

TOURISM LAB



HET LABORATORIUM VAN GRENDOVERSCHRIJDENDE
EXPERIMENTEN EN TOERISTISCHE INNOVATIES

> Projectdossier



OVERZICHT

1. CONTEXT: EVOLUTIE VAN HET TOERISME	3
2. VOORSTELLING VAN DE PARTNERS	5
3. DOELSTELLINGEN VAN HET PROJECT	6
4. VOORSTELLING VAN HET PROJECT TOURISM LAB	7
5. CONCRETE AANTREKKELIJKE VOORBEELDEN	8
<ul style="list-style-type: none">> Individueel coachingstraject over ervaring en innovatie> Innovatieve ervaringen per thema of gebied> Grensoverschrijdende ervaringen in de drie gebieden	
6. DE PROJECTPARTNERS	10
7. HET BUDGET	11
8. PERSCONTACTEN	11

1. CONTEXT: EVOLUTIE VAN HET TOERISME

TOERISME EN INNOVATIE

Innovatie wordt vaak beperkt tot het technologische aspect, maar kan en moet ook betrekking hebben op andere ontwikkelingsgebieden, zoals bestuur, duurzaamheid, organisatie, management, verkoop, producten en diensten, enz.

Volgens de OESO (Oslo-handleiding) is innovatie 'de implementatie van een product (goed of dienst) of van een nieuw of aanzienlijk verbeterd proces, een nieuwe verkoopmethode of een nieuwe organisatiemethode in de bedrijfsvoering, de organisatie van de werkplaats of de externe betrekkingen', wat dus wel degelijk verder gaat dan technologie.

Uit verschillende studies blijkt dat de meest succesvolle bedrijven diegene zijn die meer innoveren dan de andere, en dat ook voortdurend doen.

In de toeristische sector betekent innovatie vooral de producten, diensten en praktijken verbeteren om beter in te spelen op de tendensen en verwachtingen van de huidige en toekomstige klanten.

De vereniging 'Les Francophonies de l'Innovation touristique' heeft de tien belangrijkste factoren bepaald die bijdragen tot innovatie: Leadership, strategie, vertrouwen, openheid, ruimte voor fouten, klantgerichtheid, externe inzichten, bestuur, beheer en experimenteren.

Leadership **Management**
Gouvernance **Stratégie**
DROIT À L'ERREUR
Apports externes **Ouverture**
Confiance **Expérimentation**
Approche clients

Van die tien factoren is klantgerichtheid een van de belangrijkste, dat betekent dat de meerwaarde van innovatie afgestemd wordt op de behoeften van de klanten. Het is dus belangrijk om hen goed te kennen, naar hen te luisteren, enz. Om vandaag te innoveren in de toeristische sectoren moet men zich dus vooral aanpassen aan het gedrag, de gewoonten en de verwachtingen van de klanten. Het tijdperk van 100 % marketing van het aanbod is voorbij. Om vandaag de dag producten of diensten aan te bieden en een marketingplan uit te werken, moet men zijn bezoekers of klanten heel goed kennen.

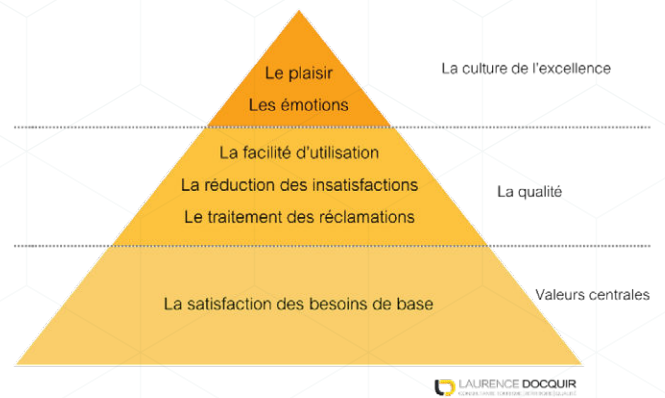
De vijf sleutelfases voor de toeristische klant



Rekening houden met de klantervaring, d.w.z. alle interacties die de klant vóór, tijdens en na zijn verblijf of bezoek ervaart, is daarom een fundamenteel onderdeel geworden van elke ontwikkelings- en innovatiestrategie. Een aanbod uitwerken volgens de concepten van dienstverleningsketens en het traject van de klant vlotter laten verlopen, van het verzamelen van informatie tot de klantenbinding en de toeristische consumptie: dat zijn doorslaggevende factoren die het verschil maken.

