



Toeristische bedrijven:  
kies voor duurzaam!

De opdracht van de FOD Economie, K.M.O., Middenstand en Energie bestaat erin de voorwaarden te scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België. In dat kader heeft de Algemene Directie Economische Analyses en Internationale Economie deze publicatie uitgegeven met de bedoeling een duurzame economie te bevorderen die rekening houdt met de economische, sociale, maatschappelijke en ecologische vraagstukken.

Federale Overheidsdienst Economie, K.M.O., Middenstand en Energie  
Vooruitgangstraat 50  
1210 Brussel  
Ondernemingsnr.: 0314.595.348  
<http://economie.fgov.be>

tel. +32 2 277 51 11

 [facebook.com/FODEconomie](https://facebook.com/FODEconomie)

 [@FODEconomie](https://twitter.com/FODEconomie)

 [youtube.com/user/FODEconomie](https://youtube.com/user/FODEconomie)

 [linkedin.com/company/fod-economie](https://linkedin.com/company/fod-economie)

Verantwoordelijke uitgever: Jean-Marc Delporte  
Voorzitter van het Directiecomité  
Vooruitgangstraat 50  
1210 Brussel

Wettelijk depot: D/2016/2295/14

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

## Inhoud

<b>Toeristische bedrijven: kies voor duurzaam!</b> .....	1
Inhoud .....	2
Inleiding .....	3
1. Toerisme in het kader van duurzame economie? .....	3
2. Institutioneel kader van het toerisme in België .....	4
3. Het economisch en sociaal potentieel van het toerisme in België .....	5
4. Is de concurrentiekracht van het Belgische toerisme duurzaam? .....	9
5. Indicatoren voor duurzame ontwikkeling voor het toerisme in België .....	10
5.1. Gezondheid en hygiëne .....	11
5.2. Natuurlijke hulpbronnen .....	11
5.3. Opwarming van de aarde en fiscaal beleid .....	12
6. Enkele tips rond duurzame economie voor toeristische bedrijven .....	13
6.1. Een strategische keuze voor duurzaam toerisme .....	13
6.2. Toeristische ontwikkeling met oog voor duurzame ontwikkeling! .....	13
6.3. Promotie van eco- en agrotourisme, sociaal, ethisch en solidair toerisme .....	13
6.4. Duurzame toeristische ontwikkeling dankzij promotie door de overheid .....	14
6.5. Gebruik maken van labels voor duurzaam toerisme .....	14
6.5.1. Green Key .....	14
6.5.2. Europees Ecolabel .....	15
6.5.3. Green Globe .....	15
6.5.4. Travelife .....	15
6.5.5. Blue Flag .....	16
6.5.6. EDEN .....	16
6.6. Informeer uw klanten .....	16
7. Bij wijze van besluit .....	17
Afkortingen .....	18
Links en verwijzingen .....	19

Artikel afgesloten in september 2014.

## Inleiding

Bedrijven die bereid zijn om te kiezen voor duurzame ontwikkeling zullen ook meer streven naar tevreden klanten, naar gemotiveerd personeel en naar een economisch efficiënte aanpak. Dat heeft niet alleen voor iedereen positieve effecten, maar het leidt ook tot een waar concurrentievoordeel. De toepassing van kwaliteitsnormen moet niet alleen uw producten en hun impact maar ook uw leveranciers in de richting van duurzame ontwikkeling sturen.

Het toerisme is een van de weinige economische sectoren die de wereldwijde economische en financiële crisis goed doorstaan hebben. Het economisch-sociale potentieel van het toerisme in België heeft mooie tijden in het verschiet, vooral door onze uitstekende concurrentiepositie in deze sector. De competitiviteit van de toeristische sector in België behoort tot de 20 beste ter wereld.

Dat is echter nog geen reden om op zijn lauweren te rusten! Onze toeristische aantrekkelijkheid kan nog verbeterd worden. Nu België over een langetermijnvisie (2050) beschikt voor duurzame ontwikkeling, heeft de FOD Economie de troeven van het Belgische toerisme op het gebied van economisch, sociaal en ecologisch potentieel in de verf willen zetten. Daarom hebben we een aantal indicatoren voor duurzame ontwikkeling gekoppeld aan bepaalde kenmerken van de sector. De klassieke visie op de competitiviteit van deze sector, zoals die geanalyseerd wordt in het rapport van het World Economic Forum, zou aangepast moeten worden vanuit het oogpunt van een duurzame economie.

Wij hopen dat de bedrijven die in de sector investeren zich door dit artikel bewust zullen worden van de sterke wisselwerkingen die er bestaan tussen de ontwikkeling van deze sector en de nood om de maatschappij naar meer duurzame ontwikkeling te oriënteren. Het doel van dit artikel bestaat erin de bedrijven te informeren over deze wisselwerkingen om de concurrentiepositie van de sector nog te versterken en tegelijk toch naar een duurzamere economie te evolueren.

## 1. Toerisme in het kader van duurzame economie?

Een van de vier beleidsassen van de FOD Economie is duurzame economie, dat wil zeggen de bijdrage van de economische bedrijvigheid aan een duurzame ontwikkeling in het kader van een gereguleerde markteconomie waarbij rekening gehouden wordt met de behoeften van toekomstige generaties. Bekeken vanuit deze hoek omvat de toeristische sector in België een aantal activiteiten die verband houden met de vrijetijdsbesteding of met de zakenwereld (horeca, vervoer, pretparken, musea, conferenties,...), waarvan de ecologische, sociale en economische effecten aanzienlijk kunnen zijn. De federale overheid blijft bevoegd voor alles wat niet uitdrukkelijk tot de bevoegdheid van de gewesten en gemeenschappen behoort. In het kader van de uitbouw van een duurzamere economie gaat het bij de FOD Economie onder meer om bepaalde statistieken, het economische potentieel van de sector, economische analyse, bescherming van de consument, prijzenbeleid en investeringen, verzekeringen, kwaliteit en veiligheid, transparantie en markttoezicht.

Volgens de World Tourism Organisation kan duurzaam toerisme eenvoudig gedefinieerd worden als "Tourism that takes full account of its current and future economic, social and

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities”.

Duurzame ontwikkeling is essentieel voor een duurzame groei van de toeristische bedrijvigheid. Omgekeerd kan de toepassing van een duurzamere economie (bredere toepassing CO<sub>2</sub>-balans, levenscyclus van producten, maatschappelijk verantwoordelijk ondernemen, ...) in de toeristische sector een grote bijdrage tot duurzame ontwikkeling betekenen. Als bijvoorbeeld Belgische hotelketens milieuvriendelijk materiaal en hernieuwbare energie gebruiken en een CO<sub>2</sub>-balans opmaken, zal daardoor hun maatschappelijke verantwoordelijkheid toeneemen.

