van de Westhoek: 'De Grote Goesting', 'Van de bergen tot de zee' en 'Oorlog en Vrede'. De verhaallijnen zijn kapstokken voor de ontwikkeling van producten. Ze bieden een houvast om na te gaan of een product past in het verhaal van de Westhoek. Naast deze drie verhaallijnen gaan we dieper in op het thema 'Logeren als god naast Frankrijk' waarin we het logeerverhaal van de Westhoek verder uitdiepen.

6.2 VERHAALLIJNEN



“Ga naar de bron van al het lekkers dat de Westhoek te bieden heeft! Laat je verleiden door vergeten gastronomisch erfgoed of befaamde lokale maaksels. Ambachtelijke lokale producten kan je overal in de regio vinden. De inwoners en bezoekers van de Westhoek stellen een streekbier gebrouwen met hop van eigen bodem bijzonder op prijs, maar ook een Picon, wijnen uit het Heuvelland of fijne vleeswaren uit het gebied. De vermaarde estaminets zijn bij uitstek locaties waar je kan genieten van de authentieke producten en de convivialité. Deze verhaallijn neemt je mee van veld tot bord. Naast de lekkernijen, heb je in de Westhoek ook typische ambachten: de tabaksteelt, de hopproductie, de lakennijverheid en de zuivelhandel behoren van oudsher tot de regio. Het Westhoekgevoel, het dialect en de tradities zijn hier nauw mee verweven. Talentvolle creatievelingen, zoals het jonge keukengeweld en de designers, zetten de Westhoek op de kaart. De Westhoek, dat smaakt naar meer.”



“Deze grensstreek met Frankrijk charmeert iedere bezoeker. Je kan er letterlijk reizen van de bergen naar de zee. De heuvels met hun beboste toppen, de eindeloze vergezichten en het vlakke noorden met de IJzer en de polders nodigen je uit tot sfeervolle ontdekkingstochten. Fiets langs de IJzer, rij van kerktoren naar kerktoren of laat het vlakke landschap je leiden naar de zee. Je vindt altijd je weg door deze streek die het verhaal vertelt van polders, ontginningen, sluizen, molens en jaagpaden. Fietsend of wandelend ontdek je de verhalen achter de gevarieerde landschappen. In de vele historische stadjes en charmante dorpjes kan je even tot jezelf komen, hier is er geen stress. De monumenten, oude panden, gezellige dorpspleinen en musea vertellen over andere tijden en maken van je bezoek aan de Westhoek een tijdloze ervaring.”



“De Westhoek was in het verleden het decor van verscheidene oorlogen en veldslagen. De bewoners van de Westhoek zaten vaak midden in de strijd. Strijdbaarheid en weerbaarheid zijn kenmerkend voor de mensen die hier leven. Zo was het gebied in de zeventiende eeuw voor lange tijd in handen van de Spanjaarden. Later werd het door de Franse troepen van Lodewijk XIV veroverd en voorzag de Franse architect Vauban verschillende steden van nieuwe vestigingswerken. De Grote Oorlog had de meeste impact op de Westhoek en haar bewoners. Hier lag de frontlinie. In de Westhoek liggen veel oorlogsmonumenten, militaire begraafplaatsen, musea en andere overblijfselen die herinneren aan de Eerste Wereldoorlog. De historie is hier constant voelbaar en beleefbaar. Dit heeft het leven van haar bewoners voorgoed veranderd.”



"Bienvenue! Even leven als god naast Frankrijk, dat willen we toch allemaal... Een heerlijke en ontspannen vakantie waar niets moet en alles mag. Er even tussenuit zijn, genieten van het moment, van het samen zijn, de rust en de ruimte, de gastvrijheid, kleine belevenissen, het bourgondisch leven, ... In de Westhoek vind je heel wat unieke logeeradresjes: charmante B&B's, luxueuze vakantiehuizen, viersterrenhotels en glampingadresjes! En bovenal: in de Westhoek voel je je welkom. De vele gastheren en gastvrouwen bezorgen je graag een onvergetelijke vakantie."





7. MARKTSTRATEGIE

7.1 PRODUCTEN COMBINEREN MET MARKTEN

	West-Vlaanderen	Kust	Vlaanderen	Nederland	Groot-Brittannië	Noord-Frankrijk
Omgevingsrecreatie	1					
Individueel dagtoerisme	2	2	2			2
Dagtoerisme in groep	3		3		3	
Korte vakanties individueel	1		1	1	3	
Korte vakanties in groep			3		2	
Vakanties van één week			2	1		

In de ambitie kan je lezen dat we de Westhoek op een andere manier willen positioneren in Vlaanderen en Nederland, voor Groot-Brittannië blijven we focussen op WO1.

- *Product-marktcombinaties met prioriteit 1*

Korte individuele vakanties door vakantiegangers uit (West-)Vlaanderen en Nederland blijven de topprioriteit, met daarbij een goede spreiding over de hele regio. We denken in eerste instantie aan weekends van medioren, actieve senioren, gezinnen met kinderen, familie- en vriendengroepen. In tweede instantie zijn ook midweeks belangrijk voor de volgende doelgroepen: medioren en actieve senioren. Daarnaast blijven we focussen op omgevingsrecreatie uit West-Vlaanderen.

- ***Product-marktcombinaties met prioriteit 2***

De 2^{de} prioriteit gaat naar individueel dagtoerisme uit West-Vlaanderen, de (West)kust en ruimer Vlaanderen maar ook Noord-Frankrijk. In deze categorie komen ook korte vakanties in groep uit Groot-Brittannië en vakanties van 1 week uit Vlaanderen en Nederland.

Voor het individueel dagtoerisme denken we aan mensen die willen genieten of zich cultureel willen verrijken. Ze verblijven bv. aan de Kust. Voor hen biedt de Westhoek talrijke mogelijkheden voor een daguitstap. De Westhoek is voor de (West)kust complementair aan de eigen troeven. Jeugd-, school- en volwassengroepen uit Groot-Brittannië zijn belangrijk voor korte vakanties in groep. Voor vakanties van één week mikken we op gezinnen met kinderen uit Vlaanderen en Nederland.

- ***Product-marktcombinaties met prioriteit 3***

We zien binnen prioriteit 3 heel wat mogelijkheden om het dagtoerisme in groep naar de Westhoek te promoten (musea, allerhande activiteiten, bezoekboerderijen, brouwerijen/wijngaarden, ...), bv. voor verenigingen en scholen uit Vlaanderen en Groot-Brittannië. Daarvoor moeten niet noodzakelijk grote financiële middelen worden ingezet. Het juiste productaanbod stimuleren bij lokale partners en de juiste kanalen voor communicatie zijn belangrijke aandachtspunten.

De Westhoek beschikt over veel vakantiewoningen en jeugdlogies met grote capaciteit en scoort daarmee goed voor korte vakanties in groep. De regio leent zich ook uitstekend voor jeugdkampen en bosklassen, en dan vooral in het zuiden van de streek.

Voor korte individuele vakanties uit Groot-Brittannië denken we aan de culturele verrijker die geïnteresseerd is in het aanbod rond de Eerste Wereldoorlog.

7.2 **MARKETINGACTIES**

Positioneren van de Westhoek als een combinatie van drie verhaallijnen

Toeristische actoren werkten, samen met The Missing Link, drie verhaallijnen uit die het DNA van de Westhoek vormen. De mate waarin het publiek deze verhaallijnen associeert met de Westhoek is sterk verschillend. De regio wordt gelinkt aan de herdenking van de Eerste Wereldoorlog, aan wandelen en aan een vlak landschap. Associaties met 'couleur locale' of het heuvelachtige landschap in het zuiden komen minder naar voor. De uitdaging op vlak van communicatie is om een evenwichtige combinatie van de drie verhaallijnen als het imago van de Westhoek bij het brede publiek te brengen.

We kiezen voor één geïntegreerde mix en dus niet voor afzonderlijke campagnes voor elke verhaallijn. De Westhoek nu eens als succesvolle herdenkingsbestemming en dan weer als oase van rust profileren, leidt tot een diffuus beeld.

Dit betekent niet dat de mix altijd precies dezelfde moet zijn. Afhankelijk van de doelgroep kunnen bepaalde elementen ruimere aandacht krijgen. In andere gevallen kan voor een specifieke invalshoek gekozen worden (fietsen, bier, wandelen, ...) en wordt het thema vervolgens inhoudelijk uitgebouwd tot een inspirerende campagne over alle troeven van de Westhoek.

Wervende en inspirerende marketingcampagnes om meer toeristen aan te trekken

We moeten wervend en inspirerend communiceren om verblijfstoeristen van buiten de regio aan te trekken. We focussen hierbij op Vlaanderen en Zuid-Nederland.

Deze actie wordt hoofdzakelijk autonoom door de regiowerking Westhoek gerealiseerd. Het kan ook in samenwerking met de andere West-Vlaamse regio's of via partnerships met bijvoorbeeld Logeren in Vlaanderen.

Toerisme Vlaanderen is verantwoordelijk voor de buitenlandmarketing, dus ook voor de Nederlandse markt. Zij promoten de 'groene regio's' hoofdzakelijk als één geheel. We moeten erover waken dat de eigenheid van de Westhoek (specifieke bestemmingspromotie regio) voldoende aan bod komt. De naamsbekendheid verhogen blijft het uitgangspunt. Indien nodig zal Toerisme Westhoek zelf de acties van Toerisme Vlaanderen aanvullen met campagnes die de bekendheid van de Westhoek ondersteunen. Bovendien willen we de potentie op de Franse markt onderzoeken.

In eigen provincie ligt de focus in eerste instantie op de promotie van het recreatief aanbod (fietsnetwerk, wandelnetwerken, de diversiteit in landschappen, provincie- en groendomeinen, ...). Daarnaast werven we verblijfstoeristen in West-Vlaanderen voor een korte dichtbijvakantie.

- *Audiovisueel*

We benadrukken bij de inspirerende communicatie de emotie en de zintuigen waarmee je de Westhoek kan beleven. Goede audiovisuele producties kunnen de typische sfeer en beleving beter weergeven. We kunnen ze inzetten via klassieke mediakanalen zoals radio en TV, maar ook via onze eigen kanalen (sociale media en websites) en partnerships met online media. Het is een belangrijke tool om de millennials aan te spreken.

- *Print*

Print blijft cruciaal als inspiratietool, vooral bij de doelgroep van medioren en senioren (babyboomers). Bij voorkeur werken we hiervoor samen met uitgevers die de content in een redactionele vorm aanbieden. In plaats van alleen maar drukwerk, bieden zij een combinatie van de frisse kijk van een buitenstaander, de redactionele knowhow en de distributie naar een interessante doelgroep. 'Le plaisir de se voir imprimé' is 'Le plaisir d'être vu' geworden.

- *Online*

Online communicatie wordt steeds belangrijker voor het plannen van vakanties. De websites bouwen we verder uit als dé inspiratie- en informatiebron van de regio. Toerisme Westhoek is hier de uitgever. We streven naar een sterk inhoudelijk medium en een grote schare trouwe abonnees. Door een betere profilering van de abonnees willen we hen persoonlijker aanspreken met een aanbod op maat. De WOI website en de algemene Toerisme Westhoek website stemmen we op elkaar af en integreren we waar mogelijk. We zijn actief op sociale media en adverteren online.

- *Een nieuwe baseline in het logo*

Het logo van Toerisme Westhoek bestaat 20 jaar, maar werd enkele jaren geleden opgefrist. Op basis van de huidige positionering zal de baseline 'pure verwondering' vervangen worden door 'grenzeloos genieten'.



- *Persbewerking*

Creatieve persbewerking blijft essentieel binnen de marketingstrategie. We mikken op journalisten uit Vlaanderen, Nederland en het Verenigd Koninkrijk. Er wordt echter steeds meer maatwerk gevraagd. Het is ook een hele uitdaging om telkens nieuwe, inspirerende invalshoeken te vinden. Permanente productontwikkeling moet daartoe een belangrijke bijdrage leveren.

- *Meten is weten*

Het bereik en de impact van alle communicatie worden gemeten zodat bijsturing mogelijk is. Online campagnes evalueren we aan de hand van het aantal bezoeken, het aantal bekeken pagina's, de tijd die men op de website doorbrengt, de sociale interactie met vrienden, ... Bij printcampagnes sturen we nadien een beknopte bevraging door om het bereik en de impact in kaart te brengen.

