



Vlaanderen  
is toerisme

# STRATEGISCH PLAN CONGRESSEN

**PARTNEREVENT**

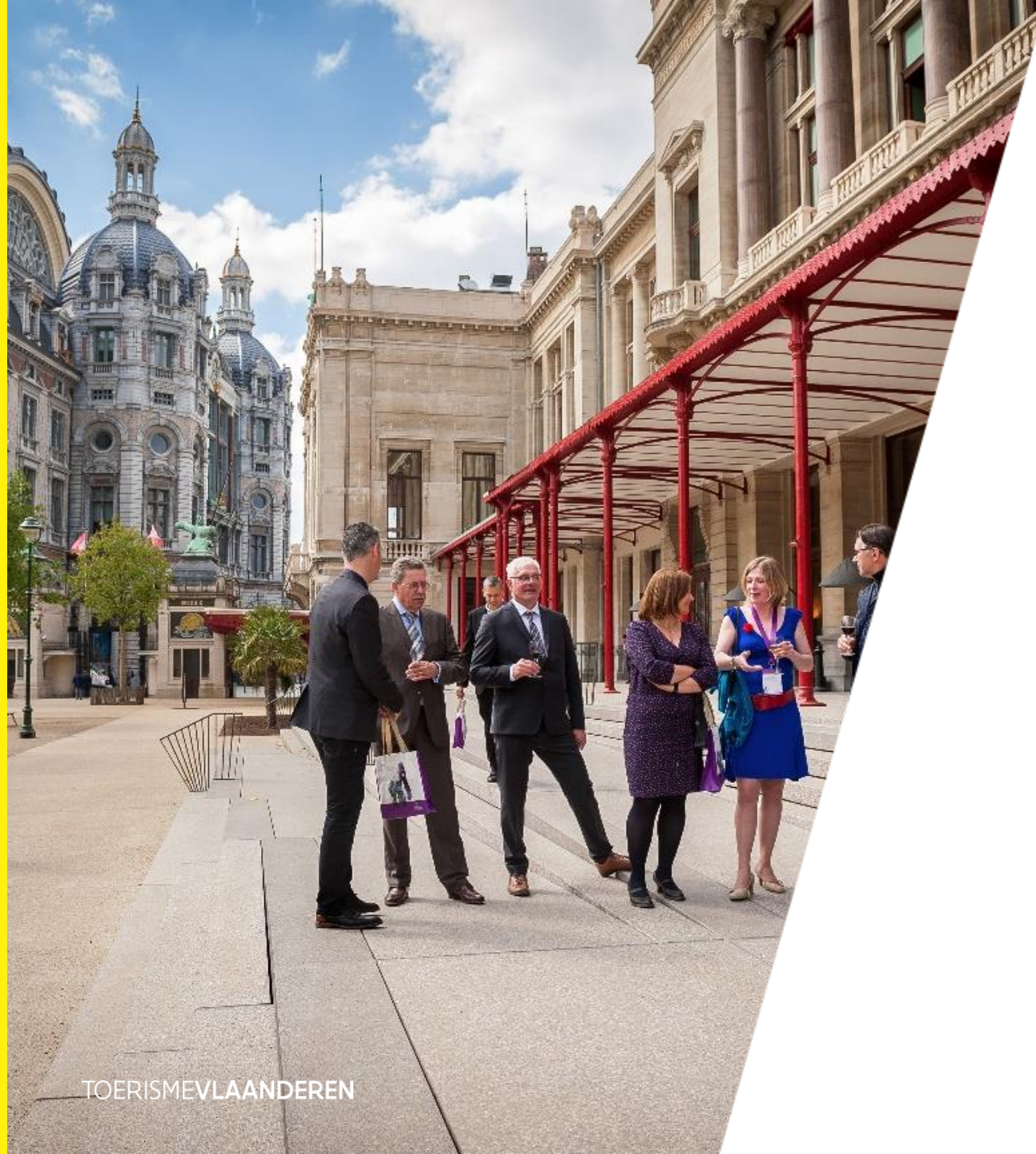
**9 SEPTEMBER 2022**



## AGENDA

---

- 10.00** Associatievisie 2.0 & team VisitFlanders Convention Bureau
- 10.45** Interactieve workshops
- 11.40** Koffiepauze
- 12.00** Plenaire samenvatting
- 12.30** Toekomstvisie Sint-Godelieveabdij en Kapucijnenkerk
- 13.00** Netwerklunch