Het toerisme heeft ondertussen reeds een aanzienlijke globale impact op het milieu. Volgens de UNEP en de OESO (2011) is de sector reeds goed voor 5 à 12 % (en over 25 jaar 10 à 25 %) van de menselijke oorzaken van de opwarming van de aarde. Momenteel worden op kerosine nog steeds geen taksen geheven, zodat de luchtvaart een oneerlijk comparatief voordeel geniet ten opzichte van andere vervoermiddelen, met name de trein. Bovendien is slechts een derde van de door de OESO en de UNEP bestudeerde landen maatregelen beginnen nemen om de uitstoot van broeikasgassen terug te dringen. Daarnaast is slechts een kwart van de bestudeerde landen (waaronder België) beginnen bekijken hoe hun toeristische industrie zich kan aanpassen aan de klimaatveranderingen. De CO<sub>2</sub>-voetafdruk van toeristische activiteiten kan enorm verschillen: van verwaarloosbaar klein voor een bezoek te voet aan een museum vlakbij de woonplaats, tot enorm groot voor een weekend shoppen met het vliegtuig! Binnen een duurzame economie kan markregulering activiteiten met geringe milieu-impact stimuleren, en de andere beperken.

## 2. Institutioneel kader van het toerisme in België

Tot 1970 behoorde het toerismebeleid van België tot de bevoegdheid van de Belgische minister van Communicatie. Na het begin van de staatshervorming in 1970-71 werd de wetgevende bevoegdheid op het gebied van toerisme overgeheveld naar de parlementen van de nieuw opgerichte gemeenschappen. Vervolgens werd het toerisme beschouwd als een uitsluitende bevoegdheid van de gewesten en gemeenschappen. In 1994 werd het toerismebeleid van de Franse Gemeenschap overgedragen aan de gewesten, respectievelijk het Waals Gewest en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Het toerismebeleid van de Franse Gemeenschap van Brussel valt onder de bevoegdheid van de Franse Gemeenschapscommissie (Cocof) die instaat voor de toepassing van de wetgeving inzake toerisme, meer bepaald het statuut van “hôtelier”, de erkenning van “chambres d’hôtes” en het statuut van de “agences de voyages”. Bovendien komt de bevoegdheid voor toerisme aan de gewesten toe, met behoud van de bevoegdheden voor de gemeenschappen wat de bevordering van Brussel op nationaal en internationaal vlak betreft.

Op 3 juni 1997 trad België uit de United Nations World Tourism Organisation, waarbij momenteel 154 landen aangesloten zijn. De Vlaamse overheid bezit nu het statuut van geassocieerd lid bij de UNWTO (aangevraagd toen België nog lid was), terwijl de andere gewesten en gemeenschappen dit statuut sinds 4 juni 1997 niet meer kunnen verkrijgen, aangezien België geen lid meer is van de UNWTO.

### 3. Het economisch en sociaal potentieel van het toerisme in België

Op wereldniveau schat de World Travel & Tourism Council dat zijn sector 9 % van het bbp en van de wereldwijde tewerkstelling vertegenwoordigt, 120 miljoen rechtstreekse en 125 miljoen onrechtstreekse arbeidsplaatsen. De World Tourism Organisation (UNWTO) meent dat het toerisme tussen 2000 en 2020 met 10 % zal groeien. Het economisch en sociaal potentieel van het toerisme is wereldwijd enorm. Volgens de UNWTO bedroeg het aantal toeristen in de wereld in 2012 voor het eerst meer dan één miljard. De 1e toeristische bestemming in de wereld blijft de Europese Unie (60 % of 393 miljoen aankomsten /jaar), goed voor 9 miljoen rechtstreekse arbeidsplaatsen en 2 miljoen ondernemingen, waarvan 95 % kmo's. Het aantal aankomsten in de EU zou op 20 jaar tijd zelfs kunnen verdubbelen. Hoe zit het in België?

De aantrekkelijkheid (of competitiviteit) van de toeristische sector wordt op internationaal niveau gemeten. Zoals wij verder in detail bespreken, staat België zeer goed gerangschikt: 17e onder 148 bestudeerde landen. Verschillende studies bevestigen of verklaren dit goede competitiviteitspeil van de toeristische sector in België, meer bepaald:

- België kende een toename van het aantal buitenlandse bezoekers met 7,2 % tussen 2011 en 2012<sup>1</sup>.
- België kan bogen op een uitstekend auto- en spoorwegennet, een uitstekende gezondheidszorg, een goed levenspeil en een gunstig institutioneel kader voor duurzame ontwikkeling.
- België is de meest geglobaliseerde economie ter wereld met een score van 92 %<sup>2</sup>, ver voor Frankrijk (84 %), de Verenigde Staten (75 %) en Japan (64 %).
- België bekleedt de 2e plaats in de wereldranglijst van de UNCTAD op basis van de index "directe investeringen in het buitenland", en de 6e plaats in de ranglijst van meest aantrekkelijke Europese landen voor investeringen<sup>3</sup>.
- België is bereikbaar met de hogesnelheidstrein (minder dan 1.30 u van Parijs, minder dan 2 u van Londen, Amsterdam en Keulen) of met het vliegtuig via luchthavens in het hart van Europa. De nationale luchthaven van Zaventem, op slechts 12 km van de hoofdstad, werd in 2012 door de Airport Council International uitgeroepen tot "beste Europese luchthaven" België beschikt bovendien over het dichtste auto- en spoorwegennet ter wereld<sup>4</sup>.
- België heeft een wereldwijd bekende stad. Brussel is een internationaal beslissingscentrum waar zich onder meer de Europese instellingen, de zetel van de NAVO, en meer

---

<sup>1</sup> Bron: TourMIS (2013) in European Travel Commission (2013), "European Tourism 2013 – Trends & Prospects", Quarterly Report – Q2/2013.

<sup>2</sup> Bron: KOF index (2013).

<sup>3</sup> Bron: Annual Ernst & Young European Investment Monitor (2011).

<sup>4</sup> Bron: IMD, World Competitiveness Yearbook (2012)

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

dan 2.000 buitenlandse ondernemingen bevinden. Brussel bekleedt tevens de plaats van beste conferentiestad in Europa en tweede beste conferentiestad ter wereld<sup>5</sup>.

