



TOURISM LAB



INSPIRATIECATALOGUS

> 2020 <

TOURISMLAB.EU



INHOUDSTAFEL

#01	INLEIDING	3
#02	ACCOMMODATIES	5
#03	GASTRONOMIE	10
#04	BEZIENSWAARDIGHEDEN EN MUSEA	15
#05	EVENEMENTEN	20
#06	NATUUR	22
#07	ONDERNEMINGEN	24
#08	OPENBARE RUIMTE	26

#01

INLEIDING

#01

SPECIFIEK KADER

Sinds juli 2019 werken Picardisch Wallonië, West-Vlaanderen en Hauts-de-Frankrijk samen om een laboratorium voor grensoverschrijdende experimenten en innovaties op vlak van belevingstoerisme op te richten. Doelstelling: een aanbod in het belevingstoerisme uitwerken dat beantwoordt aan de huidige noden van iedere bezoeker.

Naast natuur, ecologie, sensatie, een virtuele wereld en verrassingen is de toerist van vandaag steeds op zoek naar nieuwe ervaringen als een modern en verbonden individu. Hij wil zijn zintuigen prikkelen en onvergetelijke ervaringen opdoen, die verder reiken dan wat gewoonlijk te zien is in een traditioneel fotoboek. Toeristen willen een rol spelen. Voortaan is het van essentieel belang om een aanbod uit te werken op maat van de nieuwe noden en gebruiken van de reizigers om de economie een boost te geven. Gezien de veeleisende consument die een persoonlijke aanpak verwacht, maakt massatoerisme plaats voor een op maat gemaakt toerisme. De klantbeleving staat daarbij centraal.

Om die redenen werken IDETA (het Agentschap voor Territoriale Ontwikkeling), la Maison du Tourisme de la Wallonie picarde (projectleiders), Westtoer en Nord Tourisme als partners samen voor de economische en toeristische ontwikkeling van het grensgebied via het Europese Interreg-V-project tussen Frankrijk, Wallonië en Vlaanderen, genaamd Tourism Lab. Ze hebben allemaal het doel om **de private en publieke actoren uit de toeristische sector te motiveren en te begeleiden bij grensoverschrijdende experimenten en innovaties, zodat hun prestaties verbeteren en het gebied aantrekkelijker wordt.**

DOELSTELLING

Een bedrijf dat niet regelmatig innoveert, wordt minder aantrekkelijk en verliest dus marktaandeel. Op diezelfde manier sterft ook een gebied dat zich niet heruitvindt een stille dood. De vier partners hebben dan ook één gemeenschappelijk doel: ondernemers uit de economische en toeristische sector sterker maken en zorgen voor innovatie in het grensoverschrijdende gebied.

Deze inspiratiecatalogus moet het uitwisselen en delen van visuele informatie bevorderen, zodat de actoren uit de toeristische wereld geïnspireerd en opgeleid worden. U vindt hierbij de laatste trends in de toeristische sector, zowel voor het grensgebied als daarbuiten.

Blader naar hartenlust, doe ideeën op en laat u inspireren...

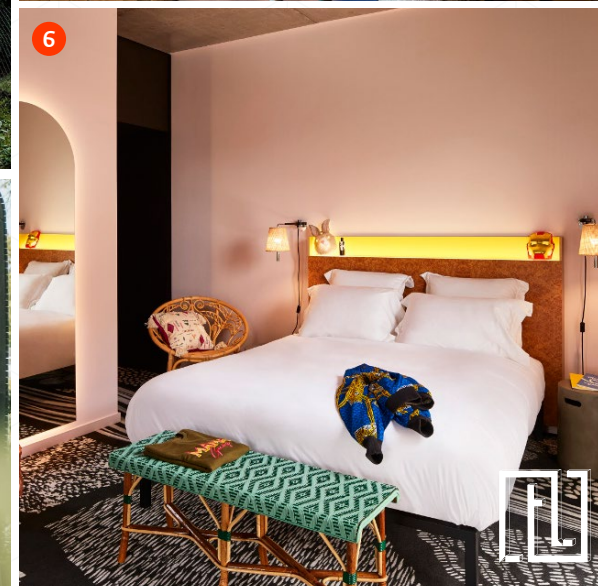
#02

ACCOMMODATIES

Bij accommodaties berust de klantenervaring niet enkel op contact tussen de accommodatie en de klant, maar ook op de nodige interactie. En dit gedurende de volledige reis van de klant.

Verschillende factoren spelen een rol: eenvoudige reservatie, begeleiding tijdens de reservatie, contact met het team, goede bereikbaarheid, aangename verwelkoming, algemene sfeer, kwaliteit van het beddengoed, beschikbaarheid van het personeel, kwaliteit van de aanbevelingen, tevredenheidsenquête, enz.

De uiteindelijke ervaring wordt grotendeels bepaald door het persoonlijke karakter van al die factoren.



