



Vlaanderen
is toerisme

BEGELEIDINGS- TRAJECT

BELEVING IN MEETINGLOCATIES IN ERFGOED



Handleiding 2019

TOERISMEVLAANDEREN

1	Meetings & congressen met erfgoedbeleving	3
2	Flanders heritage venues	4
2.1	Voorwaarden.....	4
2.2	Aandachtspunten.....	5
2.3	Merk 'Flanders heritage venues'.....	6
3	Begeleidingstraject 'Beleving in meetinglocaties in erfgoed'	7
3.1	Beleving.....	7
3.2	Strategisch concept, customer journey en plan van aanpak...8	
3.3	Verloop begeleidingstraject.....	12
4	Selectieprocedure	14
4.1	Wie komt in aanmerking.....	14
4.2	Procedure en timing.....	15
5	Goed om weten	18
5.1	Engagement externe partner en Toerisme Vlaanderen.....	18
5.2	Internationale basiskwaliteit.....	19
5.3	Toegankelijkheid.....	19
5.4	Duurzaamheid.....	20
5.5	Samenwerking met partners.....	20
5.6	Jury.....	21
6	Contact	22

1 / MEETINGS EN CONGRESSEN MET ERFGOEDBELEVING

Toerisme Vlaanderen wil onze regio in de markt zetten als dé Europese bestemming voor 'heritage venues'. De vele meeting- en congreslocaties in erfgoedsites geven Vlaanderen een uniek profiel als MICE-bestemming. **“Vergaderen kan je overal, maar in Vlaanderen kan je vergaderen in een mooie historische setting.** Met het merk 'Flanders Heritage Venues' zetten we die boodschap vanaf mei 2019 nog sterker in de verf.

Er leeft wereldwijd interesse in unieke vergaderlocaties. Dat opent perspectieven voor onze talrijke meeting- en congreslocaties in erfgoedsites. Als zij voldoen aan de internationale kwaliteitseisen en zich bovendien onderscheiden dankzij een sterke belevingsfactor, dan ontstaat een 'unique selling proposition' om meer internationale meetings en congressen aan te trekken. De erfgoedbeleving versterkt dan de aantrekkingskracht van de venue. Bovendien willen we onze troeven als vrijetijdsbestemming nog meer uitspelen om internationale associaties te overtuigen om in Vlaanderen samen te komen. Dat betekent dat meetinglocaties ook belevingsvolle verbindingen kunnen leggen met andere toeristische troeven zoals tafelen, kunst en cultuur, ...

Het **begeleidingstraject 'Beleving in meetinglocaties in erfgoed'** stimuleert en ondersteunt potentiële Flanders Heritage Venues om op basis van hun erfgoedwaarde een passende meetingbeleving te ontwerpen. Het begeleidingstraject is geen subsidieproject. Het biedt de geselecteerde meetinglocaties wel de kans om dankzij gericht advies een belevingsvolle stap vooruit te zetten en eventueel toe te treden tot het merk Flanders Heritage Venues.

We hopen dat dit traject een **aanstekelijk effect** heeft op meeting- en congreslocaties in Vlaanderen. Zodat niet alleen de meetinglocaties in het begeleidingstraject hun belevingswaarde verhogen, maar dat het ook veel andere venues aanzet om aandacht te schenken aan (erfgoed)beleving. Op die manier werkt iedereen aan de verbetering van zijn aanbod en werken we met de hele sector samen aan de ontwikkeling van Vlaanderen als een internationale MICE-bestemming met een herkenbaar karakter.

2 / FLANDERS HERITAGE VENUES

Het begeleidingstraject ondersteunt meetinglocaties in erfgoed om te evolueren naar een 'Flanders heritage venue'. Toerisme Vlaanderen gaat deze locaties communicatiegewijs verbinden tot een overkoepelend 'merk' om ze als geheel internationaal in de markt te zetten.

2.1 VOORWAARDEN

Erfgoed en beleving zijn belangrijke merkeigenschappen van Flanders heritage venues. Het is net de unieke beleving die congresorganisatoren en -deelnemers zal blijven en die ze zullen delen. Daarnaast draagt het merk nog andere eigenschappen in zich. Toerisme Vlaanderen onderscheidt daarbij basisvoorwaarden en aandachtspunten.