- België is ook zeer goed geplaatst op het vlak van universitaire opleidingen (tweede na Duitsland), en staat op de tweede plaats op het gebied van talenkennis, na Nederland<sup>6</sup>.
- België beschikt over een ruim aanbod aan geschoolde arbeidskrachten, en de productiviteit van de Belgische werknemers behoort tot de hoogste ter wereld (op basis van bbp/gepresteerde uren)<sup>7</sup>.
- België stond in 2011 tweede gerangschikt op het vlak van innovatie, vlak achter Duitsland<sup>8</sup>.
- België beschikt over een betaalbaar vastgoedaanbod. De kosten voor kantoor- en opslagruimte zijn er bijzonder laag<sup>9</sup>. Een appartement van 120 m<sup>2</sup> kan men in Brussel huren voor gemiddeld 1.438 euro/maand, terwijl men moet rekenen met respectievelijk 2.376 euro, 4.397 euro en 5.284 euro in Amsterdam, Parijs en Londen<sup>10</sup>.
- België heeft een zeer interessant belastingstelsel voor ondernemingen en men kan er op het minste aantal dagen een nieuwe business oprichten (4 dagen, tegenover 6 in de Verenigde Staten, 7 in Frankrijk en 15 in Duitsland)<sup>11</sup>.
- België wordt gewaardeerd voor zijn levenskwaliteit. Brussel bekleedt de 22e plaats onder 50 wereldsteden en de 11e binnen de Europese Unie<sup>12</sup>. België is een zeer open land voor expats: er leven in Brussel 140.000 buitenlanders. Het leven is er minder duur dan in de meeste andere Europese hoofdsteden. Talrijke internationale scholen bieden er programma's aan in het Engels en in het Japans.

De AD Statistiek – Statistics Belgium van de FOD Economie publiceert geregeld statistieken over toerisme, met enerzijds buitenlanders die het land binnenkomen, en anderzijds de Belgen die het grondgebied verlaten.

Tussen 2011 en 2012 stelde men enkele opvallende ontwikkelingen vast voor de bedrijven van de sector. Zo steeg het aantal overnachtingen in driesterren- en viersterrenhotels respectievelijk met 4 en 9 %, terwijl het aantal overnachtingen in vijfsterrenhotels afnam (-37 %). Deze ontwikkelingen kunnen te verklaren zijn door de aanhoudende economische crisis.

Daarnaast stelt men in de grafiek hieronder een overzicht van buitenlandse klanten vast, en dan vooral van zakelijk toerisme in hotels van de hogere klasse.

---

5 Bron: UIA Conference Cities Ranking (2011)

6 Bron: IMD, World Competitiveness Yearbook (2012)

7 Bron: Conference Board (2012)

8 Bron: DG Ondernemen van de Europese Commissie (2012)

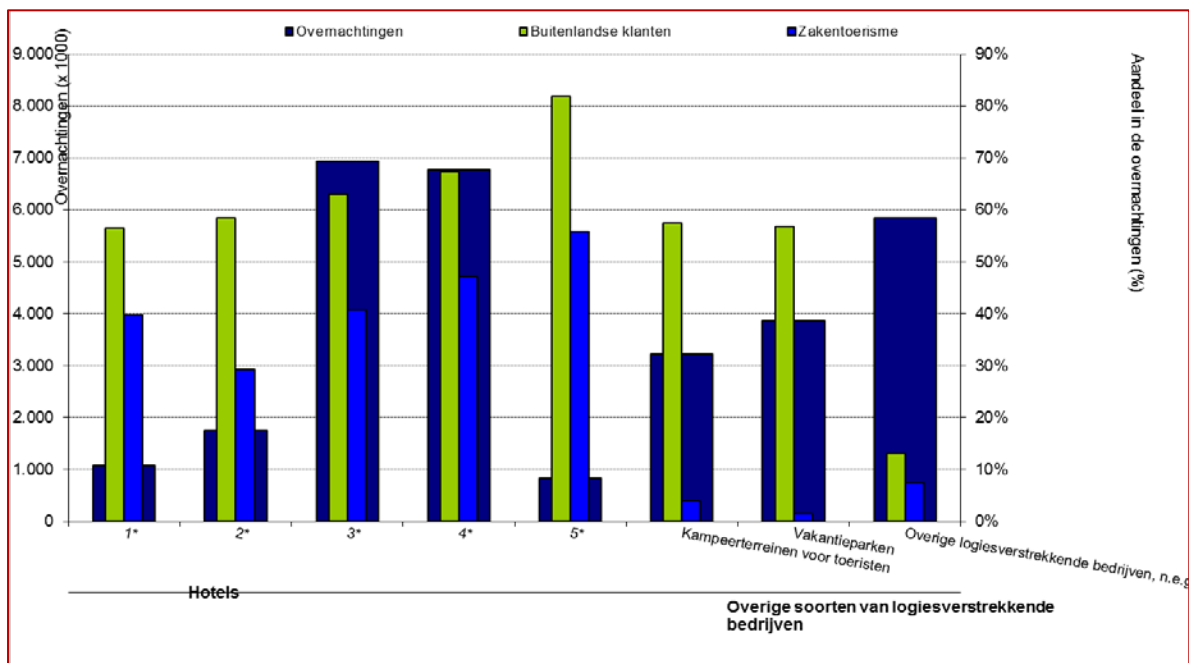
9 Bron: Cushman & Wakefield, Office Space Across the World (2012)

10 Bron: The Global Property Guide, Rental Yields (2012)

11 Bron: IMD World Competitiveness Yearbook (2012)

12 Bron: Mercer Human Resource Consulting (2012)

Grafiek 1. Aantal nachten, buitenlandse klanten, en zakentoeerisme...



Bron: FOD Economie, AD Statistiek – Statistics Belgium (gegevens 2012).

De laatste 20 jaar kende het toerisme naar België een opvallende ontwikkeling:

- het aantal aankomsten steeg op 20 jaar tijd met 65 % tot 13,9 miljoen in 2012;
- het aantal overnachtingen kende op 20 jaar tijd een toename met 15 % en steeg in 2012 tot 31 miljoen;
- de gemiddelde verblijfsduur daalde van 3,1 overnachtingen in 1992 naar 2,3 overnachtingen in 2012;
- het aandeel hotelovernachtingen steeg van 37 % in 1992 naar 57 % in 2012;
- de buitenlandse klanten, in de minderheid in 1992 (47 %), zijn in de meerderheid in 2012 (53 %).