How-to-use-the-product publicaties

Ter plaatse heeft de consument behoefte aan praktische informatie die aansluit bij de communicatie in de inspiratiefase. Dat verhoogt de ervaring, stimuleert positieve mond-aan-mond reclame en potentieel herhaalbezoek.

- *Print*

De streekpocket Westhoek is een onmisbaar instrument gebleken voor de bezoeker. De uitgave moet in de toekomst meer een globaal beeld brengen van de Westhoek: een mix dus van de verschillende verhaallijnen van de regio. Deze pocket verspreiden we hoofdzakelijk in eigen regio.

Er is een grote vraag naar een eenvoudige en overzichtelijke toeristische kaart die de toerist vlot wegwijs maakt. Op dit ogenblik wordt deze vraag beantwoord met een viertalige WO I-kaart en een grensoverschrijdende toeristische kaart met Frans-Vlaanderen.

Specifiek voor de doelgroep gezinnen met kinderen/familievakanties wordt het vakantieboek voor Westhoek K(a)D(ee)s verder uitgegeven.

- *Online*

De regiowebsites en de websites van lokale diensten voor toerisme moeten de toerist voorzien van praktische informatie om op stap te gaan. Dit betekent enerzijds inhoudelijk alle relevante informatie aanbieden, anderzijds ook zorgen voor een technisch performante website die de informatie vlot toegankelijk maakt op mobiele toestellen.

Het wegvallen van de roamingtarieven vanaf zomer 2017 kan een belangrijke stimulans zijn voor het mobiel gebruik van de websites, maar ook dan zal de aanwezigheid van wifi belangrijk blijven.

Verblijfstoeristen aan de Kust werven voor dagtrips naar de Westhoek

We ontwikkelen communicatie-acties om kusttoeristen aan te zetten tot een dagtrip naar de Westhoek. We maken zoveel mogelijk gebruik van bestaande online en offline communicatiekanalen aan de Kust. Daarnaast ontwikkelen we een eigen communicatie-instrument op maat van de Westkust.

De communicatie vanuit de verschillende toeristische actoren op elkaar afstemmen

De toerist komt in contact met de Westhoek via verschillende kanalen. Door de communicatie van de verschillende actoren beter af te stemmen kunnen we krachtiger en duidelijker communiceren. Speciale aandacht moet gaan naar toeristische ondernemers. Zij moeten de eigen website beter up-to-date houden en door het versturen van e-zines klanten aanzetten tot herhaalbezoek.

Een goede inventaris van alle toeristisch relevante informatie

'Content is king' wordt terecht gezegd. Wie wil gevonden worden in zoekmachines, moet relevante content aanbieden. Wie in de pers free publicity wil halen, moet met interessante verhalen voor de dag komen. Permanent moeten we erover waken dat het geheel van de content op een goede manier de eigenheid van de Westhoek weergeeft. Om dit te realiseren, bouwen we de beschikbare databanken van foto's en informatie verder uit tot een moodboard van beelden en pakkende verhalen die het DNA van de Westhoek weerspiegelen.





8. EN DAN NU ACTIE!

8.1 ACTIEDOMEIN 'VAN DE ZEE NAAR DE BERGEN' OF 'VAN DE BERGEN NAAR DE ZEE'

Westtoer schuift het landschap naar voor als drager voor de beleving tijdens een korte vakantie of daguitstap. Daarom zetten we in op de belevingsvolle inrichting en het recreatief medegebruik. We gaan uit van de trend van slow tourism waarbij toeristen de bestemming en het landschap meer intensief willen beleven. We willen echter niet alleen de beleving en de aantrekkingskracht van het landschap verhogen maar ook de recreatiedruk in bepaalde gebieden (West-Vlaamse Heuvels, Palingbeek) wat meer spreiden.

8.1.1 *Landschapsbeleving als groene draad*

Inrichten en ontsluiten van enkele landschappelijke topsites

In de Westhoek zijn er een beperkt aantal landschappelijke topsites die voldoende te bieden hebben om ze in de markt te zetten als bestemming voor ten minste een halve dag. Ze hebben een zekere oppervlakte en de nodige onthaalvoorzieningen en bezienswaardigheden. Het zijn plekken waar je de auto parkeert op één plaats en vervolgens alles te voet kan doen: de Blankaart en omgeving, de Kemmelberg/Rodeberg en de Palingbeek/Gasthuisbossen.

We willen op deze plekken verder investeren in natuur- en beeldkwaliteit (op het vlak van bebording, luchtlijnen, afsluitingen, e.a.). Wandelverbindingen, onthaal (ook reca) en beleving moeten de nodige aandacht krijgen. De sites moeten in aanmerking komen voor de realisatie van een echte toeristische trekker, gelinkt aan natuur en landschap, zoals bv. een uitkijktoren of een hangbrug. De uitgave van een overzichtskaart voor elk van deze sites zou een meerwaarde zijn.

Realiseren van 'landscape-based' attractiepunten

Het landschap van de Westhoek is de drager van het recreatieve netwerk. We verhogen in de planperiode de beleving van dat netwerk door enerzijds het bestaande voorzieningenaanbod te saneren en anderzijds nieuwe 'landscape-based' attractiepunten in te planten. Het landschap moet op een multisensoriële manier (met alle zintuigen) kunnen ontdekt worden.

Inspiratie

- Een netwerk van landschapobservatiepunten (Horizon 2025): uitkijktorens en -platforms, opmerkelijke vista's, 'miradors', kijkhutten, verre kijkers, periscopen e.a.
- Avontuurlijke voorzieningen zoals 'ruige routes', foodwalk, een klimbos of klimparcours, deathride, voorzieningen voor buitensport (mountainbike, bmx), tijdelijk zwembad, zwemstrand, ijsbaan in een ondergelopen weide, hellingenroute, avonturenpad, hangbrug, vlonderpad, trekveer,...
- Openluchtamfitheater en andere faciliteiten voor evenementen in open lucht
- Functionele, maar ook attractieve en belevingsvolle rust- en picknickplekken: een XL picknicktafel, een selfiebank, hangmatten, een verhoogde picknicktafel of bank, een bank op een steiger of vlot, ligzetels, draaistoelen
- Originele infoborden: oriëntatietafels, landschapskaders, borden met ingebouwde NFC-chip, afbeeldingen van filmscènes op locatie e.a.
- Pluknatuur (bessen, noten, fruitbomen), struinnatuur, speelnatuur
- Stilteplekken (cfr. Heuvelland tranquillizers) en duistere plekken (sterren kijken)
- Een lichtwandeling, een lichtgevend fietspad (cfr. Van Gogh fietspad)

Landschapsmarkering en inrichting van betekenisvolle plekken

Westtoer wil belangrijke historische en landschappelijke structuren in de Westhoek accentueren en ontsluiten. Dit kan door het aanbrengen van bv. bakens of markeringen op de plekken zelf. We denken daarbij aan bijzondere landschappen zoals De Moeren, de polders, de komgronden van Lampernisse, de IJzer- en Handzamevallei, de leperboog en de West-Vlaamse heuvels, maar ook aan erfgoedelementen, romeinse heirwegen (de Steenstraat), de Oude Zeedijk, de frontlijn van de Eerste Wereldoorlog, de 'schreve', de waterscheiding IJzer-Leiebekken, heuveltoppen, ...

Betekenisvolle plekken in het landschap willen we (her)inrichten, voornamelijk met de bedoeling om de beleving tijdens wandel- en fietstochten te verhogen. Het gaat om stille plekken, plekken met een mooi uitzicht, plekken gelegen bij een archeologische site of gewoon plekken in het groen. De inrichting moet gebeuren op een sobere, eigentijdse manier, met aandacht voor duurzaamheid en onderhoudsvriendelijkheid.

Enkele voorbeelden:

- Sint-Karelsmolen en omgeving in De Moeren: parking, rustpunt, duiding
- Site observatietoren in Pervijze: rustpunt, duiding
- Kerkomgeving Kaaskerke (Frontzate)
- Omgeving Tervatebrug
- Weide langs Stiltepad in Diksmuide
- Omgeving Kallebrug in Beveren a/d IJzer
- Omgeving Stavelebrug: rustpunt, brugwachtershuisje
- Elzendamme
- Knokkebrug
- Site Drie Grachten
- Site Steenstraete
- Site Kosmos op de Rodeberg
- Wippehoekbos in Woesten

Inrichting en ontsluiting van het groen-blaauwe netwerk

Het groen-blaauwe netwerk is een nagenoeg autovrij netwerk van jaagpaden langs waterlopen en heringerichte oude spoorwegbeddingen. Het vormt de recreatieve ruggengraat van de Westhoek, verbindt nagenoeg alle steden in de regio en laat toe om veilig te fietsen over grotere afstanden. Het linkt de Westhoek met de Kust, het Brugse Ommeland en de Leiestreek en met Noord-Frankrijk. Dit netwerk gaan we verder upgraden: bijkomende doelenwegwijzers plaatsen (flespalen met handwijzers), ontbrekende schakels wegwerken, investeren in fietscomfort en beleving. Verder willen we onderzoeken of de fietsers voorrang kunnen krijgen op kruispunten van oude spoorlijnen met gemeentewegen.

Volgende acties komen in beeld:

- Herinrichting van de Frontzate (kwalitatieve (half-)verharding, infoborden, schuil- en rustplaatsen, ...)
- Vrijbosroute: kwalitatieve (half-)verharding tussen Boezinge en Langemark en een startpunt in Kortemark
- Herstellen jaagpad Roesbrugge-Stavele voor wandelaars
- Herstellen van brugje en jaagpad stroomafwaarts Fintele langs de IJzer
- Realiseren van een veilige wandel- en fietsverbinding tussen de IJzertoren en de Dodengang
- Fietsvriendelijker maken van de linkeroever van de IJzer tussen Fintele en Nieuwpoort
- Realiseren van een missing link in het fietsnetwerk op de rechteroever van de IJzer, stroomopwaarts Tervate
- Realiseren van een fietspad langs de volledige kanaalsleuf in de Palingbeek

Uitbouwen van de Westhoek tot een echte fietsregio

Het fietsnetwerk van de Westhoek behoort tot de meest populaire van Vlaanderen. Het aanbod aan routes is zeer compleet en kwalitatief. Toch heeft de Westhoek nog te weinig het imago van fietsregio. We moeten daarom blijven inzetten op basisinfrastructuur, fietsvriendelijkheid, onthaal, voorzieningen voor elektrisch en sportief fietsen en verhuur.

Verder is het noodzakelijk om te blijven investeren in fietscomfort, zowel in de steden, waar de toeristen verblijven, als in het buitengebied. Dat vertaalt zich in voldoende brede en vrijliggende fietspaden, bij voorkeur in asfalt of beton. Hiervan kan afgeweken worden omwille van landschappelijke of ecologische redenen, of omwille van de erfgoedwaarde. Westtoer gaat hierover het gesprek aan met eigenaars en beheerders van fietspaden. In het streven naar meer fietscomfort, en met het oog op de toename van het elektrisch fietsen, nemen we bepaalde fietssnelwegen op in het recreatieve netwerk.

Belangrijke aandachtspunten zijn daarnaast degelijke fietsenstallingen, een goede fietssignalisatie, conflictvrije kruispunten, ... Tot slot willen we inzetten op een betere verbinding van het fietsnetwerk met de Kustregio. Fietsen in de Westhoek moet 'top of mind' worden.

Optimalisering van het fietsnetwerk 2.0

Na de herlancering van het fietsnetwerk in het voorjaar van 2016 blijven nog een aantal “missing links” en knelpunten onopgelost.