We spreken van een '**Flanders heritage venue**' als een meetinglocatie aan de volgende **basisvoorwaarden** voldoet:

- permanente infrastructuur met kwalitatieve meetingfaciliteiten
- met een professionele dienstverlening van internationaal niveau (waaronder voldoende talenkennis)
- gelegen in Vlaanderen of Brussel
- gelegen in een erfgoedlocatie: het gebouw moet erfgoedwaarde¹ hebben
- en een 'unieke meetingbeleving' bieden: de locatie bezorgt de bezoeker een erfgoedbeleving en ook doorheen de dienstverlening en bezoekerscyclus zijn extra verrassende effecten toegevoegd, die eventueel de link leggen met andere de toeristische troeven van Vlaanderen (tafelen, wielercultuur, kunst & cultuur).

¹ Dit betekent dat nieuwbouw of moderne architectuur niet in aanmerking komen.



2.2 AANDACHTSPUNTEN

Daarnaast zijn er een aantal **blijvende aandachtspunten** voor de meetinglocatie, die evenwel niet primeren om van een Flanders heritage venue te kunnen spreken.

- We verwachten dat meetings en congressen de core business zijn.
- De capaciteit voldoet, zo mogelijk, aan het 3-stoelenprincipe.
- De meetinglocatie is goed bereikbaar vanaf de luchthaven.
- Er zijn voldoende geschikte logies en belevingsmogelijkheden in de omgeving.
- Ze voldoet bij voorkeur aan de Groene Sleutel-criteria voor meetinglocaties (zie www.groenesleutel.be/uitbaters)
- Ze behaalt het toegankelijkheidslabel voor meetinglocaties (zie www.toerismevlaanderen.be/toegankelijkheid).

Omdat Toerisme Vlaanderen de internationale kaart trekt, is het belangrijk dat de Flanders heritage venues voldoen **aan internationale verwachtingen op het vlak van kwaliteit en dienstverlening**. Deze aspecten maken geen deel uit van het begeleidingstraject. Toerisme Vlaanderen doet hiervoor wel inspanningen in het kader van het professionaliseringstraject meetingindustrie (zie 5.2).