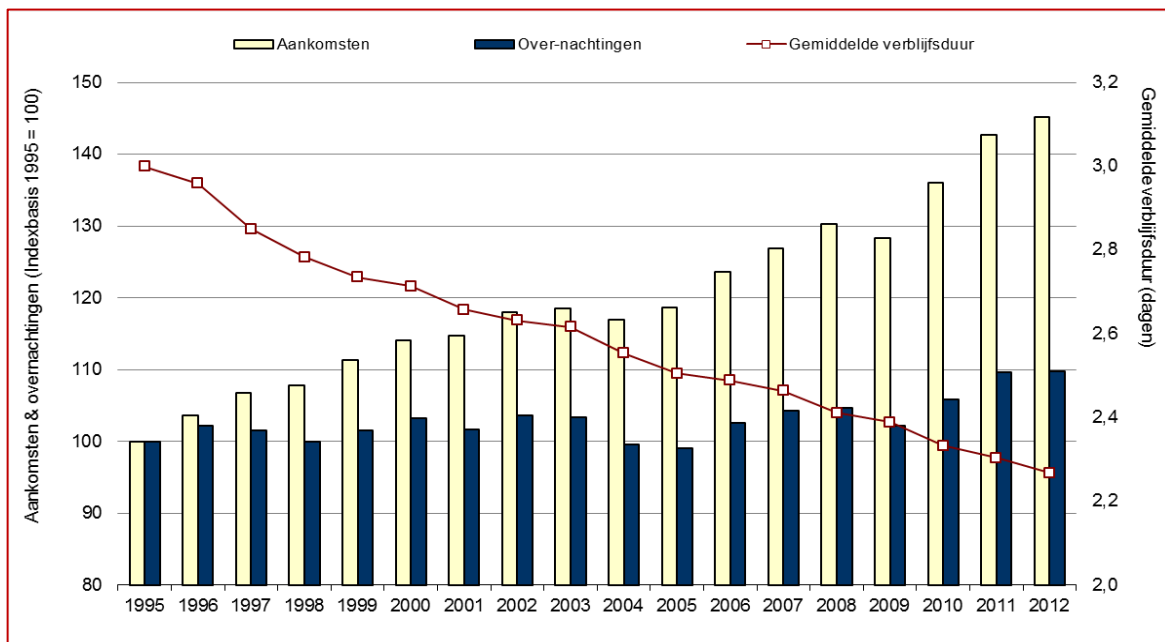
Ten opzichte van het jaargemiddelde van de overnachtingen daalt de frequentie voor alle buitenlandse klanten samen met bijna 50 % in januari, terwijl ze met bijna 50 % stijgt in juli en augustus. Deze maandvariabele is reeds verschillende jaren stabiel, maar verschilt naargelang de herkomst van de toeristen. Zo komen de Nederlandse en Duitse toeristen vooral in juli en augustus, terwijl de Japanners vooral in april en mei komen, de Fransen dan weer vooral in maart, april en november.



“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

## Grafiek 2. Jaarlijkse evolutie van aankomsten & nachten

(basisindex 1995 = 100)



Bron: FOD Economie, DG Statistische – Statistics Belgium (gegevens 2012).

Sinds 1997 wordt bij de gezinnen een permanente driemaandelijksse enquête gehouden over de toeristische vraag van de Belgische bevolking.

Volgens de gezinsbudgetenquête van de FOD Economie gaven de Belgen in 2010 gemiddeld 1.218 euro uit voor “toeristische reizen” (waarvan 1.030 euro voor een reis naar het buitenland en 189 euro in België), dat is 3,5 % van de totale gemiddelde consumptie van de Belgische gezinnen.

Volgens de HORECA-enquête (toerisme en hotelwezen) steeg het aantal etablissementen in België met 4,3 % tussen 1998 en 2010, met een lichte stijging van de totale capaciteit (+1,2 %).

Sinds 2007 gaan de Belgen vaker op reis, vooral naar het buitenland, en gemiddeld frequenter voor kortere perioden (1 à 3 nachten).

**Tabel 1. Reisonderzoek: aantal vakanties in 2008 tot 2011**

(2007 = 100)

	2008	2009	2010	2011
Korte vakanties ( van 1 tot en met 3 nachten)	103,3	115,5	105,7	122,1
- in het binnenland	100,9	108,0	81,4	103,7
- in het buitenland	105,8	123,4	131,5	141,7
Lange vakanties (4 nachten en meer)	107,1	101,7	100,3	109,9
- in het binnenland	104,9	100,6	85,1	88,2
- in het buitenland	107,6	101,9	103,9	114,9

Bron: FOD Economie, AD Statistiek – Statistics Belgium.

## 4. Is de concurrentiekracht van het Belgische toerisme duurzaam?

Weinig internationale studies bestudeerden de concurrentiekracht van de toeristische sector zo nauwkeurig en gedetailleerd als het rapport van het World Economic Forum (WEF, maart 2013)<sup>13</sup> "Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation". Dit rapport wordt tweemaal jaarlijks gepubliceerd. Het rapport dat in dit artikel bekeken wordt, dateert van maart 2013. Er worden 140 landen gerangschikt volgens hun toeristische aantrekkelijkheid en hun mogelijkheden om de sector reizen en toerisme tot ontwikkeling te brengen.

De auteurs van het rapport (experts van het WEF, de UNWTO en de WTTC alsmede universiteitsprofessoren en consultants) stellen vast dat de toeristische sector *"has managed to remain relatively resilient over the recent year despite the uncertain global economic outlook, which has been characterized by fragile global economic growth, macroeconomic tensions, and high unemployment in many countries."*

*"Industry resilience has been driven by the growth of the middle class in emerging markets"*, zo verklaarde Jennifer Blanke, Chief Economist bij het World Economic Forum.

Het WEF-rapport (maart 2013) berekent een globale aantrekkelijkheidsindex (tussen 1 en 7) op basis van een aantal gegevens die verzameld worden door 13 experts uit de sector reizen en toerisme, luchtvaartmaatschappijen en internationale organisaties als de World Tourism Organisation en de Association internationale du transport aérien. De globale index omvat 14 categorieën van indicatoren en 79 subindicatoren. Voor de samenstelling van het rapport wordt een beroep gedaan op talrijke samenwerkingsverbanden, zowel publiek als privé, en de informatie wordt zeer overzichtelijk voorgesteld<sup>14</sup>. Het WEF-rapport geeft een rechtstreekse kijk op de gezondheid van de sector, meer bepaald het vermogen om banen te scheppen. De resultaten van deze studie bevestigen trouwens de status van de EU als wereldleider op het gebied van toerisme. Niet minder dan 13 Europese landen – waaronder België – behoren tot de top 20 van de 140 opgenomen landen.

<sup>13</sup> Bron: <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness/index.html>.

<sup>14</sup> Zie: <http://widgets.weforum.org/travel-and-tourism-index/>.