Te realiseren “missing links”

- De verbinding Woumen-IJzerboomgaard (Woumenpad)
- De aanleg van een veilig fietspad langs de N386 (Duinhoekstraat) in De Panne om een vlotte verbinding te maken tussen de Kust en de Moeren
- De noordelijke oever van de Handzamevaart tussen Diksmuide en Eindsdijk (Vladslo)
- Optimaliseren van de verbinding door de Handzamevallei tussen Eindsdijk (Vladslo) en de brug over de Handzamevaart
- Herinrichting van de N369 met vrijliggend fietspad tussen Woumen en De Blankaart
- Bouwen van een hellend vlak langs het Lokanaal in Fortem
- Realiseren van de fietsverbinding tussen Diksmuide en Kortemark langs de spoorlijn
- Aanleggen fietspad langs de rechteroever van de IJzer tussen de Warmoesstraat en Tervate
- Realiseren van een fietsverbinding tussen Houthulst en de Vrijbosroute langs het Bos van Houthulst
- Het fietsvriendelijk inrichten van de Lettingstraat tussen Dranouter en Kemmel
- Het beter ontsluiten voor fietsers van de site van de veldkeuken aan de Gapaard in Lo-Reninge

Los daarvan focussen we op een consolidatie van het fietsnetwerk en het beheer van de bestaande fietspaden. Verder moeten we blijven werken aan veiligheid (zoals de oversteek van de N8) en fietscomfort (verhardingen) en zullen we inzetten op het verhogen van de beleving voor de fietsers via picknickplaatsen, rustpunten en ‘landscape-based’ attractiepunten. Belangrijk wordt ook de aansluiting op het nog te realiseren fietsnetwerk in Noord-Frankrijk, waardoor heel wat nieuwe fietsmogelijkheden zullen ontstaan.

Een schitterend fietsnetwerk is één zaak. Meer mensen aan het fietsen krijgen een andere. We denken dat vooraf uitgestippelde routes op het fietsnetwerk (suggestieroutes) daarbij kunnen helpen, zoals bijvoorbeeld gepersonaliseerde fietsroutes vanuit logies, diensten voor toerisme en infopunten toerisme, een meerdaags fietsarrangement ‘best of the Westhoek’ en een arrangement rond fietsen langs de frontlijn 14-18.

Overig fietsaanbod

We optimaliseren de trajecten van de 12 Westhoekfietsroutes, vernieuwen de startborden en bundelen de routes in een viertalige verzamel-pocket. We ontsluiten de routes digitaal via pdf-downloads en gpx. De 12 fietsroutes 14-18 bundelen we in een verzamelbox. En voor de sportieve fietsers realiseren we 3 hellingenroutes in Heuvel-land.

Voor de langeafstandsfietser passen we in overleg met Toerisme Vlaanderen en de vzw Grote Routepaden de Vlaanderen Fietsroute aan op basis van het vernieuwde fietsnetwerk. We hertraceren de Noordzeefietsroute en stimuleren kleinschalig trekkerlogies langs de LF-routes.

Wandelend genieten

Het wandelproduct in de Westhoek is zeer goed uitgebouwd en vrij volledig. We zullen het aanbod versterken en beperkt uitbreiden. Er moet meer aandacht gaan naar de promotie van de Westhoek als wandelgebied. En ook hier willen we routes op maat aanbieden: lussen vanuit logies en eventueel een meerdaags wandelarrangement vanuit Ieper of Poperinge.

Wandelnetwerken

5 wandelnetwerken ontsluiten de Westhoek door middel van knooppunten. Een aantal van deze flirten met de Franse grens en laten de wandelaar kennis maken met de mooiste stukjes Noord-Frankrijk. We zien nog volgende opportuniteiten:

- Onderzoek uitbreiding van de wandelnetwerken Heuveland en/of Ieperboog: integratie van Wijtschate, Zandvoorde en Kruseke, Polygoonbos en Zonnebeke. Eventueel kunnen deze uitbreidingen ook uitgewerkt worden als mini-wandelnetwerken.
- De mogelijkheid tot nieuwe mini-wandelnetwerken kan onderzocht worden in de driehoek Knokkebrug-Blankaart-Merkem, in de Handzamevallei tussen Diksmuide en Kortemark en in de bossen rond Koekelare.

Overige acties m.b.t. wandelen:

- Hertraceren van bestaande wandelroutes: Blankaart, Gasthuisbossen, Kemmelberg
- Onderzoek i.v.m. nieuwe landschapswandelroutes: Beauvoorde, Stuivekenskerke, Domeinbossen Koekelare, Werken/Handzamevallei, Houthulst, Palingbeek, Vleterbeek/Helleketelbos, Alveringem (ruilverkaveling Sint-Rijkers)

- Uitgave van een viertalige wandelgids Westhoek met alle landschapswandelroutes
- Digitaal ontsluiten van wandelroutes via pdf-downloads en gpx
- Nieuwe stadswandelroutes realiseren: Wervik, Mesen
- Bestaande stadswandelroutes hertraceren: Veurne (integratie Vaubanpark), Ieper en Lo (uitbreiden met zuidelijke vestingswandeling)

Sportieve uitdagingen

Steeds meer mensen verkennen op een sportieve manier het landschap en de steden in de regio. De 'Ieper trail run' is een eigenzinnige stadsliep die lopers uit Ieper en de ruime omgeving uitnodigt om al lopend bijzondere locaties in de stad te verkennen. In Westouter is er de 'Highland run', een 'obstacle run' op de flanken van de Rodeberg. Met deze initiatieven laten we nieuwe doelgroepen met de regio kennis maken. Een goede promotie en ondersteuning kunnen de organisatoren nog meer slagkracht geven.

De Westhoek beleven van op het water

De Westhoek biedt de bezoeker ook een uitstekende beleving vanop het water.

Inzake watertoerisme en –recreatie stellen we volgende acties voor:

- Opwaarderen van de havenkom/jachthaven in Ieper, baggeren van het Kanaal Ieper-IJzer en optimaliseren van de verbinding naar het stadscentrum via de site Picanol
- Vernieuwen van de aanlegsteigers in Schoorbakke, Lo, Steenstraete en Drie Grachten
- Saneren van de bebording langs de waterwegen en in jachthavens
- Herstellen van de steiger (voor kano en kajak) in Fintele
- Realiseren van nieuwe aanlegsteigers (voor kano en kajak) bij Stuivekenskerke en Provinciedomein IJzerboomgaard
- Opmaak van een decreet rond het varen op onbevaarbare waterlopen
- Realiseren van een kanocircuit op de onbevaarbare waterlopen rond Pervijze
- Verder ontwikkelen van de kanovoorzieningen en -mogelijkheden in de Handzamevaart tussen Diksmuide en Barisdam (Kortemark)
- De afvaart van de IJzer als toeristisch product in de markt zetten

Westhoek beleven te paard

Het routeaanbod voor ruiters en menners situeert zich vooral in de zuidelijke helft van de Westhoek. Het is ook daar dat er nog beperkte uitbreidingsmogelijkheden zijn voor het realiseren van ruiter- en/of menroutes. Opties zijn de IJzervallei, de omgeving van de Palingbeek/Gasthuisbossen en de Kemmelberg. Die laatste kan eventueel verbonden worden met de Rodebergruiteroute. Belangrijk is ook dat bestaande ruiterroutes kwaliteitsvol blijven.

8.1.2 Erop uit met kinderen

Familievriendelijkheid is een thema dat doorheen alle bovenstaande acties moet lopen, vooral inzake recreatieve infrastructuur, belevingselementen en attractiepunten. Zo is het aangewezen om landschapobservatiepunten en rustplekken familievriendelijk in te richten. Ook comfortabele bredere fietspaden met naadloze en indien mogelijk gesloten verharding zijn familievriendelijker.

Daarnaast kunnen specifieke producten voor kinderen ontwikkeld worden. We denken hier onder meer aan:

- Jaek- en Nink-wandelroutes
- Avonturenparcours
- Avontuurlijke infrastructuur zoals death-ride, hangbruggen, vlonderpaden
- Klimparcours, klimbos
- Speurtochten
- Blote voetenpaden, stapstenenparcours
- Avontuurlijke speelterreinen (onder meer in provinciedomeinen)
- Speelvoorzieningen bij reca-zaken, rust- en picknickplekken
- Speelbossen, speellandschappen en speelnatuur
- Waterspeelplaatsen
- Zwemstrand

8.1.3 *Slow toerisme en duurzaamheid*

De beleving van het Westhoeklandschap moet op een duurzame manier gebeuren. We focussen op het zogenaamde 'slow tourism', gebaseerd op de belevingsvolle ontdekking van het landschap en de 'couleur locale'. Duurzaamheid is een essentiële invalshoek bij het realiseren van recreatieve producten, bv. door het gebruik van duurzame en onderhoudsvriendelijke materialen.

Andere belangrijke aandachtspunten zijn stilte, respect voor natuur en landschap, het afvalbeleid, alternatieven met het openbaar vervoer,.... Bij de ontdekking van het Westhoeklandschap moeten we proberen de automobilititeit te beperken door consequent te opteren voor fietsen en wandelen als mobiliteitsvormen. Bijkomend willen we onderzoeken welke gebieden in aanmerking komen voor het kwaliteitslabel 'stiltegebied'.

Beheer en onderhoud van recreatieve paden en voorzieningen

Een bijzonder aandachtspunt vormt de problematiek van het beheer en onderhoud van recreatieve paden en voorzieningen. Paden groeien dicht, verhardingen zijn versleten, houten infrastructuur verrot. Er moet een manier gevonden worden om de lasten hiervoor te verdelen en om preventief op te treden zodat we zware herstellingen in de toekomst kunnen beperken. Het is voor recreatie en toerisme in de Westhoek van belang dat we dit patrimonium in goede staat onderhouden.

Acties hier zijn:

- De werking van het Loket Onderhoud Buitengebied (LOB) bestendigen in de hele Westhoek
- Investeren in een kwalitatieve en duurzame heraanleg van de slechtste paden
- Financiële middelen bijeenbrengen om het toekomstige beheer van recreatieve paden en infrastructuur veilig te stellen
- Systemen van 'visitor pay back' verkennen

Beleidsmatig ondersteunen van landschapszorg en –ontwikkeling

Het is belangrijk om de werking van organisaties te ondersteunen die zich op een duurzame manier inzetten voor landschapsontwikkeling en landschapsherstel, voor de biodiversiteit en de erfgoedwaarden. We denken aan de regionale landschappen West-Vlaamse Heuvels en IJzer en Polder en natuurverenigingen zoals Natuurpunt vzw. Maar ook aan de groendienst van de gemeenten.

De impact van landbouwbedrijven, campings, logies en reca op het landschap valt niet te onderschatten. Projecten voor de landschappelijke integratie van deze bedrijven en voor streekeigen groen in particuliere tuinen verdienen steun.

Verder uitbreiden van het groenareaal

Westtoer ondersteunt de uitbreiding van natuur- en bosgebieden door de Vlaamse overheid en door natuurorganisaties zoals Natuurpunt vzw. Het gaat onder meer over de aankopen en beheerovereenkomsten in de IJzer- en Handzamevallei, in de komgronden van Lampernisse en in het Heuvelland, het versterken van de boskernen in het Koekelaarse, nabij Houthulst, in de Ieperboog, in het Heuvelland en rond Poperinge.

De uitbreiding en inrichting van 'parknatuur' zien we mogelijk bij:

- De Blankaart: realisatie van speelnatuur, optimalisering van het infopunt, inrichten van een cafetaria
- Dikkebusvijver: focus op niet gemotoriseerde watersporten en avonturensporten, valorisatie van de Vaubantoren, ontwikkeling van een zwemzone, ...
- Realisatie van het Vestingspark in Diksmuide
- Doortrekken van de vestingen tot aan het vroegere openluchtwembad in Ieper
- Recreatieve ontwikkeling van de waterbekkens ten westen van Kortemark
- Verdere recreatieve ontwikkeling van de Balokken in Wervik

Ook de provincie draagt hier zijn steentje bij via de verdere uitbouw van de provinciedomeinen.

Voor de provinciedomeinen staan volgende acties op het programma:

- Het inrichtingsplan van het provinciedomein IJzerboomgaard realiseren
- De verdere ontwikkeling van het provinciedomein Kemmelberg
- Beperkte uitbreiding van het provinciedomein De Palingbeek: in dit domein kunnen meer mogelijkheden voorzien worden voor jeugd- en natuurkamperen
- Aanleggen van een parking en doorknippen van autowegen die door het provinciedomein De Gasthuisbossen gaan

In de bezoekerscentra van natuurgebieden en provinciedomeinen zoals De Blankaart en de Palingbeek willen we het aanbod aan recreatiemogelijkheden in de onmiddellijke omgeving en in de ruimere Westhoek beter presenteren. Verder willen we Werken verder uitbouwen als uitvalsbasis voor de Handzamevallei.

