

# RURALITÉ

## Trendboek



Avec le soutien du Fonds européen de développement régional

Met steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

## Colofon

**Tekst en samenstelling** : Westtoer, Office de Tourisme Destination Cœur de Flandre, Communauté de Communes des Hauts de Flandre, La Maison du Tourisme de la Wallonie picarde, Pas-de-Calais Tourisme

**Copywriting** : ComComCom

**Vertaling**: ATI Traduction

**Ontwerp en lay-out** : Pigs in Space

**Foto's** : Westtoer, Office de Tourisme Destination Cœur de Flandre, Communauté de Communes des Hauts de Flandre, La Maison du Tourisme de la Wallonie picarde, Pas-de-Calais Tourisme

**Druk** : Presse Flamande

**Wettelijk depotnummer** : WD/3029/2022/28

**Verantwoordelijke uitgever** : Westtoer apb

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of op eender welke wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.



## Voorwoord

Het Interreg V Fr-Wa-VI project Ruralité werd een samenwerking tussen 5 partners: de Westhoek, Wallonie picarde, Coeur de Flandre, Hauts de Flandre en Pas-de-Calais. Het project zette in op acties om van deze rurale regio's ook innovatieve bestemmingen te maken, voor zowel bezoekers als toeristische ondernemers.

Gedurende vier jaar, de looptijd van het project, kwamen de partners met heel wat ideeën, trends en tips, die werden gebundeld. Het is dus een trendboek geworden. Een inspiratieboek voor toeristische ondernemers, voor beleidsmensen, voor bezoekers,...

We kenden en kennen een aantal grote veranderingen in onze maatschappij, in onze wereld. Er zijn ook nieuwe trends in opmars die hun invloed hebben op de toeristische sector. De belangrijkste trends vind je in hoofdstuk 1 van dit boekje.

Bezoekers komen specifiek naar onze rurale regio's omdat ze net andere dingen zoeken dan in stedelijke gebieden: rust, terug naar de natuur, slow tourism, genieten met meerdere generaties,... Een aantal voorbeelden van hoe je hier als ondernemer op kan inspelen, vind je ter inspiratie in hoofdstuk 2.

Tijdens het project kregen heel wat ondernemers begeleiding van experts, en dit op het vlak van diverse thema's: marketing, storytelling, winkelinrichting, management, het online reserveren en verkopen, interieurinrichting, yieldmanagement, enz. Tips en adviezen van de coaches delen we graag met jullie in hoofdstuk 3.

Voor de fijnproevers onder ons vroegen we aan chefs uit onze regio's naar een aantal van hun 'signature dishes', samengesteld uit lekkere, grensoverschrijdende streekproducten. Hun recepten, tips en food pairing adviezen vind je in het 4<sup>e</sup> hoofdstuk.

En tenslotte vind je een overzicht van de belangrijkste resultaten en bevindingen van het project in het laatste hoofdstuk, met een open blik naar de toekomst!

Alvast veel leesplezier en inspiratie gewenst!

Gedeputeerde voor toerisme,  
Provincie West-Vlaanderen

Sabien Lahaye-Battheu

# Trends

## Inleiding

De samenleving verandert onophoudelijk en sinds 2020 in een nog sneller tempo, door de gezondheids-crisis, die een diepgaande invloed had op ons leven en zeker ook op de toeristische activiteit. Daardoor zien we hoe een aantal trends<sup>1</sup> zich voor de komende jaren aftekenen of worden bevestigd.

In dit hoofdstuk gaan we dieper in op enkele van deze trends en gaan we na wat de gevolgen en mogelijkheden zijn voor de toeristische sector. De huidige crisis zorgt voor uit de pan swingende energiekosten en de daling van de koopkracht in heel Europa. Momenteel kunnen we nog niet inschatten welke impact de nieuwe crisis en de uitzonderlijk warme en droge zomer van 2022 in Europa zullen hebben. Zullen de toeristen hun gewoontes aanpassen en de voorkeur geven aan bestemmingen in Noord-Europa? Verschuift op de toeristische locaties het hoogseizoen naar het voor- of najaar? Zullen de hoge brandstofprijzen de toeristen ertoe aanzetten om minder ver te reizen als ze met de auto gaan? De toekomst zal dit uitwijzen.

Opmerkelijk is dat sommige trends ook een tegentrend teweegbrengen. Tot slot blijken sommige trends elkaar te overlappen en kunnen nieuwe (toeristische) producten of diensten op verschillende trends inspelen, bv. de trends inzake duurzaamheid en gezondheid.

De vijf trends waarop we op de volgende bladzijden dieper ingaan, zijn:

- **Digitale dominantie**
- **Gezondheidsbeveiliging**
- **Terugkeer naar de eigen omgeving**
- **Duurzaam toerisme**
- **Individualisering**

<sup>1</sup> Trends afgeleid uit studies en peilingen bij de bevolking en trends waargenomen door (inter)nationale trendwatchers en Toerisme Vlaanderen.

## 1. DIGITALE DOMINANTIE

### Versnelling van een trend van vóór de gezondheidscrisis

De digitalisering was al aan haar veroveringstocht begonnen lang vóór de gezondheidscrisis de kop opstak, maar kwam in de loop van de voorbije twee jaren in een stroomversnelling. Denk maar aan het afstandsonderwijs en het telewerk.

Voor de toeristische sector moest het **aanbod aan de nieuwe vraag** worden aangepast:

- virtuele bezoeken ontwikkelen, met hologrammen, ...
- klantenrelatiebeheer digitaliseren: online reserveren, flow beheren, online gesprekken ontwikkelen, ...
- klantentrajecten digitaliseren, cashless, ...
- nieuwe doelgroepen veroveren dankzij de digitale ervaring

Ook de **sociale netwerken** maken deel uit van deze digitale revolutie en bieden in dat verband heel wat mogelijkheden, met name om regio's, toeristische

bezienswaardigheden en horecazaken te promoten. Zo delen **influencers** hun reizen via de sociale netwerken, waarmee ze dan hun followers inspireren. De toeristische industrie schakelt deze influencers ook in om reisbestemmingen te promoten.

### Sociale netwerken maken ook deel uit van deze digitale revolutie

De bekommernissen om **de bescherming van de persoonlijke levenssfeer** zijn onlosmakelijk gelinkt aan de digitale revolutie. De persoonsgegevens die door de toeristische sector worden ingezameld, moeten in ieder geval met de nodige behoedzaamheid worden behandeld.



De digitale alomtegenwoordigheid en het feit dat iedereen voortdurend online is, brengen ook een contrabeweging tot stand. Sommige toeristen willen tijdens hun vakantie digitaal ontwennen. Sommige bestemmingen zijn zo ver afgelegen dat er geen mobiel netwerk of internetverbinding is. Deze bestemmingen beklemtonen zelfs dit isolement en trekken toeristen aan die zich van de rest van de wereld **los willen koppelen**. Metropolen zoals Londen voorzien op hun grondgebied «stille plekken»; het Digital Detox package van hotel The Westin Dublin zet zijn bezoekers ertoe aan om hun digitale toestellen te laten voor wat ze zijn, en zich volledig over te geven aan ontspanning; het forfait «Be Unplugged» van het Quincy Hotel in Washington omvat onder meer de zakgids City Walks. Hiermee kunnen de gasten te voet bezoeken afleggen mét audiogids, maar zonder smartphone en mét een reisboekje om een verslag bij te houden, ervaringen neer te pennen en hun geest volledig leeg te maken.



Tot slot leidde de digitalisering ook tot het ontstaan van de platformeconomie, een economisch model dat werkt via digitale samenwerkingsplatforms. Zelfstandigen verstrekken specifieke diensten aan klanten via deze platforms, die vraag en aanbod automatisch regelen. Uber en Airbnb zijn voorbeelden van actoren van de platformeconomie.

### Freelancers bieden specifieke diensten aan

Een van de toepassingen van de platformeconomie is de «gig economy», die bestaat uit online platforms die banen of projecten aanbieden waarnaar freelancers kunnen solliciteren. Deze freelancers hebben verschillende beweegredenen:

ze willen na een lange periode van werkloosheid een baan vinden, ze zoeken een goed evenwicht tussen beroeps- en privéleven, ze willen hun project testen en zien of ze van hun passie een volwaardig beroep kunnen maken, enz. Tussen 2000 en 2015 is het aantal «gig»-werknemers in de Europese Unie verdubbeld.

De werknemers uit de toeristische sector zijn al langer uitermate flexibel. Cafés, restaurants en hotels werken vaak met tijdelijk personeel, deeltijdse werknemers of flexijobs. Hoewel deze **flexibiliteit onmisbaar** is om een goede service op maat te kunnen verstrekken, is ze almaar minder vanzelfsprekend. Heel wat zaken uit de «hospitality business» hebben het nu moeilijk om personeel te vinden, want mensen willen een vast werkrooster, minder weekendwerk, ...

Het ontstaan van de platformeconomie heeft ook in andere opzichten een grote impact op het toerisme. Airbnb en Uber bijvoorbeeld

zijn bijzonder populair bij de reizigers. De traditionele dienstverleners – hotels, gastenkamers, taxichauffeurs, enz. – ondervinden dat. In sommige toeristische steden leed zelfs

### Flexibiliteit is essentieel voor een persoonlijke dienstverlening

de kwaliteit hieronder. Sommige eigenaars in deze steden hebben opgemerkt dat ze veel meer kunnen verdienen als ze hun eigendom via Airbnb aan de man brengen. Bijgevolg wordt het voor de lokale bevolking zo goed als onmogelijk om nog een huis te kopen. Die vaststelling inspireert een aantal gemeenten om hun steden te «detoeristificeren» of om de toeristenstromen verder weg te leiden van het stadscentrum.

## 2. GEZONDHEIDSBEVEILIGING

### Het belang van gezondheidsbeveiliging: sleutel van de toeristische mobiliteit op korte termijn

De invoering van een gezondheids-garantie en labels, de toename van individuele vervoersmiddelen ten koste van het openbaar vervoer, bestemmingen/seizoenen met een lage toeristische dichtheid, staycation en coronacation zijn maar enkele voorbeelden van hoe onze gewoontes door de gezondheids-crisis veranderd zijn.

De toerist is voor een stuk zijn onbevangenheid kwijt en in de toekomst zal **de klant moeten worden gerustgesteld om hem tot een verblijf te overhalen:**

- stromen beheren en beperken/ vlot verloop van wachtrijen garanderen/ de zogenaamde secundaire sites aantrekkelijk maken;
- het relatiebeheer en het gedematerialiseerde klantentraject ontwikkelen/ werken aan de ultra last minute;
- gezondheidsprotocols/labels/kits/ opleidingen;

- transparantie en flexibiliteit garanderen: een COVID-infopagina creëren en het annulatiebeleid herzien

Dit verlangen naar **transparantie** geldt ook voor de **voeding**: consumenten willen weten waar producten vandaan komen, hoe ze worden vervaardigd, enz. Die trend zal alleen maar aan kracht winnen.

Almaar meer mensen willen het ziekterisico beperken door te kiezen voor goede eetgewoonten. Vooral de Belgische en Franse cultuur associëren lekker eten met plezier en gezelligheid. Een evenwichtige en gevarieerde maaltijd zou de voorwaarden voor een goede voedingshygiëne garanderen. In een context van vergrijzing kan je niet anders dan rekening houden met het persoonlijke welzijn, en de rol van de voeding om veroudering tegen te gaan, wordt als prioritair beschouwd.

Met **persoonlijke voorkeuren en (voedings)allergieën** moet bij de klantgerichte benadering eveneens rekening worden gehouden: de vraag naar glutenvrije, lactosevrije, vegetarische, vegan en biologische maaltijden blijft toenemen.

**Persoonlijk welzijn wordt belangrijker**

#### Impact voor de restaurantsector:

- "Gezonde" producten: dieetproducten, minder zoete en minder vette producten, producten "zonder";
- Menu's met specifieke en gepersonaliseerde gezondheidsdoelstellingen: detox, sport, ...

## 3. TERUGKEER NAAR DE EIGEN OMGEVING

### Een nieuwe houding ten opzichte van tijd en ruimte

Door de reisbeperkingen **herontdekten we onze eigen regio**, stad, wijk en zelfs ons eigen huis (met of zonder tuin).

De trend van het **nabijheidstoerisme** is een feit en kent tal van toepassingen:

- microavontuur – de reis begint aan de voordeur;
- verplaatsing, bivak, ontheemding;
- digitale wereld – nieuwe doelgroep die te vinden is voor de digitale ervaring en de virtuele reis.

Daar moeten we echter aan toevoegen dat na de heropening van de grenzen en de opheffing van de reisbeperkingen, sommige mensen **zin kregen om te reizen, de lockdown achter zich te laten, er helemaal tussenuit te zijn, ... en dus kennen de buitenlandreizen een ware comeback.**

De **forse stijging van de benzineprijzen** zal dan ook invloed hebben op de vakantiebestemmingen en de toeristen ertoe aanzetten om minder ver te reizen.



## 4. DUURZAME TENDENS

### Hogere eisen inzake milieubewustzijn

Verantwoord, geëngageerd en lokaal consumeren, koolstofvoetafdruk verkleinen, minder maar beter reizen, consumptie terugbrengen, enz. zijn uitingen van het streven naar duurzaamheid.

Het Observatoire Société & Consommation onderscheidt drie types van bedachtzame consumenten:

- De altruistische «groene en milieubewuste» consument is bereid om zijn eigen behoeften op te offeren om het milieu te beschermen.
- De «aangeboren klimaatbewuste» consument is eerder radicaal en streeft naar een gezond en volwaardig leven met respect voor de natuur.
- De «groene hipster» doet moeite om verantwoord te consumeren. In de werkelijkheid heeft hij het echter

moeilijk om zijn aanpak tot het einde vol te houden, want zijn neiging tot massaconsumptie is te groot.

We kunnen alleen maar vaststellen dat **twee trends elkaar tegenspreken**.

De economische crisis van 2020 zette de consument ertoe aan om **de beste koopjes op de kop te tikken**. Deze factor is een nieuw, onvermijdelijk selectiecriteria geworden en wordt nog eens versterkt door de nieuwe energiecrisis, die gevolgen zal hebben voor de koopkracht van de consument. Paradoxaal genoeg willen deze zelfde consumenten **verantwoord consumeren, wat niet voor iedereen betaalbaar is**.



