



Groot vuur

Actieve

CONCEPT KENMERKEN



Concept

Nodig toeristen uit voor de grote branden die aan het einde van de winter traditioneel in de Ardennen worden gehouden. Het groot vuur is een gemoedelijk moment waar de buren elkaar ontmoeten, waar we familie en vrienden uit de nabijgelegen dorpen uitnodigen. Waarom ook niet toeristen uitnodigen?

DOELGROEP

Dit idee is gericht op toeristen die passeren tijdens een laagseizoensperiode, gericht op alle leeftijden en gezinssituaties. Dit soort aanbod is van belang voor mensen die regelmatig naar de regio komen, die openstaan voor nieuwe sociale contacten en die geïnteresseerd zijn in het beter leren kennen van de regio.

NIEUWE ELEMENTEN

Gebruik een traditioneel gerichte activiteit gericht op de lokale bevolking om toeristen een andere ervaring te geven.

Dit idee maakt het mogelijk om contacten te creëren tussen de lokale bevolking en toeristen. Het is een avondactiviteit, die vrij uitzonderlijk is als aanbod voor toeristen.

Behoeften die worden voldaan

Dit idee beantwoordt aan de behoefte van toeristen om de lokale kleur, tradities te ontdekken. De grote brand is een voorouderlijke rite gekoppeld aan de passage van de winter naar de lente.

Door toeristen uit te nodigen, creëren we mogelijke momenten van delen tussen lokale mensen en passerende toeristen.

De sfeer is vriendelijk en iedereen praat met iedereen.

Deelnemen aan de grote brand is ook een alternatief voor het eten in een restaurant in de avond, een grote brand gaat meestal hand in hand met een aanbod van eenvoudige maaltijden (bijvoorbeeld gegrilde worstjes) en drankjes. Allemaal tegen democratische prijzen.

Specificaties voor mogelijke uitvoering:

- Moedig de organisatoren van de grote brand aan om toeristen uit te nodigen via de verhuurbedrijven.
- Het aanbod van maaltijden en drankjes kan worden verbeterd, bijvoorbeeld door het uitnodigen van een "Food Truck" om zich te vestigen in de buurt van de grote brand.

Wie kan het initiatief nemen/welke partnerschappen?

Voor de gastenkamers, hotels, minder de campings gezien de tijd van het jaar, die kunnen informeren en ' uitnodigen ' toeristen om er naartoe te gaan, om hen te begeleiden.

De organisatoren van de het groot vuur moeten ook op de een of andere manier erbij betrokken worden. Ze moeten rekening houden met een (klein) aantal toeristen, en eventueel hun aanbod aan te passen. Een bordje langs de weg is niet genoeg, omdat de informatie te kort is om toeristen aan te moedigen om te komen.

Lokale associaties kunnen hierbij betrokken zijn. Ze zijn vaak co-organisatoren. Ze kunnen een specifiek aanbod ontwikkelen dat hen extra inkomen biedt: stand met lokale producten, mini-lokale markt, stand met lokaal bier, glühwein, lokale gerechten,....

Dit maakt de grote brand aantrekkelijker als een activiteit, en genereert extra inkomsten.

Toeristische kantoren zijn een ideale partner om het idee te promoten en participatie aan te moedigen.

Wat is de **toegevoegde waarde** voor de partners-ondernemers?

- Een klein bijkomend inkomen voor de organisatoren van het grote vuur.
- Een bijkomend potentieel inkomen voor de verenigingen, die het grote vuur organiseren of door extra activiteiten aan te bieden (drank, verkoop van lokale producten,...).
- Klantenbinding voor bedrijven die huisvesting aanbieden: sociale integratie van toeristen, ontdekking,....
- Een suggestie voor een originele activiteit voor de avond; vooral de gastenkamers hebben soms moeite met het vinden van suggesties of alternatieven voor restaurants in de directe omgeving.

Hefbomen

Het initiatief en het bestaan van de grote vuren op zich zijn hefbomen.

Associaties kunnen grote vuren aantrekkelijker maken (win-win tussen grote brand en associaties). Bedrijven of lokale ondernemers die accommodatie aanbieden: ze zijn het beste kanaal om toeristen te informeren en uit te nodigen.