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

Voor economisch ontwikkelde landen als België bestaan de drie belangrijkste factoren voor de correlatie tussen de globale competitiviteitsindex en het aantal aankomsten van toeristen uit: affiniteit met reizen en toerisme (klantgericht, open voor buitenlandse bezoekers, lokale betrokkenheid), prijscompetitiviteit (betaalbaar toeristisch aanbod, taksen, wisselkoers), en beleid en regelgeving. Opvallend is dat in de studie van het WEF (2013) geen rekening gehouden wordt met het klimaat, dat nochtans zo belangrijk is als parameter voor de toeristische aantrekkelijkheid. Dat is erg jammer, temeer daar het klimaat snel verandert.

In de tweejaarlijkse rangschikking van competitiviteit op het gebied van toerisme haalt België met 7,5 miljoen aankomende toeristen en 11,7 miljard USD ontvangsten een hoge score van 5,04/7 (18e op 140 landen, en zelfs 17e in de meest recente uitgave van het rapport<sup>15</sup>) - een winst van 5 plaatsen ten opzichte van het vorige rapport. Ons land onderscheidt zich op milieuvlak (13e), in positieve zin dankzij de goede wetgeving, maar iets minder wegens een bijzonder hoge CO<sub>2</sub>-uitstoot per inwoner. De auteurs prijzen daarnaast ook factoren als gezondheid en hygiëne (11e)<sup>16</sup>, culturele hulpbronnen (9e) en wegvervoer (8e) dankzij het dichte wegennet.

Tot de zwakke punten van België behoort volgens het rapport de prijscompetitiviteit (128e), de natuurlijke hulpbronnen (103e) en de prioriteit die aan de sector wordt gegeven (66e). Laten we eens kijken hoe deze louter economische visie op de competitiviteit van het toerisme aangevuld kan worden met de indicatoren voor duurzame ontwikkeling en de Belgische langetermijnvisie op duurzame ontwikkeling.

## 5. Indicatoren voor duurzame ontwikkeling voor het toerisme in België

De indicatoren voor duurzame ontwikkeling kunnen een licht werpen op een aantal elementen die nuttig zijn voor de ontwikkeling van de toeristische sector. De twee benaderingen, de strikt economische benadering die gevolgd wordt door het WEF, en die van de indicatoren voor duurzame ontwikkeling, zijn onderling verschillend maar vullen elkaar aan. Sommige klassieke indicatoren voor duurzame ontwikkeling, zoals bijvoorbeeld het beleid inzake duurzame ontwikkeling, de veiligheid van het wegvervoer, de kwaliteit van de gezondheidszorg, de bescherming van de natuurlijke hulpbronnen, de gevolgen van de opwarming van de aarde, kunnen een zuiver economische benadering aanvullen.

Het Belgische duurzame-ontwikkelingsbeleid wordt geregeld door de wet van 5 mei 1997 betreffende de coördinatie van het federale beleid inzake duurzame ontwikkeling. Dit institutionele kader is een van de meest uitgewerkte wettelijke regelingen ter wereld. Sinds 2013 publiceerde België zelfs zijn eigen langetermijnvisie (2050) inzake duurzame ontwikkeling. Deze langetermijnvisie omvat 55 doelstellingen voor duurzame ontwikkeling die de federale regering tegen 2050 wil bereiken in het kader van haar beleid inzake duurzame ontwikkeling.

---

<sup>15</sup> In het rapport van september 2013 ging ons land er nog 1 plaats op vooruit, het staat nu op de 17e plaats onder 148 landen.

<sup>16</sup> Op het vlak van gezondheid en hygiëne worden in het rapport als belangrijke criteria voor toerisme onder meer de beschikbaarheid van drinkwater (100 % in België) en van ziekenhuisbedden genoemd.

Op het vlak van vervoer is het niet enkel de beschikbare infrastructuur die telt. Het aantal ongevallen op de weg moet ook in aanmerking genomen worden. Voor dat criterium bevindt België zich op de 27e plaats onder 140 landen. Binnen de Belgische langetermijnvisie is het aantal ongevallen sterk verminderd en zijn dodelijke ongevallen uitzonderlijk geworden ... Bovendien moeten alle externe kosten (broeikasgassen, ongevallen, files, vervuiling, lawaai, ...) verrekend worden in de prijs van het vervoer. Als dit wenselijke scenario de komende jaren wereldwijd werkelijkheid wordt, dan zou dat kunnen inhouden dat verplaatsingen met het vliegtuig veel duurder worden dan nu: dichterbij gelegen toeristische bestemmingen (zoals België, dat in het hart van een regio van 500 miljoen consumenten ligt) zouden dan de voorkeur genieten boven verderaf gelegen bestemmingen. Op het vlak van files daarentegen wordt de situatie op het Belgische wegennet steeds problematischer.

## 5.1. Gezondheid en hygiëne

Gezondheidsindicatoren die een invloed kunnen hebben op de toeristische aantrekkelijkheid van een land, zoals de levensverwachting in goede gezondheid, de gezondheidsuitgaven en de wetgeving op het roken worden in het WEF-rapport van 2013 genegeerd. De levensverwachting in goede gezondheid van de Belgen ligt nochtans ongeveer drie jaar hoger dan het Europese gemiddelde (EU15). De gezondheidsuitgaven per inwoner behoren volgens de Wereldbank tot de hoogste ter wereld. Overigens onderschatten veel gepensioneerde Belgen die “naar de zon trekken” de risico’s op het vlak van gezondheidszorg. Een repatriëring voor een operatie is geen sinecure. Op het vlak van passief roken kent momenteel 7,4 % van de wereldbevolking een “rookvrije” wetgeving, zoals gelukkig reeds jarenlang ook in België het geval is.

## 5.2. Natuurlijke hulpbronnen

Het WEF-rapport van 2013 gaat voorbij aan bepaalde natuurlijke hulpbronnen zoals de beschikbaarheid van zoet water. In België is water – een wereldwijd steeds meer begeerde natuurlijke hulpbron – nog altijd ruim voorhanden, en de verwachte opwarming van de aarde zou geen probleem mogen vormen. De warmere en drogere zomers kunnen gecompenseerd worden door de verwachte toename van de regenval in de winter, en het is die regen die het meest bijdraagt aan de vorming van oppervlaktewater. Omgekeerd zou het aantal mensen dat met waterschaarste te kampen heeft tegen 2100 wereldwijd met twee miljard kunnen toenemen, op basis van een scenario waarbij de gemiddelde opwarming 2°C tot 3°C<sup>17</sup> zou bedragen. Bovendien zou de huidige opwarming van de aarde kunnen leiden tot een verbetering – in termen van toeristische aantrekkelijkheid – van ons gematigd klimaat, dat men eveneens als “natuurlijke hulpbron” zou kunnen bestempelen.

---

<sup>17</sup> Bron: UNEP et OESO (2011), “Climate Change and Tourism Policy in OECD Countries”.