Lokaal kopen  
vermindert de  
koolstofvoetafdruk

Nog een voorbeeld van twee schijnbaar tegenstrijdige trends: **het ontstaan van het "slow tourism"** enerzijds – ecologisch aanbod, korte afzetkanalen, duurzame mobiliteit (bv. nachttrein), ethisch en sociaal verantwoord aanbod, enz. – en de **versnelde samenleving** anderzijds.

De wereld kent met andere woorden twee snelheden: versneld en "slow life mode", naargelang het moment ... Almaar meer toeristen kiezen voor een tragere en bewustere vakantie, voor "slow tourism". Eerder dan van de ene "toeristenvaart" in de andere terecht te komen, gaan ze op zoek naar een diepgaandere en authentiekere beleving op de plaats waar ze verblijven. Ze nemen de tijd om de lokale geschiedenis en cultuur beter te leren kennen en om kennis te maken met de plaatselijke bevolking.

Ondanks dat verlangen naar vertraging kunnen we niet ontkennen dat onze aandacht verbrokkelt, we hoe langer hoe meer achter de tijd aansnellen ... Om geen minuut van hun vrije tijd te verliezen, kijken heel wat mensen in versneld tempo naar hun favoriete film of serie. Netflix biedt ook "speed watching" aan. Zelfs podcasts kunnen in sneltempo worden beluisterd.

De nood aan onmiddellijkheid met de vereiste van de consument om sneller toegang te krijgen tot een product of dienst, is nog een voorbeeld van een samenleving in versneld tempo, waarin geen tijd te verliezen valt.

### Van «me-time» naar «single boom»

De voorbije decennia kregen het individu en zijn recht op persoonlijke keuzes een centrale plaats in de westerse wereld. Deze visie op de relatie tussen de samenleving en het individu breidt zich nu ook uit naar andere werelddelen.

Deze individualisering is ook merkbaar in het toerisme. De toerist die zijn vakantie plant, verwacht een **grote keuzevrijheid** en wenst een **programma dat aan zijn persoonlijke voorkeuren is aangepast**. Betrouwbaar advies over de huisvesting, de bestemming en de activiteiten is dan ook een absolute must.

«**Selfness**» is een andere uiting van deze individualisering: vakantie wordt een **periode om in jezelf te investeren**. Dat verklaart het succes van reizen met activiteiten die het geestelijke en emotionele welzijn bevorderen. Denk maar aan lange trektochten op je eentje, maar ook mentale coaching of deelname aan

projecten die het leven van lokale kansarme bevolkingsgroepen verbetert.

De «**single boom**» wordt ook in verband gebracht met het feit dat almaar meer reizigers individueel reizen. Het percen-

Meer en meer mensen reizen alleen.

tage singles ten opzichte van de totale bevolking wordt wereldwijd groter. In de EU zien we deze stijging voornamelijk bij de twintigers en bij gescheiden personen van tussen de 30 en de 50 en vrouwen ouder dan 75.

Steeds meer mensen reizen alleen. De toeristische sector moet daarop inspe-

len met prijzen die aan de soloreizigers zijn aangepast.

Let wel: de behoeften van de soloreizigers kunnen sterk verschillen. Sommigen reizen liever alleen omdat ze van de flexibiliteit houden, anderen snakken juist naar sociale contacten.

Nog een voorbeeld van de individualisering is het **nomadisme**, dat voortaan ook mee ons dagelijks leven bepaalt, op persoonlijk en professioneel vlak. **Het voertuig wordt de nieuwe thuis**, denk maar aan de trend van de **road trips** in een minicamper. Deze nieuwe tendens getuigt van het verlangen naar vrijheid én van de nood aan veiligheid, want contact met de massa wordt vermeden.

# Inspirerende voorbeelden







## Inleiding

In dit tweede hoofdstuk bieden we jullie inspiratie voor nieuwe concepten. Onze rurale regio's hebben heel wat troeven: we hebben de fantastische uitzichten, de rust, de stilte, de natuur, de vele mogelijke fiets- en wandelpaden, onze streekgastronomie... Diverse trends lichten we hier en daar toe met mogelijke voorbeelden die inspirerend kunnen werken bij het uitdenken en uitwerken van nieuwe of vernieuwde concepten.

Vaak kunnen nieuwe concepten groeien door je eigen aanbod eens onder de loep te nemen (wat kan er nog), soms kan het simpelweg door samenwerkingen met andere ondernemers aan te gaan. In ieder geval moet uw concept doordacht zijn om aan de verwachtingen van de bezoekers te voldoen. Bedenk innovatieve concepten, zet ze in de markt en vraag aan jullie diensten voor toerisme en de partners van dit project om ze mee te promoten...

## FOODCATIONS

Een foodcation is een nieuw concept in het vrijetijdreizen, waarbij de focus van je reis ligt op het ontdekken van de plaatselijke cultuur via de lokale voeding. Het gaat om culinair genieten, culinaire belevingen, culinaire ontdekkingen... Een kok of sommelier aan huis is hier een mooi voorbeeld van en kan je misschien ook toepassen in jouw logies.

### 'Kok aan (vakantie)huis' en 'Sommelier aan (vakantie)huis'

#### Hoe werkt het?

Bij het reserveren van een vakantiewoning, krijg je na bevestiging een mailtje van de uitbater van de vakantiewoning. Hierin krijg je tips voor activiteiten en events waaraan je kan deelnemen tijdens je verblijf. Ook de 'Kok aan (vakantie)huis' en 'Sommelier aan (vakantie)huis' worden in het rijtje opgenomen. Bij interesse laat je dit weten aan de uitba-

ter van jouw vakantiewoning, die de geselecteerde koks/sommeliers verwittigt waarna de afspraken (formule, datum, menu...) tussen gast en kok/sommelier verder rechtstreeks verlopen.

#### Wat houdt het in?

De kok komt naar jouw vakantiewoning met alle benodigde streekproducten. Als groep kan je (maar moet je niet)

meekoken met de kok. Tijdens het koken, krijg je heel wat tips over bereidingswijzen, over het combineren van producten, krijg je ook foodpairing tips (wat kan je hierbij drinken), hoor je welke streek- of hoeveproducenten je kan bezoeken ... en als kers op de taart heb je uiteraard een lekker menu als afsluiter.

Bij 'Sommelier aan (vakantie)huis' komt een echte sommelier op bezoek in jouw vakantiewoning. Hij/zij laat je de diverse wijnen uit de streek proeven, geeft je informatie over de wijnen, laat weten welke wijndomeinen te bezoeken zijn, geeft foodpairing tips over welke wijn past bij welke gerechten... Voor de bierliefhebbers kan het concept worden ingevuld met biersommeliers. Ook een bezoek aan een wijndomein of brouwerij, een plukboerderij of streekwinkel... is mogelijk.

### **Culinaire wandel- en fietstochten**

Een ander voorbeeld van "foodcation" zijn de culinaire wandel- en fietstochten langs landelijke wegen, van de ene boerderij naar de andere en met degustatie van een aperitief, voorgerecht, hoofdschotel, kaas en dessert afkomstig van lokale producenten.

Het succes ligt in de gezelligheid van de culinaire uitstap! Dit is immers de ideale gelegenheid om een streek en haar gastronomische specialiteiten te leren kennen. Vaak is de culinaire wandel- of fietstocht aangepast voor gezinnen en voor alle niveaus, van beginneling tot de doorgewinterde sportbeoefenaar.

De streekproducten worden in de kijker geplaatst: met proeverijen die in elke fase van de uitstap worden aangeboden, van aperitief tot dessert, of met rondleidingen bij de producent zelf. Het feit dat vakkennis wordt gedeeld, maakt het degustatieplezier nog groter. De trajecten werden immers speciaal uitgestippeld zodat ze door de mooiste hoeken van onze landelijke regio lopen en de bijzonderheden van de landbouwpraktijken en de lokale vakkennis en tradities in de kijker plaatsen.

## **BELEVINGSVAKANTIES**

Onze rurale regio's hebben heel wat te bieden voor families of groepen die hun vakanties in de natuur willen doorbrengen maar met extra beleving. Van logies tot activiteiten, er zijn tal van mogelijkheden om de beleving een extra dimensie te geven.

### **Logies voor een rurale belevingsvakantie**

Alles begint uiteraard met het uitkiezen van een logies midden in de natuur of op een onverwachte locatie:

- boomhutten
- glampingtenten
- pods
- huisjes op een wijndomein
- een kamer op de boerderij
- een basic huisje zonder elektriciteit...

Behalve de keuze van het logies, dragen diverse activiteiten ook bij aan de unieke beleving. En dat kan van op en top actief tot helemaal zen:

### **Activiteiten voor een actieve vakantie:**

- boerderijen waar je kan meehelpen: dieren verzorgen, koeien melken, groenten, fruit of bloemen plukken...
- druiven plukken op een wijndomein
- hop telen bij een hopboer
- workshops: confituur maken met het zelf geplukt fruit, een basiscursus bier brouwen, maak je eigen schapenwol, een workshop pottenbakken, leer zelf brood bakken...

### **Beleving voor rust- en stiltezoekers:**

- wellnessarrangementen met massages
- spa-mogelijkheden
- yogasessies midden in het bos
- een mindfulness-vakantie met diverse sessies om even te deconnecteren van de buitenwereld: de gsm, laptop aan de kant schuiven en genieten van de landschappen, de stilte...

En dat brengt ons bij die andere grote trend: 'slow tourism'. Daar geven we hieronder enkele voorbeelden van.



## SLOW TOURISM

### Wat is het?

We zouden het kunnen omschrijven als de kunst om te reizen en tegelijkertijd rustig de tijd te nemen om je volop te laten doordringen van de natuur rondom je en van de rijkdom van het patrimonium.

Slow tourism is niet echt recent als concept en omvat alle delen van de reis. De bedoeling is dat je "volledig loskoppelt" of "alles loslaat", tijd neemt voor jezelf, (her)ontdekt wat goed leven betekent, door naar de lokale bevolking toe te stappen. Je moet vooral kiezen voor bestemmingen in de buurt en voor zachte, minder vervuulende vervoermiddelen, zoals de trein, de bus of de fiets.

De "slow traveler" houdt van improvisatie en originele ervaringen. In zijn zoektocht naar nieuwe dingen zijn veranderingen en onvoorziene omstandigheden voor hem geen probleem; hij past zijn reis aan naarmate hij nieuwe mensen leert kennen, wat hem een gevoel van zelfstandigheid en zelfs vrijheid geeft, de indruk dat hij uniek is.



### De Westhoek start met 'Unplugged': Unplug!

Unpluggen, verstillen, vertragen, onthaasten. Hoe je het ook noemt, feit is dat niets zoveel deugd doet als stilvallen en even niets moeten. Geen brooddozen vullen, geen facturen betalen, geen vaatwasser legen. Een paar dagen lang kiezen voor jezelf en focussen op jezelf. Geen moetjes, alleen magjes. Gewoon zijn en precies doen waar je zelf zin in hebt, waar jij nood aan hebt.

Met Unplug brengen we bezoekers naar bepaalde plekjes in de Westhoek die bijdragen tot het verstillen en vertragen, zowel in de publieke ruimte als bij private ondernemers. De zorgvuldig geselecteerde logiesadressen zijn de perfecte uitvalsbasis om op de pauzeknop te duwen. Ze bieden verschillende, verstillende activiteiten (mindful wandelen, yoga, fluistervaren, stiltepaden...) die het tot stilstand komen kunnen bevorderen. Elke Unplug-locatie stimuleert je om je tijd te nemen en met volle teugen van je eigen, kleine gezelschap te genieten. Kwestie van echt op te laden en met een leeg hoofd en een vol hart huiswaarts te keren.

Je kan er ook leuke wandel- of fietsroutes aan koppelen, met oog voor de mooie landschappen in de regio.

De gasten boeken rechtstreeks bij de uitbater van het logies. De activiteiten zijn afhankelijk van het logies – elk heeft een individueel aanbod uitgewerkt.

### Slow Food

De gemeente Silly in Wallonie picarde staat bekend om haar engagement tegenover haar lokale producenten, met name via Slow Food. Dit convivium staat voor: tijd nemen om te leven en te consumeren, met respect voor lokale producten en gezonde en seizoensgebonden producten. Het hele jaar door worden tal van acties georganiseerd om deze levensfilosofie te concretiseren.

### Accueil vélo (fietsvriendelijk)

Fietsvakanties passen perfect in de filosofie van slow tourism. Intussen bieden diverse spelers extra diensten aan om de fietsers zo veel mogelijk comfort en veiligheid aan te bieden. Dat is ook de insteek van het "Accueil Vélo"-label. Het voordeel van dit label is dat het niet alleen bestemd is voor de vakantieverhuurders en restaurateurs, maar ook voor de dienstverleners in de toeristische en culturele sector. De meerwaarde? Diensten op maat van de fietstoerist (fietsenhok, reparatiekit, toeristische informatie,

wasmachine, vervoer van bagage, ...).

We zien overigens dat ook nieuwe bedrijven opduiken, die de bezoekers bijvoorbeeld de volgende diensten aanbieden:

- een lokaal waar ze hun fiets voor een bepaalde periode veilig kunnen achterlaten, zoals bij de toeristische dienst van vb. Redon;
- bewaring van bagage in een netwerk van handelaars, restauranthouders of vakantieverhuurders die als partners vermeld staan op een website met online boeking; een voorbeeld is het samenwerkingsnetwerk "NannyBag";
- vervoer van bagage van wandelaars of fietsers van de ene overnachtingsplek naar de nadere, van de ene etappe naar de andere, via "La Malle Postale", "Transbagages" of "Morbihan rando services" bijvoorbeeld;
- in sommige gevallen kan zelfs de fiets mee vervoerd worden, zoals op het kanaal tussen Nantes en Brest. Vermoeidheid, terugkeer naar het vertrekpunt, het traject wat inkorten zijn allemaal mogelijke redenen om van deze service - vervoer van bagage, mensen en fietsen - gebruik te maken.

De doelstelling van deze nieuwe diensten? Reizigers de kans geven om zich vrij, zonder belemmering te verplaatsen, hun bestemming te verkennen en ten volle te genieten van hun beleefverving.