De infopunten toerisme in recazaken moeten een aanvullende rol spelen t.o.v. de gemeentelijke diensten voor toerisme. Er is ook een netwerk van dorpsontmoetingspunten dat we beperkt willen uitbreiden, onder meer in Gijverinkhove en Kruseke.

Mobiliteit in de Westhoek

Door het invoeren van de kilometerheffing op de N8 tussen Ieper en Veurne kiezen steeds meer vrachtwagens voor een alternatieve route door de steden en dorpen van de Westhoek. Dit zorgt voor een toename van de verkeersdruk in deze centra en voor verkeersonveilige situaties voor fietsers. Kunnen vrachtwagens meer uit de kernen geweerd worden om de verkeersveiligheid van fietsers te verhogen?

8.1.4 Ondernemerschap en innovatie

Ruraal ondernemerschap

Natuurontwikkeling, recreatie en landschapsbeleving worden vaak in een overheidscontext bekeken. Maar ook private ondernemers zijn belangrijke actoren. Het is onze doelstelling om ondernemers sterker te betrekken en om het ruraal ondernemerschap inzake recreatie en landschapsbeleving te versterken.

Volgende acties staan op het programma

- Inspireren en ondersteunen van ondernemers inzake horeca, avontuurlijk logies, trekkersinfrastructuur, fietsverhuur, kanoverhuur, events, het gidsen van bezoekers, avonturenparcours, ...
- Afstemmen van het recreatieve aanbod van routes en netwerken met het aanbod op het vlak van recreatie en logies
- Betrekken van ondernemers bij de realisatie van recreatieve producten
- Informatie verstrekken aan ondernemers m.b.t. specifieke vereisten en verwachtingen van fietsrecreanten, wandelaars, ruiters, ...

- Verhogen van de recreatieve productkennis van de ondernemers door middel van workshops, streekverkenningen en netwerkmomenten
- Optimaliseren van het netwerk van de infopunten toerisme in restaurants en cafés
- Aanbieden van displays met routes op maat op de fiets- en wandelnetwerken bij een selectie van ondernemers
- Stimuleren van de 'hospitality' bij ondernemers door het creëren van een netwerk van fiets- en/of landschapsambassadeurs naar het model van de 'battlefieldpartners'
- Onderzoeken of er tijdens weekends en vakantieperiodes een fietshersteldienst voorzien kan worden

Onthaal

De gemeentelijke diensten voor Toerisme zijn belangrijk voor het persoonlijk contact met de toerist/recreant. De onthaalmedewerker moet met gerichte info inspelen op specifieke vragen. Een cruciale rol is hier weggelegd voor het nieuwe bezoekerscentrum in Kemmel dat op termijn moet uitgroeien tot een landschapsbelevingscentrum.





8.2 ACTIEDOMEIN 'DE GROTE GOESTING'

Proef en beleef de Westhoek, dat is het uitgangspunt van De Grote Goesting. De kleine volkscafés en bruine kroegen, de muziek, de volksspelen, de streek- en hoeveproducten en de streekgastronomie zorgen voor een ongedwongen sfeer. Die typische couleur locale staat steeds centraal. Authentieke belevingen moeten het uithangbord worden om de kwaliteiten van de Westhoek in de verf te zetten: gastvrijheid, convivialité en lekker genieten. Dit vraagt om een multisensoriële aanpak met een afwisseling van zien, horen, voelen, ruiken en natuurlijk ook proeven. Het kan gaan om de hele ervaring van het bereiden tot het proeven, waarmee we inspelen op de trend van 'foodcations'. Maar het kan ook gaan om de korte, simpele genietmomenten waarmee we ingaan op de vraag naar 'micro adventures'.

8.2.1 Proef & beleef de Westhoek

De gemoedelijkheid van de Westhoek uitspelen

Authentieke cafés toeristisch ontsluiten

De Westhoek kent heel wat typische volkscafés en bruine kroegen. Het zijn unieke ontmoetingsplaatsen waar toeristen en inwoners elkaar treffen. We willen de leefbaarheid van de authentieke cafés in de regio ondersteunen. Dit kan onder meer door best practices en andere inspiratie aan te bieden. Het combineren van een café met andere functies, bijvoorbeeld een winkel, kan een oplossing zijn. Op het vlak van promotie willen we het evenement 'Weekend van het volkscafé in de Westhoek' jaarlijks verderzetten.

De openingstijden van cafés zouden beter op elkaar afgestemd moeten zijn. De gemeenten kunnen hier een rol in spelen. Het is belangrijk dat er voldoende authentieke cafés open zijn op de toeristisch relevante plaatsen. Bijvoorbeeld langs de fiets- en wandelnetwerken en in de charmante dorpen.

Streekbeleving in restaurants, cafés en hoevewinkels

Een authentieke sfeer met een warm interieur draagt bij tot de Westhoekbeleving in restaurants, cafés en hoevewinkels. De inzet van interieurcoaches kan het verschil maken, waarbij het uiteraard niet de bedoeling is om alle zaken in dezelfde stijl in te richten.

Evenementen met roots

Veel evenementen in de Westhoek zijn gebaseerd op tradities: de Hoppestoet in Poperinge, de Kattenstoet in Ieper, de Heksenstoet in Zonnebeke, de Kattenknippeling in Wervik, de Borelle in Dranouter, ... Deze evenementen geven op een eigentijdse manier kleur aan de Westhoek. De komende jaren blijven we inzetten op het ondersteunen en promoten van deze evenementen.

Volksspelen en –muziek verweven in het toeristisch product

De unieke sfeer van de Westhoek wordt verrijkt door de typische volksspelen en –muziek. Met het oog op een multisensoriële beleving, willen we deze aspecten meer verweven in het toeristisch aanbod. Een aantal cafés bieden nu al volksspelen aan, maar we willen nog meer ondernemers daartoe aanmoedigen. Volksmuziek is nog te weinig geïntegreerd in het toeristisch product. Naast het jaarlijks terugkerend Festival Dranouter, kunnen er doorheen het jaar concerten op verschillende locaties worden gehouden. Bijvoorbeeld op het binnenplein van het Hopmuseum in Poperinge, in een kerk, in de tuin van een logies- of recazaak of in een wijngaard.

Meer genieten van streekgerechten en -producten

Westhoek streekproducten herkenbaar maken

De Westhoek wil zich profileren als een regio waar je kan genieten van bijzondere streekgebonden producten. Lokale producten moeten aantrekkelijk en herkenbaar worden gepresenteerd aan de toerist. Niet alleen in de restaurants en cafés, maar ook in hoevewinkels, op de boerenmarkt, in souvenirwinkels, in het logies, ... Hiervoor willen we het Westhoeklogo met een specifieke baseline voor de Grote Goesting naar voor schuiven. Daarmee geven we aan dat de streekproducten en –gerechten kwalitatief, karaktervol en authentiek zijn.

Lokale producten beleven in restaurants, cafés en logies

Streekgebonden gerechten en producten kunnen in heel wat restaurants en cafés nog prominenter op de menukaart. Ook logiesondernemingen kunnen er meer mee uitpakken in hun ontbijt of als welkomstdrankje. Van Sint-Bernardusbier en gerechten met hopscheuten tot kazen van bij de lokale boer. Het is pas compleet wanneer het verhaal rond de producten wordt meegegeven. Waar komen ze vandaan, waarom die producten, hebben ze bijzondere kenmerken? Een idee is om te werken met een Westhoek streekbierenkaart die in verschillende restaurants en cafés wordt gebruikt. Via infosessies en streekmarkten willen we ondernemers goed informeren over streekproducten en hen stimuleren om ze te serveren. We nodigen daarop specialisten uit, zoals een zytholoog die vertelt over de streekbieren en een kaasmeester over de Westhoekkazen. In een aantal workshops

willen we ingaan op 'how to use the product'. Bijvoorbeeld welke bieren passen bij de Westhoekkazen? Ondernemers kunnen nog een stap verder gaan. Ze kunnen de lokale producten promoten door te verwijzen naar de brouwerij, producent, ... En waarom niet lokale producten verkopen in een aantal logies en rezazaken?

Uitpakken met streek- en hoeveproducten via winkels en markten

Wie een streek verkent neemt graag iets tastbaars mee, als souvenir of als cadeau. Bij voorkeur met een verhaal erbij. Hiertoe lenen de Westhoek streekproducten zich goed. Denk aan de speciaalbieren, de boerenkazen, de lukken van Destrooper, ... maar ook aan jenever en potjesvlees. Via een netwerk van verkooppunten willen we toeristen kennis laten maken met de streek- en hoeveproducten. Het initiatief '100% West-Vlaams' verenigt de partners op dit vlak in de hele provincie. Specifiek in de Westhoek willen we met de Grote Goesting de verschillende verkooppunten promotioneel ondersteunen.

Realiseren van een indoor Westhoek streekmarkt

Streek- en boerenmarkten worden meer en meer bezocht door toeristen. Er zijn een aantal succesverhalen van indoor streekmarkten waarbij boeren en producenten samenwerken. Ook in de Westhoek is een overdekte streekmarkt mogelijk, als het wordt getrokken door één of meerdere ondernemers. Het draait om lokale producten met een verhaal. Een goede ligging, bij voorkeur op een unieke locatie, is belangrijk. De indoor markt zou een ontmoetingsplaats moeten zijn die de Westhoeksfeer en authenticiteit uitstraalt. Er worden idealiter andere functies of activiteiten aan gekoppeld. Denk aan initiatieven zoals ateliers/workshops, kookdemo's, een bar, boerderijdieren, ... die allemaal bijdragen aan de beleving. In dit digitale tijdperk kan ook gedacht worden aan één platform waarop je alle producten online kan bestellen.

Gastronomisch genieten is meer dan proeven

Van streekmuseum naar belevingshuis van de Westhoek

Bezoekers willen naast proeven, ook doen en ervaren. Dat kan door workshops en degustaties in bezoekers-attracties. De Westhoek kent een aantal streekmusea rond het thema van de Grote Goesting zoals het Hopmuseum in Poperinge, de Oude Kaasmakerij in Passendale en het Bakkerijmuseum in Veurne. Deze musea kunnen met een vernieuwde aanpak evolueren naar een belevingshuis. In plaats van een louter klassieke opstelling, zou er ruimte moeten zijn voor workshops/ateliers en degustaties. Neem bijvoorbeeld het bezoekerscentrum Jules Destrooper waar een grote keuken aanwezig is. Het Hopmuseum kan evolueren tot een Bierpakhuis, waar bierbeleving centraal staat.

Het belevingshuis is een open concept waar verschillende functies in onder gebracht worden. Een kwalitatieve recenzaak is belangrijk om het huis dynamisch te houden. Maar het kan ook een eventlocatie, streekproductenwinkel, ... zijn. Bij de ontwikkeling worden boeren/producten en andere partners het beste van meet af aan betrokken.

Op bezoek bij boeren en producenten

We zien dat bezoekers interesse hebben voor het ontstaan en de productie van lokale producten. Boeren, brouwerijen en andere producenten spelen hier op in door hun zaak open te stellen voor het publiek. Ze geven een inkijk in het verhaal achter de streekproducten. Maar de openstelling van dergelijke locaties kan beter. Zo kan het initiatief 'Samen de boer op' van Inagro worden uitgebouwd met een aantal boerderijen die bijvoorbeeld één dag in het weekend open zijn voor het publiek. Nu zijn ze vaak alleen op speciale dagen te bezoeken. Er moet telkens iets te beleven zijn voor families en individuele bezoekers. Denk aan een ijterras, een zelfpluktuin, een kinderboerderij, ...

Er zijn ook heel wat brouwerijen in de regio, die een plaats willen op de toeristische markt. Hetzelfde geldt voor de kaas- en wijnboeren. Vaak kan de onthaal- en degustatieruimte verbeteren. Ook zijn er mogelijkheden voor het ontwikkelen van workshops, zoals bier brouwen en kaas maken. Er is een centrale coördinatie nodig tussen de producenten op het vlak van gezamenlijke productontwikkeling. Ook aandacht voor de communicatie naar de bezoeker is belangrijk.