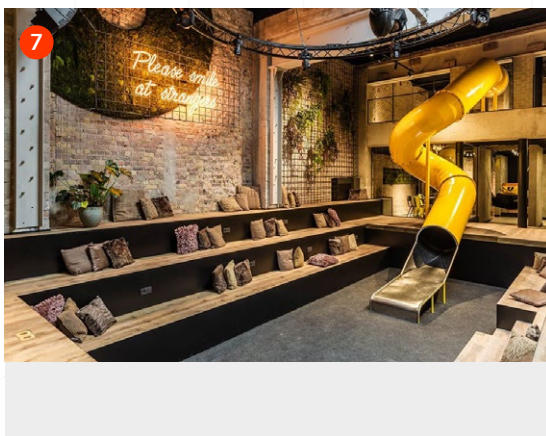
#02

1>3 **Unieke hobbitlogies in Pairi Daiza : the full moon lodge** - Brugelette (België) - © Pairi Daiza

4 **Les Paradores of verblijf in oude kastelen, paleizen of gebouwen met een eeuwenlange geschiedenis.** - Alhambra (Spanje) - © Jebulon

5 **Eco-cabine in Ouddorp. Bungalow volledig gebouwd en ingericht in gerecycleerd karton, zonder TV.** - Ouddorp (Nederland) - © Flair.be

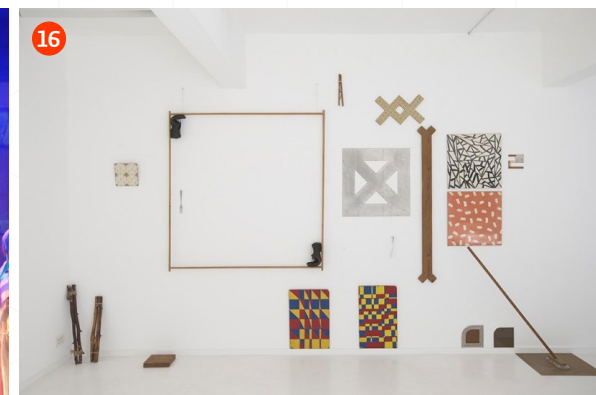
6 **Overnachten in een huiselijke setting bij keten 'Mama's Shelter'** - Lille, Paris, Los Angeles - © Mama's Shelter



#02

- 7 Sterke interieurbeleving in Upstairs Hotel - Oostende (België)
© Upstairs Hotel
- 8 Unieke belevingsconcepten bij Different Hotels - Hasselt (België)
© different hotels
- 9 Verhuur van mobiele 'off the grid' eco hutjes door Slow Cabins - Antwerpen (België) - © Slow Cabins

- 10>12 Het leven van 101 jaar geleden beleven in authentieke naoorlogse woning 'Barak de Vinck' - Ieper (België) - © Jan D'Hondt



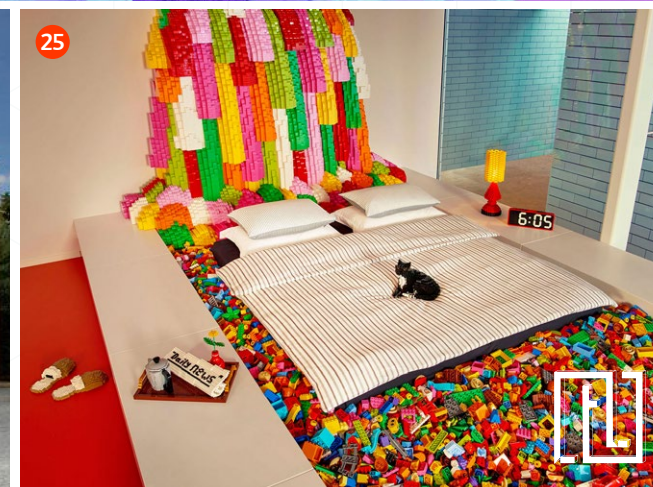
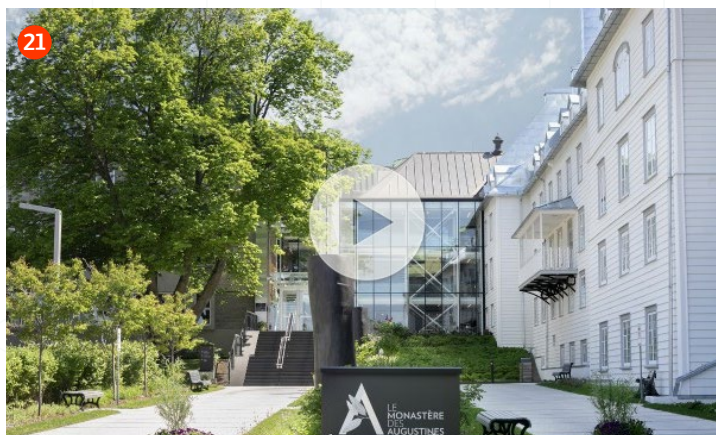
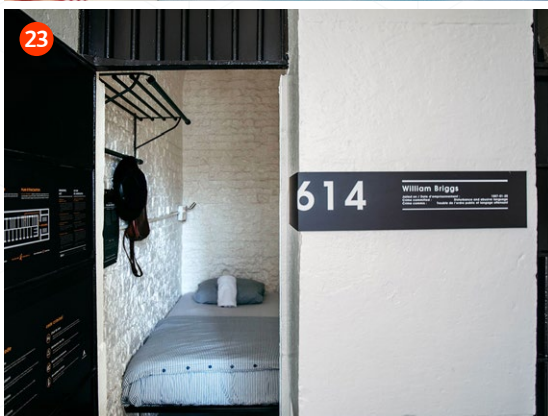
#02

- 13 Indoor spelen met kermis, bowlingbaan, zwemparadijs... in all-in hotel Preston - Twente (Nederland) - © VETTT
- 14 Ongebruikelijke camping met bed and breakfast op het water in het midden van het blauwe meer Annecy (Frankrijk) ©Camping-du-Lac-Bleu

- 15 & 16 Slapen in een kindvriendelijk kasteel bij Sprookjescamping De Vechtstreek in Rheeze - Rheeze (Nederland) © Sprookjescamping
- 17 Overnachten in een kunstgalerie - Knokke (België) © Hotel Van Bunnan

- 18 Grootste familiehotel van Vlaanderen met high-end aperobar en wellness avenue - Kortrijk (België) © Parkhotel
- 19 Hanging refuge in Peru op een bergelling, in het hart van de Heilige Vallei. - Vallée Sagrado (Peru) © skylodge-adventure

ACCOMMODATIES



#02

20 Jo and Joe Accor Hotels. Innovatief hotelconcept in Hossegor gericht naar millennials. De plak is een kruising tussen hostel, hotel en privé-zaalverhuur Hossegor (Frankrijk) © Jo and Joe Accor Hotels.