## ECOTOERISME

Ook het ecotoerisme zit duidelijk in de lift. Onderstaande voorbeelden illustreren hoeveel potentieel deze nieuwe vorm van toerisme heeft.

### Your Nature

Your Nature - in het hart van Wallonië, op het Domaine des Bois de Péronnes (in Antoing) - is een ecoresort van een nieuwe generatie die in juni 2022 zijn deuren opende. Op 280 hectaren van volledig beschermd meren en wouden werden 193 exclusieve vakantiewoningen gebouwd om een nieuwe vrijetijdservaring te creëren die helemaal op de natuur is toegespitst. Your Nature gaat voor lokaal, duurzaam en economisch verantwoord: huizen in 100% hout, 100% groene energie, 100% gematigde mobiliteit en natuurgerichte activiteiten. Your Nature is bedoeld voor klanten die willen herbronnen, en geeft voorrang aan een lekkere, evenwichtige en natuurlijke keuken op basis van seizoensgebonden kwaliteitsproducten. Die producten zijn afkomstig van hun netwerk van partners en erkende ambachtelijke vaklui, maar ze worden ook op hun eigen gronden geteeld en geoogst. Your Nature biedt een brede waaier van outdoor activiteiten: wandelen en fietspaden, huurfietsen en -steps om mee op uitstap te gaan en Le Grand Large en de regio te leren kennen.





### Pairi Daiza

Pairi Daiza is heel wat meer dan een zoo. Behalve haar pedagogische rol - aan het publiek de wonderen van de biodiversiteit tonen en mensen sensibiliseren voor het behoud ervan - wil de Pairi Daiza Foundation nog een stap verder gaan: met een aantal programma's voor de bescherming en het beheer van de natuurlijke sites wil ze aan de natuur teruggeven wat die ons heeft toevertrouwd: habitats beschermen, behouden en herstellen; dieren- en plantensoorten weer in hun oorspronkelijke biotoop invoeren; en tot slot het wetenschappelijk onderzoek steunen. Met de nieuwe onderkomens die in 2019 plechtig in gebruik werden genomen, ontwikkelt Pairi Daiza een immersief aanbod, met verblijven in het park. Een nieuwe strategie waarmee de bezoekerservaring zich zo dicht mogelijk bij de dieren situeert, vormt ze de kern van de ontwikkelingsstrategie van de zoo.

Zijn culinaire aanbod mengt de keukens van de wereld, waarbij authenticiteit centraal staat. Het bier van Cambron - pils, witbier, bruin bier en kriel - wordt volgens een oud recept ter plaatse gebrouwen, onder leiding van de specialisten van de Henegouwse brouwerij Dubuisson, die wereldwijde faam geniet.

### Ecoland

Dit park van een nieuwe generatie wil het publiek op een leuke en ludieke manier met uiteenlopende activiteiten sensibiliseren voor slagvaste levenswijzen. In deze ruimte komen mens en natuur in harmonie tot ontwikkeling, dankzij een alternatieve levensfilosofie met meer respect voor de planeet en haar bewoners.

Het park werd gebouwd in Paluel, een dorp ten zuiden van het Franse Arras, op de site van een voormalige camping die niet langer aan de verwachtingen van de klanten voldeed. Ecoland biedt niet alleen ongewone overnachtingsoorden (een ingerichte zeecontainer, een tiny house, een tipi, een joert, een wigwambubbel, een kerterre (woning van Bretoense origine), 15 percelen voor een tent, caravan of camper, een microboerderij) maar ook een brede waaier van activiteiten:

- bezoeken aan de Ecoland-site (miniboerderij, tuin met permacultuur, ongewone en milieuverantwoorde logeerplekken).

- voor de jongsten, activiteiten als leerling-veehouder, knuffels maken van schapenwol, een plantenrally of een eco-lanta.
- participatieve en experimentele werven, zoals de bouw van een kippenhok van pleisterspecie of een zonnedroger. Regelmatig worden ook concerten gehouden met artiesten uit de regio.
- seminars van bedrijven die hun eerste stappen zetten in de ecoconstructie of andere activiteiten in verband met milieubewustzijn.
- ook sportactiviteiten zijn mogelijk: fietsen of een bootje huren om te genieten van de moerassen in Paluel, tegenover Ecoland. Verder lopen in de buurt van de site ook een aantal wandelparcours.

Ecoland is een unieke plek om op één lijn met de natuur te genieten van je vakantie!

## VERSCHILLENDE ACTIVITEITEN VOOR VERSCHILLENDE GENERATIES

Daar waar de tendensen van lokaal toerisme, duurzaam toerisme, slow tourism, enz. elkaar kruisen, ontwikkelen almaar meer landelijke ondernemers (boerderijen, brouwerijen, logies, ...) hun activiteit door verschillende extra-diensten aan te bieden die aansluiten bij hun hoofdactiviteit.

Een voorbeeld: boerderijen combineren landbouwactiviteiten (veeteelt, groenteteelt, enz.) en niet-landbouwactiviteiten (winkel, rondleidingen, workshops... Door deze diversifiëring richten ze de schijnwerpers op het boerderijberoep, sporen ze het publiek aan om producten uit de buurt te kopen en brengen ze de consumenten tot bij de producenten enz. Op die manier kunnen ze ook hun inkomsten doen toenemen. Bovendien vinden alle leden en generaties van de familie er hun gading en delen ze vele aangename momenten.

### **Familieboerderij Beun in Saint-Marie-Cappel, aan de voet van de Kasselberg**

Deze boerderij, waar geiten en runderen gefokt en groente geteeld worden, evolueerde generatie na generatie en produceert nu niet alleen kaas, maar sinds recent ook ijs van

schapenmelk; in de boetiek zijn zowel eigen producten als producten uit de streek en de regio te koop. In de geitenstal kunnen bezoekers zien hoe de geiten gemolken worden en hoe de kaas wordt gemaakt,... In de zomer van 2022 werd nog een nieuwe en originele activiteit gecreëerd: een zomerse escape game in een maisdoolhof, waar gezinnen ook gigantische gezelschapsspellen kunnen spelen, met een gocart kunnen rijden...

### **Kruidenierszaak en brasserie Les Bio Monts in Berthen**

In haar kruidenierszaak in een nieuw houten gebouw verkoopt Sophie Béckary biologische en lokale producten, voedingswaren en ambachtelijke producten. En in de restaurantruimte, het theesalon en op het terras serveert ze huisbereide gerechten met seizoensproducten. Buiten is een speeltuin voor de kinderen en een petanquebaan. De plek kreeg ook het label "Accueil vélo" en ligt op het fiets- en wandelknooppuntennetwerk en het traject van de wandelingen met ezel.

## Tips en goede praktijken op basis van het coachingtraject



# 1. BEGELEIDINGSTRAJECT NAAR RESTAURATEURS

## Inleiding

Doorheen het project werden **drie coachingtrajecten** georganiseerd:

- een begeleidingstraject naar **restaurateurs** om zowel **korte keten** producten letterlijk op de kaart te zetten als om andere relevante thema's zoals **marketing en management** te verdiepen;
- een begeleidingstraject naar **streek- en hoeveproducenten** rond **storytelling, verpakking en winkelinrichting**;
- een begeleidingstraject naar **alle actoren uit de toeristische sector**, van restaurants tot producenten, van logiesverstrekkers tot Diensten voor Toerisme en van musea tot attracties. Thema's hier waren **interieurinrichting, yieldmanagement, commerciële strategie, online reserveren en verkoop en tot slot retail design**.

In dit hoofdstuk geven we een overzicht van de adviezen die de diverse experts en coaches gaven tijdens de collectieve en individuele begeleiding doorheen het project. We zijn ervan overtuigd dat iedereen die actief is in de sector er inspiratie uit kan putten en 'best practices' van andere actoren of andere regio's kan toepassen op de eigen activiteiten.

Kijk voor de volledige presentaties zeker ook op [www.interreg-ruralite.eu](http://www.interreg-ruralite.eu)

## CULINAIRE COACHING

door **Bert Recour**

### Maak je kaart niet te groot

Beperk het aanbod en werk met verse producten. Zorg voor voldoende afwisseling (bv. om de 6 weken) of werk met suggesties.

### Werk met streekproducten

Hierdoor gaan gasten jouw zaak associëren met een streek. Als ze deze streek bezoeken, gaan ze automatisch aan jouw zaak denken.

### Maak van het gerecht dat je het liefst klaarmaakt je signature dish

Kies hiervoor een hoofdingrediënt dat het ganse jaar voorradig is. Verander eventueel de garnituren per seizoen. Dit gerecht wordt je "huismerk".

### Vermijd stress in de keuken

Minder stress komt jouw gast, jouw personeel en jezelf ten goede. **Maak "eiersausen" met behulp van een sifon.**

Zo gebruik je minder eieren, is de saus gedurende de ganse service top en op smaak.

### Gaar vlees op voorhand met behulp van de nieuwe technieken

Zo wordt het vlees veel malser en bewaart het veel langer.

### Gaar je groenten per portie vacuüm

Zo bewaren ze veel langer en hebben ze meer smaak, terwijl jij je kan concentreren op andere zaken tijdens de service. Bovendien bewaar je een beter overzicht van je stock.

### Allergenen zijn geen straf, maar een uithangbord

Maak recepten of gerechten aangepast aan de noden van vandaag, bv. een vegan gerecht, een nagerecht zonder suiker, zonder gluten, zonder lactose...



CULINAIRE COACH  
Bert Recour

Beperk het aanbod  
en werk met  
verse producten.

# MARKETING

door **Koen Hardeman**

## **Circulariteit**

Denk na hoe je 'waste' kan omzetten als ingrediënt. Zo kan je wijnrestjes gebruiken om een eigen vermout maison te maken.

## **Ecologisch ondernemerschap**

Toon aan jouw gasten dat je als ondernemer alvast denkt aan de toekomst. Communiceer de groene maatregelen die jij al trof.

## **Beleving**

Laat jouw gasten participeren in jouw onderneming, door bv. tips en adviezen te verzamelen over muziek/interieur/events...

## **Automatisatie**

Door bijvoorbeeld je menukaart te digitaliseren, kan je tijd én geld winnen. Denk ook na over welke andere zaken je kan automatiseren of digitaliseren (bv. reservatiesysteem).

## **Partnerships**

Communiceer over jouw leveranciers en zelfs over jouw conculega's.

## **Sympathiek imago**

Communiceer over jouw fundraising-initiatieven.

## **Unieke (eigen) identiteit**

Ongeacht wat je doet, zorg ervoor dat het uniek is, iets dat dicht bij jouw persoonlijkheid staat, waar je passie voor voelt!

MARKETING COACHING  
**Koen Hardeman**



# MANAGEMENT

door **Olivier Willaert**

## **Tijd, tijd, tijd**

Beschouw management als het recept voor succes. Maak tijd vrij om te 'koken' aan je bureau. Zorg voor een goed timemanagement!

## **Meten is weten**

Data is de sleutel tot succes. Je kassa weet wat je verkoopt, koppel dit nu nog aan wie je verkoopt, wanneer je dit product verkoopt, enz. en ga met die gegevens aan de slag.

## **De sterkte van je concept**

Bepaal niet alleen wat je doet in je zaak, maar zeker ook wat je niet doet. Welke diensten behoren niet tot je concept?

## **Duurzaam en lokaal ondernemen is het heden en de toekomst**

Mis je afspraak met de toekomst niet.

## **Weet wat je niet weet**

Volg cursussen, leer bij, blijf in contact met je collega's en de wereld.

MANAGEMENT COACHING  
**Olivier Willaert**





## 2. BEGELEIDINGSTRAJECT NAAR STREEK- EN HOEVEPRODUCENTEN



# STORYTELLING

door **Yéza Lucas**

Storytelling is de kunst om verhalen te vertellen, om de werkelijkheid in een romanvorm te gieten (zonder ze diepgaand te wijzigen) en ze zo aantrekkelijker te maken. In de bedrijfswereld gebruiken merken storytelling om zich via een uniek relaas van de concurrentie te onderscheiden. Storytelling schept tevens een emotionele band met de doelklant om hem te raken en de aankoopdaad te bevorderen.

- **dankzij een uniek menselijk verhaal**

publiceer inhoud die je bedrijf een menselijk gelaat geeft: richt de schijnwerper op je team, op de coulissen van je bedrijf, enz.

- **dankzij een uitgesproken expertise en vakkennis**

publiceer inhoud (artikels, video's, posts op sociale netwerken) over je expertisedomein en knowhow

- **dankzij een duidelijke sociale vaardigheid (meningen, getuigenissen)**

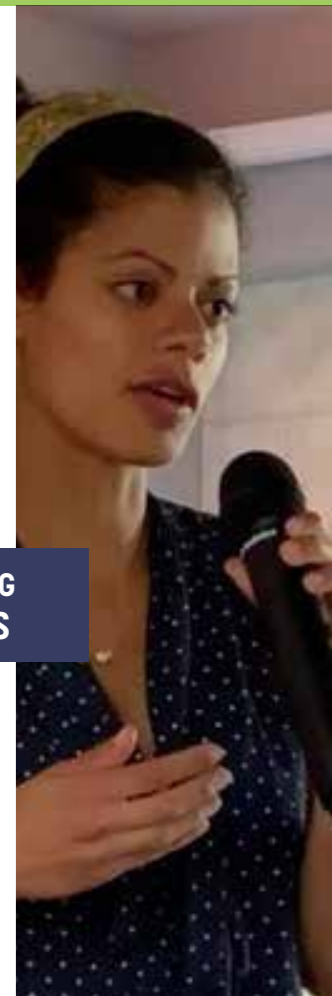
zet je "sociale vaardigheid" kracht bij en verzamel meningen/likes:

- geautomatiseerd, bv. met tevredenheidsformulieren
- gepersonaliseerd, bv. via een rechtstreeks bericht aan je klanten
- dankzij een duidelijk engagement op de sociale netwerken, bv. wedstrijd

**De checklist met 5 punten voor een goede storytelling**

- Je bedrijf moet **inspireren**: emotionele impact van het "bedrijfsrelaas" op de consument, bijzonder verhaal, ...
- Je bedrijf moet **vertrouwen inboezemen**: meningen van klanten, artikels in de pers, vakkennis (labels, traceerbaarheid, ...)
- Je bedrijf moet **raken**: je punchline/slagzin moet een weerspiegeling zijn van wat je verkoopt, en moet verwijzen naar iets onweerstaanbaars, iets wat de consument aantrekt (waardepropositie)
- Je bedrijf moet **leven**: proactief op de sociale netwerken, inzicht in de coulissen van het bedrijf
- Je bedrijf moet **transparant** zijn: herkomst van de producten, traceerbaarheid, label, ...