# **ASSOCIATIEVISIE 2.0**





## SITUERING

## FOCUSKEUZE

---

### AANTREKKEN **INTERNATIONALE ASSOCIATIECONGRESSEN**

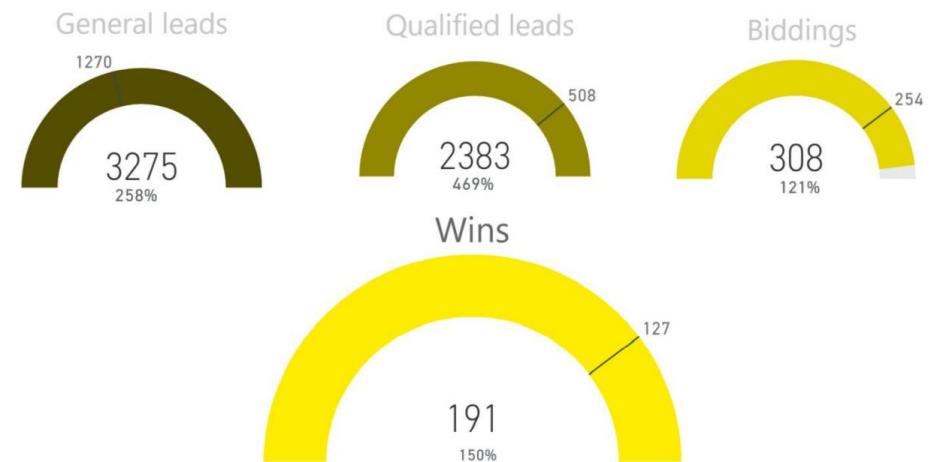
- Grootste impact op Vlaanderen
- Langetermijn en intensieve werking
- Markt waar venues & steden zelf moeilijk op kunnen werken
- Middelgrote congressen (+/- 200 tot 1500 pax)
- Focus op Vlaams Gewest: grootste groeimarge



## SITUERING

# RESULTAAT ASSOCIATIEWERKING 1.0

- Werking opgestart in 2016
- “Leads pipeline” 2018-2021
- **191 CONGRESSEN** werden naar Vlaanderen aangetrokken