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

### 5.3. Opwarming van de aarde en fiscaal beleid<sup>18</sup>

Aan de opwarming van de aarde besteedt het rapport WEF 2013 weinig of geen aandacht. Nochtans is de invloed van de opwarming van de aarde op het toerisme (en omgekeerd) steeds zorgwekkender. Het laatste rapport van de Groupe Intergouvernemental d'Experts sur le Climat (september 2013<sup>19</sup>) bevestigt de trend. De stijging van de temperatuur in de winter zal vooral merkbaar zijn in het noorden van Europa. In de zomer daarentegen zal de warmte vooral voelbaar zijn in het gebied rond de Middellandse Zee en in Centraal-Europa. Hoe meer de eeuw vordert, hoe sterker deze tendensen zich zullen doorzetten. De toename van de regenval zal in heel Europa merkbaar zijn, maar vooral in de noordelijke landen en in Centraal-Europa. In België wordt geen radicale verandering verwacht in de zomer, maar wel een toename van de regenval in de winter. Ons land is wel in hoge mate blootgesteld aan de stijging van de zeespiegel. In het meest extreme scenario voorspellen deskundigen voor 2100 een stijging van meer dan 80 centimeter ten opzichte van het huidige peil. Dat is voor de Belgische kust bijzonder veel, maar de overheid reageert, en we zullen ons aan deze nieuwe omstandigheden aanpassen. Logischerwijs zal bij ons het aantal warme dagen toenemen, het aantal koude dagen afnemen, we zullen vaker en langduriger met hittegolven te kampen hebben. Ons land zal dus ruim profiteren van het “verzachtende” effect van de oceaninvloed die de neiging heeft extreme invloeden “af te vlakken”. Kortom, relatief gezien een grote meevaller voor het toerisme in België!

Anderzijds zouden gepensioneerde Belgen die voor de zon en soms ook voor de belastingvoordelen (vaak pas vanaf zes maanden verblijf) richting Middellandse Zee waren getrokken wel eens kunnen terugkeren naar België als ze ziek worden, gezien de prijs/kwaliteitsverhouding van onze gezondheidszorg.

We mogen niet vergeten dat de klimaatverandering naast de rechtstreekse gevolgen voor het toerisme, zoals zomerse temperaturen, zonnenschijn maar ook erosie van de stranden, ook onrechtstreekse gevolgen zal hebben: minder sneeuw, verlies aan biodiversiteit en daling van de esthetische waarde van het landschap, sanitaire gevolgen, ... Daarnaast zullen door de maatregelen om de uitstoot van broeikasgassen terug te dringen op termijn de vervoerkosten toenemen, waardoor het gedrag van de reizigers duurzaam kan veranderen. Zoals het rapport Stern aantoonde, tot slot, zou een ongecontroleerde klimaatverandering het inkomen per inwoner tegen het einde van de eeuw met 20 % kunnen doen afnemen, met heel waarschijnlijk gevolgen voor het vakantiebudget van de gezinnen! In een land met een gematigd klimaat zoals België liggen er dan ook mooie dagen in het verschiet voor het “buurttoerisme”.

---

<sup>18</sup> Zie ook de brochure “[Klimaatverandering en toerisme](#)” uitgegeven in 2008 door Toerisme Vlaanderen.

<sup>19</sup> Bron: <http://www.ipcc.ch/>.

## 6. Enkele tips rond duurzame economie voor toeristische bedrijven

### 6.1. Een strategische keuze voor duurzaam toerisme

Het is van essentieel belang geworden om het business plan van een toeristisch bedrijf aan te passen op basis van de huidige vereisten van duurzame ontwikkeling in België (zie [www.indicators.be](http://www.indicators.be)) en van de langetermijnvisie (2050) van België inzake duurzame ontwikkeling. Internationale organisaties (Europese Commissie, OMT, UNEP, IPCC, OMS,...) leveren op dat vlak zeer nuttig werk (zie links aan het eind van dit artikel). De Europese Commissie gaat, na overleg met de lidstaten, een *European Charter for sustainable and responsible tourism* opstellen. Met andere woorden, louter en alleen afgaan op indicatoren voor de competitiviteit van de sector (rapport WEF) volstaat niet. Men moet naar een integrale aanpak van duurzame ontwikkeling gaan. Op talrijke websites (zie verder het deel links en verwijzingen) vindt u nuttige tips naargelang de aangeboden toeristische activiteit. Dit dient bij voorkeur te gebeuren van bij de ontwerpfase van een project. Bijvoorbeeld, een hotelcomplex bouwen volgens de normen van passiefbouw, nabij openbaar vervoer, en met in het achterhoofd de kans op een keurmerk voor duurzaam toerisme, zal meer opleveren dan een oud energievretend hotel renoveren ver van alle openbare vervoer.

### 6.2. Toeristische ontwikkeling met oog voor duurzame ontwikkeling!

Dat is waarschijnlijk de grootste uitdaging. Toeristische activiteiten zijn vaak vervuilend en energieverwendend (bijvoorbeeld *low cost* vliegtuigreizen). Anderzijds zijn er ook toeristische activiteiten waarbij weinig natuurlijke hulpbronnen verbruikt worden, denken we maar aan het natuurlijk erfgoed (trekking) en het historisch erfgoed (beschermde gebouwen, musea, ...). De bereikbaarheid van dit natuurlijk en historisch erfgoed is daarbij eveneens bepalend. De overheid speelt daarin een centrale rol, ook al wint het privébeheer van toeristische trekpleisters steeds meer terrein. In België zijn overigens vele musea gratis te bezoeken op de eerste zondag van elke maand, wat zowel op sociaal, economisch en ecologisch vlak toe te juichen is.

### 6.3. Promotie van eco- en agrotourisme, sociaal, ethisch en solidair toerisme

Allemaal interessante mogelijkheden, maar in deze sector dient men zich nog meer dan in andere sectoren te hoeden voor greenwashing! Vanuit België *low cost* naar Zuid-Amerika vliegen om er te voet het Amazonewoud te gaan verkennen, zal een veel hogere milieufactuur opleveren dan wanneer men vanuit Limburg met de moto gaat rondtoeren in de Ardennen.

Al deze nieuwe benaderingswijzen van het toerisme zorgen voor een diversificatie van het aanbod en leiden tot een mentaliteitsverandering onder de toeristen, die bereid zijn om hun

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

gewoonten aan te passen. Elk van die benaderingswijzen beantwoordt aan een of meer specifieke doelstellingen. Zo kunnen dankzij het “[Holiday Participation Center](#)” sommige mensen op vakantie gaan, ook mensen met een laag inkomen.