STORYTELLING  
Yéza Lucas



# VERPAKKING

door **Joyce Buysse en Nina Deveen** - AM Norman

## **Keuze verpakkingsmateriaal**

De keuze van het materiaal zal de verwerkbaarheid, je machinepark, de houdbaarheid van de producten, de prijs en de kwaliteit bepalen!

## **Wetgeving & vereisten**

Volg de evoluties vanuit de markt want die is continu 'in beweging'.

## **Duurzaamheid wordt steeds belangrijker**

Bioplastics vormen – door hun prijs & beschikbaarheid – een bottleneck. Vandaag wordt meer ingezet op circulaire verpakkingen (recycleerbaar).

## **Wat mag de consument wel of niet**

Is je verpakking niet geschikt voor de microgolf of diepvries? Vermeld het dan duidelijk op de verpakking.

## **Zorg dat het visuele concept van de verpakking niet nadelig is voor de houdbaarheid**

Wist je bijvoorbeeld dat een transparante verpakking de oxidatie bevordert?

## **Klanten kopen met hun ogen**

De verpakking is ook de ideale drager om de troeven van je product of je unieke verhaal in de kijker te zetten.

## **Op elk potje past een dekseltje**

De tijd van het klassieke gezinnetje als enige samenlevingsvorm is al lang voorbij. Voorzie ook verpakkingen voor singles of net grote family packs voor nieuw samengestelde gezinnen.

## **Kant-en-klaar voor wie het druk, druk, druk heeft**

Niet iedereen staat graag uren in de keuken (of heeft er de tijd voor). Voorzie kant-en-klaare verpakkingen waarbij het gerecht in de verpakking opgewarmd en opgegeten kan worden.

## **Bulk is hot**

Verpakkingsvrije winkels zitten in de lift. Misschien kan jij ook jouw producten in bulk verkopen?

VERPAKKING  
**Joyce Buysse en Nina Deveen**



# WINKELINRICHTING

door **Bavo Goos**

## Tips voor een wervende winkelinrichting

### **Optimaliseer de bereikbaarheid, herkenbaarheid en vindbaarheid**

Je locatie kan je niet veranderen, je vind- en zichtbaarheid wel! Hoe goed is je winkel vanaf de weg te herkennen? Is er voldoende parkeergelegenheid? Is de naam goed zichtbaar gecommuniceerd?

### **Een sterke etalage trekt nieuwe klanten aan en zal bestaande klanten meer doen kopen.**

Hoe sterk is je etalage? Geeft de etalage een correct beeld van de stijl van de zaak? Hoe is de stopkracht van de etalage? Hoe is de weergave van het winkelaanbod in de etalage?

### **Shop in je eigen winkel door de ogen van je klanten**

Schenk aandacht aan de lay-out van je winkel. Zijn de productsoorten bij elkaar geplaatst? Op merk, productsoort of anders? Is de looplijn of winkelroute duidelijk en logisch? Welke vragen krijg je geregeld? Dat zijn tekenen aan de wand. Welke verbeteringen kan je doorvoeren? Door je klanten tijdens het shoppen in de winkel te observeren, kom je heel wat te weten.

WINKELINRICHTING  
Bavo Goos



### **Zorg voor sfeer en uitstraling**

Is de sfeer in de winkel aangenaam? Ziet de winkel er verzorgd uit? Presenteert de verkoper zich op een gastvrije manier? Hoe is de bedrijfskleding? Netjes en representatief? Worden er sfeerverhogende middelen zoals geur, muziek en kleur gebruikt? Of speciale materialen? Hoe is de verlichting? Hoe is de temperatuur in de winkel? Zijn de schappen goed aangevuld? Zijn de producten duidelijk geprijsd? Sluit de kleding van de verkoper aan op de huisstijl? Zien de producten er goed onderhouden uit?

### **Prijzen aanduiden**

Duidelijke prijzen zorgen letterlijk voor duidelijkheid bij de consument. Niet iedereen vraagt graag een prijs: de afwezigheid van een prijs vergroot de kans dat ze iets niet kopen. Op een prijskaartje kan je extra interessante informatie delen zoals herkomst van een product of vermelden dat het over een tijdelijke aanbieding gaat.

### **Actief durven adviseren leidt tot een betere verkoop**

Stel je gastvrij op en wees aanspreekbaar in de winkel. Verlaag de drempel en ga actief het gesprek aan met de mensen. Stel actief vragen om te weten wat er echt speelt en wat ze willen en zoeken. Zo kan je hun gericht advies geven. Net door te adviseren en te helpen, bereik je meer verkoop of verkoop je extra producten.

### **Haal alles uit je kassarimte**

De ideale plek in de winkel om mensen die even stilstaan aan te zetten tot extra aankopen (= impulsaankoop). Durf hiermee te experimenteren. Door bepaalde producten aan de kassazone in de kijker te zetten

### **Maak de link naar online**

Breng je winkel regelmatig in beeld op je sociale media. Vertel over de kleine en grote veranderingen die je doet en toon vooral hoe leuk het winkelen is. Toon je promoties in de winkel? Vertel er dan online over. En omgekeerd ook: zorg je dat nieuwigheden die je op je socials toont ook duidelijk vindbaar en zichtbaar zijn in de winkel. Idem dito voor de webshop. Website, socials, webshop en winkelvloer vertellen 1 verhaal.

### 3. BEGELEIDINGSTRAJECT NAAR DE BREDE TOERISTISCHE SECTOR

INTERIEURINRICHTING  
Julie Hornez

## INTERIEURINRICHTING

door **Julie Hornez**

Het imago van de onderneming van de professional in de toeristische sector wordt in eerste instantie bepaald door de manier waarop de locatie ingericht is! De inrichting moet in één oogopslag de sfeer weergeven en laten zien welke service de klant mag verwachten. Het is fundamenteel dat je je onderscheidt van de concurrenten, om hun klanten aan te trekken en voor je te winnen en om je omzet te ontwikkelen.

Klanten hebben nog geen  
**60** seconden tijd nodig  
om een mening te vormen.

De inrichting speelt dan ook een doorslaggevende rol. Een voorbeeld: nog vóór we de gerechten van een restaurant proeven, moeten we er binnenstappen omdat de plek ons aantrekt.

De inrichting moet de sterke punten van de zaak in de kijker plaatsen zodat de klant er onmiddellijk in wordt opgenomen.

#### **De persoonlijkheid van de klanten kennen**

Welke boodschap wil je uitstralen, welke sfeer wens je aan je etablissement te geven? Cocooning, eigentijds, trendy, vintage, enz.?

#### **Ontdekken en begrijpen welke service en/of welk product er wordt verkocht**

Welk type van restaurant? Welk type van overnachting? Welk cultuuroord? Voor welke prijs? ...

#### **De interieurinrichting moet overeenstemmen met de aangeboden service opdat de "belofte" die aan de consument wordt gedaan, van a tot z wordt nagekomen.**

- gebruik de kleur van een cementtegels op de vloer ook op de muur
- laat het houtwerk met gepaste verlichting tot zijn recht komen
- combineer op een subtiele wijze oud en eigentijds meubilair
- bedek een muur met behangpapier om een aparte ruimte te creëren
- schilder het plafond van een open keuken zo, dat die ruimte visueel onderscheiden kan worden
- zoek naar decoratieve accessoires die aansluiten bij de gekozen stijl (boheems, industrieel, vintage, enz.)

**Elk detail telt!**

# YIELDMANAGEMENT VOOR KLEINSCHALIGE LOGIES

door **Filip Nicasi**

Yield- of revenuemanagement betekent dat je het juiste product gaat verkopen:

- op het juiste moment
- tegen de juiste prijs
- aan de juiste klant

met als doel op lange termijn marge (yield) te optimaliseren.

Belangrijk hierbij is dat het fair moet aanvoelen bij de (potentiële) gast.

**Je kan je inkomsten verhogen door:**

- verschillende prijzen te hanteren
  - voor een verschillend aanbod
  - voor een identiek aanbod
- een minimale verblijfsduur te verplichten
- verschillende annulatievoorwaarden te hanteren (afhankelijk van moment van annulatie)



**Filip Nicasi**

- je prijzetting aan te passen aan:
  - het moment van het boeken
  - het type gast (doelgroep?)
  - de verwachte drukte op het moment van verblijf
  - het huidige boekingsniveau t.o.v. verwacht boekingsniveau op dit moment
  - het boekingskanaal

**Metten is weten!**

Als logiesverstrekker is het essentieel te weten:

- wat jouw drukste momenten van het jaar zijn
- welke momenten het langst op voorhand volzet zijn
- welk(e) (type) events een echte impact op jouw bezetting hebben

**Onbekend is onbemind**

Gebruik boekingswebsites om gevonden te worden en zo:

- rechtstreekse boekingen te genereren
- meer marge te behalen dan via de externe boekingskanalen

# COMMERCIELE STRATEGIE & RETAIL DESIGN

door **Eric Yven**

Retail Design is wat de klant uit zijn luie zetel haalt en hem naar verkooppunten / winkels brengt.

**De pijlers:**

- Klantentraject
- Customer experience
- Visuele communicatie (logo /signalisatie)
- Design/sfeer met kleur en materialen
- Commerciële architectuur
- Merchandising

## 10 trends

1. Storytelling
2. Interactieve aankoopervaring
3. Technologie zorgt voor een innovatief Retail Design
4. Rendre son lieu « Instagramable »
5. Intégrer la durabilité dans la conception
6. Transmettre le sens de l'artisanat et du terroir
7. Minimalistisch design in de commerciële ruimte
8. Licht, luchtig en kleurrijk
9. Digitaal: baksteen en mortel gecombineerd met het digitale (in de fysieke wereld ondersteun en verbeter je de analoge beleving met digitale technologie)
10. Een gezamenlijke ontwerpaanpak



**Eric Yven**

# ONLINE RESERVEREN EN VERKOOP

door **Olivier Willaert**

## 11 tips voor een goede website

### 1. Beschouw je website als het vertrekpunt voor je online verhaal

Wees eigenaar van je eigen domeinnaam, zorg dat je makkelijk zelf teksten en foto's kan veranderen, dat je zelf pagina's kunt creëren, denk aan look & feel van je site (kleuren, lettertypes, branding), enz.

### 2. Eerst je website daarna pas je social media

Liever enkel een goede website en geen Facebook, Instagram, LinkedIn, enz. dan een slechte website, een Facebook waar je niets op post, een Instagram waar je geen paswoord meer van kent, enz.

### 3. Vertel niet wat je in de aanbieding hebt, breng in beeld wat het voordeel voor de gast is

In plaats van een saaie opsomming van kamers, bedden, badkamers en een beschrijving van het logies maak je een verhaallijn voor de gast: waarom moet de gast bij jou verblijven, wat zijn de voordelen van jouw logies voor de gast, wat kan de gast beleven, hoeveel wandelwegen, fietsroutes, musea en attracties liggen bij je logies.

### 4. Teksten zijn belangrijk, foto's & video's versterken de tekst

Plaats bijvoorbeeld bij de alinea over 'de wellness' ook beeldmateriaal van die bewuste 'wellness'.

### 5. Zorg ervoor dat alle informatie op je homepage te vinden is

Voor de meerwaardezoeker creëer je nog meerdere pagina's waar dezelfde info, eventueel uitgebreider, terug te vinden is.

### 6. Call to action

Alles wat op je website en social media verschijnt, moet tot doel hebben te verkopen, omzet te maken en liefst nog winst ook! Hoe makkelijk ben je boekbaar? Gasten willen instant boeken en een bevestiging krijgen. Een aanvraagformulier is niet meer van deze tijd.

### 7. Lay-out van de site: eenvoudig en doeltreffend

Telefoonnummer en mailadres rechtsboven, logo linksboven, homepaginaknop zit onder het logo en wordt niet meer afzonderlijk vermeld, menubalk boven en onderaan de website, call-to-action zoals reservatieknop en telefoonnummer moeten verschillende malen op de site terug te vinden zijn. Integratie van 'Google Maps' op de homepage en contactpagina, enz.

### 8. Integreer video in je site

Je kan ook video integreren door eventueel een snelkoppeling naar je eigen YouTube kanaal te plaatsen. Zorg er dan wel voor dat er meerdere video's op je eigen kanaal staan. Vimeo is een beter alternatief maar betalend.

### 9. Statistieken, statistieken, statistieken

Kijk, volg en bestudeer je Google analytics.

### 10. Maandelijks even de 'Google gerelateerde zoekopdrachten' en 'Google trends' raadplegen kan de moeite lonen

Gebruik nieuwe zoekwoorden, nieuwe trends als benaming van je foto's. Zo bieden ze een meerwaarde aan je website.

### 11. Maak werk van je 'Google Bedrijfskolom'

Claim je bedrijfskolom en zorg dat alle informatie up-to-date is. Voor veel mogelijke gasten is dit het begin van hun online ervaring met jouw logies.



Olivier Willaert

# Recepten van onze chefs



Jean-Pierre Debailleul



## Recept 1 | Variatie op witloof met spek van Vlaamse bodem

door **Jean-Pierre Debailleul** van restaurant **Bienvenue chez Nous** in Bergues  
[www.restaurant-bienvenuecheznousbergues.com](http://www.restaurant-bienvenuecheznousbergues.com)



### VOORGERECHT

#### Ingrediënten (4 pers.)

- 8 stronkjes witloof van Looberghe
- 1 heel verse sinaasappel
- 200 g boter uit Killem
- 8 sneden spek uit Staden

Kies voor mooi wit en zeer vers witloof van Looberghe.

#### Bereiding

- Het witloof : laat het witloof samen met het verse sinaasappelsap en de boter uit Killem gedurende 7 uur op een zacht vuurtje koken.

- De witloofpuree met spek : bak het witloof met boter in een pan, samen met het spek uit Staden; mix vervolgens met de blender.
- Schik op een bord en werk af met enkele groene witloofblaadjes.