# ***INHOUDELIJKE FOCUS***

---



# INHOUDELIJKE FOCUS

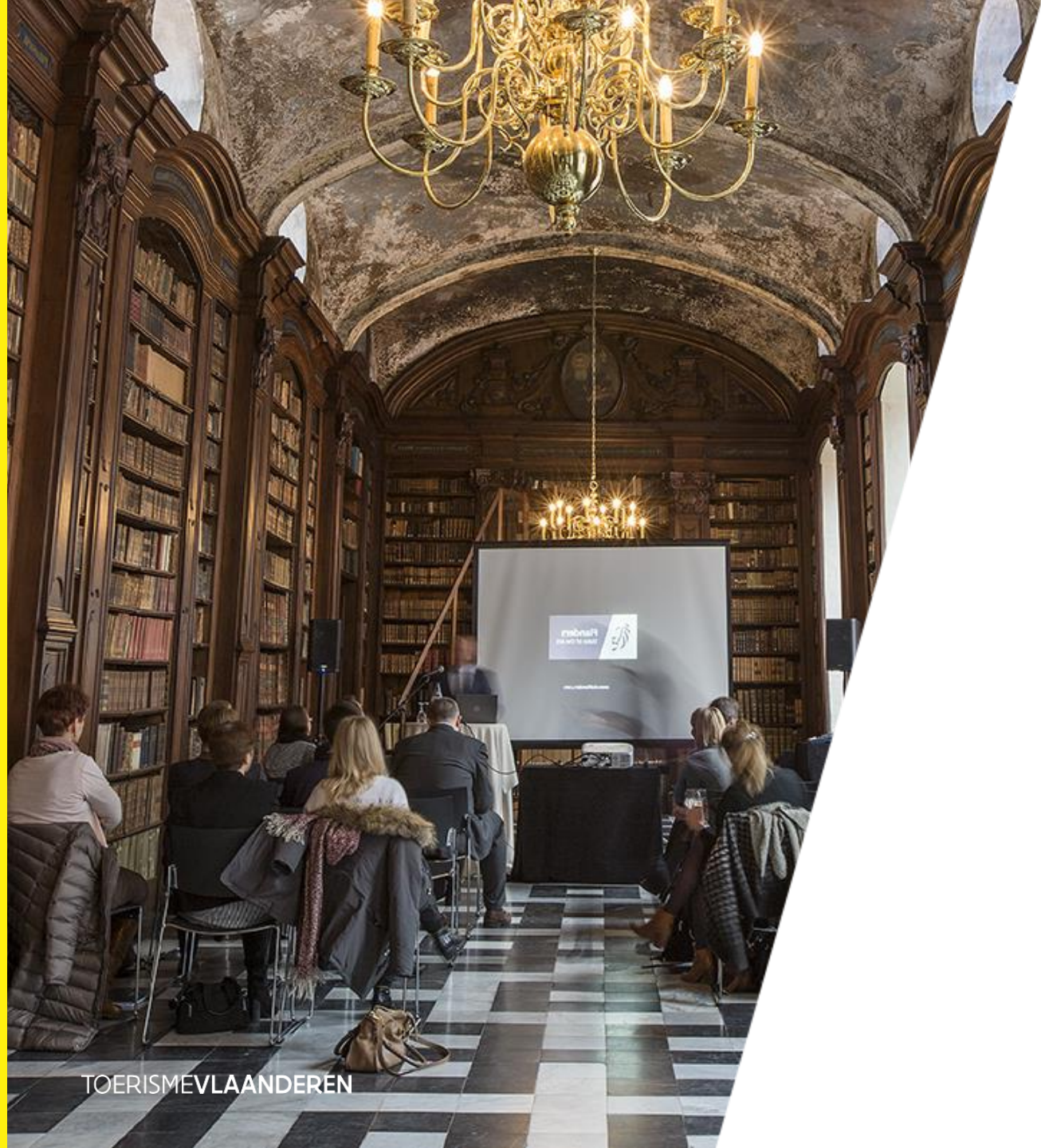
Congressen die gelinkt zijn aan of bijdragen tot

- **toeristische thema's &**
- **maatschappelijk relevante domeinen**

## FOCUS VOLUME

- |                        |                             |
|------------------------|-----------------------------|
| 1. Circulaire economie | 1. Kunst, cultuur & erfgoed |
| 2. Energie & klimaat   | 2. Fietsen                  |
| 3. Industrie 4.0       | 3. Vlaanderen Natuurlijk    |
| 4. Logistiek           | 4. Culinair                 |
| 5. Zorg & gezondheid   |                             |
| 6. Slim wonen & leven  |                             |
| 7. Levenslang leren    |                             |
| 8. Mobiliteit          |                             |

FOCUS IMPACT



# ***POSITIONERING***

---



“ WE WILLEN DE **POSITIEVE KRACHT**  
VAN CONGRESSTOERISME VERSTERKEN,  
ZODAT VLAANDEREN KAN BLOEIEN  
ALS EEN INNOVATIEVE, INSPIRERENDE  
EN KWALITATIEVE BESTEMMING  
TEN BATE VAN ZIJN BEWONERS,  
ONDERNEMERS EN BEZOEKERS. ”