## 6.4. Duurzame toeristische ontwikkeling dankzij promotie door de overheid

Op de site van de provincie Namen<sup>20</sup> wordt het participierend toerisme gepromoot: “pour une consommation touristique responsable qui rapproche visiteurs et habitants dans une dynamique durable, de rencontre, d'échanges, de partage d'expériences, de découvertes originales et improbables...”. Naast het sociaal toerisme (jeugdherbergen bijvoorbeeld) is er een nieuwe formule: het participierend toerisme, de “Greeters”. Het Belgische netwerk van Greeters stimuleert ontmoetingen tussen bezoekers en bewoners en de plaatselijke kennismaking met verschillende Belgische steden. Een toeristisch bedrijf kan daarnaast zijn zichtbaarheid vergroten door een duurzaamheidslabel te onderschrijven (zie verder) of door lokale producten te verkopen. Onze belangrijkste “duurzame” troeven, zoals onze culturele rijkdommen, onze gastronomie, maar ook onze troeven inzake duurzaam toerisme (nabijheid, openbaar vervoer, gezondheidszorg, ...) zou men reeds kunnen promoten van bij de aankomst van de toeristen, bijvoorbeeld bij het verlaten van de luchthaven.

## 6.5. Gebruik maken van labels voor duurzaam toerisme

Er bestaan verschillende labels voor duurzaam toerisme. Het grootste voordeel ervan is dat men de producten en diensten kan herkennen die het meest rekening houden met duurzame ontwikkeling. Het is een vrijwillig systeem dat het managementmodel van het bedrijf verandert en dat de werknemers bewust maakt van hun maatschappelijke verantwoordelijkheid. Dankzij dit keurmerksysteem kunnen ook exploitatiekosten verlaagd worden, kunnen natuurlijke hulpbronnen gespaard worden en kan het imago van het bedrijf bij zijn klanten opgepoetst worden. We geven enkele voorbeelden van labels die reeds in België gebruikt worden.

Green Key	Ecolabel EU	Green Globe	Travelife	Blue Flag
				

### 6.5.1. Green Key

Het internationale ecolabel “[Green Key](#)” wil bijdragen tot een duurzamer toerisme. Het moedigt onder meer uitbaters van hotels, evenementenlocaties en pretparken aan om te kiezen

<sup>20</sup> <http://www.paysdesvallees.be/fr/fr.html?IDC=25808>.

voor een milieuvriendelijker beleid en om hun klanten en gasten te sensibiliseren voor een milieuvriendelijk gedrag. Het label kent een constante groei en onderscheidt ondertussen wereldwijd meer dan 2.100 etablissementen in 41 landen. In Wallonië en in Brussel ontvingen 37 etablissementen het label. Het gaat daarbij om een ruime waaier toeristische voorzieningen, gaande van een hotel met meer dan 400 kamers tot een bed & breakfast. Ook belangrijke locaties voor het culturele en historische erfgoed van de hoofdstad dragen het label. De Brusselse bedrijven zijn goed voor 16 % van de beschikbare hotelkamers in de hoofdstad en voor 80 % van de opvangcapaciteit aan jeugdherbergen.

### 6.5.2. Europees Ecolabel<sup>21</sup>

Het Europese ecolabel <http://www.ecolabel-tourism.eu/> werd in 2003 in het leven geroepen en werd door een toenemend aantal toeristische accommodaties in Europa overgenomen. Er zijn sinds 2005 ook steeds meer kampeerterreinen die het Europese label voeren.

Toeristische bedrijven die het Europese ecolabel voeren, gaan de volgende verbintenissen aan:

- laag energieverbruik,
- gering waterverbruik,
- geringe afvalproductie,
- gebruik van hernieuwbare energiebronnen en van stoffen die minder schadelijk zijn voor het milieu,
- informatie en voorlichting van de klanten op het gebied van leefmilieu.

Ze beantwoorden aan de strikte criteria die beschreven zijn in het eisenpakket dat voor alle landen van de Europese Unie gemeenschappelijk is.

### 6.5.3. Green Globe

Het internationale label voor duurzame ontwikkeling "[Green Globe](#)" is een certificatiesysteem voor toeristische bedrijven, en met name voor hotels. Het label wordt gesteund en erkend door de UNWTO en de WTTC. Het evalueert de hotelprestaties op acht verschillende gebieden en volgt de Global Sustainable Tourism Criteria. Het beschikt wereldwijd over geaccrediteerde auditeurs en richt zich voornamelijk tot grote etablissementen en hotelketens. In België kreeg enkel het Crowne Plaza te Brussel het label toegekend. Over heel Europa zijn er meer dan 150 etablissementen die het label mogen voeren. Green Globe wordt toegepast op alle soorten toeristische voorzieningen. Green Globe biedt maatwerk op basis van de pijlers van duurzame ontwikkeling: economische groei, bescherming van het milieu, integratie en verbetering van de plaatselijke activiteit.

### 6.5.4. Travelife

Travelife is een trainings-, management- en certificatieprogramma voor toeristische bedrijven die duurzamer willen worden (zie [www.travelife.info](http://www.travelife.info)). Het wordt beheerd door ECEAT-

---

<sup>21</sup> Bijvoorbeeld het toeristische verblijf ADAGIO Brussels Centre Monnaie.



“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

Projects, een organisatie met basis in Nederland. Travelife helpt touroperators en reisbureaus om hun maatschappelijke en ecologische impact te verbeteren door het naleven van duurzaamheidscriteria. Als een bedrijf de voorwaarden naleeft, ontvangt het een Travelife-certificaat.

### 6.5.5. Blue Flag

Het Blue Flag-label (zie [www.blueflag.org](http://www.blueflag.org)) is een internationaal ecolabel dat de uitbaters van badplaatsen en plezierhavens wil erkennen voor hun inspanningen op het vlak van milieu. Het label wordt jaarlijks toegekend voor vrijwillige inspanningen rond vier soorten criteria: milieuvorlichting, milieumanagement, waterkwaliteit, veiligheid en dienstverlening. Aan de hand van deze kwaliteitscriteria wil “Blue Flag” duurzame ontwikkeling stimuleren langs kusten en binnenwateren.

### 6.5.6. EDEN

EDEN<sup>22</sup> is een erkenning die door de Europese Commissie wordt verleend aan bestemmingen die met succes hebben bijgedragen tot een duurzaam toerisme. In België ontving de stad Louvain-la-Neuve de trofee Eden 2013 voor zijn aangepaste infrastructuur voor minder mobiele personen.