Festival de Grote Goesting

De laatste jaren zijn heel wat nieuwe evenementen ontstaan die draaien om het lekkere eten en drinken in de Westhoek. Er is nood aan een overzicht. We willen aan de toerist een selectie van een tiental toeristische toppers presenteren. Omdat het merendeel van de foodevents in het toeristisch seizoen valt, is het interessant om een winterfestival te organiseren rond het thema van de Grote Goesting. Bijvoorbeeld een winterbieren- of soepenfestival met een authentieke Westhoek sfeer.

8.2.2 Voor kleine Bourgondiërs

Onder het motto 'kinderen blij, ouders blij' willen we rond het thema van de Grote Goesting een aantal acties uitwerken gericht op kinderen. Zo kunnen niet alleen de kinderen, maar ook de (groot-) ouders genieten van al het lekkers uit de Westhoek.

Met kinderen op restaurant of café

Het aanbod van eten en drinken op maat van families

Om het familievriendelijke imago van de Westhoek kracht bij te zetten, willen we inzetten op familievriendelijke restaurants en cafés. Het begint bij de kindermenu's die gebruik maken van streekproducten of klassieke gerechten die in een Westhoekjasje gepresenteerd worden. Samen met de chefs willen we specifieke Westhoek kindermenu's uitwerken. Met een speciale bier- en appelsapformule zouden (groot-) ouders en kinderen samen in stijl het glas kunnen heffen. Maar ook de menukaart zelf kan op kindermaat; evenals servies en bestek. We overwegen om speciale Westhoek-exemplaren te laten maken die restaurants aan kinderen kunnen meegeven als souvenir.

Beleving voor kinderen aan tafel

De beleving van de kleine Bourgondiërs gaat verder dan het eten en drinken zelf. Ze willen bezig zijn en leuke dingen doen. Maar het aanbod stopt vaak bij de klassieke speeltuin en de kleurplaat. Met behulp van coaching-sessies, willen we werk maken van meer creatieve ideeën.

Westhoek KD-proof

Westhoek KD's in familievriendelijke recazaken

We willen de familievriendelijke restaurants en cafés in de regio inventariseren en promoten. De Westhoek KD's Jaek en Nink zullen de zaken met een aantrekkelijk en specifiek imago aanbevelen. Samen met familievriendelijke logies en bezoekersattracties vormen we een netwerk van KD-proof locaties in de Westhoek. Een kinderjury kan hier niet ontbreken. De meest familievriendelijke adresjes kunnen we met een evenement in de kijker plaatsen. Dit kan een kinderrestaurantweek of een andere formule zijn, waar voor de gelegenheid op elk adres activiteiten en animatie zijn.

Bezoekersattracties familievriendelijk maken

Ook de belevingshuizen moeten aantrekkelijk zijn voor families met kinderen. Het parcours en de activiteiten moeten gericht zijn op samen beleven. Voor een aantal streekmusea kan een specifiek familievriendelijk ontwikkelingstraject opgestart worden. We kunnen kinderen bijvoorbeeld hun eigen limonade laten maken.

8.2.3 Bewust & lokaal

Van het veld op het bord

Streekproducten hebben een duurzaam karakter. We kopen ze rechtstreeks bij de boer/producent. Dit wordt ook wel de 'korte keten' genoemd. Hier komen geen veilingen, handelaars, supermarkten of voedselverwerkende fabrieken aan te pas. We willen streekproducten promoten zodat toeristen en toeristische ondernemers ze meer gebruiken. Het initiatief 'Week van de korte keten' is hier een mooi voorbeeld van, waar we ook in de komende jaren een vervolg aan willen geven. In de communicatie benadrukken we de voordelen zoals verse producten, eerlijke prijzen en een kleine ecologische voetafdruk, en willen we bovenal een gevoel van authenticiteit uitstralen: écht Westhoeks.

Productie en teelt in leven houden

Inzetten op de Westhoek streekproducten, vereist dat we blijven zorg dragen voor de teelt en productie ervan. Het is belangrijk dat we kennis opdoen, delen en doorgeven aan volgende generaties. Dit kan onder de vorm van een lerend netwerk rond bepaalde thema's zoals bijvoorbeeld houdbaarheid, duurzame verpakking, efficiëntie en het gebruik van ambachtelijke recepten.

Minder voedselverspilling

'No food to waste' is een initiatief van Horeca Vlaanderen dat restaurants, cafés en logies bewust maakt van voedselverspilling. Ondernemers ondertekenen hierbij een charter. De deelnemende zaken worden promotioneel in de kijker geplaatst.

8.2.4 Ondernemerschap en innovatie

Gastronomisch genieten is populair. Maar de vraag verandert gaandeweg en we zullen inspanningen moeten leveren om het aanbod rond de Grote Goesting te blijven ontwikkelen, zonder in te boeten op kwaliteit en authenticiteit. Hier zijn ondernemerschap en een gezonde portie innovatie voor nodig.

Chef we dagen u uit

Teveel recazaken in de Westhoek bieden hetzelfde aan en zijn daardoor weinig onderscheidend. Met trajecten zoals 'Chef we dagen u uit' willen we werken aan een betere identiteit en profilering van restaurants en cafés. De menukaarten worden bekeken en het gebruik van streekproducten is een aandachtspunt.

Ook willen we chefs stimuleren om verschillende streekproducten te laten combineren tot unieke gerechten. Door middel van foodpairing kan je nieuwe en lekkere smaakcombinaties creëren. Ook kan het gaan om traditionele gerechten in een nieuw jasje. Die komen op de menukaarten in de regio. De recepten willen we bundelen en uitbrengen voor het publiek.

Verpakken en vermarkten

We willen de lokale producten attractiever in de markt zetten. Dit kan bijvoorbeeld door het ontwikkelen van een Westhoek hoeve- en streekproductenbox, geëxploiteerd door een ondernemer. De box bevat voornamelijk Westhoekproducten en authentieke recepten en zou in hoevewinkels, op streekmarkten en andere toeristische locaties te koop moeten zijn. Ook kunnen kookworkshops voor bezoekers georganiseerd worden om met de producten aan de slag te gaan en nadien te proeven. Bijvoorbeeld bij Bezoekerscentrum Jules Destrooper, het culinaire hopscheutenatelier in Poperinge, in een logies of op de hoeve.

Meer Q-labels

Westtoer wil blijven inzetten op servicekwaliteit en hospitality en streeft naar meer restaurants en cafés met het Q-label. Hiervoor organiseren we een begeleidingstraject dat gericht is op een kwalitatieve dienstverlening. Het traject omvat opleiding, coaching en een mystery visit. Wie het succesvol doorloopt, wordt beloond met het Q-label.

Ondernemers als Westhoekambassadeurs

De diensten voor toerisme spelen met hun infokantoren een centrale rol in het onthaal van de Westhoek. Als verlengstuk daarvan, heeft Westtoer een netwerk van toeristische infopunten in restaurants en cafés opgezet, dat we verder willen uitbreiden. De ondernemers heten de toeristen welkom en wijzen hen de weg in de regio. Als gastheer/-vrouw vertellen ze het verhaal van de Westhoek. Regelmatig organiseren we nieuwe instapmomenten en we houden het netwerk levendig door middel van infosessies, streekverkenningen, ... Wat ook niet mag ontbreken, is een regelmatige evaluatie van de bestaande infopunten.



8.3 ACTIEDOMEIN 'OORLOG EN VREDE'

Het verleden is constant zichtbaar in de Westhoek. Je komt er de getuigen van de Eerste Wereldoorlog steeds tegen. Ook andere historische periodes zijn nog aanwezig. Zo was het gebied in de zeventiende eeuw voor lange tijd in handen van de Spanjaarden. Later, in de Franse tijd, kregen verschillende steden nieuwe vestingwerken dankzij ingenieur Vauban.

We verwachten dat de belangstelling voor de Eerste Wereldoorlog na 2018 zal afnemen. Toch nemen we aan dat de interesse voor dit thema zal blijven. In de komende jaren willen we aan de toerist de hele geschiedenis van de regio vertellen, van de Spaanse en de Franse tijd tot aan de Eerste Wereldoorlog ruim 100 jaar geleden. We vertellen deze verhalen niet alleen in het landschap en in de steden en dorpen maar ook in de vele kleine en grote attracties van de Westhoek.

8.3.1 De verhalen van de Westhoek

De Grote Oorlog ook na 2018

Het landschap als laatste getuige

Het bijna dag op dag opvolgen van de historische gebeurtenissen tijdens de honderdjarige herdenking, stoppen we na 2018. We willen meer inzetten op het landschap als laatste getuige en de vele persoonlijke getuigenissen. Want wie op stap gaat in de Westhoek komt de oorlog steeds tegen. De begraafplaatsen, monumenten en andere relictten maken de oorlog voelbaar voor de bezoeker en zorgen voor een unieke beleving. We willen de verhalen meer aan de plek koppelen dan aan het feit dat ze honderd jaar geleden hebben plaatsgevonden.

Toerisme+ aan de basis

We willen de 7 principes van het ethisch en meerstemmig herdenkingstoerisme blijvend uitdragen. Als we na 2018 het thema van de Eerste Wereldoorlog meer integreren in de verschillende productlijnen van de Westhoek, zal het principe van Toerisme+ telkens een toetssteen zijn. De bezoekers van verschillende nationaliteiten moeten gastvrij en op gepaste wijze worden onthaald in de Westhoek.

Een aantal grote themajaren

In de komende periode zullen we de herdenking van de Eerste Wereldoorlog actueel houden. In driejaarlijkse themajaren bundelen we de krachten en brengen we de initiatieven samen met een eigentijdse artistieke expressie en met vertaling naar het heden. De invulling zou als volgt kunnen zijn:

- **2020: 'the return'**
Een socio-economisch verhaal over de terugkeer van de oorspronkelijke bewoners naar hun thuisregio, de wederopbouw en de discussie met de Britten over 'Ypres as a sacred place', de start van het battlefield-toerisme, ...
- **2023: 'the landscape'**
Het landschap staat centraal, hoe het geëvolueerd is na de oorlog, de architectuur en de inbedding van de begraafplaatsen, ... Het leperse project van de herdenkingsbomen kan in dit kader verder uitgerold worden in de regio.

In 2027, volgend op de planperiode van dit beleidsplan, kan gewerkt worden rond het thema van 'the monuments'. Naar aanleiding van 100 jaar Menenpoort worden de verschillende monumenten in de kijker geplaatst.

Onderbelichte histories van de Westhoek

De Westhoek is meer dan alleen de Eerste Wereldoorlog. De regio werd ook in andere tijden geconfronteerd met veldslagen en wapenstilstanden. Historische verhalen waarvan de beleving voor de bezoeker sterker kan worden uitgewerkt.

Historisch leper toeristisch ontsluiten

De rijke geschiedenis van leper zal belicht worden in het nieuwe museum in de Lakenhallen. Het moet een belevingsvolle attractie worden, die mikt op families en groepen. leper als middeleeuwse grootstad en de imposante Lakenhallen krijgen er een prominente plaats. Het museum moet het startpunt worden voor een verkenning van historisch leper en de regio. De huidige stadswandeling kan omgevormd worden tot een 'best-of-leper wandeling'.

De Vaubanvestingen in leper verwijzen naar de Franse tijd. Ze zijn als best bewaarde vestingen uniek in België, maar de toeristische beleving ervan kan beter. Zo kan de gordel aan de noordzijde worden doorgetrokken en

zijn er mogelijkheden om bv. de Kazematten, de Rijselpoort en het Kruitmagazijn meer open te stellen voor het publiek. Er zijn plannen voor de inrichting van een recreatieve site op de plaats van het vroegere openluchtzwembad.

De Spaanse tijd herbeleven

De Westhoek maakte in de zeventiende eeuw lange tijd deel uit van de Spaanse Nederlanden. Veldslagen zoals de Slag bij Nieuwpoort verwijzen naar die tijd. De Spaanse tijd is nu nog goed zichtbaar in het straatbeeld van Veurne. Het verhaal kan er tot leven worden gebracht door de inrichting van het Spaans paviljoen, het voormalige hoofdkwartier van Spaanse officieren. Van hieruit zou een thematische wandeling moeten vertrekken, langs o.a. de 17de-eeuwse gebouwen en andere bezienswaardigheden die verwijzen naar deze periode.