Vlaanderen  
is toerisme

# HOE ONTWIKKEL JE EEN CONGRES MET LEGACY?

EEN LEIDRAAD

TOERISMEVLAANDEREN

TOERISMEVLAANDEREN

# HOE? LEGACYPROJECT

2021-2023:  
TOERISMEVLAANDEREN & Meet4Impact

- Nieuwe methodologie & meetkader
- Begeleidingstrajecten
- Community legacy makers
- International alliance

-> *Workshop 4: impactvolle congressen*





# **MARKETING & COMMUNICATIE**

---

TOERISMEVLAANDEREN





# MARKETING & COMMUNICATIE

---

- Onder de koepel “**create tomorrow’s heritage**”
- **TWEE VERHAALLIJNEN:**
  - › Aanwezige experts of **legacy makers**  
binnen de toeristische thema’s en maatschappelijk relevante domeinen met link naar intellectueel erfgoed (intellectueel kapitaal)
  - › Aanwezigheid van erfgoed, in hoofdzaak met historisch karakter, de Flanders heritage venues  
Aanbod met belevingsvolle toeristische troeven linken, ook naar baanbrekende innovaties



# AANPAK

---

**DRIE WERKWIJZEN** in marketing-aanpak:

- **always-on layer**: constante dialoog met de doelgroep
- **verdiepende thematische wave**: uitbreiden leads door dieper in te gaan op de thema's
- **verbredende campagnewave**: uitbreiden leads door thema-overschrijdend te werken



# ACTIEPLAN

---

- **Sales calls:** 1 op 1 gesprekken
- **Inspirational visits:** planners laten kennismaken met Vlaanderen als congresbestemming
- **Site visits:** gelinkt aan een hot lead, een concrete RFP of congres
- **Congressen & workshops:** als deelnemer/ keynote speaker/ partner
- **Eigen events:** legacy makers event, netwerkevents in de markten
- **Event partners:** co-host van event om doelpubliek te bereiken en een unieke ervaring te bieden

-> *Workshop 3: internationale marketing & communicatie*



# DOELSTELLINGEN

---



# DOELSTELLING 1: VERGROTEN BEKENDHEID & REPUTATIE VLAANDEREN

1. Versterken bekendheid en reputatie van *congresaanbod en bereikbaarheid*
  - › Verdiepende wave: legacy
  - › Vernieuwde website: [www.meetinflanders.com](http://www.meetinflanders.com)
  - › Corporate site in een nieuw jasje:  
<https://toerismevlaanderen.be/nl/themas-en-projecten/congressen-en-events/congressen>
  - › SEA (advertising), SEO (via stories, blog, optimalisatie)



# DOELSTELLING 1: VERGROTEN BEKENDHEID & REPUTATIE VLAANDEREN

2. Versterken bekendheid en reputatie rond de troeven die Vlaanderen biedt als congresbestemming
- › **Communicatiewaves met e-book mobiliteit, duurzaamheid (klimaat & energie), Vlaanderen Natuur**

-> *Workshop 3: internationale marketing & communicatie*



## DOELSTELLING 2: PROACTIEVE ASSOCIATIEWERKING

1. We mikken op het bereiken van een competitief aandeel wat betreft het *aantal int. associatiecongressen* in de congressteden Antwerpen, Brugge, Gent, Genk, Hasselt, Leuven, Mechelen en Oostende
  - › Salestools voor associaties (Conferli)



## DOELSTELLING 2: PROACTIEVE ASSOCIATIEWERKING

2. We trekken *impactvolle congressen* aan binnen de toeristische thema's en maatschappelijk relevante domeinen en begeleiden ze met een aangepaste legacyondersteuning
- › Uitol meeting- en congresbarometer





## DOELSTELLING 2: PROACTIEVE ASSOCIATIEWERKING

3. We brengen de *netwerken rond de maatschappelijk relevante domeinen* in kaart en connecteren ze met spelers uit de congressector, met als doel het stimuleren van kennisoverdracht en samenwerking en potentiële congressen in kaart brengen
  - › Acties, events en kennisdeling met onze core partners (ICCA, PCMA, Global Alliance, ESAE)
  - › Netwerk van PCO's: ambitie in 2023 om internationale PCO's samen te brengen