#### Tip

Serveer bij dit gerecht het blonde bier **St. Bernardus Tripel** van brouwerij St. Bernardus in Watou (Westhoek).

#### Streekproducenten in de kijker

- **Ferme Govart in Looberghe**, producent van **witloof** en andere **boerderijproducten**, naargelang van het seizoen. Tel.: +33 (0)3 28 29 82 97
- **Ferme Ronckier** in Killem verwerkt al meer dan veertig jaar de melk van haar Montbéliarde-koeien tot **boter, kaas, yoghurt en ijs**. Tel.: +33 (0)3 28 68 30 97 [www.facebook.com/fermeronckier/](http://www.facebook.com/fermeronckier/)
- **Brasserie St. Bernardus** in Watou voor het **bier**. Tel.: +32 (0)57 38 80 21 [www.sintbernardus.be](http://www.sintbernardus.be)

## Recept 2 | Rodekool met azijn, parmezaan, verse room, mandarijnvinaigrette, pijnboompitten

door chef **Solène Elliott**, van het Hôtel de la Plage in Audresselles  
[www.un-chefalamaison.be](http://www.un-chefalamaison.be)



### VOORGERECHT

#### Ingrediënten (4 pers.)

- 180 gerookte schelvis
- 200 g rodekool
- 3 eetlepels olijfolie (olie van Nyons)
- 1 mandarijn
- 3 eetlepels wijnazijn
- 40 g parmezaan D.O.P.
- 20 g pijnboompitte
- 4 eetlepels volle room

#### Bereiding

- Snijd en was de rodekool en fruit hem met een eetlepel olijfolie in een (braad) pan. Laat 4 à 5 minuten stoven zodat de kool knapperig blijft; blus met drie

eetlepels wijnazijn. Laat hem afkoelen.

- Rooster de pijnboompitten gedurende 5 minuten op 190° tot ze kleuren.
- Snijd de gerookte schelvis in blokjes van één centimeter groot. Houd de vis apart.
- Mandarijnvinaigrette: meng de zeste van de mandarijn met 2 eetlepels olijfolie, voeg het sap van de geperste mandarijn toe, alsook een snuifje zout en een draai van de pepermolen.
- Maak schaafkrullen van de parmezaan; dit doet u best zelf zodat ze heerlijk dun zijn. Gebruik een dunschiller tot u ongeveer 40 g schaafkrullen hebt.
- Presentatie: leg een uitsteekvorm in het bord en schep daarin één eetlepel verse room. Voeg de gerookte schelvis toe, bestrooi met peper en druppel er

een beetje mandarijnvinaigrette over.

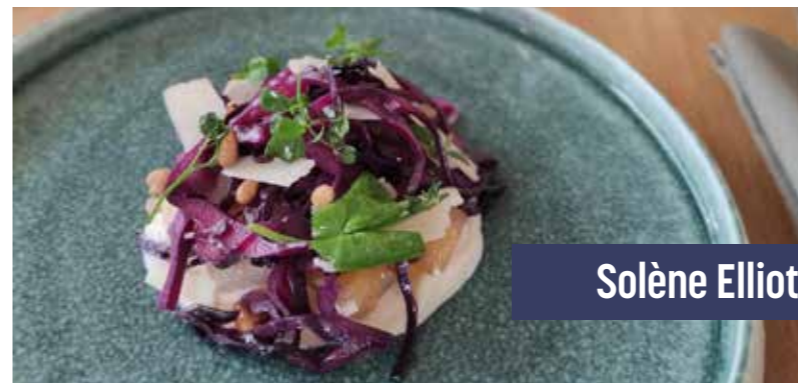
- Voeg de afgekoelde (of lauwe) pijnboompitten toe.
- Schik de afgekoelde rodekool met azijn over deze bereidingen en maak laagjes met schaafkrullen van parmezaan (verwijder wat braadvocht; dep de kool droog met keukenpapier als dat nodig is). Eindig met enkele verse kruiden met een beetje olie (kervel, erwenscheuten,...).

#### Tip

Serveer met het **bier '2 Caps'** uit Audinghen.

#### Streekproducenten in de kijker

- **Etablissements JC David in Boulogne/mer: de gerookte schelvis.** De Établissements JC David getuigen van een buitengewone vakkennis en baseren al hun gezouten en gerookte zeeproducten op een ambachtelijk en natuurlijk procedé van de wvoorouders.  
+33 (0)321 87 38 31  
[www.jcdavid.fr/produits-poissons-fumes-haddock](http://www.jcdavid.fr/produits-poissons-fumes-haddock)



Solène Elliott





## Recette 3 | Kaviaar met zoete aardappel met boekweit

door **Florent Ladeyn** van de **Auberge Du Vert Mont** in Boeschèpe  
[www.vertmont.fr](http://www.vertmont.fr)



### VOORGERECHT

#### Ingrediënten (4 pers.)

##### Boekweitcrackers:

- 100 g boekweitmeel
- 100 g gesmolten boter
- 100 g eiwit
- 1 koffielepel zout

##### Kaviaar van zoete aardappel:

- 400 g zoete aardappelen
- 80 g camelina- of koolzaadolie
- 50 g bier-, kruiden- of appelazijn

##### Chilimayonaise:

- 1 eigeel
- 80 g chili-olie
- 70 g zonnebloemolie
- 1 koffielepel azijn

#### Bereiding

##### Crackers

- Meng de ingrediënten en laat afkoelen.
- Spreid het deeg fijn uit op een harsdoek (tot rechthoekjes of tot één groot vel, dat als het gebakken is, in stukjes wordt gebroken).
- Bak gedurende 20 minuten op 160°.

##### Kaviaar

- Zet de zoete aardappelen schoongeborsteld en ongeschild in een oven op 180° en dat gedurende minstens 45 minuten, tot ze zacht aanvoelen.
- Snijd ze open, schraap de aardappelen uit hun schil, laat afkoelen en

mix het geheel met de camelina- of koolzaadolie en de bier-, kruiden- of appelazijn.

- Voeg zout toe.
- Maak mayonaise.

Spuit de kaviaar van zoete aardappel met een spuitzak op de boekweitcrackers en voeg dan wat chilimayonaise toe.



#### Tip

Gebruik voor de afwerking een **seizoenskruid** (bijvoorbeeld rode klaverzuring).

#### Streekproducenten in de kijker

##### • **Les jardins du Noote Boom** in Bailleul

Bertrand en Louise hebben een grote **biologische groentekwekerij** in een gehucht van Bailleul; ze verkopen hun producten rechtstreeks op markten en aan lokale restauranthouders of in de vorm van “La mère Lou”-producten, die ze op de boerderij vervaardigen.

+33 (0)6 46 58 86 37 / +33 (0)6 13 10 03 28  
[www.jardins-nooteboom.bio](http://www.jardins-nooteboom.bio)

##### • **Ferme Moreel** in Sec Bois (Vieux-Berquin)

Céline en Benoît produceren en verkopen zelf hun **biologische melkproducten** in korte keten.

+33 (0)6 20 95 09 88 - [www.lecourtcircuit.fr](http://www.lecourtcircuit.fr)

##### • **Ferme du Duneleet** in Leffrinckoucke

**Hartige kruidenierswaren** en bereide gerechten van producten die de familie op de boerderij geteeld en verwerkt heeft.

+33 (0)9 64 38 79 07 - [www.blog.lecourtcircuit.fr/portrait-ferme-duneleet](http://www.blog.lecourtcircuit.fr/portrait-ferme-duneleet)

##### • **Ferme des Bios Œufs** in Calonne-sur-la-Lys

**Biologische pluimveehouder** met het certificaat “biologische landbouw”

+33 (0)6 27 35 06 35



Florent Ladeyn

## Recept 4 | Asperges op z'n Vlaams

door **Antonin Maresciano** van **L' Auberge** in Caëstre  
[www.laubergecaestre.com](http://www.laubergecaestre.com)



### VOORGERECHT

#### Ingrediënten (4 pers.)

- 10 groene asperges van Nieppe
- 1 ei
- 50 g gerookte haringkuit
- 200 g forel van de Artois
- 200 g grof zout
- 200 g suiker
- koolzaadolie
- ciderazijn
- mosterd van Dijon
- zout & peper

#### Bereiding

- Bedek het stuk forel met een homogeen mengsel van peper en zout

- en leg het gedurende 12 uur in de koelkast; spoel het daarna af en dep het droog. Houd koel.
- Schil de asperges (2 per pers.), doe ze in kokend water en laat 5 à 6 min. garen. Controleer met de punt van een mes of de asperges klaar zijn; dompel ze in koud water om het kookproces te stoppen.
- Kook een ei gedurende 10 min. Laat het ei afkoelen en plet het met een vork (gehakt hardgekookt ei).
- Voeg wat gerookte haringkuit toe.
- Maak een lichte vinaigrette met koolzaadolie. Breng het fijngehakte ei met de haringkuit op smaak.
- Snijd de forel in grove stukken.
- Schraap de asperges met een

dunschiller en dompel ze in ijskoud water zodat ze krullen.

#### Tip

Serveer met **"nouvelle bière"** van 3 Monts in Saint-Sylvestre-Cappel.



#### Streekproducenten in de kijker

- **La ferme du pont d'Achelles** in Nieppe  
Verkoop van **verse kwaliteitsgroenten**, rechtstreeks op de boerderij (en online).  
+33 (0)3 20 48 60 63  
[www.lafermedupontdachelles.fr](http://www.lafermedupontdachelles.fr)
- **JC David in Boulogne-sur-Mer**  
De Établissements JC David getuigen van een buitengewone vakkennis en baseren al hun **gezouten en gerookte zeeproducten** op een ambachtelijk en natuurlijk procedé van de voorouders.  
+33 (0)3 21 87 38 31 - [www.jcdavid.fr](http://www.jcdavid.fr)

**Antonin Maresciano**



## Recept 5 | Patina van poonfilets met broccoli

door **César Demarez**, chef-bakker van het driesterrenrestaurant 'Le Château du Mylord' in Ellezelles - [www.mylord.be](http://www.mylord.be)



### HOOFDGERECHT

#### Ingrediënten (6 pers.)

3 stronken broccoli / 5 eieren / 600 g poonfilets (fleeer zelf of laat uw vishandelaar dat doen) / 3 takjes verse lavas / ½ bos verse koriander / 1 koffielepel droog bonenkruid / 1 middelgrote droge ui / 3 dl droge witte wijn / 2 dl olijfolie / 1 dl azijn / garum (vissaus)/ peper van de molen

#### Bereiding

- Maak de broccoli schoon. Blancheer hem gedurende 2 à 3 minuten in kokend water met zout, zonder deksel

- zodat hij zijn mooie groene kleur behoudt. Laat hem uitlekken en afkoelen.
- Hak de ui fijn. Braad hem op een zacht vuurtje in 1 dl olijfolie. Haak de lavas, de koriander en het bonenkruid zeer fijn. Voeg toe aan de ui in de pan. Blus met 1,5 dl witte wijn en een beetje garum.
- Gaar de broccoli en hak hem dan fijn. Bewaar enkele mooi groene tuitjes voor de afwerking.
- Doe de fijngehakte broccoli en het mengsel van ui en kruiden in de los geklopte eieren. Meng goed. Breng zo nodig op smaak (peper, garum). Giet het geheel in een ovenvaste schaal.
- Verwarm in een pan 1 dl olijfolie en braad de poonfilets aan. Blus vervolgens met de rest van de witte wijn

- (1,5 dl) en de azijn. Breng op smaak (peper, garum).
- Leg de filets op de broccoli en besprenkel met het braadvocht. Zet de schaal in de oven op een zacht vuurtje, tot het gerecht de consistentie heeft van flan (ongeveer een half uur).
- Zodra u de schotel uit de oven haalt, strooit u er peper van de molen over; werk af met de tuitjes broccoli die u apart hebt gehouden. Serveer onmiddellijk.



#### Tip

Serveer met de witte wijn 'Koolwitje' van het wijndomein d'Hellekapelle.



César Demarez

### Streekproducenten in de kijker

#### • d'Hellekapelle (B)

Dit kleine familiebedrijf heeft **Chardonnay, Pinot Noir en Pinot Auxerrois** - niet meteen de eenvoudigste keuze van wijnstokvariëteiten, maar wel de belangrijkste garantie om kwaliteitswijn te produceren. Het bedrijf werkt duurzaam en met respect voor de natuur. De bodem wordt mechanisch bewerkt. Zo kan de natuur optimaal haar werk doen. De druiven worden pas (met de hand) geplukt als de tijd en de druiven rijp zijn ...  
+32(0) 57/20.24.83  
[www.wijngoedhellekapelle.be](http://www.wijngoedhellekapelle.be)



## Recept 6 | Risotto met escargots, knapperige jonge spinaziescheuten, jus à la patinette

door **Frédéric De Brackeleer**, Un Chef à la maison  
[www.un-chefalamaison.be](http://www.un-chefalamaison.be)



### HOOFDGERECHT

#### Ingrediënten (4 pers.)

##### De risotto:

- 300 g arboriorijst
- 1 ui
- 1 l groentebouillon
- 15 cl droge witte wijn
- 400 g spinazie
- 125 g mascarpone
- 50 g parmezaan
- 30 cl room
- olijfolie
- zout & peper

**De afwerking:** 1 sjalot / 15 cl volle en zachte witte wijn / een twaalftal escargots van La Colme (F) (minimum) / 40 g boter / 1 teentje look / 1 eetlepel fijngehakte peterselie / olijfolie / zout & peper

#### Bereiding

- Was de spinazie, zwier hem droog en verwijder de hoofdnerf. Laat de spinazie slinken in 2 eetlepels olijfolie. Laat garen tot al het water verdampt is. Voeg zout en peper en de mascarpone toe. Meng en houd apart.
- Pel de ui en snijd hem fijn. Laat de ui sudderen in 2 eetlepels olijfolie. Voeg de rijst toe en roer tot deze doorschijnend wordt.
- Voeg de witte wijn toe en laat de rijst de wijn absorberen; voeg dan pas de groentebouillon met telkens één opscheplepel toe. Voeg pas weer bouillon toe als het vocht opgenomen is.
- Voeg zout toe en kruid met peper.
- Voeg de spinazie toe en meng.