## 6.6. Informeer uw klanten

Een toerist met zin voor verantwoordelijkheid zoekt informatie over het land of de streek die hij wil bezoeken. Het is commercieel gezien interessant om hem daarbij te helpen. Authentieke producten en diensten verkopen beter met een mooi verhaal eromheen. In België ontbreekt het niet aan voorbeelden:

- Als u Belgische chocolade verkoopt, vertel er dan bij dat het Belgische chocolademakers waren die al in 1912 de “praline” uitvonden zoals we die nu kennen, en dat dit product bekend staat voor zijn positieve uitwerking in geval van depressies, dat er pralines bestaan voor diabetici, ...
- Bij het verkopen van Belgisch bier kunt u vertellen dat deze drank in de 14e eeuw populair is geworden, dat men adviseerde om het te drinken in plaats van water, dat vaak besmet was en tot epidemieën leidde zoals de cholera en de pest, dat er in België nog steeds een honderdtal brouwerijen bestaan met een gamma van zowat 500 verschillende producten, ...
- U kunt “België” als toeristische bestemming verkopen door op de “duurzame” aspecten te wijzen, meer bepaald: gelegen op minder dan 1000 kilometer van de helft van de Europese bevolking, een gematigd klimaat, belangrijke musea, bijna altijd gelegen in de nabijheid van openbaar vervoer, een weinig vervuilend en zeer dicht spoorwegennet, in de onmiddellijke nabijheid van Frankrijk, het meest bezochte land ter wereld, ...

---

<sup>22</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/what-is-eden/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/what-is-eden/index_en.htm)

## 7. Bij wijze van besluit

Hoe zal het er met de toeristische competitiviteit van de Seychellen uitzien als ze onder de golven verdwenen zijn? Hoe toeristisch en fiscaal aantrekkelijk zullen onze Belgische gepensioneerden de warme landen vinden als die meer en meer met hittegolven te kampen krijgen? Zullen we nog lang kunnen genieten van een restaurant waar roken toegestaan is?

Door de competitiviteit van de Belgische toeristische sector te bekijken vanuit het gezichtspunt van een duurzame economie kan men het huidige peil daarvan meten terwijl men tegelijk zijn blik ook gericht houdt op een langetermijnvisie voor duurzame ontwikkeling. Een dergelijke analyse voor de middellange en lange termijn vinden we niet terug in het WEF-rapport (2013).

Sommige indicatoren voor duurzame ontwikkeling kunnen de nieuwe criteria worden voor de competitiviteit van een sector waarvan de duurzaamheid weldra de drijvende kracht achter de competitiviteit zal zijn.

Uiteindelijk zal elke onderneming uit de toeristische sector zich bewust moeten worden van wat er op het spel staat en zijn businessplan afstemmen op duurzame economie.

“De voorwaarden scheppen voor een competitieve, duurzame en evenwichtige werking van de goederen- en dienstenmarkt in België.”

## Afkortingen

bbp	Bruto binnenlands product
COCOF	Commission Communautaire Française
CREDOC	Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie
DO	Duurzame Ontwikkeling
EU	Europese Unie
FPB	Federaal Planbureau
GIEC	Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du Climat (= IPCC)
HDI	Human Development Index ( <i>index van de menselijke ontwikkeling, ontwikkelingsindex</i> )
OESO	Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling
UNEP	United Nations Environment Program
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation
UNWTO	United Nations World Tourism Organisation
WEF	World Economic Forum
WHO	Wereldgezondheidsorganisatie
WTTC	World Travel & Tourism Council

## Links en verwijzingen

### Adressen en websites in België

- Officiële Belgische sites [www.belgium.be](http://www.belgium.be) // [www.indicators.be](http://www.indicators.be)
- FOD Economie [www.economie.fgov.be](http://www.economie.fgov.be) <http://belgiumbeyonddexpectations.be/>
- Federatie van de Toeristische Industrie vzw [www.fit-fti.be/](http://www.fit-fti.be/)
- Office de Promotion du Tourisme de Wallonie et de Bruxelles [www.opt.be](http://www.opt.be)
- Commissariat général au tourisme [cgt.toerismewallonie.be/](http://cgt.toerismewallonie.be/)
- Portail officiel du Tourisme en Wallonie: [www.toerismewallonie.be](http://www.toerismewallonie.be)
- Toeristisch Agentschap Oost-België [www.eastbelgium.com](http://www.eastbelgium.com)
- Bezoek Vlaanderen [www.visitflanders.com](http://www.visitflanders.com)
- Bezoek Brussel [www.visitbrussels.be](http://www.visitbrussels.be)
- Commission communautaire française [www.cocof.irisnet.be/](http://www.cocof.irisnet.be/)
- asbl Wallonie-Bruxelles Tourisme [www.belgique-toerisme.be/](http://www.belgique-toerisme.be/)
- Toerisme Vlaanderen <http://www.toerismevlaanderen.be/duurzaam>
- [www.groenesleutel.be](http://www.groenesleutel.be)
- [www.greeters.be](http://www.greeters.be)
- asbl Flandre-Bruxelles [www.tourismebelgique.com/](http://www.tourismebelgique.com/)
- Invest in Belgium [ib.fgov.be/](http://ib.fgov.be/)
  - Brussels Invest and Export Agency [www.investinbrussels.com/](http://www.investinbrussels.com/)
  - Flanders Investment & Trade (FIT) [www.investinlanders.be/](http://www.investinlanders.be/)
  - Wallonia Export and Investment Agency (AWEX) [www.investinwallonia.be/](http://www.investinwallonia.be/)

### Adressen en websites (internationaal)

- OESO: Toerisme [www.oecd.org/cfe/tourism/](http://www.oecd.org/cfe/tourism/)
- UNWTO: UN World Tourism Organization <http://sdt.unwto.org/>
- WTTC: World Travel and Tourism Council [www.wttc.org](http://www.wttc.org)
- UNEP: Tourism and Environment Programme [www.unep.org](http://www.unep.org)
- WEF: World Economic Forum (T&T Competitiveness Index) [www3.weforum.org/](http://www3.weforum.org/)
- WHO: World Health Organization [www.who.org](http://www.who.org)
- EU: Europese Commissie [ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/)
  - ETIS: European Tourism System of Indicators for Sustainable Management
  - European charter for a sustainable and responsible tourism (consultation)
  - European Travel Commission [www.etc-corporate.org/](http://www.etc-corporate.org/)
  - European Alliance for Responsible Tourism and Hospitality <http://earth-net.eu/>

Interessante sites: [www.world-statistics.com](http://www.world-statistics.com)  
[www.sustainable-development.org](http://www.sustainable-development.org)



Vooruitgangstraat 50  
1210 Brussel  
Ondernemingsnummer: 0314.595.348  
<http://economie.fgov.be>



© Photolia.com - Dangubic