Meetinglocaties in erfgoed kunnen zich kandidaat stellen (zie 4. Selectieprocedure) Toerisme Vlaanderen selecteert op basis van de voorwaarden en aandachtspunten welke locaties het begeleidingstraject kunnen volgen.

~~~~~  
<sup>2</sup> Dit betekent een (zit)plaats voor elke deelnemer in de plenaire ruimte, in een break-outruimte en in een zaal voor de lunch. / <sup>3</sup> We streven naar min. 1,5 keer de capaciteit van de meetinginfrastructuur, zo mogelijk volgens het 3-stoelenprincipe.



## 2.3 MERK 'FLANDERS HERITAGE VENUES'

Toerisme Vlaanderen gaat Vlaanderen als meetingbestemming promoten als de plek waar je in unieke erfgoedlocaties samen het erfgoed van morgen komt creëren. De geselecteerde "**Flanders heritage venues**" belichamen die positionering. Zij vormen een groep uitgelezen meetinglocaties die garant staat voor een meeting- en erfgoedbeleving die de deelnemers bijblijft. Zij maken deel uit van de **internationale marketingcampagne** die Toerisme Vlaanderen lanceert op IMEX 2019 in Frankfurt. De campagne' geeft ruime aandacht en visibiliteit aan de 'Flanders heritage venues'.

Zij komen ook op de website [www.meetinlanders.com](http://www.meetinlanders.com) en worden opgenomen in de sales-activiteiten van Toerisme Vlaanderen Congresbureau (o.a. vakbeurzen, b2b-fora, sales calls, ...). Het congresbureau zal het aanbod ook verspreiden onder alle 'event organisers', 'destination management companies' (DMC's) en 'professional conference organisers' (PCO's) in Vlaanderen en Brussel.



## 3 / BEGELEIDINGSTRAJECT 'BELEVING IN MEETING- LOCATIES IN ERFGOED'

### 3.1 BELEVING

De hoofddoelstelling van het traject is meetinglocaties in erfgoed begeleiden bij de **uitwerking van een (erfgoed)beleving**, die zowel de congresdeelnemer als de -organisator prikkelt, verrast en verwondert. De unieke beleving moet de meeting verrijken zodat deelnemers zich herinneren dat ze in Vlaanderen een congres of meeting bijwoonden en niet in een inwisselbare meetinglocatie ergens ter wereld. Ook de omgeving kan de beleving kleuren, zeker als elementen uit de omgeving de meetinglocatie worden binnengetrokken.

Beleving beschouwen we hier als een eenmalige gebeurtenis, een belevenis, een momentopname die je later gedenkwaardig vindt. Het gaat zeer vaak over een activiteit, een inzicht, een verhaal of een zintuiglijke waarneming waar je persoonlijk bij betrokken raakt. Dat kan emotioneel zijn, maar ook lichamelijk of intellectueel, waardoor ze als waardevol of zinvol blijft hangen in het geheugen.



## 3.2 STRATEGISCH CONCEPT, CUSTOMER JOURNEY EN PLAN VAN AANPAK

Tijdens het begeleidingstraject adviseren externe deskundigen de potentiële Flanders heritage venue hoe een belevingsgerichte, creatieve surplus op maat te realiseren, op basis van de erfgoedwaarde. Samen bekijken ze hoe verschillende aspecten (uitrusting, aankleding, onthaal, dienstverlening, communicatie ...) kunnen bijdragen aan de gewenste kwaliteitsvolle meetingbeleving.

Het begeleidingstraject resulteert concreet in:

- een strategisch concept voor de beleving in de potentiële Flanders heritage venue
- een analyse van de customer journey in de meetinglocatie
- minstens 5 creatieve, consistente en haalbare voorstellen waarmee de meetinglocatie de uitgedachte beleving kan realiseren.
- een origineel, consistent en haalbaar **plan van aanpak** waarmee de venue aan de slag kan voor de realisatie van de uitgedachte beleving.

**Toerisme Vlaanderen draagt de kosten van het begeleidingstraject. De meetinglocatie draagt de kosten om de beleving, uitgewerkt in het begeleidingstraject, te realiseren.**





### **Het strategisch concept**

- omschrijft de strategische positionering van de potentiële Flanders heritage venue. Met welke waarde(n) en thema's wil de locatie zich profileren? Op basis van welke erfgoed- en andere elementen? Welk verhaal vertelt de erfgoedsite? Welke impressie heeft men voor ogen?
- in lijn met de functie en erfgoedwaarde van het gebouw en met de strategie en visie van de uitbaters,