21 Augustijnenklooster. Een unieke beleving op vlak van gezondheid en een levendig contact met het Augustijnse erfgoed. Principes van duurzame ontwikkeling. Oase van cultuur en welzijn - Québec (Canada) © Monastère des Augustines

22 Het Ice Hotel, uniek in Amerika, biedt een luxueus Scandinavisch avontuur - Québec (Canada) © hôtel de glace

23 Jeugdherberg in een 150 jaar oude gevangenis met activiteiten voor zijn gasten: spelletjesavond, stadswandeling, rondleiding door de plaatselijke bars, bezoek aan het kanaal op schaatsen... Ottawa (Canada) - © Hi Ottawa Jail

24 Passieve woningen om energie te besparen - Epinau sur seine (Frankrijk) - © SKParchitecture

25 Lego House, een huis van 12.000 vierkante meter, gemaakt van 12 miljoen plastic bakstenen in samenwerking met Airbnb. Een onvergetelijke en unieke beleving om in familieverband te beleven! - Billund (Denemarken) © Lego House

#03

GASTRONOMIE

Culinaire ervaringen worden pas onvergetelijk als diverse elementen aan bod komen. Lokale en authentieke producten worden vaak uitgespeeld, zeker als ze ook uniek blijken te zijn. Nadien komt de ligging. Die kan bijvoorbeeld beroemd of iconisch zijn (denk maar aan een sterrenrestaurant of een bijzonder lokaal aanbod).

Daarnaast maken de setting, het zicht, de sfeer en de visuele marketing de ervaring memorabel. Er wordt ook gekeken naar de sociale interactie en de gelegenheid (verjaardag, festival, kookworkshop, enz.). De toeristische omgeving die voor een nieuwe of nostalgische blik kan zorgen, wekt dan weer een bepaalde emotie op.

Als trend scoren showcooking en wijntoerisme erg goed.



#03

1 Kunst op het bord, kunstzinnige en culinaire beleving in het restaurant Le Giverny - Tournai (België)
© C. Cardon

2 & 3 Uniek gastronomisch diner in het Automuseum voor 220 genodigden. Collectie Mahy - Leuze-en-Hainaut (België) © WBT

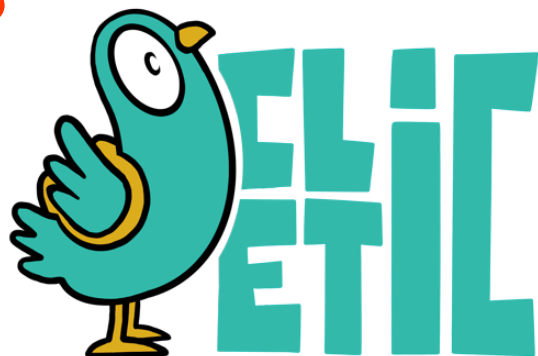
4 Agri-food innovatie: een instrument voor het opzetten van netwerken van producenten met chef-koks en restauranthouders om de lokale voedingssector te versterken - Ontario (Canada) - © 100km Foods

5 Originele creatie van de Deense sterrenkok Kenneth Toft-Hansen met behulp van 3D-technologie, winnaar van de prestigieuze gastronomische wedstrijd 'Bocuse d'Or' (Denemarken) - © 3Dnatives

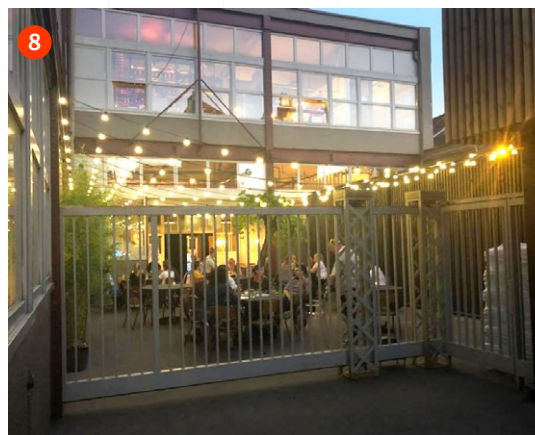
6 In de kijker plaatsen van lokale producten door Aurélien Papelard, chef-kok en culinair kunstenaar. Levend voedsel (Frankrijk) - © Aurelien Papelard

GASTRONOMIE

7



8



9



10



11



12



#03

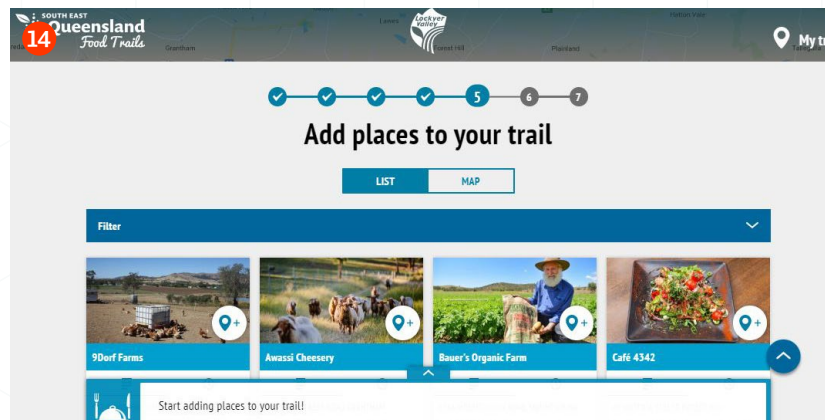
7 Clic Etic, een lokaal platform in Turiijn om een fietsbezorgservice aan te bieden aan particulieren en bedrijven - Tournai (België) - © Clic Etic