## DOELSTELLING 2: PROACTIEVE ASSOCIATIEWERKING

4. We ontwikkelen een *structurele samenwerking met de congressteden* op het vlak van de proactieve werking & professionalisering
- › Opmaak actieplan met alle congressteden



## DOELSTELLING 3: DUURZAME, KWALITEITSVOLLE EN BELEVINGSVOLLE BESTEMMING

1. Ondersteunen en vervolledigen van het *aanbod aan kwalitatief hoogstaande congreslocaties* in bestemmingen met groot potentieel voor het associatiesegement
  - › **Project Flanders Heritage Venues**
    - Inzetten op kwaliteit & duurzaamheid
    - Lerend netwerk versterken
    - Begeleiden en laten aansluiten op andere opportuniteiten
  - › **Netwerk van 'dedicated' congrescentra**



## DOELSTELLING 3: DUURZAME, KWALITEITSVOLLE EN BELEVINGSVOLLE BESTEMMING

2. Ondersteunen en stimuleren congreslocaties om *hun aanbod en dienstverlening te verbeteren en de congresbeleving te optimaliseren*.  
Aandacht voor ecologische duurzaamheid en toegankelijkheid
  - › Deelproject van duurzaamheidsplan Toerisme Vlaanderen
  - › Meest geschikte duurzaamheidscertificaat & opleiding voor venues
  - › Toegankelijkheidslabel (M-label) voor de venues in Vlaanderen
  - › Toegankelijkheidstraject voor Flanders Heritage Venues

-> Workshop 2: duurzame congressen & events



## DOELSTELLING 3: DUURZAME, KWALITEITSVOLLE EN BELEVINGSVOLLE BESTEMMING

3. We brengen de spelers uit de *congressector op regelmatige basis samen* met als doel de professionalisering en verduurzamen van de sector, het stimuleren van kennisdeling, samenwerking en netwerken
  - › Meet in Flanders Academy
  - › Legacy makers event



## DOELSTELLING 3: DUURZAME, KWALITEITSVOLLE EN BELEVINGSVOLLE BESTEMMING

4. Het bieden van een kwalitatief en belevingsvol *alternatief* voor internationale deelnemers om *digitaal* deel te nemen aan hun congres
  - › Project 'Hybr as a company' & monitoring tevredenheid gebruikers
  - › Project 'Digitale transformatie'
    - Venue visualisation tool / 3D configurator
    - Verbeteren digital touchpoints
    - Strategie en netwerk voor congrescentra in digitale tijden

-> *Workshop 1: digitale transformatie venues*



## DOELSTELLING 3: DUURZAME, KWALITEITSVOLLE EN BELEVINGSVOLLE BESTEMMING

5. Versterken het *aanbod aan belevingen* voor de congresstoerist gelinkt aan toeristische thema's en (expertise)domeinen
  - › In kaart brengen van thematische belevingen



## DOELSTELLING 4: MEERWAARDE VOOR ALLE BETROKKEN STAKEHOLDERS & BEPERKEN NEGATIEVE IMPACT VAN TOERISME

1. Versterken *kennisdeling en samenwerking* voor ondernemers, experts, bedrijven, kennisinstellingen en overheidsorganisaties
  - › Legacy: methodologie met handboek als resultaat, pilots, legacy community met makers, alliance met Fyn/Norsköpping/Sydney
2. Creëren *lange termijn impact* voor congresorganisatoren en de lokale bestemming en/of bestemming Vlaanderen
  - › Support package



## DOELSTELLING 4: MEERWAARDE VOOR ALLE BETROKKEN STAKEHOLDERS & BEPERKEN NEGATIEVE IMPACT VAN TOERISME

3. Stimuleren het *spreiden van congressen in de ruimte* doorheen bestemming Vlaanderen
4. *Monitoren* van negatieve impact en nemen actie om overlast te verminderen





Vlaanderen  
is toerisme

Copyrights fotografie:  
Thomas De Boeve  
Lea Winkeler  
AF Fotografie  
Tom Cornille  
Kris Jacobs  
Willem Van Puyenbroeck

# VRAGEN?

C-MINE - FHV

TOERISMEVLAANDEREN





***TEAM***  
**VISITFLANDERS**  
***CONVENTION***  
***BUREAU***

---

TOERISMEVLAANDEREN

# VISITFLANDERS CONVENTION BUREAU FLANDERS



**EVELYNE BARDYN**

*Themaverantwoordelijke  
Congresen & Events*



**SYLVIE LEJOUR**

*Teamcoach  
Congresen & Events*



**SAM VERSELE**

*Venue expert  
Projectleider*

- *Flanders Heritage Venues / Special Meeting Venues*
- *Digitale transformatie*



**TUYA BEYERS**

*International association expert  
Marketing & communicatie expert*



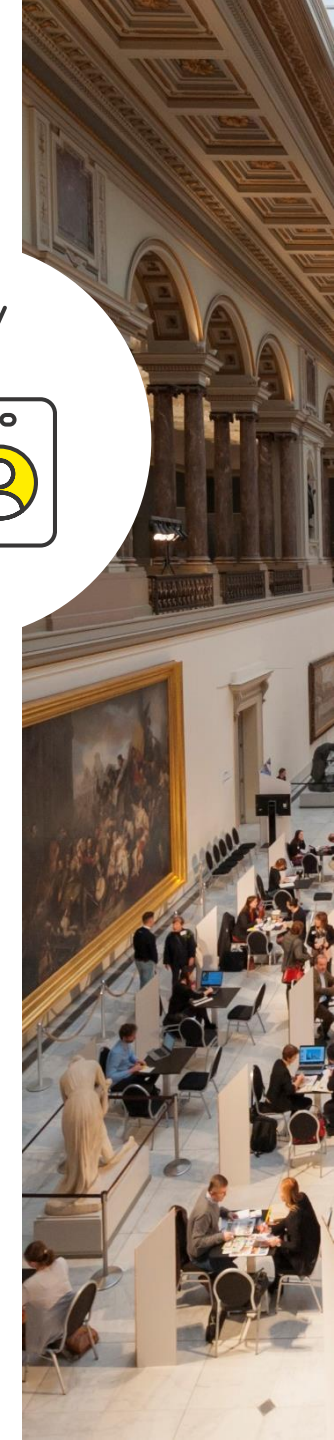
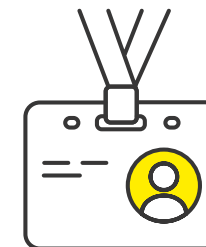
**MILO VERGUCHT**

*International association expert  
Projectleider HYBR*



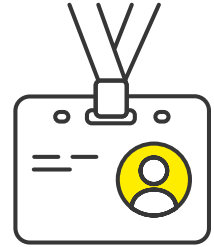
**GEMMEKE DE JONGH**

*International association expert  
Projectleider Legacy*





# VISITFLANDERS CONVENTION BUREAU INTERNATIONAL (EUROPA & USA)



**GEMMEKE DE JONGH**

*Association relations manager*  
The Netherlands (HQ)



**MILO VERGUCHT**

*Association relations manager*  
French speaking Region (HQ)