#### Afwerking

- Verwarm de escargots met de boter, de fijngesneden look en de peterselie. Voeg een beetje zout toe en kruid met peper.
- Verwarm de room met de parmezaan. Roer tot de parmezaan volledig gesmolten is. Kruid met peper.
- Schik de risotto in de borden, voeg de escargots en een scheutje room met parmezaan toe. Serveer onmiddellijk.

#### Tip

Serveer met **'Pinot La Douve'** van Entre-deux-Monts

#### Streekproducenten in de kijker

##### • Entre-deux-Monts (B)

In het hart van het Heuvelland, op de flanken tussen de Rodeberg en de Zwarteberg beheert Martin Bacquaert, derde generatie van enthousiaste **wijnbouwers**, een **wijnbouwgebied van 18 hectare** groot, waar hij met diepgaand respect voor natuur en klimaat uitmuntende Belgische wijnen produceert.  
+32(0)57 40 19 69  
[www.entre-deux-monts.be](http://www.entre-deux-monts.be)

##### • Escargots de la Colme (F)

**Ambachtelijke slakkenkwekerij** die de schijnwerpers richt op één slakkenvariëteit: de segrijnslak. Boerderijwinkel.  
+33 (0)607 95 19 89  
[www.facebook.com/lesescargotsdelacolme](http://www.facebook.com/lesescargotsdelacolme)

**Frédéric De Brackeleer**



## Recept 7 | Wilde zeebaars, met sabayon mostaard Wostyn, gekonfijte tomaat, zeekraal

door chef **Bert Recour**, van restaurant Pegasus in Poperinge  
[www.pegasusrestaurant.be](http://www.pegasusrestaurant.be)

### HOOFDGERECHT

#### Ingrediënten (4 pers.)

- 600 g lijn gevangen zeebaars
- 200 g broodkruim De Trog
- mostaard Wostyn
- boter De Baljuwhoeve
- scharreleieren
- kerstomaat
- Le Monde des Mille Couleurs
- polderaardappelen
- dooierzwam (wild)

#### Bereiding

- Kook de aardappelen gaar en werk op met zure room (Baljuwhoeve).
- Mix het broodkruim met peper, zout, gesmolten boter en tomatenpuree en giet over de vis.
- Klop een sabayon met eidooiers en boter en werk af met mostaard Wostyn.
- Bak de zeekraal kort aan.
- Konfijt de kerstomaten met citroentijm, olijfolie en grof zeezout gedurende 60 minuten op 120°.

- Bak de paddenstoelen kort aan met look, peper en zout.

De vis is gaar als je er kan in prikken met een vleesvork zonder "weerstand".

#### Tip

Heerlijk in combinatie met het **3 Monts Originale-bier**, rijk aan aroma's, licht bittere afdronk om het vette van de saus en vis in balans te houden. Of met de **d'Hellekapelle Chardonnay**, een vollere, houtgelagerde wijn voor een perfecte ondersteuning.

de Westhoek  
BROODKRUIM

Bert Recour



### Streekproducenten in de kijker

- **Biobakkerij De Trog in Ieper (B)**  
Hendrik Durnez en zijn team zorgen dagelijks voor overheerlijk ambachtelijk **biologisch brood**, met pure grondstoffen, allen van biologische origine, zonder broodverbeteraars noch andere artificieële preparaten. Respect voor het pure bakkersambacht gekoppeld aan een stevige dosis bezieling.  
+32 (0)57 48 54 19  
[www.detrog.be](http://www.detrog.be)
- **Le Monde des Mille Couleurs in Dikkebus (B)**  
Dries Delanote brengt met zijn **wildfarming, biofarming** en permacultuur kwaliteit, evolutie en een enorme hoeveelheid biodiversiteit. Zijn dagelijkse passie en eindeloze energie versterken zijn team, partners en vrienden ten volle. Monde des Mille Couleurs is het resultaat van charismatisch vakmanschap, toegewijde discipline en heel erg hard werken.  
+32 (0)472 96 35 68  
[www.millecouleurs.be](http://www.millecouleurs.be)
- **Brasserie de Saint-Sylvestre (3 Monts) in Saint-Sylvestre-Cappel (F)**  
**Brouwerij 3 Monts** is een onafhankelijke familie brouwerij sinds 1920. Ze ontleent haar naam aan de omliggende bergen: Mont Récollets, le Mont Cassel (Kasselberg) en le Mont des Cats (Katsberg). Sinds 1920 doorgegeven van vader op zoon, produceert de brouwerij vandaag bieren die de rijkdom van het land en de legendarische Vlaamse gezelligheid oproepen. Trots op haar oorsprong en haar erfgoed, zet de brouwerij zich in om de Vlaamse cultuur buiten haar grenzen te promoten.  
+33 (0)328 40 15 49 - [www.3monts.fr](http://www.3monts.fr)

## Recept 8 | Stoofpotje van schouderstuk en worst uit Bergues

door **Jean-Pierre Debailleul** van restaurant **Bienvenue chez Nous** in Bergues  
[www.restaurant-bienvenuecheznousbergues.com](http://www.restaurant-bienvenuecheznousbergues.com)



### HOOFDGERECHT


#### Ingrediënten (4 pers.)

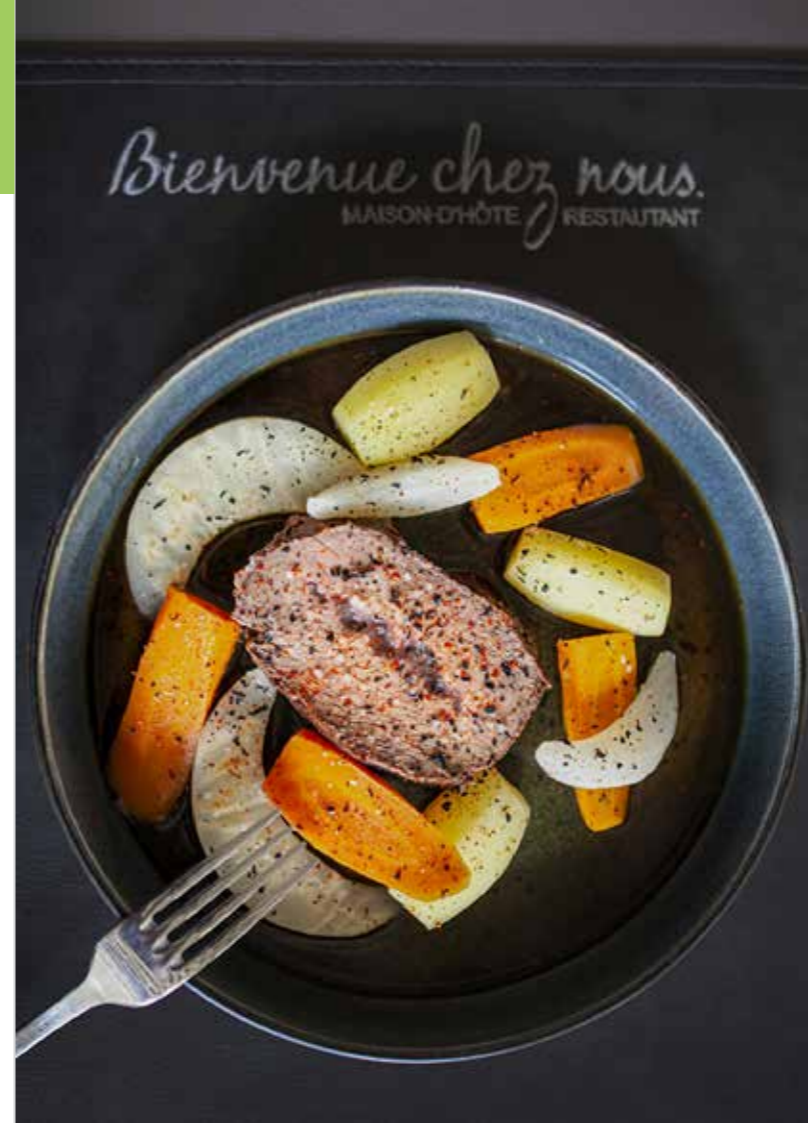
- 4 wortels
- 4 raapjes
- 2 pastinaken
- 1 kg schouderstuk van rund

#### Voor de kippenbouillon

- 2 kippenboutjes met vet
- 1 wortel
- 2 preiwitten
- 1 klein teentje look
- 1 ui
- zout & peper

#### Bereiding

- Breng in een kookpan 1 l water aan de kook en voeg dan de kippenboutjes toe
- Kleur ondertussen de ui zonder boter in een braadpan.
- Voeg de gekaramelliseerde ui en vervolgens alle andere ingrediënten toe aan de bouillon. Laat gedurende 1 uur op een zacht vuurtje garen.
-  Kies voor mooie **biogroenten uit Hazebrouck** : wortels, raapjes en pastinaken voor de afwerking / selder, wortels, look en prei voor de bouillon.
- Snijd de wortels in grote stukken en maak ze klaar in de stoomkoker.
- Bereid de raapjes en pastinaken met de eerder zelfgemaakte kippenbouillon.
- Bereid het schouderstuk van rund van Pitgam vacuüm op lage temperatuur (75°) gedurende 72 uur.
- Voeg alle groenten, het vlees en de worst uit Bergues samen in een serveerbouillon en laat garen.
- Serveer op een bord.



#### Tip

Heerlijk met het donker bier **Vleteren Alt** van de ambachtelijke Deca brouwerij.

#### Streekproducenten in de kijker

- **Ferme des Mions** in Hazebrouck voor de **biogroenten** van het seizoen.  
Tel.: +33 (0)6 07 94 31 44 - [www.lafermedesmions.fr](http://www.lafermedesmions.fr)
- **Ferme de la Butte** in Pitgam voor het **rundvlees**.  
Tel.: +33 (0)7 49 51 73 20 - [www.fermedelabutte.com](http://www.fermedelabutte.com)
- **Slagerij De l'étable à la table** in Bergues voor de **worst van Bergues**.  
Tel.: +33 (0)3 28 68 60 45 - [www.deletablealatable.fr](http://www.deletablealatable.fr)
- **Brouwerij Deca** voor het **bier**.  
Tel.: +32 (0)57 42 20 75 - [www.decabrouwerij.be](http://www.decabrouwerij.be)

## Recept 9 | Gegratineerd witloof

door chef **Maxime Leplat** van restaurant Leplat in Béthune  
[www.leplat-restaurant.com](http://www.leplat-restaurant.com)

### DESSERT

#### Ingrediënten (8 pers.)

##### Crème "Brûlée"

- 1 l room
- 500 g geraspte emmentaler

##### Witloofballetjes

- 500 g witloof
- 8 sneden ham
- 1 l melk
- 180 g roux
- zout, peper, nootmuskaat

##### Paneermengsel

- 500 g bloem
- 8 losgeklopte eieren
- 500 g paneermeel

#### Bereiding

- Smelt de emmentaler: leg hem op een plaat en zet hem gedurende 35 minuten in een oven van 190°. De emmentaler smelt en kleurt. Doe de kaas in de room zodra u hem uit de oven haalt, en laat hem een nacht trekken. Filter de volgende dag de room met de smaak van gegratineerde emmentaler, doe de room in een sifon voor later gebruik.
- Balletjes: centrifugeer het witloof. Voeg 1 l melk toe aan het witloofvocht. Maak bechamelsaus met de roux en de melk met witloofvocht. Voeg de in fijne blokjes gesneden ham toe.
- Laat de bechamelsaus afkoelen. Maak met de hand kleine balletjes en paneer ze tweemaal op Engelse wijze (bloem, los geklopt ei, paneermeel).
- Bak de balletjes in een frituurpan. Werk af met kruiden en bloemen van het seizoen.



#### Tip

Serveer met 'Le Petit Noir' van Wijndomein Ravenstein.



#### Streekproducenten in de kijker

##### • Wijndomein Ravenstein

Op een zonnige vrijdag, 5 mei 2017, plantten Patricia en Dirk hun eerste wijnstokken op de zuidelijke flanken van de Amerikaberg, om uiteindelijk te komen tot 2,5 hectaren en 11.000 wijnstokken. De druiven zijn nu de hoofdrolspelers op het domein Ravenstein. De ambitie: op een zo natuurlijk mogelijke wijze, met veel geduld en volgens het tempo van de natuur aan **wijnbouw** doen.  
+32(0)56 31 32 36 - [www.wijndomein-ravenstein.be](http://www.wijndomein-ravenstein.be)

##### • EARL Sterckeman - Witloof

Alexandre teelt **witloof, appels, aardappelen** en tal van wintergroenten. Hij fokt ook boerderijkippen in vrije uitloop, met een Label Rouge. Van de herfst tot het begin van de lente vindt u zijn producten in de boerderijwinkel.  
Rue de Saint-Omer 10 in Broxeele

##### • Hoeve Zuid-Bellegoed - Boter voor de roux

Op deze boerderij worden **zuivelproducten** vervaardigd: **boter, yoghurt, kaas, dessert, roomijs**. In de zomermaanden (van mei tot september) houdt de boerderij voor het grote publiek een terras open, waar u in alle rust kunt genieten van een ijsje, een dessert of een drankje. Probeer zeker ook het bier van het huis (de Germaine blonde) of picknick op de boerderij.  
+32(0)57 20 87 57 - [www.zuidbellegoed.business.site](http://www.zuidbellegoed.business.site)

## Maxime Leplat



## Recept 10 | Crème brûlée met chicorei

door chef **Dries Cloet**, van Hotelschool Ter Duinen  
www.hethorecavirus.com



### DESSERT

#### Ingrediënten

1/2 l melk / 1/2 l room / 180g suiker / 3 eetlepels vloeibare chicorei / 1 appel / 240g eigeel / 2 eetlepels witlooflikeur

#### Bereiding

- Meng alles goed en plaats 1 uur in een voorverwarmde oven op 180°.
- Laat afkoelen in de frigo.
- Werk af met appel.

#### Tip

Serveer in **een diep, lichtblauw of oranje bord** voor het kleurcontrast.

#### Streekproducenten in de kijker

##### • **De Baljuwhoeve in Reningelst (B)**

De familie Verdonck biedt verschillende **verse zuivelproducten**, zoals yoghurt, karnemelk, boter, plattekaas, verse chocopasta en ijstaarten aan. De producten zijn volledig vrij van kleur- en bewaarsstoffen.

