



Vlaanderen  
is toerisme

# SAMENVATTING STRATEGISCH PLAN CONGRESWERKING ASSOCIATIEVISIE 2.0



© Tom Cornille



## — Situering

De proactieve associatiewerking die in 2017 werd opgestart, behaalde sterke resultaten. In samenwerking met de lokale congresbureaus in de kunststeden en de provincie Limburg slaagden we erin om 191 associatiecongressen naar Vlaanderen aan te trekken. De bestemming werd ook bijzonder geapprecieerd door congresorganisatoren en deelnemers. We bouwen nu verder aan dit mooie verhaal, met als doel deze prestaties te verankeren en een brede meerwaarde voor de bestemming Vlaanderen te creëren.

## — Concept en Afbakening

We houden vast aan onze focus op internationale associatiecongressen, gezien Toerisme Vlaanderen op dit segment het grootste verschil kan maken voor de congressector en het potentieel voor maatschappelijke meerwaardecreatie hier het hoogst is. Qua grootte van congressen houden we rekening met de draagkracht van de bestemming en de lokale congrescapaciteit en mikken we op congressen van 200 tot 1.500 deelnemers.

We kiezen ervoor om onze inhoudelijke focus te verfijnen. Waar we vroeger de nadruk legden op associatiecongressen binnen economische groeisectoren, mikken we nu op congressen die de doelstellingen van de toeristische thema's en het overkoepelend Vlaams beleid ondersteunen. Concreet zullen we proactief congressen aantrekken binnen de volgende thema's en maatschappelijk relevante domeinen:

- Erfgoed
- Fietsen
- Vlaanderen Natuurlijk

- Culinair
- Toerisme (Reizen naar Morgen)
- Circulaire economie
- Energie & klimaat
- Industrie 4.0
- Logistiek
- Zorg & gezondheid
- Slim en duurzaam wonen
- Levenslang leren
- Mobiliteit

## — Positionering

Vlaanderen en de deelbestemmingen beschikken over de noodzakelijke basisvereisten van congresorganisatoren op het vlak van bereikbaarheid, congresinfrastructuur en de aanwezigheid van een lokaal intellectueel kapitaal. Daarnaast differentiëren we ons door:

- een onderscheidende beleving: in alle fases van een congres zetten we maximaal in op (lokale) beleving gelinkt aan de toeristische thema's;
- het bieden van een inhoudelijke meerwaarde via een sterke kennis van en een sterk netwerk binnen de toeristische thema's en maatschappelijk relevante domeinen;
- het actief ondersteunen van congresorganisatoren in het creëren van impact via hun congres.

We zetten in op onze onderscheidende kenmerken en dienstverlening onder de koepel van "create tomorrow's heritage" en bouwen de verhaallijnen 'Flanders Special Meeting Venues' en 'Intellectueel erfgoed' die hier aan bijdragen verder uit.

## — Ambitie

Vlaanderen ontwikkelt zich tot een **aantrekkelijke en vooruitstrevende** bestemming voor con-

gressen binnen Europa, met een **kwalitatief, duurzaam en gevarieerd aanbod** aan congresvoorzieningen en sterke **lokale expertise** die meerwaarde biedt aan congresorganisatoren en -deelnemers. Vlaanderen zal bekend staan als de bestemming bij uitstek voor het organiseren van **impact- en belevingsvolle congressen**.

## — Strategische doelstellingen

We definieerden 4 strategische doelstellingen voor de periode 2022-2030:

- We vergroten de bekendheid en reputatie van Vlaanderen als congresbestemming.
- We trekken proactief internationale associatiecongressen aan binnen de toeristische thema's en maatschappelijk relevante domeinen in samenwerking met de congressteden.
- We zorgen ervoor dat congressen in Vlaanderen duurzamer, kwaliteits- en belevingsvol zijn.
- We creëren meerwaarde voor alle betrokken stakeholders in de bestemming en beperken zo veel mogelijk de negatieve effecten voor de plek en lokale inwoners.

## — Ontwikkelingsnoden

We zetten, in samenwerking met onze partners, in op:

- een structurele samenwerking met de lokale congresbureaus in de congressteden;
- het vervolledigen van het aanbod aan kwalitatief hoogstaande congreslocaties;
- het verbeteren van de kwaliteit van het congresaanbod en de congresbeleving, met specifieke aandacht voor ecologische



duurzaamheid en toegankelijkheid;

- het in kaart brengen, ontwikkelen en ontsluiten van onderscheidende belevingen;
- het ontwikkelen van een kwalitatief en belevingsvol digitaal congresplatform voor internationale deelnemers;
- het ontwikkelen van een methodologie om de impact van congressen voor organisatoren alsook de lokale bestemming en stakeholders te verhogen.

### ■ Doelgroepen

We willen leden van internationale associaties die congressen organiseren, aanspreken:

- binnen de 4 toeristische thema's: erfgoed, natuur, culinair en fietsen

- binnen de 8 maatschappelijk relevante domeinen: circulaire economie, energie en klimaat, industrie 4.0, logistiek, zorg en gezondheid, slim wonen en leven, levenslang leven, mobiliteit

Daarnaast bestaat onze doelgroep uit leden van de meeting-industrie die als taak hebben het organiseren van congressen of de ondersteuning ervan begeleiden:

- Professionele congresorganisatoren
- Congresvenues
- Meetinghotels
- Suppliers
- Congresbureaus
- Congrespers

### TOT WELKE INTERNATIONALE MARKTEN RICHTEN WE ONS?

Onze buurlanden (Nederland, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk/Ierland & Duitsland) en de Verenigde Staten bieden het meeste potentieel voor de proactieve associatiewerking en zijn bijgevolg onze **primaire markten**.

**Secundair** zien we ook potentieel bij Italië, Spanje en de Duitstalige regio Oostenrijk en Zwitserland.

Toerisme Vlaanderen bepaalt jaarlijks welke promotieacties op welke markten worden uitgerold.