Kleine verhalen uit de Westhoek

Naast bovenstaande verhalen willen we ook kleinere verhalen uit de Westhoek verder ontwikkelen: de middeleeuwen in Mesen, het Romeinse verhaal in Wervik, de Koude Oorlog in Heuvelland, het verhaal van de 'Fransmans' in Koekelare, de molengeschiedenis voor Kortemark, ...

Westhoekdorpen als dragers van historie

De Westhoek kent een veelheid aan dorpen. Door hun ontstaansgeschiedenis zijn ze unieke getuigen van de diverse periodes van oorlog en vrede in de regio. Het bouwkundig erfgoed is in vele dorpen relatief intact en vele kleinere en grote monumenten en landschapselementen verwijzen naar de unieke historie van de Westhoek. De dorpen zijn nauw verbonden met het omliggende landschap en zijn daardoor uitstekende vertrekpunten voor fietsers en wandelaars. We evalueren het netwerk van charmante dorpen dat eind 2013 tot stand kwam in samenwerking met de gemeenten en de Noord-Franse partners en blijven inzetten op een dynamische werking rond dorpen. Bijzondere aandacht moet gaan naar het behouden van de authenticiteit van de dorpskernen in de Westhoek.

Ondertussen is het vanuit andere sectoren noodzakelijk om te werken aan de leefbaarheid van de dorpen. Sociale cohesie en het verzekeren van een aangepast voorzieningenniveau zijn belangrijke voorwaarden om de Westhoekdorpen op termijn ook toeristisch te blijven uitspelen. Zonder vitale dorpen, geen toeristisch aantrekkelijke dorpen.

Westhoekstreekanimatoren aan het woord

Verhalen in bezoekersattracties

Heel wat bestaande bezoekersattracties vertellen het verhaal van de Westhoek. Denk aan het Hopmuseum in Poperinge, het Tabaksmuseum in Wervik, het Fransmansmuseum in Koekelare, het Stad- en landhuis in Veurne, de Commandobunker in Kemmel, ... Naast investeringen in de vaste opstelling, kan de beleving versterkt worden door een permanente inzet van streekanimatoren. Zij moeten de verhalen op een speelse manier brengen en met de nodige kennis van zaken. Idealiter werken de streekmusea samen met een netwerk van streekanimatoren, die op verschillende locaties inzetbaar zijn.

Voorstellingen, vertel- en theaterwandelingen

Ook evenementen, zoals nocturnes, vertel- en theaterwandelingen, concerten, ... dragen bij aan de beleving van historische thema's. Belangrijk is dat bezoekers worden meegenomen in een verhaal, gekoppeld aan een specifieke locatie. Dit kunnen bezoekersattracties, bezienswaardigheden of concrete plekken in het landschap zijn, waar het thema op een laagdrempelige manier wordt belicht.

8.3.2 Voor jonge reizigers

Historische thema's zijn interessant voor een breed publiek. Het ligt alleen niet altijd voor de hand om ze voor een jonge doelgroep te brengen. Zeker als het gaat om de gruwelijkheden van de Eerste Wereldoorlog. Volgende acties zijn gericht op een jong publiek.

Vredeseducatie voor de Grote Oorlog

Meer aandacht voor Vlaamse scholen

De regio wil de boodschap van 'Nooit meer Oorlog' blijven uitdragen. Een educatieve werking voor jongeren is hierbij belangrijk en dat vertaalt zich best in een participatieve aanpak met vertaalslag naar het heden. Er mag op dat vlak meer aandacht uitgaan naar de Vlaamse scholen. Het is aangewezen om een bezoek aan de slagvelden op te nemen in het Vlaamse leerprogramma voor het secundair onderwijs, zoals dit in Groot-Brittannië het geval is. Bij deze acties is er een rol weggelegd voor de educatieve werking van het netwerk 'Oorlog en Vrede' van de provincie.

Symbolische ontmoetingen tussen jongeren

Ook moet gedacht worden aan de organisatie van symbolische ontmoetingen tussen jongeren van verschillende nationaliteiten. Dit past in het kader van de plannen die Ieper als vredesstad heeft. Bv. een 'wereldjamboree' waarbij jongeren vanuit de hele wereld samenkomen om de verwoestende gevolgen van een conflict te zien en om na te denken over vrede. We zien ook mogelijkheden voor Mesen, Langemark-Poelkapelle en Diksmuide.

Kleine KD's in niet WOI-bezoekersattracties

Bezoekersattracties familievriendelijk maken

De bezoekersattracties in de Westhoek moeten aantrekkelijk zijn voor families met kinderen. In de vaste opstelling is een apart parcours voor kinderen aangewezen. Voor een aantal musea kan een specifiek ontwikkelings-traject gericht op families met kinderen opgestart worden. Daarnaast moet gedacht worden aan familie-activiteiten, zoals workshops, kindertheater, speurtochten en andere activiteiten.

De Westhoek KD's 'keuren' bezoekersattracties

De Westhoek KD's 'Jaek & Nink' wijzen families met kinderen al fietsend of wandelend de weg in de regio. De KD's zullen nu ook ingezet worden in bezoekersattracties en bij sites. Jaek & Nink zullen plaatsen aanbevelen met een aantrekkelijk aanbod. Samen met familievriendelijke logies- en recazaken willen we een netwerk van KD-proof locaties in de Westhoek creëren, die worden goedgekeurd door een kinderjury.

8.3.3 Een duurzame verankering

Duurzaamheid in de context van cultuurtoerisme betekent het bewaren en ontsluiten van verhalen en erfgoed voor volgende generaties. De Westhoek verhaallijnen willen we via volgende acties verankeren.

Onderhoud en actualisering van het permanente aanbod

In de afgelopen vijf jaar werd flink geïnvesteerd in het WOI-aanbod in de Westhoek. Ook voor andere thema's en verhaallijnen werden de nodige inspanningen gedaan. Wil het attractief blijven, dan moet het permanente aanbod van musea en sites goed onderhouden en geactualiseerd worden. Lokale en regionale partners moeten hier hun schouders onder zetten. Er is ook een rol weggelegd voor het provinciale netwerk 'Oorlog & Vrede'.

Materialiseren van de vredesgedachte

De vredesgedachte kan nog tastbaarder worden gemaakt door een concrete vredesplek te creëren voor het brede publiek. Een ideale locatie is in het centrum van Ieper. Toevoegingen door de winnaars van de Vredesprijs, ontmoetingen, enz. kunnen ervoor zorgen dat dit een dynamische plek wordt. Ook het nieuwe vredesmonument in Langemark, op de site naast de Duitse militaire begraafplaats, moet een plek van bezinning en reflectie worden. Ieper als vredesstad dient samen met Mesen, Langemark en Diksmuide het voortouw te nemen bij vredesinitiatieven in de regio.

Een Unesco erkenning

Vlaanderen wil het erfgoed van de Eerste Wereldoorlog duurzaam verankeren door de WOI-sites te laten erkennen als Unesco werelderfgoed. De Unesco-erkenning zien we als een ultieme garantie voor de WOI-sites in de Westhoek. Daarnaast heeft Ieper een dossier ingediend bij Unesco voor de erkenning van de Last Post en de werking van Ieper Vredesstad.

8.3.4 Ondernemerschap en innovatie

De volgende acties zijn bedoeld voor ondernemers, van wie we een innovatieve insteek verwachten.

Herdenkingspartners als Westhoekambassadeurs

Het netwerk van de herdenkingspartners in de Westhoek brengt de publieke en private partners jaarlijks samen via verschillende activiteiten rond het thema van de Eerste Wereldoorlog. Het poppy-logo werkt goed als herkenningsteken. Na de honderdjarige herdenking zal het zaak zijn om met een beperkter aantal initiatieven het netwerk dynamisch te houden. Ze zullen het dag-op-dag-principe niet meer volgen, maar meer geïntegreerd zijn in de algemene Westhoekverhalen. De herdenkingspartners zien we als Westhoekambassadeurs, met specifieke aandacht voor het thema van de Eerste Wereldoorlog.

Opleiding voor Westhoekstreekanimatoren

Klassieke rondleidingen met veel feiten en jaartallen behoren steeds meer tot de verleden tijd. Bezoekers willen beleving en een verhaal. We willen samen met het onderwijs een opleiding organiseren voor Westhoekstreekanimatoren. Storytelling en allerhande creatieve vertelvormen zullen aan bod komen. De streekanimatoren kunnen werken als gids tijdens rondritten, maar kunnen ook ingezet worden in bezoekersattracties of op andere specifieke locaties.

Meer tours met beleving

In de Westhoek worden al een aantal tours met beleving aangeboden door ondernemers. Het aanbod kan nog worden uitgebreid. Denk aan tours in kleine groepjes, fietstochten, muziek en zang onderweg, een speciaal ingerichte bus, ... Een participatieve aanpak op maat van de bezoeker is steeds belangrijk.

Voor de Eerste Wereldoorlog kunnen dat rondleidingen zijn met sites relevant voor bepaalde nationaliteiten, of rondleidingen in de voetsporen van één bepaalde soldaat. We vertrekken niet meer van de grote veldslagen, maar vanuit een individueel, persoonlijk verhaal van een soldaat, verpleegster, ...



8.4 ACTIEDOMEIN 'LOGEREN ALS GOD NAAST FRANKRIJK'

Westtoer wil onder de noemer van 'Logeren als god naast Frankrijk' specifiek inzetten op het verblijfstoerisme in de Westhoek. Het logies moet een unieke beleving bieden. We willen het logiesaanbod verder kwalitatief ontwikkelen met oog voor innovatie en diversiteit. Er moet een goede mix zijn van landelijk logeren, kamperen, jeugdverblijven en charmevol logeren in de steden en dorpen. Wie logeert in de Westhoek, willen we bovenal laten genieten van er even tussenuit zijn, het samen zijn, de rust en ruimte, de gastvrijheid, kleine belevenissen, het bourgondische leven, ... Hierbij spelen we in op de trends 'digitale detox', 'micro adventures' en 'silent travel'. Speciale aandacht zal uitgaan naar de multigeneratievakanties.

8.4.1 Bijzonder logeren in de Westhoek

Logeren zien we als een doel op zich. Dat betekent dat we de kaart trekken van bijzondere logeeradresjes in de Westhoek. Het zijn kwalitatieve, belevingsvolle logies met een verhaal en die zich in een bepaald aspect onderscheiden.

Meer beleving in het logies

Innoveren van hotels, gastenkamers en vakantiewoningen

In de Westhoek zijn een paar mooie voorbeelden van belevingsvolle logies. Maar nog meer logies zouden zich moeten onderscheiden op het vlak van locatie, concept of verhaal. We richten ons vooral op het innoveren van bestaande hotels, gastenkamers en vakantiewoningen, met de bedoeling om de bezettingsgraad te verhogen. Westtoer wil de logiesondernemers stimuleren met best practices uit binnen- en buitenland en denkt aan volgende concepten:

- 'A room with a view'

Het zicht vanuit een logies is van invloed op de beleving. Bepaalde logies in de Westhoek willen we promotioneel ondersteunen. Denk aan logies met zicht op de glooiende heuvels, of op het vlakke polderland, groen- en natuurgebieden, water en pittoreske dorpen.

- **Op reis naar de stilte**

Lawaai en drukte lijken alomtegenwoordig. In de Westhoek heb je nog locaties waar je kan ontsnappen aan de continue stroom van omgevingsgeluiden. Logiesondernemingen kunnen hier op inspelen door zich te ontwikkelen tot stilte-adresjes.

- **Logeren met een verhaal**

Logeeradressen kunnen ook beleving aanbieden met een bijzonder concept of verhaal. Storytelling is dan van groot belang. De inrichting en beleving moeten passen bij de ligging, de locatie, het gebouw, ... Bijvoorbeeld erfgoedlogies, logies rond streekpersonages of andere specifieke thema's.

- **Logies voor specifieke doelgroepen**

We willen logies stimuleren die zich richten op een bepaalde doelgroep, zoals fietslogies, logies voor families met kinderen, maar bijvoorbeeld ook zorglogies. Het concept wordt aangepast aan de behoeftes van de specifieke doelgroep en wordt doorgetrokken in de verschillende ruimtes.