+32 (0)57 33 36 87  
www.debaljuwhoeve.be

##### • **Boer Olivier in Diksmuide (B)**

De **eieren** komen rechtstreeks van het veld uit de mobiele kippenstal. De kippen leven volledig vrij en scharrelen naast het kippenvoer, allerlei insecten, kruiden en grassen bij elkaar. Dat is zijn

geheim voor smaakvolle, natuurlijke en gezonde eitjes.

+32 (0)499 38 18 26  
www.boerolivier.be

##### • **Gervin Distillery in Baugnies (B)**

Familiebedrijf gespecialiseerd in ambachtelijke distilleerderij en met een eigen boomgaard om volgens traditie **aperitieven, likeuren, Pékèt du Père Gervin en 'droge' dranken te produceren**. Fysieke en online winkel.

+32 (0)69 66 30 18  
www.gervin.be

**Dries Cloet**





# Resultaten



In het project Ruralité bundelden vijf bestemmingen uit België (La Maison de la Wallonie-picarde en Westhoek) en Frankrijk (Communauté de Communes des Hauts-de-Flandre, Communauté de Communes de Flandre Intérieure en Pas de Calais Tourisme) hun krachten. Het project had een looptijd van vier jaar en zette vooral in op het verhogen van de attractiviteit en het stimuleren van de economie van de grensoverschrijdende rurale bestemmingen. Focus lag hierbij op gastronomie, logiesondernemingen en recreatieve producten en diensten.

**De doelstellingen van het project waren voornamelijk:**

- de valorisatie van de korte keten en streekproducten
- de vorming, individuele coaching en netwerkvorming van professionele ondernemers
- de ontwikkeling van innovatieve toeristische producten en diensten

Dit vijfde en laatste hoofdstuk belicht kort een aantal resultaten van het project. Voor alle resultaten verwijzen we graag naar de website: [www.interreg-ruralite.eu](http://www.interreg-ruralite.eu).



## HET HEUVELLANDSCHAP

### Eén grensoverschrijdend heuvelandschap – 3 nieuwe producten

#### Ludieke rustplekken met Land art structuren

Het heuvelandschap is één van de elementen die onze grensoverschrijdende regio letterlijk fysiek verbindt. De heuvelrug strekt zich uit van west naar oost, van Watten in Frans-Vlaanderen naar La Houpe in Wallonie picarde, van de Katsberg (Mont des Cats) aan de ene kant van de grens tot de Kemmelberg aan de andere kant. Hoewel het hoogste punt op minder dan 200 m boven de zeespiegel ligt, bepalen deze heuvels toch het landschap. Om dit landschap nog meer in de verf te zetten, schreven de partners een mooi geïntegreerd verhaal voor gezelschappen met kinderen. Dat resulteerde in maar liefst 3 nieuwe, innovatieve, belevingsproducten.

#### Ludieke rustplekken

Op 8 landschappelijke topsites uit de grensoverschrijdende regio werden ludieke rustplaatsen gecreëerd. Het werden plekken waar je kan verpozen, maar waar er tegelijkertijd natuurlijke spelelementen werden geïnstalleerd. Deze natuurlijke spelelementen zijn 'land art structuren'. Vanuit artistiek standpunt plaatsen de land art structuren kenmerkende sites van de heuvelrug in de kijker. Ze zijn het resultaat van de beschouwingen van een designer en landschapsarchitecten over tijdelijkheid, de vorming van dit reliëf en de geschiedenis van al wat leeft. Ze worden geïnstalleerd bij natuurlijke speelruimtes die fungeren als landmarks in het landschap, met uitzicht over de dalen, landbouwvlakten

en het coulisselandschap, maar ook over de steden en dorpen met hun typische identiteit. Dat alles met een verrassingseffect en een ludiek kantje.

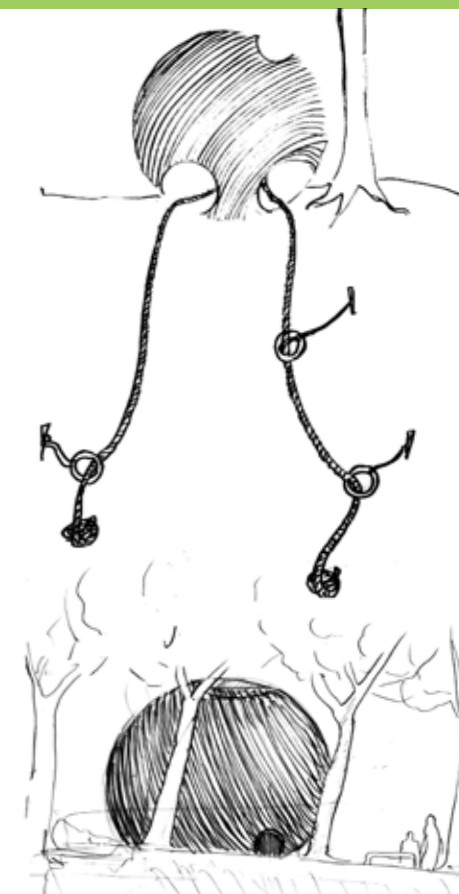
De leidraad van deze werken is de eenvoudige vorm, maar vooral ook het gebruik van één gemeenschappelijk materiaal: wilg. Een structuur van droge takken als basis, met levende planten die de structuur langzaam bedekken. Het zijn voorwerpen waar je kan inlopen, zodat je een andere perceptie krijgt van de ruimte en van het licht; ze zijn goed vergelijkbaar met de natuurlijke habitats die dieren bouwen.

#### 1. Katsberg – De Verdoken Observatiepost

Een eerste site die op die manier werd ingericht staat aan de Katsberg. De land art structuur die hier werd geïnstalleerd, is een 'Verdoken observatiepost'. In de diepte van een vroegere zandgroeve, in een bos halverwege op de helling van de Katsberg, op de weg van de Kats-wandeling, ligt – heel verrassend – een kleine natuurobservatiepost verscholen. Deze bolvormige structuur zet voorbijgangers aan om even stil te blijven staan en te kijken naar het leven rondom de vijver. De klimtouwen naar de tweede bol zijn meteen een uitnodiging om verder te gaan en de berm op te klimmen.

#### 2. Boeschepeberg – Het 3D Doolhof

In Boeschèpe doen de drie in elkaar grijpende bollen aan microzeorganismen denken. De sedimentatie daarvan veroorzaakte de ijzerzandsteen die het heuvelland bedekt. Het werk van de Duitse kunstenaar Ludwig Schumacher dat in de buurt staat, is in deze rots uitgehouwen. De land art bubbels van wilg vormen een doolhof om je in te verbergen of te vermaken. Vanaf deze site, die uitkijkt over de Vlaamse vlakte, kan je de molen en in de verte de Kasselberg bewonderen.





### 3. Ravensberg – De Ontsnapte Bloem

Dit oprijzende observatieplatform steekt hoog boven het groen uit, vlak naast een idyllische wandelweg (GR 128 en het Wandelknooppuntennetwerk). De bezoekers beleven een bijzondere, ontspannende ervaring, ver van alle indiscrete blikken. De bloemvorm doet denken aan de bloemkroon van een wilde kievitsbloem die zo uit de Wildeplantentuin zou kunnen komen van het Conservatoire botanique national van Bailleul, dat je tussen de bomen kunt ontwaren.

### 4. Scherpenberg – De Cocons

Deze 3 bolstructuren langs een wandelweg over de heuvelrug bezorgen bezoekers en fietsers een bijzondere, ontspannende ervaring in een ludieke en gemoedelijke sfeer. Door hun locatie en ligging bieden ze een adembenemend uitzicht over de Scherpenberg en de Kemmelberg. Alle drie zijn ze geïnspireerd door de cocon en verwijzen ze naar een moment in het leven van een vlinder. Bij deze land art structuren, staan bovendien nog een lange picknicktafel, een ligbank en fietsnietjes zodat je lekker kan genieten van de rust en ongetwijfeld ook van het uitzicht.



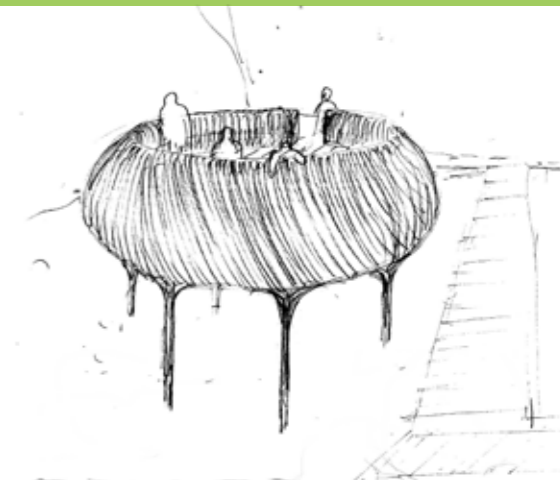
### 5. Mesen – Het Nest

Ok, dit is de vreemde eend in de bijt en is niet meteen een heuvel. Maar de kleinste stad van het land biedt hier wel een ongelooflijk uitzicht op de grensoverschrijdende heuvelrug. Aan het lers Vredespark werd een land art structuur ingericht met als naam 'Het Nest'.

Dit nest, op een natuurlijke belvédère, steekt hoog boven de velden uit (het staat halverwege de helling) en biedt een weids uitzicht over het open landschap van in hoofdzaak landbouwvlakten, een coulisselandschap en zelfs dorpen, die herkenbaar zijn aan hun klokkentoren. De platgedrukte vorm zorgt ervoor dat de uitgestrektheid van het landschap zichtbaar blijft, en zet tegelijkertijd de openheid van dit panorama nog kracht bij. Langzaam zal het met planten of gras bedekt raken, om dan uiteindelijk in de omliggende natuur op te gaan. Ook hier kan je genieten van een gezellige stopplaats dankzij de grote picknickbanken en een dubbele ligbank.

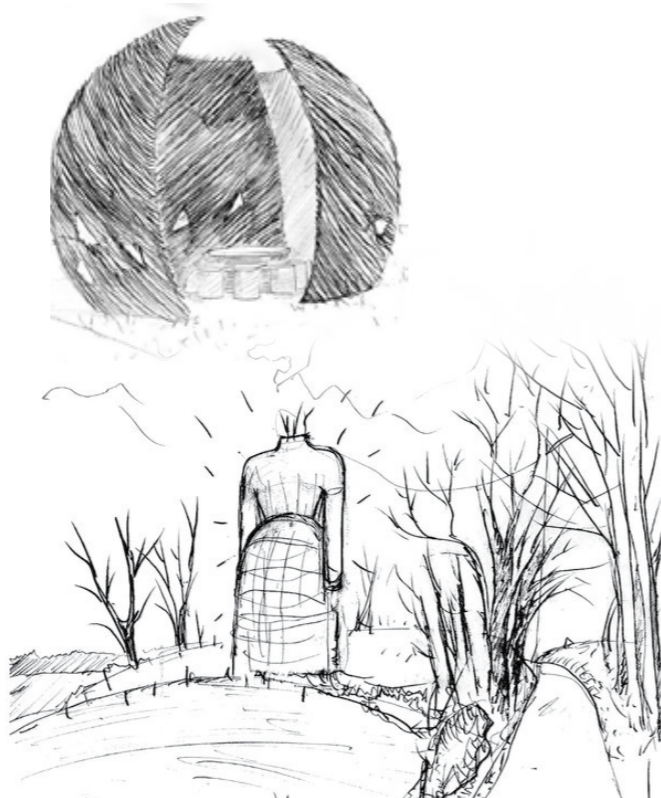
### 6. Vloesberg – De Duizendpoot – Bois de la Houppe (Flobecq)

Deze land art structuur staat opgesteld op een zekere afstand van de RAVel, zodat de visuele continuïteit van de groene tunnel onaangetast blijft, maar er tegelijkertijd ook een verrassingseffect ontstaat. De door een duizendpoot geïnspireerde structuur staat op een zekere hoogte, op poten, en steekt uit boven de helling: een mooi vergezicht over het heuvellandschap van Flobecq.



## 7. Kluisberg – De Schelp – Orroir

In de as van de voetgangers–fietsersbrug die Orroir met Avelgem verbindt en die nu eens een boom dan weer een kapel voorstelt, bevindt de land art structuur zich aan het begin van de RAVel des Collines op de Europese EuroVélo 5 route. Door zijn vorm is het een natuurlijke en opmerkelijke markering op de grens tussen Wallonië en Vlaanderen. Het heeft openingen die uitzicht bieden op de meest opvallende elementen van het landschap: de voetgangersbrug en de Kluisberg.

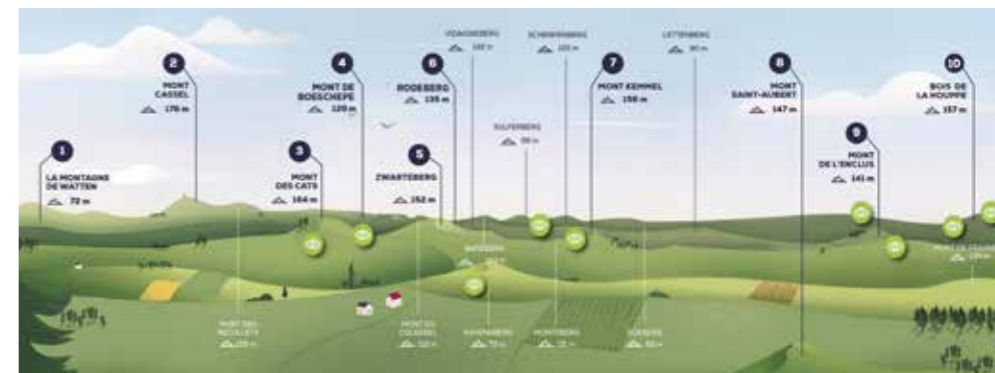


## 8. Ellezelles – De Heks

Boven op de top van de site waar de Sabbat plaatsvindt, kijkt de land art structuur als het ware uit over de hellende weide; overdag én 's nachts is ze vanop de weg te zien. Door haar vorm en locatie geeft ze niet alleen de legendes en geschiedenis van deze plek prijs, maar gaat ze ook als vanzelf helemaal op in het landschap. De reuzin snakt naar de ultieme evolutie en vormt een fraai eerbetoon aan alle vrouwen die ooit wegens hekserij werden veroordeeld.