8 & 11 Origineel en atypisch concept van een restaurant in een voormalige textielabriek in Roubaix - Roubaix (Frankrijk) - © <https://leblogduneprovinciale.com/>

9 Personalisatie van de pralines door middel van 3D-printing en macarons door middel van lasergravure, met de Miam Factory. - Gembloux (België) - © miamfactory

10 Eetbaar serviesgoed gemaakt van granen, aardappelen of brouwerskorrels - Quaregnon (België) - © doeat

12 Ongewoon diner op een 16 meter hoge loopbrug in de boomtoppen van Bon-Secours. - Péruwelz (België) - © Jan D'Hondt



#03

13 & 14 Zelf culinaire trails samenstellen in South East Queensland, Australië - South East Queensland (Australië) - © South East Queensland

15 Culinaire beleving in de Westhoek en Frans Vlaanderen met rondje Westhoek - Westhoek (Frankrijk-België) - © JUNE

16 Met de helikopter naar een verborgen gourmet picknick in South East Queensland - Brisbane (Australië) © Pterodactyl Tours

17 Laagdrempelig lokaal picknickconcept - Anzegem (België) - © Gemeente Anzegem

18 Delen van het regionale wijntoerisme aanbod: website, verhalen, anekdotes, tips over wijnmakers en hun producten en evenementen gelinkt aan degustaties (Zwitserland)
© Vinum Montis



#03

19 Bezoekerscentrum, bierboeien, restaurant, bruine kroeg en eventlocatie op 1 plaats - Izegem (België) - © Brouwerij Vanhonsebrouck

20 Ithaa Undersea is een onderwaterrestaurant in de Malediven. Lunches en diners voor fijnproevers met een magische en meeslepende sfeer - Hurawalhi (Malediven) © maldiven.de

21 Zintuiglijke restaurantbeleving in The Table (Hotel Ariane) - Ieper (België) - © Hotel Ariane

#04

BEZIENSWAARDIGHEDEN EN MUSEA

Welke elementen zorgen voor een wow-effect? Deze vraag stelt elke verantwoordelijke van een toeristische attractie of site zich wel eens, voordat hij zijn product op de markt brengt. De bezoeker een geweldige ervaring bezorgen, dat is een onvergetelijke herinnering nalaten, het verschil maken met de concurrenten, verbazen, voor interactie zorgen, emoties opwekken, alles tot in de puntjes uitwerken, beloftes nakomen en ga zo maar door.

BEZIENSWAARDIGHEDEN EN MUSEA



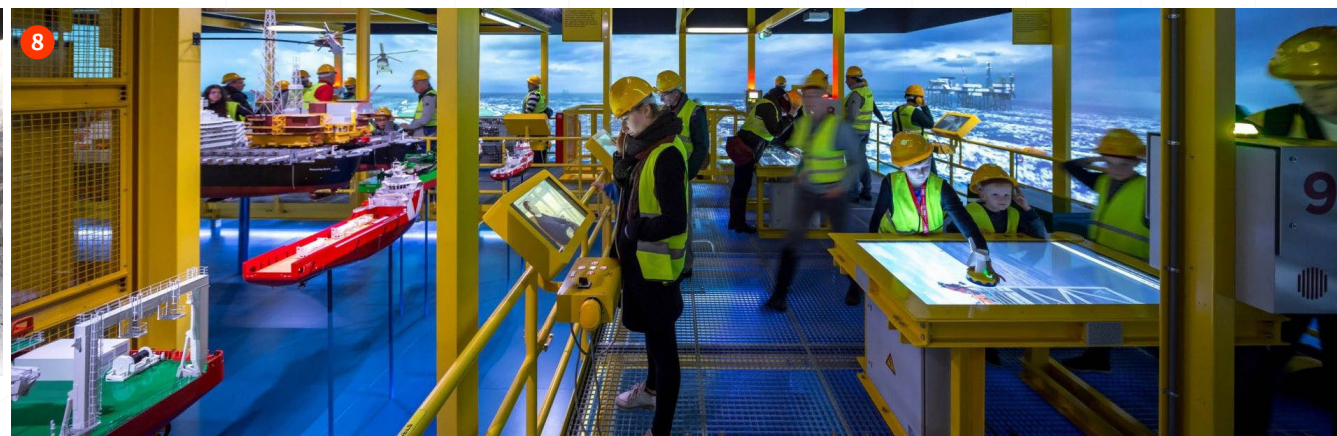
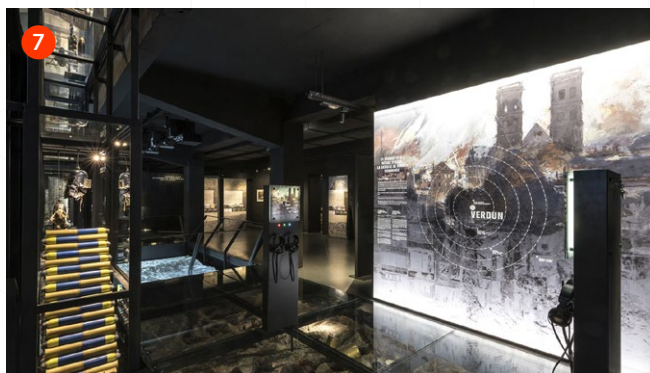
#04