Stimuleren van origineel logeren

Het origineel logeren is op een aantal plaatsen in de Westhoek aan een opmars bezig. Met originele logiesvormen zoals boten, woonwagens, boomhutten, safari- en bubbeltenten spelen ondernemers in op de vraag naar uniek en luxueus logeren. Dit aanbod moet kwalitatief zijn. We willen dergelijke bijzondere logiesvormen in de Westhoek aanmoedigen, bij zowel starters als bestaande logiesondernemingen.

Kamperen als volwaardige logeermogelijkheid

De Westhoek met haar landelijke karakter leent zich goed voor kamperen: rust en ruimte, vergezichten, groen- en natuurgebieden, ... op korte afstand van steden en dorpen. Toch zijn er in de Westhoek weinig kampeermogelijkheden. We willen het aanbod uitbreiden en diversifiëren met verschillende kampeervormen.

- **Kamperen in Poperinge**

Naar aanleiding van de afbakening van het kleinstedelijk gebied Poperinge werd een deel-RUP opgesteld met als doel outdooractiviteiten en een camping toe te laten. Tot op vandaag werd het gegeven camping niet ingevuld. De focus ligt op het creëren van bijkomende kortetermijnkampeerplaatsen. De stedenbouwkundige voorschriften laten een camping toe met om en bij de 350 plaatsen. In het kader van de lopende herziening van het kleinstedelijk gebied moet onderzocht worden of de beschikbare ruimte voldoende

groot is om een economisch rendabele camping in te richten. Bijkomend stelt de vraag zich of deze camping te combineren is met andere initiatieven zoals kleinschalige campings in de dorpskernen, kampeerautoterreinen en hoevekamperen.

- **Meer kampeerautoplaatsen**

De Westhoek telt een aantal plaatsen waar je met een kampeerauto terecht kan. Ze liggen verspreid over het gebied, op campings en op specifieke kampeerautoterreinen. Het kampeerautotoerisme zit in de lift en dat zien we aan de stijging van de verkoop van kampeerauto's in de laatste jaren. Het aanbod voor kampeerauto's kan vergroten als gemeenten en ondernemers nieuwe terreinen aanleggen. Veurne, Heuvelland, Diksmuide, Popering, Vleteren en Zonnebeke zetten hier op in.

- **Kleinschalig hoevekamperen**

Samen met Inagro willen we de mogelijkheden voor het kleinschalig hoevekamperen op actieve landbouwbedrijven vergroten. Het past in het kader van landbouwverbreding binnen de bestaande bedrijfsvoering. Belangrijke aspecten zijn de ligging, voldoende schaalgrootte (een 20-tal toeristische plaatsen), de landschappelijke inkleding en de combinatie met andere functies (bv. een hoevewinkel). Hoevekamperen leent er zich trouwens uitstekend toe om nieuwe logiesvormen zoals glamping te introduceren.

- **Natuurkamperen in Provinciedomeinen**

Natuurkamperen is een begrip in Nederland en begint ook bij ons meer voet aan de grond te krijgen. De campings zijn basic maar kwalitatief ingericht met sanitaire voorzieningen. Ze richten zich op een publiek dat op zoek is naar rust en een groene omgeving. Ook de Westhoek telt een aantal plaatsen die zich daar goed toe lenen, in de eerste plaats de Provinciedomeinen, zoals de Palingbeek in Ieper. Aandachtspunten hierbij zijn beheer en exploitatie.

- **Trekkerslogies voor fietsers**

Omdat we de Westhoek als de fietsregio bij uitstek uitbouwen, willen we kleinschalige trekkerlogies voor fietstrekkers langs de LF-routes stimuleren. Naast de klassieke trekkershutten moedigen we ook meer alternatieve vormen aan zoals logeren op een boot.

Jeugdverblijven ondersteunen

Het jeugdtoerisme is in de Westhoek met ca. 20% van het aantal overnachtingen een belangrijke doelgroep. Dit aantal willen we op peil houden door de jeugdverblijven te ondersteunen.

Logeren met kinderen

De Westhoek is een populaire bestemming voor gezelschappen met kinderen. Families en vriendengroepen met kinderen kiezen vaak voor een dichtbijbestemming. De Westhoek wil hier op inspelen door haar logiesaanbod beter te promoten en aantrekkelijker te maken voor deze doelgroep.

Creëren van een logiesaanbod op maat van families

De mate waarin een logies familievriendelijk is, wordt bepaald door de inrichting, faciliteiten en dienstverlening. Gezinnen moeten zich welkom voelen. We willen uitbaters ervan bewust maken dat dit verder gaat dan het louter voorzien van een kinderstoel en babybedje. Het logies moet belevingsvol zijn voor kinderen, en aantrekkelijk zijn voor de (groot-) ouders. Met een coachingstraject rond familievriendelijkheid willen we ondernemers hierbij begeleiden.

Westhoek KD's gaan logeren

Ook de Westhoek KD's 'Jaek en Nink' schakelen we in om gezelschappen met kinderen naar de Westhoek uit te nodigen. Zij geven toeristen tips over de leukste logeeradressen voor kinderen. In het logies is er een Westhoek KD welkomspakket met meer informatie over familievriendelijke uitjes en adressen en met de Westhoek KD fiets- en wandelroutes.

8.4.2 Duurzaamheid in logies

Investeren in een kleinere ecologische voetafdruk

Duurzaamheid is een wereldwijde uitdaging voor de toekomst. In de logiessector zien we een toenemende aandacht voor dit thema. Steeds meer ondernemers kiezen voor een duurzame aanpak en inrichting van hun logies. Westtoer wil een kleinere ecologische voetafdruk stimuleren, bijvoorbeeld door een energiescan en -advies (cfr. het Koalaproject van het Departement Internationaal Vlaanderen). Bij de (her-)inrichting kan aandacht gaan naar het milieu door het gebruik van zonnepanelen, regenwater, isolatie, ... Investerings in duurzaamheid dragen niet alleen bij aan de zorg voor het milieu, maar versterken ook de concurrentiekracht van het logies.

Meer duurzame mobiliteit

Wie naar de Westhoek komt met de auto, zou tijdens zijn verblijf gestimuleerd moeten worden om gebruik te maken van alternatieve mobiliteitsvormen. Logiesondernemingen kunnen daar een rol in spelen. Naast het aanbieden van fietsen, kan ook gedacht worden aan een haal- en brengservice. Gasten die met de trein komen, kunnen zo vlot op hun eindbestemming komen.

8.4.3 Professioneel ondernemen

Versterken van ondernemerschap bij logies

Ondernemerschap en professionalisme zijn bepalend voor het succes van een logiesonderneming. We willen de logiesuitbaters in de Westhoek via volgende acties ondersteunen:

- **Q-traject**
Westtoer wil blijven inzetten op kwaliteit en streeft naar een groter aantal logies met het Q-label. Hiervoor organiseren we een begeleidingstraject dat gericht is op de implementatie van een kwaliteitssysteem voor een kwalitatieve dienstverlening. Wie het traject met opleiding, coaching, mystery visit en kwaliteitsdossier succesvol doorloopt, wordt bij positieve evaluatie beloond met het Q-label.
- **Kennis en inspiratie**
Via workshops, infosessies, studietrips, ... wil Westtoer de ondernemers ondersteunen bij het uitbaten van hun logies. Onderwerpen zoals interieur en inrichting, diversifiëren van het aanbod, rentabiliteit, ... kunnen aan bod komen. Ook wil Westtoer ondersteuning aanbieden bij de interpretatie van cijfers.
- **Digitale communicatie**
Op het vlak van online communicatie kunnen een aantal logies nog verbeteren. Westtoer wil hen via workshops en begeleiding ondersteunen.

Logies in het buitengebied

We willen ondernemerschap stimuleren door prospectie van nieuwe maar vooral door begeleiding van bestaande logies. Binnen de Regelgeving Ruimtelijke Ordening is er ruimte voor toeristisch logies in het buitengebied. Maar op gemeentelijk en Vlaams niveau is er vaak een andere interpretatie van de regelgeving, waardoor toeristische

logies niet (verder) ontwikkeld of uitgebreid kunnen worden. Het betreft zowel de actieve landbouwbedrijven als de zonevreemde woningen die onder de regelgeving van het Besluit Zonevreemde functiewijzigingen vallen. We pleiten voor duidelijkheid bij de interpretatie van het planologisch kader. Doel is een transparanter beleid inzake de toegelaten toeristische activiteiten en het toekennen van stedenbouwkundige vergunningen voor toeristisch logies in het buitengebied.

Logies heten welkom

Logies hebben een belangrijke onthaalfunctie. Ze zijn vaak het eerste aanspreekpunt voor toeristen en bijgevolg een belangrijke bron van informatie tijdens hun verblijf. De ondernemers en hun medewerkers fungeren als ambassadeurs en maken toeristen wegwijs in de regio. Dit willen we voor de Westhoek versterken door een onthaaltraject voor het logies op te starten. We gaan hierbij in op thema's zoals gastvriendelijkheid en regiokennis. Ook willen we de samenwerking tussen de diensten voor toerisme en de logiesondernemingen in de gemeente vergroten.





8.5 WESTHOEK EN WESTKUST: 1+1=3

Bewustwording van de complementariteit en meerwaarde tussen de Westhoek en de Kust is de hoofddoelstelling van deze actie.

We vertrekken van twee uitgangspunten:

1. De zee is een verrijking van het toeristisch product van de Westhoek. Eén van de nieuwe verhaallijnen van de Westhoek wil de toerist letterlijk laten reizen van de zee naar de bergen.
2. Een gevarieerd en aantrekkelijk hinterland is belangrijk voor de kusttoerist. Bij minder goed weer kunnen uitstapmogelijkheden naar de Westhoek een vakantie aan zee boeiend maken.

Recreatieve link Westhoek en Westkust

De recreatieve verbindingen tussen beide regio's kunnen beter. We willen de bestaande fietsverbindingen beter kenbaar maken, de Frontzate tussen Nieuwpoort en Diksmuide herinrichten en thematische routes ontwikkelen die Kust en hinterland met elkaar verbinden.

Kennis is macht, kennis delen is kracht

Voor de toerist en recreant is de grens tussen Westhoek en Westkust fictief. Toeristen die aan de Kust verblijven willen informatie over het aanbod in de Westhoek en vice versa. De komende jaren zullen we de kennis van beide regio's bij de grote infokantoren en bij de private actoren verhogen, met infomomenten, workshops en inspiratietrips. Daarnaast ontwikkelen we een toeristisch-recreatieve kaart van de Westhoek die aan de Kust verspreid kan worden.

Westhoek meets Westkust

In 2018 organiseren we een get-together voor toeristische actoren uit de Westhoek en de Westkust. Netwerken is cruciaal op deze meeting. Bij positieve evaluatie herhalen we dit event in de toekomst.

Nieuwe promotiepool voor specifieke acties Westhoek-Westkust

We roepen een nieuwe promotiepool in het leven voor specifieke acties voor de Westhoek en de Westkust samen. Deze pool kan gebruikt worden voor bijvoorbeeld het ontwikkelen van een nieuwe fietsroute die beide regio's met elkaar verbindt of voor specifieke marketingcampagnes.



entree

WELKOM

9. TIJD VOOR BELEID

9.1 WELKOM IN DE WESTHOEK

Het onthaal van toeristen is een essentieel onderdeel van het toerisme in de Westhoek. Hoewel onthaal geen doel op zich is, is het wel van invloed op de perceptie en de tevredenheid van de bezoeker. We zien het als een belangrijk sluitstuk van de bestemmingsontwikkeling. Met toeristisch onthaal wordt het ontvangen en begeleiden van de bezoeker en het stimuleren van herhaalbezoek bedoeld.

Het is een vorm van dienstverlening die de volledige bezoekcyclus (voor-tijdens-na) omvat. Toeristen informeren zich lang niet meer uitsluitend via infokantoren, folders of brochures. Online onthaal, reviews, toeristische ondernemingen, gemeentelijke onthaalkantoren, ... zijn evenwaardige onderdelen geworden van het netwerk van toeristisch onthaal. Voor de bezoeker maakt het niet uit langs welk kanaal of touch point hij geholpen wordt. Wat wel belangrijk is, is dat hij als klant op elk moment centraal staat en de beste dienstverlening krijgt.