- passend bij de merkidentiteit van Vlaanderen als kwaliteitsvolle bestemming (baanbrekend vakmanschap),
- met aandacht voor de toeristische troeven waarmee Vlaanderen zich profileert (erfgoed, kunst en cultuur, tafelen, wielercultuur...) en de economische groeisectoren van de stad of regio<sup>4</sup>,
- passend bij wat een zakelijk, internationaal publiek verwacht of vatbaar voor is. (Wat is men gewoon en wat kan hen nog verrassen?),
- met aandacht voor toegankelijkheid en duurzaamheid,
- met aandacht voor de verwachtingen van internationale meetingplanners of congresorganisatoren op vlak van meetingbeleving.

### **Customer journey**

- analyse van de kwaliteit en beleving die een meetingorganisator of -deelnemer ervaart op de verschillende 'touch points' van de meetinglocatie.
- toont mogelijke plekken, dienstverlening en communicatie waar de erfgoed- en meetingbeleving kan verbeteren.

<sup>4</sup> Zie [www.toerismevlaanderen.be/kwaliteitmeetingindustrie](http://www.toerismevlaanderen.be/kwaliteitmeetingindustrie)

## Plan van aanpak

In lijn met het strategisch concept en de resultaten van de customer journey analyse, komen de meetinglocatie en een expert tot minstens vijf creatieve voorstellen voor acties, initiatieven, producten of ingrepen die de (erfgoed)beleving van de congresdeelnemers en -organisatoren vergroten doorheen de verschillende stadia van een congres of site visit. We denken aan:

- eenvoudige infrastructuuringrepen;
- elementen van storytelling, accenten in de communicatie die inspelen op het verhaal en de erfgoedwaarde van de meetinglocatie
- visuele accenten en verrassende effecten in de infrastructuur, attributen, signalisatie, belichting, decoratie, kledij van personeel, ...
- verrassende of passende elementen in de catering, onthaal en bezoekersmanagement
- passende, originele activiteiten voor, tijdens, na het programma
- technologische hulpmiddelen en apps, ...

De meetinglocatie ontvangt voor vijf van de voorstellen bijkomende informatie:

- een indicatieve raming van de kostprijs (geen bestek) die overeenstemt met het ambitieniveau van de meetinglocatie
- informatie over mogelijke leveranciers.

Tegen het einde van het begeleidingstraject presenteert de meetinglocatie het strategisch concept, de belangrijkste resultaten van de customer journey en zijn voorstellen om de beleving te vergroten in een dossier en pitch aan een internationale jury. Na feedback van de jury herwerkt de meetinglocatie het dossier eventueel nog tot een definitief plan van aanpak om binnen de twee jaar de (erfgoed)beleving te versterken.

Meetinglocaties die al een duidelijke visie op de meetingbeleving hebben ontwikkeld en eventueel al concrete acties hebben ondernomen, kunnen in een (korter) begeleidingstraject hun strategie verfijnen of bijkomende initiatieven ontwikkelen.





### **3.3 VERLOOP BEGELEIDINGSTRAJECT**

#### **1. Indiening startdossier (5-03-2019)**

De geselecteerde meetinglocaties bezorgen ten laatste op 5 maart 2019 een uitgebreider startdossier aan Toerisme Vlaanderen. Zij ontvangen een overzicht van welke informatie nodig is bovenop het aanvraagformulier zodat de deskundigen bij de start van de begeleiding een goed zicht hebben op de beginsituatie.

- een plattegrond met het aantal ruimtes dat in gebruik is en hun oppervlakte en functie, welke ruimtes niet betreden mogen worden en een beschrijving van de directe omgeving van de site
- aanvullende informatie over de erfgoedwaarde en welke informatiebronnen daarover gekend zijn
- missie, visie en strategie van de meetinglocatie
- de visie van de meetinglocatie over (erfgoed)beleving (indien al uitgewerkt) en eventueel welke punten de locatie wil aanpakken en welke partnerschappen zij in gedachten heeft om een 'unieke meetingbeleving' te realiseren;
- fotomateriaal van de locatie en de belangrijkste erfgoedelementen
- lijst van de personen die bij het begeleidingstraject betrokken worden.