- 1 Palais des Papes in Avignon. Reis terug in de tijd om de pauselijke pracht en praal van het pauselijke hof in de 14^e eeuw te herbeleven. Multimedia-onderdompeling met de digitale tablet Histopad - Avignon (Frankrijk) - ©HeinzLoopstra Lightdesign
- 2 360°-panorama in het Pergamon-museum in Berlijn voor een verkenning van een oude metropool en zijn meesterwerken - Berlijn (Duitsland)- © Asisi, Pergamon Museum

- 3 De abdij van Villers-La-Ville in 360° dankzij augmented reality - Villers-La-Ville (België) ©réalitéaugmentée_tourisme
- 4 Chimay Escape Room, een ontsnappingsspel dat de brouwerijwereld als hoofdthema heeft - Chimay (België) - © chimayescaperoom

- 5 Ground Zero en het One World Trade Center in New York, eerbetoon aan de slachtoffers van 11 september 2011 - New York (VS) - ©John Bowles
- 6 Duik in het hart van de geschiedenis van Omaha Beach. Het strand en het museum bewaren de herinnering aan de jonge soldaten die in 1944 stierven - Saint-Laurent-Sur-Mer (Frankrijk) - ©Dennis Jarvis

BEZIENSWAARDIGHEDEN EN MUSEA



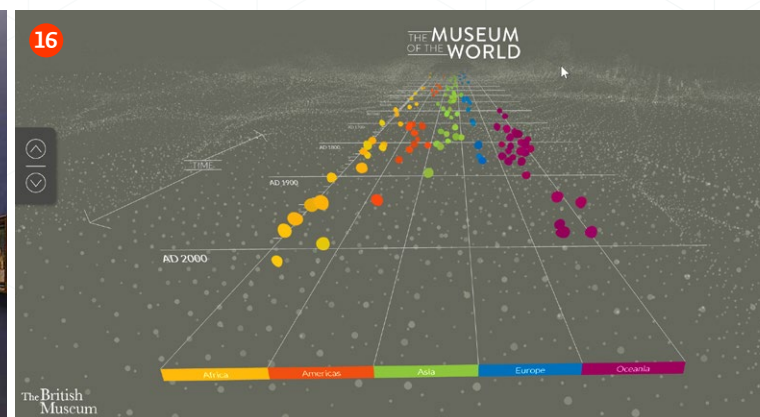
7 Het Verdun Memorial, een belangrijke plaats van geschiedenis en herinnering, die de bezoeker in het hart van het slagveld plaatst - Verdun (Frankrijk) - ©Pierre Antoine

8 Unieke en interactieve Offshore Experience van het Maritiem Museum in Rotterdam - Rotterdam (Nederland) © HeinzLoopstra Lightdesign

9>10 Belevingsexpo Dealen met Drugs van het Maritiem Museum in Rotterdam - Rotterdam (Nederland) © Maritiem Museum Rotterdam

#04

BEZIENSWAARDIGHEDEN EN MUSEA



#04

12 Het Universal Museum of Art, een virtueel museum, is daarom altijd open. Opgericht in 2017 biedt het tentoonstellingen aan over verschillende artistieke stromingen, die in Virtual Reality kunnen worden bezocht. Binnenkort: rondleidingen - Paris (Frankrijk)

13 Oude elektriciteitscentrale met unieke beleving: camping, duiktank, paintball, escape room, outdoor adventure... in een industriële omgeving - Zwevegem (België) - © Toerisme Leiestreek

14 Het grootste digitale kunstcentrum ter wereld op de onderzeebootbasis van Bordeaux. Immersieve digitale tentoonstellingen. Looppaden over het water en vanaf de dokken van de gigantische bassins - Bordeaux (Frankrijk) © Culturespaces

15 "Reserve, openstellen", tentoonstelling in het Pont-Aven Museum. Het publiek kiest de werken uit de collectie. Alternatief voor het traditionele model van de museologie. Een heruitvinding van het 21^{ste} eeuw museum voor burgers, inclusief en coöperatief - Pont-Aven (Frankrijk) © Musée du Pont Aven

16 Virtueel bezoek aan de collecties via een interactieve tijdlijn. Presentatie van het werk, een plattegrond en audiocommentaar - Londres (Engeland) - © British Museum

17 Zwitserse horlogefabrikant: stel een compleet horloge samen volgens uw eigen smaak. Ervaar de wereld van het horlogewezen van binnenuit. Bezoekers vertrekken met hun gepersonaliseerde uurwerk - Porrentruy (Zwitserland) - © Time Experience SARL

BEZIENSWAARDIGHEDEN EN MUSEA



19



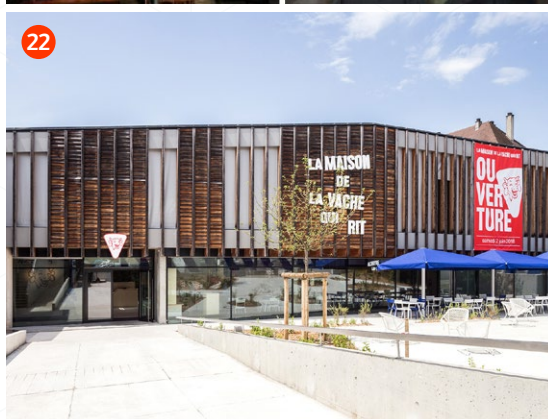
20



21



22



23



24

19 Een show om de geschiedenis van de mijn te beleven. Gigantische schermen, speciale effecten, geluids- en lichteffecten voor een verrassende en authentieke beleving... - Vancouver (Canada)
© Britannia Mine Museum