Het onthaalnetwerk in de Westhoek moet door een intensievere samenwerking tussen publieke en private spelers in de komende periode worden versterkt en meer inspelen op nieuwe evoluties:

- Het online onthaal in de gemeenten kan verbeteren met een wervende en informatieve website op maat van het toerisme in de gemeente. Een up-to-date website met actueel aanbod is een sine qua non. Die moet een gastvrije en welkome uitstraling hebben, duidelijk de reasons to go vermelden en responsive zijn. Samenwerken kan bijvoorbeeld door een gezamenlijk platform. Ook kunnen we de gemeenten blijven ondersteunen door middel van vorming en een screening van hun website.
- Voor de bezoeker ter plaatse blijft het persoonlijk onthaal met tips en advies op maat eveneens heel belangrijk. Dat gebeurt zowel in de toeristische infokantoren als op locaties waar de toerist komt tijdens zijn bezoek (restaurant, café, hotel, B&B, attractie, ...). In het kader van het Q-traject van Westtoer blijven we alle medewerkers vorming aanbieden rond een pro-actieve houding, softselling, ...

- Alleen in de grotere toeristische steden en in plaatsen waar veel toeristen komen, is een gemeentelijk infokantoor nog relevant:
 - Op de markt in toeristische steden: Ieper, Veurne, Poperinge en Diksmuide
 - Centraal in gemeenten waar veel toeristische passage is: Kemmel (Heuvelland) en Zonnebeke
 - In een aantal andere plaatsen kan er wel een kleiner gemeentelijk bemand infopunt of zelfs een onbemande locatie zijn. Dit idealiter in combinatie met andere functies, zoals een bezoekersattractie.

Belangrijk is dat deze infopunten het regioverhaal brengen. Toeristen beperken zich bij een bezoek doorgaans niet tot één gemeente.

- Daarnaast bieden we informatie aan op toeristische locaties:
 - Dynamisch houden van het netwerk van toeristische infopunten in de reca-sector met jaarlijkse vorming en netwerkmomenten
 - Opstarten van een traject gericht op de onthaalfunctie van het logies
 - Inschakelen van attracties in het onthaalnetwerk van de Westhoek via vorming
 - Opzetten van een netwerk van Westhoekstreekanimatoren

Op deze locaties draait het om het gastheerschap van de medewerkers (cfr. 'Vragen staat (gast)vrij' in de reca-sector).

- We stimuleren een intensievere samenwerking tussen publieke en private spelers in het onthaalnetwerk, gericht op een goede informatiedoorstroming en de distributie van promotiemateriaal. De diensten voor toerisme spelen hier een centrale rol in. Zij moeten zich als een soort hub profileren en evenveel aandacht besteden aan hun lokale private partners als aan hun bezoekers.



**VRAGEN STAAT
GAST VRIJ!**

www.toerismewesthoek.be

westtoer



9.2 ORGANISATIE

Draaischijf voor het toerisme in de Westhoek

Westtoer wil zich in nauw overleg en in samenwerking met de lokale diensten voor toerisme en stakeholders blijvend profileren als dé draaischijf voor het toerisme in de Westhoek. Er wordt zowel bottom-up als top-down gewerkt.

De regiowerking toerisme Westhoek heeft een essentiële coördinerende functie ten aanzien van het lokale werkingsveld op volgende vlakken:

- aanspreekpunt voor toerisme en recreatie zijn in de regio
- overleg organiseren met diverse toeristische actoren
- instaan voor de promotie op streekniveau en voor de pers- en mediabewerking
- jaarlijkse actieplannen opmaken en (laten) uitvoeren op basis van het strategisch beleidsplan
- projecten initiëren en coördineren
- samenwerking en netwerking stimuleren

De betrokkenheid van lokale en provinciale partners verhogen

Zowel de beleidsmakers als de ambtenaren voor toerisme zijn vertegenwoordigd in de overlegstructuren van de regiowerking. Ze zijn betrokken bij het uitvoeren van de actieplannen in het kader van de beleidsplanning en de samenwerkingsovereenkomsten.

Hun aanwezigheid, betrokkenheid en kennis kunnen we verbeteren:

- door aan het begin van de legislatuur een introductie 'toeristisch-recreatief beleid en organisatie' te geven voor de (nieuwe) schepenen voor toerisme
- door van het Beleidsoverleg Toerisme Westhoek een beknopt, maar dynamischer overleg te maken
- door een regelmatig overleg met de voorzitter, die de regio vertegenwoordigt in de Raad van Bestuur van Westtoer
- door frequent af te stemmen met actoren die raakvlakken hebben met toerisme zoals Inagro, POM, de gebiedsgerichte werking van de Provincie en de regionale landschappen
- door de organisatie van info- en netwerkmomenten die samenwerking tussen de actoren stimuleren

De band met de private sector versterken

Ondernemers en partners in de regio maken deel uit van het toeristisch aanbod. Ze spelen een belangrijke rol in het onthaal van de bezoekers in de regio. Acties op vlak van promotie, productontwikkeling en kwaliteitsverbetering belangen ook rechtsreeks de privésector aan.

Westtoer maakte werk van een aantal sterke netwerken met stakeholders uit de private sector (o.a. herdenkingspartners Westhoek, toeristische infopunten, Q-partners,...). Private ondernemers zijn onze partners van de toekomst, we willen van hen nog meer 'Westhoekambassadeurs' maken.

De dialoog met Toerisme Vlaanderen versterken

Toerisme Vlaanderen is een belangrijke partner op Vlaams niveau. In het kader van de herdenking van de Eerste Wereldoorlog was er de afgelopen jaren een intense samenwerking. Ook na 2018 blijft deze samenwerking belangrijk. Daarnaast willen we Toerisme Vlaanderen vragen om in te zetten op een grotere naamsbekendheid van de Westhoek in nabije buitenlandse bestemmingen.

De dialoog met andere belanghebbenden op Vlaams niveau optimaliseren

Westtoer wil nog meer inzetten op zijn intermediaire rol tussen de lokale stakeholders en de actoren die op Vlaams niveau actief zijn. De dialoog met andere sectoren dient te worden versterkt. We denken hierbij onder meer aan economie, natuur, landbouw, ruimtelijke ordening en mobiliteit. Vlaamse Agentschappen zoals Natuur en Bos (ANB), Waterwegen en Zeekanaal (W&Z) en de Vlaamse Landmaatschappij (VLM) zijn geprivilegieerde partners bij duurzame toeristische ontwikkeling.

De werking van diensten voor toerisme op lokaal niveau ondersteunen

De Q-trajecten maken duidelijk dat een aantal lokale diensten voor toerisme onder druk staat waardoor er te weinig tijd is voor productontwikkeling en samenwerking met de private sector. Westtoer wil daarom inzetten op een betere ondersteuning van deze diensten door:

- De Q-trajecten voor diensten voor toerisme verder op te volgen en te verfijnen
- De organisatie van specifieke activiteiten voor baliemedewerkers
- Het stimuleren van de opmaak van visienota's voor de grotere diensten voor toerisme
- Het aanreiken van een format voor lokale actieplannen
- Kennis aanreiken die nuttig is voor de eigen gemeente

Een samenwerking met Frans-Vlaanderen in functie van opportuniteiten

De nabijheid van Frans-Vlaanderen is een meerwaarde voor toeristen die in de Westhoek verblijven. Westtoer wil Frans-Vlaanderen in communicatieacties meer uitspelen als een nabij gelegen troef. Minstens 1 keer per jaar organiseren we een grensoverschrijdend overleg- en netwerkmoment. We blijven met onze Franse evenknie Pays de Flandre samenwerken rond concrete acties zoals het Weekend van het volkscafé en de grensoverschrijdende toeristische kaart. Binnen het Interreg V programma Frankrijk-Wallonië-Vlaanderen zetten we in op het project Ruralité met betrekking tot ruraal ondernemerschap. Met het Pays de Saint-Omer starten we een nieuwe samenwerking op.



9.3 WESTHOEK EN CIJFERS

Voor het opvolgen van het toerisme in de Westhoek is een verdere uitbouw van het huidige monitoring- en informatiesysteem nodig.

Onderzoek naar kenmerken van marktsegmenten

Periodieke, grootschalige onderzoeken maken het mogelijk om meer inzicht te verwerven in de diverse types van toeristen: hun profiel, gedrag en bestedingen en de evoluties daarin. Dergelijk onderzoek voorzien we bij de WOI-bezoekers in de Westhoek, bij de vakantiegangers in de Vlaamse regio's (met een specifieke steekproef voor de Westhoek) en bij de recreatieve fietsers op het vernieuwde fietsnetwerk van de Westhoek.

Voor de Westhoek vormen de uitstappen van toeristen aan de Kust naar het hinterland ook een belangrijk volume. In het onderzoek bij vakantiegangers in commercieel logies aan de Kust besteden we specifieke aandacht aan deze activiteiten.

Onderzoeken gericht op een specifieke bestemming binnen de Westhoek zorgen enerzijds voor een beter begrip van die bestemming, maar anderzijds ook voor een rijkere kennis van de regio zelf. Provinciedomeinen, streekmusea en (tijdelijke) tentoonstellingen komen hiervoor in aanmerking.

Trend- en monitorrapport voor de Westhoek

In het trendrapport brengen we jaarlijks relevante indicatoren over het toeristisch aanbod, de toeristische vraag en het socio-economisch belang van het toerisme in kaart. Het aanbod en de vraag trekken we zoveel mogelijk door tot op gemeenteniveau. De kerncijfers van toerisme in de Westhoek vatten we samen in een flyer.

Het monitorrapport voor de Westhoek toont twee keer per jaar de evoluties in het verblijfstoerisme. Een steekproef van hotels en gastenkamers geeft ons inzage in de bezetting en de veranderingen bij de belangrijkste herkomstlanden. Tijdens de herdenkingsperiode 14-18 wordt dit aangevuld met een monitor van de WOI-bezoekers aan de sites.

Innovatieve methoden voor snellere cijfers

De vraag naar snelle, betrouwbare informatie neemt toe. We spelen hierop in door bestaande datasets efficiënter te gebruiken en toeristisch relevante informatie uit nieuwe data te halen. Het blijft belangrijk om hierin verder te investeren en te onderzoeken of deze nieuwe methoden een antwoord bieden op openstaande vragen, zoals het aantal Noord-Franse dagtoeristen in de Westhoek.

Kennisondersteuning aan de sector

De sector professionaliseren doen we o.m. door relevante kennis en managementinformatie beschikbaar te stellen. We bezorgen individuele rapporten over bezetting en tevredenheid die een belangrijke toegevoegde waarde hebben.

Impact van specifieke impulsen en acties

We plannen de komende jaren allerhande acties: projecten binnen het reglement voor toeristische impulsen, het programma Horizon 2025, marketingacties, ... Dit vraagt om een evaluatie van de impact. We willen dat doen door bezoekers te tellen, het imago van de Westhoek op te volgen en de gevolgen na te gaan op de economie van de regio.



INFO

MEER INFORMATIE

De digitale versie van het strategisch beleidsplan vindt u in pdf-formaat op de website <http://corporate.westtoer.be/nl/kenniscentrum/regios-cijfers>

Voor meer informatie kunt u terecht bij:

Westtoer - Lien Phlypo

Koning Albert I-Laan 120

8200 Sint-Michiels (Brugge)

T 050 30 55 50

lien.phlypo@westtoer.be

www.westtoer.be

www.toerismewesthoek.be

COLOFON

Het Strategisch Beleidsplan voor Toerisme en Recreatie in de Westhoek 2018-2024 is een uitgave van Westtoer.

Coördinatie en redactie: Lien Phlypo, Stefaan Gheysen, Josephine Fassaert, Valérie Heyman, Erik Eloy, Darline Vandaele, Luc Abbeloos en Tim Provoost.

Met dank aan Bern Paret, Lieven Verdonck en Aurelia Leyn.

Verhaallijnen en inspiratiesessies: Adviesbureau The Missing Link

Fotografie: Westtoer en Andy Malengier

Grafische vormgeving: Nele Vandepitte

Druk: Lowyck

WD: WD/3029/2016/380