Innovatie in de toeristische sector, dat is ook de fundamentele tendensen op het gebied van consumptie van de klanten integreren. Vandaag de dag geven 77 % van de millennials liever meer geld uit aan een toeristische ervaring dan aan een product.

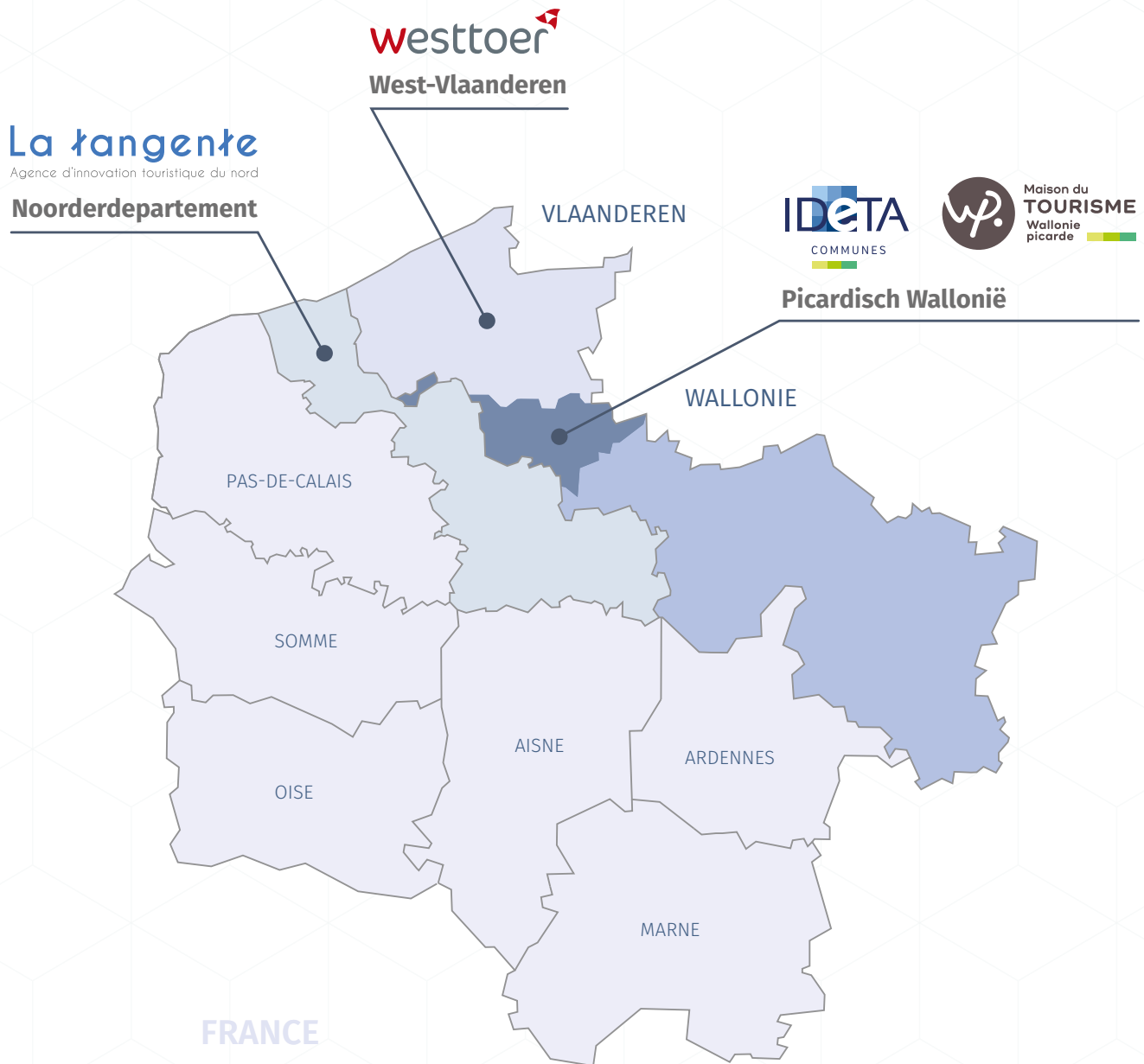
In dat opzicht kan innovatie nog iets anders bieden, namelijk een toeristische ervaring meer waarde geven dan een product, voor een kwaliteitscultuur zorgen, behagen en emoties tweebrengen. Een toeristische ervaring is de bezoeker een echte emotie laten voelen en hem een onvergetelijke herinnering geven, door de ervaring zo persoonlijk mogelijk te maken. De toeristische ervaring is het 'wow'-moment. Het is de kers op de taart, dat sprankeltje magie dat het verblijf of het bezoek omdovert tot een onvergetelijke herinnering voor de toerist.