20 Schattenjacht met Ipad. De kinderen gaan op zoek naar de "boZZons", kleine wezens die zich verstoppen in de Koninklijke Abdij en volgen naar keuze de dag van een non of een gevangene - Fontevraud l'Abbaye (Frankrijk) - © Abbaye de Fontevraud

21 Bezoek aan de abdij met het HistoPad, een digitaal tablet dat de bezoeker onderdompelt in het leven van de eerste monniken van de Sénanque en het leven van de abdij in de 12^e eeuw. - Sénanque (Frankrijk)
© Abbaye de Sénanque

22 & 24 Immersieve multimediale reis op een tablet. Dankzij het schip 'La vache qui rit' bezoeken ze de 6 tijdperken die de geschiedenis van de "La vache qui rit" hebben getekend - Lons-le-Saunier
© Maison de la Vache qui rit

23 Een box met een gepersonaliseerde kant-en-klare toepassing en het aanbieden van 1 uur onderzoek met 8 leuke uitdagingen en augmented reality - Bellevaux (Frankrijk) - © furetcompany

#04

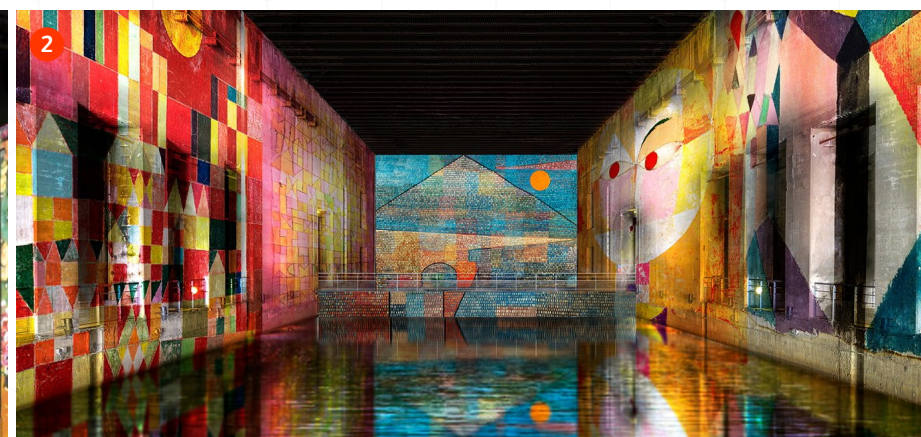
#05

EVENEMENTEN

Evenementen geven vorm aan het beeld dat de bezoeker heeft van de bestemming. Evenementen zijn niet alleen toeristische trekpleisters, maar ze geven ook een boost aan het aanbod van het gebied, kunnen het toeristische seizoen verlengen en de ontmoetingen tussen de toeristen en de plaatselijke bevolking stimuleren.

Ze kunnen ook de kenmerken van een regio ondersteunen, verrijken of bekender maken. Bovendien vullen ze het bestaande aanbod aan, verlengen ze het seizoen en trekken ze meer bezoekers aan. Als de aanwezigen unieke momenten en intense emoties beleven, worden de evenementen een ware ervaring.

EVENEMENTEN



#05

- 1 Immersief parcours rond het werk van Gustav Klimt in het Atelier des Lumières in Parijs - Paris (Frankrijk)
© Culturespaces / E. Spiller
- 2 Paul Klee, schilderen op muziek. Spelen met de reflecties van het water op de oude onderzeebootbasis in Bordeaux - Bordeaux (Frankrijk) - © Culturespaces

- 3 "Boudin Room", een concept van gefilmde en webcast-avonden op geheime locaties, met 4 uur dj-sets en een demonstratie van... boudin de Liège - Bruxelles (België)
© rtbf

#06

NATUUR

In de openlucht een ervaring opdoen, ontsnappen aan de dagelijkse realiteit, één worden met de elementen, nieuwe sensaties beleven en magnifieke landschappen ontdekken: er bestaan talrijke activiteiten voor in de natuur en de buitenlucht die doorheen de jaren innovatiever worden. Als bron van welzijn, ontspanning en rust geeft de natuur niet alleen inspiratie, maar ook een onmiskenbare meerwaarde aan toeristische bestemmingen.

Duurzaam toerisme, ecotoerisme, slow toerisme... Enkele voorbeelden van trends die teruggaan naar de echte normen en waarden en de oorsprong van alles. Deze trends zorgen voor een grote meerwaarde voor het beeld dat de bezoekers hebben van de bestemming.



#07

- 1 Amazone Adventure, bedenker van speelse avonturenparcoursen: glijbanen, netparcours, hutten... Bourg de Péage (Frankrijk) - © Amazone Adventure
- 2 Bootverhuur zonder vergunning op het Canal du Midi dat Toulouse met Sète verbindt (250 km) - Toulouse (Frankrijk) © tourisme-occitanie
- 3 Een nieuw soort agentschap dat wordt geleid door een team van outdoor enthousiastelingen die zich inzetten voor de planeet.
- 4 Expedities van 2 tot 15 dagen je zelf voor je energie zorgt. Creatie van back-to-basic expedities in Frankrijk - Annecy (Frankrijk) © Exploraproject
- 5 Unieke seizoenspas met bijna 1000 km aan pistes, 14 snowparks, een Olympische halfpipe, 2 gletsjers, thermale baden en meer. De innovatie van dit instrument: het samenbrengen in een coöperatie van 25 onafhankelijke skigebieden in de regio's Wallis, Vaud, Fribourg en Jura - © Magic Pass
- 5 21 zintuiglijke belevingen voor een nieuwe vorm van toegang tot de natuur. Een verhaal, activiteiten, een betoverend intermezzo om de natuur anders te beleven! Terwijl je over het parcours loopt, rinkelen mobieltes van leisteen bovenin een boom, verderop speelt een houten structuur in de wind een harmonie van verbluffende geluiden - Bourmezeau (Frankrijk) © Communauté de communes du Pays de Chantonnay