#### **2. Startoverleg (tot 5-04-2019)**

Uiterlijk 5 april 2019 vindt een verkennend gesprek plaats tussen de meetinglocatie en de externe deskundigen. Ook Toerisme Vlaanderen neemt aan dit gesprek deel.

### **3. Conceptontwikkeling, customer journey en plan van aanpak (1-10-2019)**

De externe deskundigen en de meetinglocatie werken tegen 1 oktober samen een dossier uit. Het bevat o. a. het strategisch concept, de conclusies van de customer journey en een beknopt plan van aanpak dat duidelijk maakt met welke acties de meetinglocatie de beleving gaat realiseren.

**Toerisme Vlaanderen verwacht dit jurydossier in het Engels, gezien het internationale karakter van de sector en de jury die het zal beoordelen.**

### **4. Beoordeling internationale jury (november 2019)**

Een internationale jury beoordeelt het dossier. Op het jurymoment pitcht de meetinglocatie in het Engels over de te verwachten meetingbeleving. De meetinglocaties ontvangen een juryrapport met feedback en eventuele bijstellingen.

### **5. Afwerking concept en plan van aanpak (10-1-2020)**

Op basis van de feedback van de jury sturen de meetinglocatie en de experts het strategisch concept en plan van aanpak bij, waar nodig. Ze werken dit tegen 10 januari 2020 af, incl. kostenraming en suggesties voor materialen en leveranciers. Dit is het eindpunt van het begeleidingstraject. De acties of producten in het plan van aanpak hoeven niet verregaand visueel uitgewerkt te zijn.

Uitzonderlijk kunnen de meetinglocatie en Toerisme Vlaanderen in dit stadium beslissen om het begeleidingstraject stop te zetten als na het oordeel van de jury zou blijken dat het niet tot een degelijk resultaat zal leiden of als de meetinglocatie de voorstellen van de jury grotendeels afwijst.

De meetinglocaties hoeven niet tot december te wachten om de uitvoering van hun plan van aanpak voor te bereiden of op te starten.

### **6. Selectie Flanders heritage venues (januari 2020)**

Begin 2020 wil Toerisme Vlaanderen een tweede groep Flanders heritage venues selecteren. Als de beleving van de meetinglocatie voldoet aan het juryrapport en de meetinglocatie voldoet aan de basisvoorwaarden (zie 2.1), treedt de meetinglocatie toe tot het merk 'Flanders heritage venues'.

# 4 / SELECTIEPROCEDURE

## 4.1 WIE KOMT IN AANMERKING?

Enkel potentiële 'Flanders heritage venues' komen in aanmerking voor het begeleidingstraject. Wie interesse heeft, kan bij Toerisme Vlaanderen een aanvraag indienen voor 20 januari 2019 (aanvraagformulier op [www.toerismevlaanderen.be/kwaliteitmeetingindustrie](http://www.toerismevlaanderen.be/kwaliteitmeetingindustrie)).

Toerisme Vlaanderen beoordeelt de kandidaten op basis van de basisvoorwaarden en aandachtspunten 'Flanders heritage venues' (zie 2.1 en 2.2) en het **internationaal potentieel**.

Toerisme Vlaanderen zal voor deze ronde een zestal meetinglocaties selecteren. Zij volgen het begeleidingstraject samen met locaties die in 2018 geselecteerd werden maar het begeleidingstraject nog niet hebben afgerond of pas rond de jaarwisseling hebben aangevat.

Als een **hotel met meetingfaciliteiten** in een erfgoedlocatie zich kandidaat stelt, stemt het er mee in dat de begeleiding én het strategisch concept en plan van aanpak die eruit volgen, bestemd zijn voor de meetingfaciliteiten en voor de beleving van de deelnemers aan meetings en congressen. Het begeleidingstraject is niet bedoeld om de beleving van hotelgasten te vergroten, ook niet als die in het hotel verblijven voor een meeting of congres. In lijn daarmee zal Toerisme Vlaanderen het enkel als meetinglocatie in het merk 'Flanders heritage venues' opnemen.





## 4.2 PROCEDURE

### 1. Oproep begeleidingstraject 2019 (14-12-2018)

De oproep start met een infosessie over het begeleidingstraject 'Beleving in meetinglocaties in erfgoed' op 14 december 2018.

### 2. Indiening aanvraag (20-01-2019)

Geïnteresseerde meetinglocaties sturen uiterlijk 20 januari 2019 hun aanvraagformulier in<sup>5</sup>. De aanvraag bevat volgende elementen:

- basisinformatie over de meeting- of congreslocatie
- beknopte omschrijving van de mate waarin de meetinglocatie voldoet aan de basisvoorwaarden en aandachtspunten voor Flanders heritage venues
- beknopte omschrijving van de erfgoedwaarde van de locatie
- aanwezige beleving en/of partnerschappen daarvoor en mogelijke aanknopingspunten om beleving aan te verbinden
- indicatief investeringsbudget en ambitieniveau van de meetinglocatie voor de realisatie van een beleving.

### 3. Selectie kandidaten (10-02-2019)

Toerisme Vlaanderen deelt uiterlijk 10 februari 2019 mee welke kandidaten het selecteert.

<sup>5</sup> Een exemplaar op papier per post of de elektronische versie per e-mail naar [kwaliiteitmeetingindustrie@toerismevlaanderen.be](mailto:kwaliiteitmeetingindustrie@toerismevlaanderen.be). Het aanvraagformulier vind je op [www.toerismevlaanderen.be/kwaliiteitmeetingindustrie](http://www.toerismevlaanderen.be/kwaliiteitmeetingindustrie).







## 5 / GOED OM WETEN

### 5.1 ENGAGEMENT EXTERNE PARTNER EN TOERISME VLAANDEREN

Het begeleidingstraject is **maatwerk**. Het concept en plan van aanpak dat de externe experts en de meetinglocatie samen uitdenken, moet passen bij de erfgoedwaarde, de strategie, de bedrijfscultuur én het ambitieniveau van de meetinglocatie. Elk traject is uniek en moet leiden tot een **unieke beleving**.

Het begeleidingstraject is **geen vrijblijvende brainstormoefening**. Wie zich als meetinglocatie kandidaat stelt, engageert zich tegenover Toerisme Vlaanderen om het plan van aanpak daadwerkelijk uit te voeren. Daarom is het belangrijk dat de meetinglocatie vooraf zelf het ambitieniveau bepaalt en minstens bij benadering het budget vastlegt dat men aan de verhoging van de meetingbeleving wil besteden. Toerisme Vlaanderen draagt enkel de kost van de begeleiding om als meetingbestemming resultaat te kunnen boeken.

Tijdens het begeleidingstraject verleent de meetinglocatie haar **volle medewerking** aan het overlegproces. Het bezorgt de deskundigen zo snel mogelijk de nodige informatie, medewerkers maken er tijd voor vrij en de nodige beslissingen worden snel genomen.

De deskundigen werken in **opdracht van Toerisme Vlaanderen**. Zij leveren alleen inspanningen voor het begeleidingstraject. De deelnemers aan het begeleidingstraject kunnen de deskundigen geen opdrachten geven als Toerisme Vlaanderen en de deskundigen daar niet mee akkoord gaan.

Het begeleidingstraject is niet bestemd om bepaalde acties, ingrepen, producten... in detail te ontwerpen.

De belangrijkste afspraken worden vastgelegd in een **samenwerkingsovereenkomst** tussen Toerisme Vlaanderen en de meetinglocatie.

Toerisme Vlaanderen engageert zich om het merk 'Flanders heritage venues' internationaal in de kijker te zetten (zie 2.3).

## 5.2 INTERNATIONALE BASISKWALITEIT

Flanders heritage venues moeten voor kwaliteit staan als ze internationaal willen meespelen. Toerisme Vlaanderen laat instrumenten en initiatieven ontwikkelen voor de verdere **professionalisering van de Vlaamse meeting-industrie**. Deze kwaliteitsinstrumenten staan open voor de hele sector. De ‘**Leidraad internationale basiskwaliteit in meetinglocaties**’ is een voorbeeld.

Ook potentiële Flanders heritage venues kunnen ze dus gebruiken om hun dienstverlening en uitrusting, waar nodig, op internationaal niveau te brengen. **Het begeleidingstraject zelf is geen professionaliseringstraject voor de dagelijkse werking van de venue.**

## 5.3 TOEGANKELIJKHEID

Toerisme Vlaanderen streeft naar een zo toegankelijk mogelijke bestemming. Het begeleidingstraject is een mooie gelegenheid om ook aandacht te besteden aan de toegankelijkheid van je meetinglocatie en de meetingbeleving.

In juni 2018 lanceerde Toerisme Vlaanderen een **toegankelijkheidslabel voor meetinglocaties** en de brochure **Toegankelijke meetings en congressen; een checklist**. Informatie over toegankelijkheidsvereisten voor meetinglocaties, hun dienstverlening en de organisatie van meetings, congressen en evenementen vind je op [www.toerismevlaanderen.be/toegankelijkheid](http://www.toerismevlaanderen.be/toegankelijkheid). Je kan als meetinglocatie een toegankelijkheidsdoorlichting aanvragen. Als die voldoende positief is, ontvang je het label.

Het toegankelijkheidslabel is geen doel van het begeleidingstraject. Maar je kan wel een inclusieve benadering volgen zodat de meetingbeleving in ieders bereik komt. Aandacht voor zichtbaarheid, leesbaarheid, de principes van design for all... zijn alvast een eerste stap.

Je kan als meetinglocatie ook rekening houden met de **toegankelijkheid van je informatie en communicatie** (website en andere digitale en audiovisuele producten). Voor info zie [www.anysurfer.be](http://www.anysurfer.be)



## 5.4 DUURZAAMHEID

Ook duurzaamheid is een belangrijk aspect en streefdoel. Toerisme Vlaanderen geeft een aantal tips en stelt maatregelen voor die helpen om effectief en duurzaam om te gaan met sociale, economische en ecologische uitdagingen. Je vindt informatie op [www.toerismevlaanderen.be/algemene-beleidsinitiatieven](http://www.toerismevlaanderen.be/algemene-beleidsinitiatieven) en in de 'Leidraad internationale basiskwaliteit in meetinglocaties' ([www.toerismevlaanderen.be/kwaliteitmeetingindustrie](http://www.toerismevlaanderen.be/kwaliteitmeetingindustrie)).

Meetinglocaties kunnen een **Groene Sleutel** behalen, meer info hierover vind je op [www.groenesleutel.be/uitbaters](http://www.groenesleutel.be/uitbaters).

## 5.5 SAMENWERKING MET PARTNERS

Het is nuttig om tijdens het begeleidingstraject ook aandacht te hebben voor mogelijke partnerschappen en samenwerking met andere partners uit de meeting-industrie, de horeca en het toerisme die de (meeting)beleving kunnen verrijken. M.a.w. je hoeft als meetinglocatie allerm minst volledig zelf in te staan voor alle beleving. Je kan je aanbod ook aanvullen met wat partners aanbieden. Neem zeker contact op met je lokaal congresbureau. De begeleiding is wel exclusief bestemd voor de meetingbeleving in de meetinglocatie. Als andere partners aan een sessie deelnemen, is dat met die doelstelling.



## 5.6 JURY

Toerisme Vlaanderen stelt een internationale jury samen die het dossier van elke geselecteerde meetinglocatie zal beoordelen. De jury gaat na of de meetinglocatie met het voorgestelde concept en plan van aanpak een meetingbeleving zal creëren die een internationaal meeting- of congrespubliek zich zal herinneren en die aansluit bij wat deze doelgroep vandaag van een erfgoedbeleving verwacht.

De jury bestaat uit:

- het afdelingshoofd bestemmingspromotie van Toerisme Vlaanderen
- nationale of internationale experts uit de meetingindustrie
- een ervaringsdeskundige in internationale congressen
- een expert in verband met erfgoed
- een expert in verband met beleving uit de academische of economische sector.

Toerisme Vlaanderen verzorgt het secretariaat van de jury.

## 6 / CONTACT

**Toerisme Vlaanderen**

**Kwaliteit meetingindustrie**

Grasmarkt 61, 1000 Brussel

[kwaliiteitmeetingindustrie@toerismevlaanderen.be](mailto:kwaliiteitmeetingindustrie@toerismevlaanderen.be)

**Met vragen kan je terecht bij**

Sylvie Lejour +32 2 504 04 72

of Bruno Paternoster +32 2 504 04 71

**Meer informatie:**

[www.toerismevlaanderen.be/kwaliiteitmeetingindustrie](http://www.toerismevlaanderen.be/kwaliiteitmeetingindustrie)



VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen, Grasmarkt 61, 1000 Brussel

WETTELIJK DEPOT

D/2018/5635/27/1

COPYRIGHTS

Alle foto's © Toerisme Vlaanderen (met dank aan Faculty Club Leuven, De Notelaer, Flanders Meeting & Convention Center Antwerp, Hof van Busleyden, Bokrijk (cover) en Iers College), p.6 beide foto's: Heerlijckyt © Heerlijckyt van Elsmeren / p.7 Opera Gent - Lullyzaal © Tom Dhaenens / p.17 De Hoorn Leuven

Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden veevoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welk wijze ook, zonder de voorafgaande en schriftelijke toestemming van de uitgever.

Meer informatie:  
[www.toerismevlaanderen.be/  
kwaliteitmeetingindustrie](http://www.toerismevlaanderen.be/kwaliteitmeetingindustrie)

TOERISMEVLAANDEREN