**ALEXANDRA FREEMAN**

*Association relations manager*  
German speaking region



**SARAH ZEHLAUT**

*Association relations manager*  
German speaking region



**PAUL SWAIN**

*Association relations manager*  
UK & Ireland



**BRECHT PUTMAN**

*Association relations manager*  
USA (NY) & Canada



**WIMKE NIJS**

*Association relations manager*  
USA (LA) & Canada



**JUDIT  
SALA**

*Association relations manager*  
Spanish speaking region



**MAYRA CAROPPO  
VENTURINI**

*Association relations manager*  
Italian speaking region

# SPOC'S

## KENNISCENTRUM

**LOUISE DERRE**

*Projectleider associatievisie 2.0*

## MARKETING TACTICS

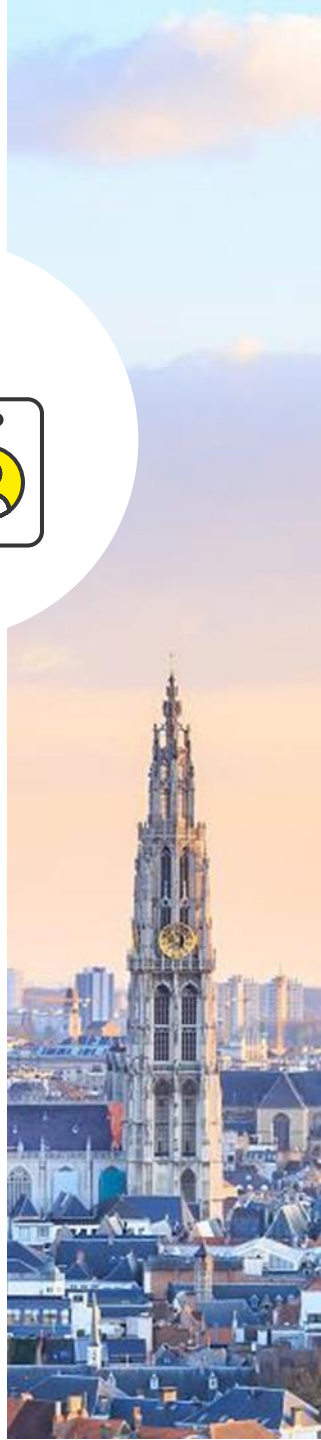
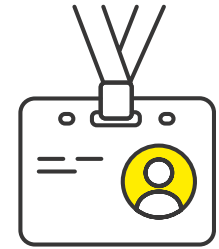
**WOUTER DE METS**

**LAURA TERLAEKEN**

**JOHAN VEREST**

## ADMINISTRATIE

**EVY VAN ROMPAY**





## AGENDA

---

**10.00** Associatievisie 2.0 &  
team VisitFlanders Convention Bureau

**10.45** Interactieve workshops

**11.40** Koffiepauze

**12.00** Plenaire samenvatting

**12.30** Toekomstvisie Sint-Godelieveabdij en  
Kapucijnenkerk

**13.00** Netwerklunch



# WORKSHOPS

---

- Digitale transformatie venues – Sam (rood)
- Duurzame congressen & events – Kevin (groen)
- Internationale marketing & communicatie – Tuya & Milo (blauw)
- Impactvolle congressen – Gemmeke (geel)



## AGENDA

---

- 10.00** Associatievisie 2.0 & team VisitFlanders Convention Bureau
- 10.45** Interactieve workshops
- 11.40** Koffiepauze
- 12.00** Plenaire samenvatting
- 12.30** Toekomstvisie Sint-Godelieveabdij en Kapucijnenkerk
- 13.00** Netwerklunch



# TERUGKOPPELING WORKSHOPS

---

- Digitale transformatie venues – Sam
- Duurzame congressen & events – Kevin
- Internationale marketing & communicatie – Tuya & Milo
- Impactvolle congressen – Gemmeke



## AGENDA

---

- 10.00** Associatievisie 2.0 & team VisitFlanders Convention Bureau
- 10.45** Interactieve workshops
- 11.40** Koffiepauze
- 12.00** Plenaire samenvatting & afsluiting
- 12.30** Toekomstvisie Sint-Godelieveabdij en Kapucijnenkerk
- 13.00** Netwerklunch



# MEET IN FLANDERS ACADEMY #10

VRIJDAG 2 DECEMBER 2022  
FMCCA – ANTWERPEN

TOERISMEVLAANDEREN // Meet in Flanders Academy

EVENT  
FLANDERS