#07

6 Uniek arrangement vespa-boot - Zulte (België)
© Rent&Go

7 Dynamo, het concept van een fietscafé, een plek waar mensen kopen en praten over fietsen terwijl ze koffie drinken met vrienden - Lorient (Frankrijk) - © dynamo

8 Rondtoeren op een elektrische terreinscooter in Saint Flour (Frankrijk) - Saint-Flour (Frankrijk) - © EvaTrott - Les Pays de Saint-Flour

9 Organisatie die reiservaringen aanbiedt die minstens één keer in het leven worden gedaan en alleen in Canada worden aangeboden - (Canada) - © Destination Canada

10 Ervaring in Bonaventure (Canada) op het schiereiland Gaspésie, aan boord van de Omirlou voor een dag in het leven van een kustvisser: logies bij de visser thuis, maaltijden gedeeld met de familie, een dag op zee met vader en zoon en een atelier dat samen met de moeder sieraden maakt met vondsten uit de zee - Bonaventure (Canada) - © Omirlou

11 Begeleide scootertocht in de Haute-Ardenne. Trotinienne society - Haute-Ardenne (België)
© Sophie Bernard

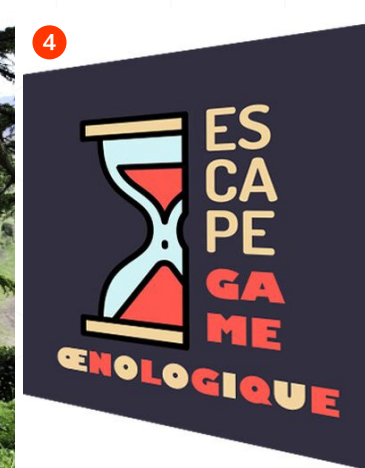
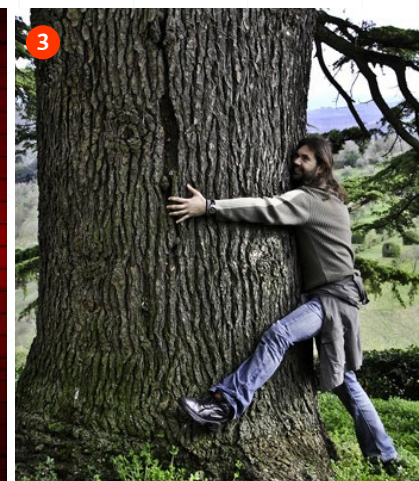
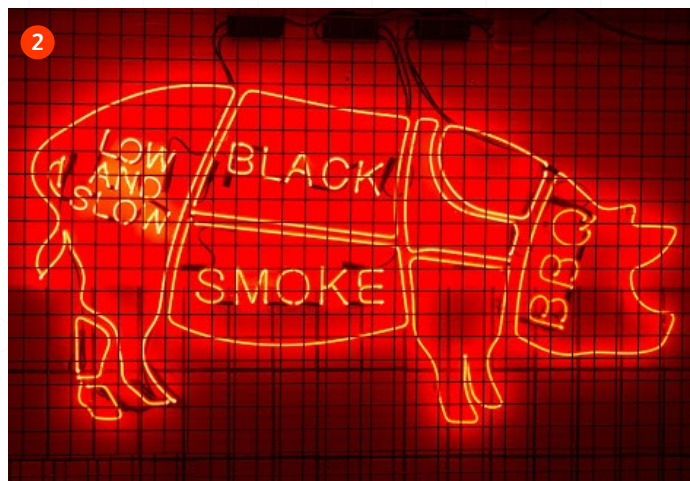
#07

ONDERNEMINGEN

Voortaan is het van essentieel belang om een aanbod uit te werken op maat van de nieuwe noden en gebruiken van de reizigers. Zowel het aanbod als de vraag moeten enkele herkenbare elementen bevatten om de bestemming aantrekkelijk te maken. In het klimaat van hevige concurrentie op de wereldmarkt kunnen de actoren van de toeristische sector (ondernemingen, territoriale overheden, enz.) zich niet veroorloven om geen wisselwerking te zoeken en hun concurrentiepositie dus niet te versterken.

Nieuwe concepten bedenken is van essentieel belang voor de verdere ontwikkeling van een bedrijf. Op die manier kan het zijn processen verbeteren, nieuwe producten op de markt brengen, betere diensten verlenen, efficiënter werken en, wat het allerbelangrijkste is, zijn rendement verhogen.

ONDERNEMINGEN



#08

182 Interieurontwerpbureau gevestigd in Parijs dat maatwerk in verschillende stijlen aanbiedt
Agence Avous Paris (Frankrijk) - © Agence avous / Manon van Aerschot

3 Silvotherapie, die bestaat uit het omhelzen van bomen om beter te worden. Terug naar de natuur - (Frankrijk) © Le Monde

4 Levensgrote ontsnappingsspelletjes om de geheimen van het maken van de grootste wijnen te ontdekken, maar ook de oorsprong van de wijnbouwgebieden, de tradities en het dagelijks leven van de wijnbouwers - (Frankrijk) © escapegameblaye

5 Ruimte voor expressie en begeleiding voor de ambachtslieden-ondernemers van Québec in Lac-Mégantic - Lac Megantic (Frankrijk) - © QuartierArtisan

6 Oenotherapie of het juiste gebruik van wijn, die therapeutische functies zou hebben op ons lichaam. Eten en drinken in Angers. - Angers © Anjou-tourisme

#08

OPENBARE RUIMTE

Als de projecten in de openbare ruimte een succes zijn, dan is dit eveneens een bepalende factor voor de aantrekkelijkheid van het gebied. Mensen zijn benieuwd naar meer. Kunst in de stad, street art, enz. creëren of versterken een beeld en kunnen bijgevolg bijdragen tot de naam en faam van de bestemming.