Participation
 Unique
 Humain
 Étonnement
 Authenticité
 Souvenirs
 Ambiance
 WOW
 Sens
 Atmosphère
 Moments
 Émotion
 Émerveillement

2. VOORSTELLING VAN DE PARTNERS

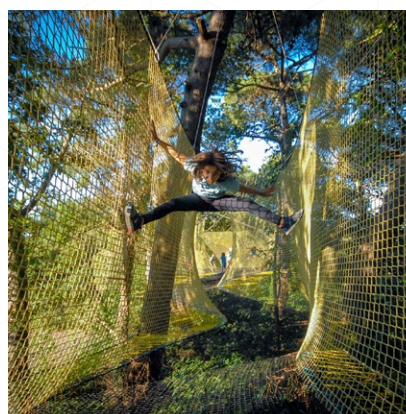
Kaart van de drie grensgebieden



3. DOELSTELLINGEN VAN HET PROJECT

De partners hebben de volgende doelstellingen:

- > **Het toerisme economisch sterker maken** in het grensoverschrijdende gebied.
- > **200 toeristische actoren opleiden overeen overgang naar een economie gericht op klantervaring** en de concurrentiepositie van het grensoverschrijdende gebied aanzienlijk versterken. Het project creëert een grensoverschrijdend platform van kennis en vaardigheden op het gebied van i-toerisme (Innovatie) en e-toerisme (Ervaring). Via de ontwikkeling van een certificeringsprogramma heeft het project als doel de publieke en private actoren aan te moedigen om op een innovatieve manier samen te werken om zo ervaringen te creëren die de grensoverschrijdende gebieden met elkaar in verbinding brengen. Tijdens het grensoverschrijdende congres voor innovatie in het toerisme worden de 500 deelnemers aangemoedigd om verder te kijken dan hun eigen gebied.
- > **45 innovatieve toeristische producten ontwikkelen**, die specifiek maar overdraagbaar, thematisch, lokaal (binnen een cluster) en/of grensoverschrijdend zijn. De producten geven meer waarde aan het culturele, industriële, natuurlijke en landschappelijke erfgoed.
- > **Op een grensoverschrijdende manier bekendmaken aan het grote publiek** welke toeristische ervaringen ze kunnen beleven en ontdekken. Het communicatieplan wordt opgesteld op basis van innovatieve marketing- en promotieacties.
- > **Duurzame resultaten bereiken**, die verder reiken dan wat gepland is, door een andere denkwijze te hanteren en begeleiding door managers en ontwikkelaars van ervaringsgericht toerisme te organiseren.



4. VOORSTELLING VAN HET PROJECT TOURISM LAB



Het concrete doel van het project 'Tourism Lab' is om nieuwe innovatieve toeristische ervaringen te ontwikkelen in overeenstemming met het gebied en de verwachtingen van de klanten en die in een model te gieten dat als voorbeeld kan dienen voor andere dienstverleners en gebieden.

> Hierbij komen vier werkmodules aan bod.

> Projectbeheer met ervarings- en innovatiemanagers

Om het project tot een goed einde te brengen, hebben we gekwalificeerde en dynamische mensen nodig. Het project is dan ook gebaseerd op een grensoverschrijdend netwerk van managers en ontwikkelaars van toeristische ervaringen, die opgeleid worden om **het grensoverschrijdende gebied en zijn actoren te begeleiden bij de overgang naar een betere economische prestatie**. Afhankelijk van de behoeften wordt er ook een beroep gedaan op een groep onafhankelijke experts.

> Interne en externe communicatie

De communicatie van de acties, de projecten en de gecreëerde ervaringen is eveneens een van de vier pijlers van het project.

Er worden **professionele tools** ontwikkeld om de publieke en private toeristische actoren dichter bij elkaar te brengen, de creativiteit te bevorderen en begeleiding te bieden om een betere prestatie te verkrijgen. Er worden **promotiecampagnes** over toeristische ervaringen gelanceerd bij het grote publiek om de toeristische consumptie in het grensoverschrijdende gebied te verhogen. Ten slotte wordt er aan het einde van het project een **grensoverschrijdend congres over innovatie in het toerisme** georganiseerd om aan te tonen wat er veranderd is en het resultaat weer te geven.



> Forum voor collectieve intelligentie

Het forum voor collectieve intelligentie is een plaats, in de vorm van een **virtueel laboratorium voor het uitwisselen van ideeën, creatie, reflectie, stimulering, opleiding, een collectieve begeleiding bij projecten en grensoverschrijdende experimenten op het gebied van toerisme**. Aan de basis van het forum staat de ervaring van professionals uit de toeristische sector en ervaringsmanagers. Het is gebaseerd op processen voor de verbetering van economische prestaties en de toepassing van communicatietools en -acties voor professionals uit de toeristische sector.

Concreet wordt er een **collaboratief platform** online geplaatst, waarin expertise en ervaringen op het gebied van toerisme uitgewisseld kunnen worden. Dankzij het **uitwisselen van ervaringen en via de creatieve workshops, de experimenten en de opleidingen** worden de professionals uit de toeristische sector geïnspireerd en bewust gemaakt.

> Innovatieve ervaringen

Via het forum voor collectieve intelligentie dat gebaseerd is op een vijver van ideeën, een proces voor het creëren van toeristische ervaringen en de ontwikkeling van een dynamiek tussen gebieden, worden ideeën omgezet in operationele en concrete acties. Het doel van deze werkmodule is om **45 innovatieve ervaringen te creëren** op basis van **coaching van publieke en private actoren** zodat ze kunnen investeren in en overgaan naar het ervaringstoerisme, de **ontwikkeling van innovatieve ervaringen per thema of per gebied** en het **creëren van grensoverschrijdende ervaringen**.

5. CONCRETE AANTREKKELIJKE VOORBEELDEN

> Individueel coachingstraject over ervaring en innovatie

Het bestaande aanbod verbeteren of nieuwe ervaringen opdoen met de initiatiefnemers van projecten en publieke en private toeristische actoren.



Palais des Papes in Avignon - Multimedia-onderdompeling met de digitale tablet Histopad



Rondtoeren op een elektrische terreinscooter in Saint Flour (Frankrijk)



Uniek gastronomisch diner in het Automuseum voor 220 genodigden. Collectie Mahy



Immersief parcours rond het werk van Gustav Klimt in het Atelier des Lumières in Parijs



Hotel Piazza Bellini Napoli - Verblijf «historisch» in een B&B



National Museum of Natural History Concarneau, Gallery of Man - Sensory bezoek

> Innovatieve ervaringen per thema of gebied

Toeristische ervaringen ontwikkelen binnen het gebied rond een gemeenschappelijk thema.



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



Kunst op het bord, kunstzinnige en culinaire beleving in het restaurant Le Giverny

> **Innovatieve ervaringen per thema of gebied** (gevolg)

Toeristische ervaringen ontwikkelen binnen het gebied rond een gemeenschappelijk thema.



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



Slapen in een boomhut aan de oevers van Semois - Ervaring in duurzaam toerisme

> **Grensoverschrijdende ervaringen in de drie gebieden**

Samen grensoverschrijdende toeristische ervaringen creëren in twee of zelfs drie gebieden.



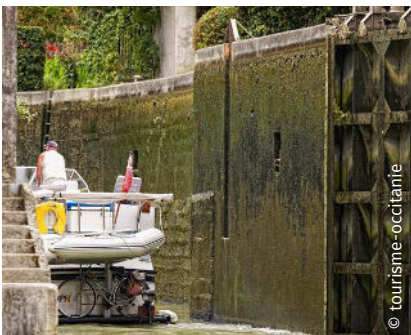
Chauvet Pont d'Arc Cave - het creëren van een digitale benadering van niet-openbare sites toegankelijk maken



Eco-cabine in Ouddorp. Bungalow volledig gebouwd en ingericht in gerecycleerd karton, zonder TV. - Ouddorp (Nederland)



De silvotherapie die bestaat uit het omhelzen van de bomen om beter te worden. Terug naar de natuur - Fitness-ervaring



Bootverhuur zonder vergunning op het Canal du Midi dat Toulouse met Sète verbindt (250 km)- River Experience



Amazone Adventure, bedenker van speelse avonturenparcoursen: glijbanen, netparcours, hutten... - Avontuurlijke ervaring



Iguanodon Museum - Indringende ervaring

6. DE PROJECTPARTNERS



> Uit Wallonië: IDETA, het Agentschap voor Territoriale Ontwikkeling (projectleider)

• **IDETA** - Ter ondersteuning van de economische en territoriale ontwikkeling van Picardisch Wallonië is IDETA reeds 25 jaar de partner bij uitstek voor gemeenschappen en ondernemingen. IDETA stelt de technische vaardigheden van zijn teams ten dienste van de gemeenschappen om hen te begeleiden bij hun programma's van ruimtelijke ordening, stedenbouw, plattelandsontwikkeling, stadsontwikkeling of mobiliteit. IDETA stimuleert langetermijnvisies en territoriale samenhang bij projecten waarbij dorpen en steden betrokken zijn. Bovendien hecht het agentschap belang aan het feit dat de territoriale ontwikkeling op een harmonieuze en evenwichtige manier verloopt en vraagt het de mening van private en particuliere belanghebbenden. IDETA blijft zich inzetten voor een betere integratie van de patrimoniale en toeristische elementen in de stedelijke structuur, een hoogwaardige inrichting en een heropleving van de dorpskernen. Bij al die projecten staan innovatie en ervaring centraal (originele aanpak, juiste voorzieningen, enz.).



> Uit Wallonië: Het Huis voor Toerisme van Picardisch Wallonië (projectleider)

• **La Maison du Tourisme de la Wallonie Picarde** is een vzw voor de bevordering van het toerisme die de strategie van haar grondgebied helpt ontwikkelen (de volgende twintig gemeenten behoren tot dat grondgebied: Antoing, Ath, Beloeil, Bernissart, Brugelette, Brunehaut, Celles, Chièvres, Elzele, Edingen, Vloesberg, Frasnes-lez-Anvaing, Lessines, Leuze-en-Hainaut, Mont-de-l'Enclus, Pecq, Péruwelz, Rumes, Silly en Doornik). Ze deelt haar kennis met de gemeenschappen op het gebied van begeleiding van toeristische actoren, aansturing van deskundigen, innoverende marketing, stimulering van productvervaardiging, promotie en communicatie.



> Uit Vlaanderen: Westtoer

• **Westtoer** is het autonome provinciebedrijf voor toerisme en recreatie van de provincie West-Vlaanderen. Westtoer fungeert als tussenpersoon voor de provincie West-Vlaanderen en lokale betrokkenen (gemeenschappen en private dienstverleners). Het coördineren van toeristische actoren is zijn hoofdtaak. Daarvoor heeft Westtoer de provincies in meerdere regio's opgedeeld: de Kust, het Brugse Ommeland, de Westhoek en de Leiestreek. De partners van die gemeenschappen en van de private sector worden samengebracht in samenwerkingsstructuren met financiële middelen en toegewijde medewerkers. Westtoer houdt zich bezig met de ontwikkeling en ondersteuning van vier toeristische regio's: de Belgische Kust, de Westhoek, de Leiestreek en het Brugse Ommeland. Westtoer heeft als doel het toeristische en recreatieve beleid uit te werken voor de provincie West-Vlaanderen en te helpen bij de uitvoering ervan.



Agence d'innovation touristique du nord

> Uit Frankrijk: La tangente

• **La tangente** is het agentschap voor toeristische innovatie in het Noorderdepartement. Naar aanleiding van de strategische herpositionering van ARDT Nord, koos Nord Tourisme, voortaan omgedoopt tot La Tangente, ervoor om zich toe te spitsen op B2B en om actoren en gebieden te begeleiden vanuit het oopgipunt van innovatie in de toeristische sector. Het doel is om expertise te ontwikkelen op het gebied van tourism engineering ten behoeve van de toeristische actoren.



> De betrokken partners

- **Het Comité Régional du Tourisme Hauts-de-France (Regionaal Comité voor Toerisme van Hauts-de-France)**
- **Het Centre de Compétence Forem Tourisme (Waals Competentiecentrum Forem Tourisme)**

7. HET BUDGET

Het totale budget van het project Tourism Lab is 2,9 miljoen euro, voor 50 % gefinancierd door de Europese Interreg-V-fondsen en voor 50 % door de regionale en lokale fondsen

Financiering FEDER: 1.497.287,99 €

Totale kost: 2.994.575,99 €



8. PERSCONTACTEN



> Perscontacten - IDETA

Anne-Marie GOEMAERE

Communicatieverantwoordelijke

E | goemaere@ideta.be

T | +32 69 55 35 21

M | +32 479 81 72 39

> Perscontacten - Huis voor Toerisme van Picardisch Wallonië

Séverine STIEVENART

Marketingverantwoordelijke

E | stievenart@visitwapi.be

T | +32 69 78 98 13

M | +32 496 02 93 80

> Perscontacten - La tangente

Aude LEFEVRE

Manager Afdeling Begeleiding
van de gebieden

E | alefevre@cdt-nord.fr

T | +33 3 20 57 53 12

M | +33 7 64 39 72 12

> Perscontacten - Westtoer

Stefaan GHEYSEN

Algemeen Directeur

E | stefaan.gheysen@westtoer.be

M | +32 50 30 55 65

Persmiddelen en beelden
www.tourismlab.eu



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