## Grensoverschrijdende toeristische kaart

Naast deze land art structuren, werd bovendien voor gezelschappen met kinderen een grensoverschrijdende toeristische kaart gerealiseerd. Deze kaart biedt reeds een 10-tal suggestielussen om te voet of met de fiets het heuvellandschap te verkennen. Daarnaast geeft de kaart een goed overzicht over 10 bergen en geven we tips over de 'must see's & must do's'.



## Podcasts voor gezelschappen met kinderen

Er werden ook 5 podcasts ontwikkeld over de heuvelrug. De podcasts kan je in het Frans of het Nederlands beluisteren als je onderweg bent naar het heuvellandschap of eens je ter plaatse bent. De podcasts gaan respectievelijk over de Wattenberg in Hauts de Flandre, de Rodeberg en de Kemmelberg in de Westhoek en over de Kluisberg en de Mont Saint Aubert in Wallonie picarde. Het zijn mooie luisterverhalen geworden met 2 figuurtjes: een Belgische Torenvalk (een professor-type) en een babbelzieke

eekhoorn. Zij gaan samen op stap. De valk neemt de eekhoorn op de vleugels en toont haar de diverse bergen, vertelt op een leuke manier wat de ene berg onderscheidt van de andere. Het DNA van elke berg wordt op deze manier in de kijker geplaatst.

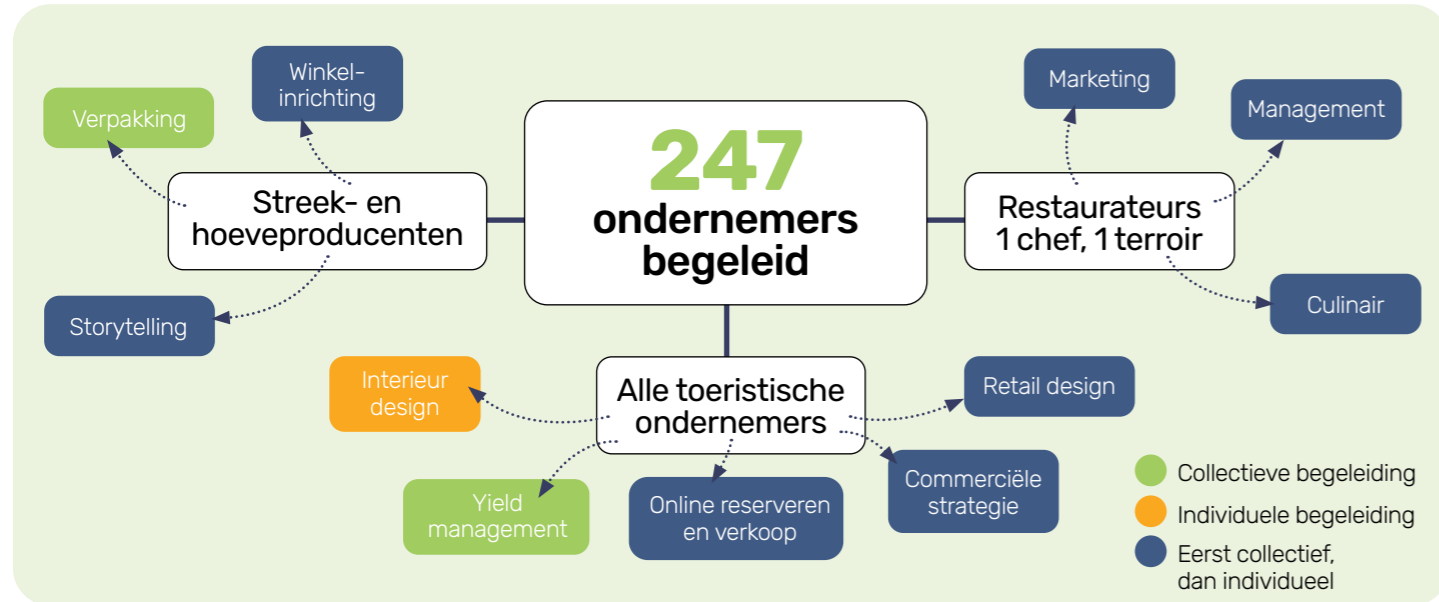
Op de informatiepanelen bij de land art structuren of op de grensoverschrijdende kaart vind je QR-codes om deze podcasts te beluisteren.

## INSPIREREN TOT INNOVEREN

### Begeleiden van ondernemers

Tijdens de 4-jarige looptijd van het project werd er veel aandacht besteed aan het begeleiden van ondernemers.

In 3 verschillende opleidingsprogramma's werden toeristische ondernemers professioneel begeleid door experts.



### Inspirerende filmpjes | Bekijk de filmpjes op [www.interreg-ruralite.eu](http://www.interreg-ruralite.eu)

Binnen onze regio's zijn er ook héél wat ondernemers met innovatieve realisaties. De projectpartners kozen er een 10-tal uit en realiseerden korte, inspirerende filmpjes. Om zo veel mogelijk te inspireren op diverse vlakken, komen volgende uiteenlopende thema's aan bod:

- **Vakantiewoning Uilenvlucht** geeft je een inkijk in hun energiezuinige vakantiewoning met een lage kost voor elektriciteit en verwarming.
- **Terrest Brewery** vertelt over de voordelen van het opstarten van een onderneming met 2 generaties.
- De **Brasserie du Pays Flamand** vertelt over het succesrecept van haar brouwerij, waarbij de nadruk wordt gelegd op productkwaliteit, passie voor het vak, marketing en design, maar ook op teamwerk en samenwerking.

- **L' Auberge** is een restaurant waar de chef-kok, Bib gourmand, volledig vertrouwt op seizoensgebonden en regionale producten, op het onthaal en de authenticiteit van de plek.

- La **Brasserie Dubuisson** deelt knowhow en passie. Hun succesverhaal hebben ze o.a. te danken aan het diversifiëren van hun aanbod...

- Le **Domaine Carnin** is een uniek vakantieverblijf waar je je innerlijke kind niet vergeet.

- La **Sauvagine** is een opleidingscentrum in de vrije natuur dat vooral de ambitie heeft om zijn ervaring met de natuur te delen en door te geven. Het is een plek die bevorderlijk is voor ontmoetingen en het proeven van lokale producten.

- **Bienvenue chez nous** is een B&B met een hart voor gasten, waar gastvrijheid vooropstaat, waar klanttevredenheid centraal staat. Ze begonnen helemaal van nul, volgden een opleiding in het gebruik van lokale en seizoensgebonden producten en realiseerden hun droom.

- **Q de bouteilles** vertelt hun verhaal over upcycling – een verhaal over producten een tweede kans geven, een tweede leven.

- **Les Bobos à la Ferme** ten slotte gaat over inclusief toerisme, over een prachtig toegankelijk plekje voor bezoekers met specifieke noden.

# RESULTATEN

## INNOVATIEVE TOERISTISCHE BELEVINGEN



Binnen het project was er ook plaats om pilootprojecten te realiseren, een soort labo waar nieuwe initiatieven uitgetest konden worden. Het betrof het concept 'unieke diners op uitzonderlijke locaties' of simpelweg 'diners insolites'.

Voor de organisatie van deze diners insolites werken chefs samen met eigenaars of uitbaters van unieke locaties, dus buiten de muren van het restaurant. Het menu bestond uit grensoverschrijdende streekproducten en het geheel werd overgoten met bijpassende animatie, muziek... Aangezien het maar één- of tweemaal werd georganiseerd, was het voor de bezoekers een echte unieke beleving.

Deze pilootprojecten gaven de organisatoren de kans om, met de steun van Ruralité, te toetsen of hun projecten zowel financieel als organisatorisch haalbaar waren en gaven de bezoekers de kans om streekproducten uit andere regio's te leren kennen en dit in een uniek kader.

In totaal werden er op die manier 13 diners insolites georganiseerd in de grensoverschrijdende regio. Het aanbod was zeer divers: van een rustige picknick, over belevingsvolle evenementen tot een 6-gangenmenu van sterrenchefs. Voor ieder wat wils...

**In totaal genoten 1.952 bezoekers van de diners insolites.**

### **Pique-nique CHIC (Pas-de-Calais)** 20, 27 augustus en 10 september 2020

Een picknick met grensoverschrijdende streekproducten gecombineerd met een (elektrische) fietstocht door o.a. de Middeleeuwse buurt van Le Touquet met tal van mooie stopplaatsen.

### **Bouchées Doubles (Pas-de-Calais)** 8 en 9 juli 2021

Een unieke maaltijd aan de moerassen van La Madelaine-sous-Montreuil in openlucht met een pianoconcert om de gerechten te accentueren. Paul Balesne – Grand Bain – verzorgde het diner terwijl pianiste Alice Rosset zorgde voor de klassieke muziek.

### **Restaurant Stroomloos (Westhoek)** 11, 14 en 21 juli 2021

In de oude bloemmaalderij 'De Bloemmolens' in Diksmuide werden er op 3 dagen, 3 andere en unieke gerechten geserveerd door chef Tijl Devriendt van Restaurant Water en Vuur. De diners kregen opvallende titels: 'Eigen gerechtjes eerst', 'Vive ma liberté' en 'Tais-toi et sois Belge'. Een kunsttentoonstelling in de Bloemmolens en optredens van muziekbands maakten deze diners compleet.





# RESULTATEN

## **Repas spectacle d'anniversaire (Wallonie picarde)** 22 augustus 2021

Dit diner vond plaats op de binnenplaats en in de majestueuze zaal van het Château de Thoricourt. Chef Michael Carpentier creëerde unieke gerechten die waren samengesteld met de producten uit de diverse regio's. Het event werd compleet in combinatie met een voorstelling van Frans-Belgische artiesten uit de Professionele Improvisatie Liga.

## **Au Houblon de Flandre (Westhoek)** 21 en 22 augustus 2021

Een diner op balen stro tussen de hopperanken. Met een kruiwagen in de hand, kon je alvast genieten van het aperitief met hapjes. Chef Dries Cloet verzorgde het diner. Er was ook passende animatie en muzikale ambiance. Het dessert werd afgesloten met een heus 'hommelfeest'.

## **Diner in het reuzenrad in Berck-sur-Mer... by Metelore (Pas-de-Calais)** 25 augustus 2021

Hoe leuk is het om in een reuzenrad van een fantastisch diner te kunnen genieten: beleving en uitzicht troef. In Berck-sur-Mer zorgde Chef Stelio Lestienne voor een nieuwe gang telkens wanneer je opnieuw beneden kwam.



## **Diner Gerموir (Pas-de-Calais)** 25 en 26 september 2021

Een 'landelijke' maaltijd met een wandeling en bezoeken aan de plantaardige producties in Ambricourt. Het aperitief werd muzikaal opgeluisterd en producenten waren aanwezig om je te laten proeven en ontdekken. De maaltijd van de hand van Paulo's keuken in Merlimont werd geserveerd in de serres.

## **La Table de César (Wallonie picarde)** 2 en 3 april 2022

In het kasteel van Thoricourt kregen de bezoekers een heuse show gepresenteerd tijdens hun diner van de hand van César Demarez van 'Le Château du Mylord'.

## **Déjeuner sur l'herbe... by Pegasus (Westhoek en Cœur de Flandre)** 24 en 25 april 2022

Chef Bert Recour van Restaurant Pegasus stelde in het hart van de ongerepte natuur van de Zwarteberg een buffet samen met grensoverschrijdende streekproducten, te midden van de bloeiende hyacinten van het Parc Départemental van de schrijfster Marguerite Yourcenar. Animatoren zorgden tussen de gerechten door voor de nodige poëzie.

# RESULTATEN



## **Bienvenue à la frontière (Westhoek)**

30 april 2022

Afspraak op de parking aan Callicannes – de grensparking bij uitstek! Van hieruit vertrok de groep voor een ludieke reis aan weerszijden van de grens. Via allerlei tussenstops – opgeluisterd door (nep)douaniers – kon je genieten van streeklekkers uit Frankrijk en België. Naast een wandeling en een rit op de kabelbaan Cordoba werd er genoten van een grensoverschrijdende picknick in de serre van camping De Nachtegaal. De picknick werd verzorgd door Goeste.



## **Pique-nique 100% nature (Wallonie picarde)**

15 mei 2022

Een picknick op de binnenplaats van een privéboerderij in een muzikale en landelijke sfeer, dat was het scenario voor dit diner. De Belgische cateraar Romina en de Franse cateraar/restaurateur Moulin de Croÿ sloegen de handen in elkaar en zorgden voor de unieke combinaties van streeklekkers.



## **Proeven van pure passie (Westhoek)**

26 juni 2022

Chefs Franky Vanderhaeghe en zoon Michael van sterrenrestaurant Hostellerie Saint Nicolas serveerden een ó-gangenmenu met grensoverschrijdende streekproducten. Dit alles op het Wijdomein Ravenstein in Wervik. Animatie verzekerd dankzij een accordeonist.

## **Langste Tafel rond Zillebekevijver (Westhoek)**

8 juli 2022

En last, but certainly not least sloten we de kalender van de diners insolites af met de Langste Tafel. Deze tafel (van maar liefst 350 m) werd opgesteld rond Zillebekevijver. Bezoekers konden genieten van een Breughelplank van de hand van Jürgen Crombez van De Lissewal. Muziek en spektakel op en rond het water bij zonsondergang zorgden voor een wel héél unieke ervaring.



Er werd een mooi traject afgelegd met alle projectpartners.

Een belangrijke rol voor hen was het samenbrengen en inspireren van verschillende partijen: zowel ondernemers onder elkaar, als private en publieke partners, met experts en coaches.

Die wisselwerking met de deelnemers uit de diverse regio's was zeer verrijkend en gaf een gemeenschappelijk doel aan verschillende belanghebbenden.

De ontwikkeling van nieuw aanbod via grensoverschrijdende projecten zoals Ruralité geeft een mooie impuls aan onze regio's en daarvoor kunnen we Interreg alleen maar dankbaar zijn.





www.pigsinspace.eu

**Interreg**   
France-Wallonie-Vlaanderen UNION EUROPÉENNE  
EUROPESE UNIE  
**Ruralité**

Avec le soutien du Fonds européen de développement régional  
Met steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