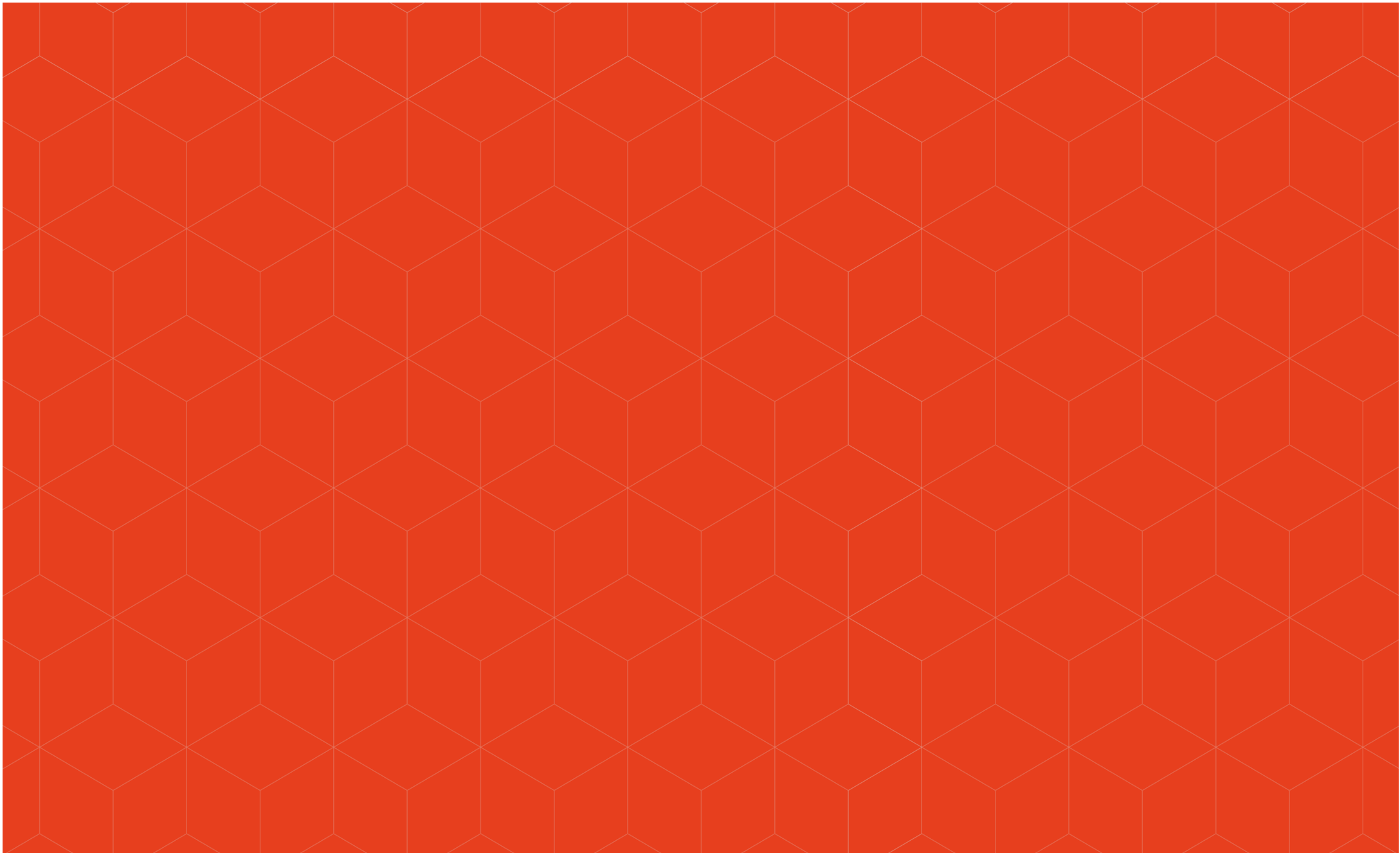
De relatie tussen de inrichting van de openbare ruimte en de ontwikkeling van de toeristische sector zit complex in elkaar en mag niet over het hoofd gezien worden.

OPENBARE RUIMTE



#09

- 1 Voorbeelden van designmeubels in hout - © Archzine
- 2 Een Paaseiland in het hart van Bretagne, een collectief project in de vorm van bouwwerven - Carnoët (Frankrijk) - © La Vallée des Saints
- 3 Beaufort, een driejarig kunstproject dat de hele Belgische kustlijn bestrijkt en dat in 2003 van start ging - La Côte belge (België) - © Beaufort2018_de_panne
- 4 Speelse bezoeken en onderzoeken in het hart van Parijs geanimeerd door acteurs. Onderdompeling en ontdekking buiten de gebaande paden van de mooiste wijken en monumenten van de hoofdstad... - Paris (Frankrijk) - © visitesspectaclesparis
- 5 Indrukwekkende werken van Thomas Dambo, gemaakt van "afval" en gerecycleerde materialen - Copenhagen (Denemarken) - © thomasdambo



Interreg 
France-Wallonie-Vlaanderen
UNION EUROPEENNE
EUROPESE UNIE
Tourism Lab



Avec le soutien du Fonds Européen de Développement Régional - Met steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling.