
Contact

endeavour

Ndvr cvba
Rijnkaai 37, 7e verdieping
2000 Antwerpen
info@endeavours.eu
www.endeavours.eu

Vertegenwoordigd door:
Elodie Deprez & Jonas De Maeyer

DIFT

DIFT bvba
Dok Noord 4 (gebouw E)
9000 Gent
bert@dift.be
www.dift.be

Vertegenwoordigd door:
Hanne Van Gils & Bert Pieters

Inhoud

-
0. Inleiding en leeswijzer
 1. Manifest
 2. Op schaal van de regio - macro
 - a. Kadering van de opdracht
 - b. Overzicht van projecten
 - c. Bouwstenen communicatie en participatie op gebiedsniveau
 - d. In dialoog met de regio
 - Interviews
 - Merkworkshops
 - Strategie & speerpunten
 - Ontwikkeling van een beeldtaal
 - Blik op de toekomst
 - e. Samen werken aan een lerend netwerk
 3. Op schaal van het project - micro
 - a. Spelregels van het project
 - proces
 - workshop
 - b. Interventies
 - Kandoo workshop
 - Overzicht van de acties
 - Interactieve belevingskaart
 - Call opmerkelijke plekjes
 - Merchandise
 - Event
 - Reportage
 - Conclusies
 - c. Participatie methodes
 - Interactieve rondleiding of sitebezoek
 - Online bevraging
 - Bilaterale of gerichte gesprekken
 - Thematische workshops
 - Belevingskaart of visiekaart opmaken
 - (Interactief) communicatiemoment
 - Workshops aftoetsen scenario's
 - Co-creatief ontwerpend onderzoek voor het opmaken van collectieve scenario(s)
 - Afsluitend evenement
 - Evaluatiemoment(en)
 4. Nawoord
 5. Bijlages



Bron: Provincie West-Vlaanderen

Inleiding

De projecten gelinkt aan de Leie, die verschillende gemeenten, steden en twee landen doorloopt, vormen stapstenen in een groter netwerk van groenblauwe schakels in de 'Leievallei - Parc de la Lys'. De handleiding met een aantal projecten in de Leievallei als voorbeeldcases vloeit voort uit een participatietraject uit 2019. In dit traject deelden partners hun kennis en ideeën over participatie en communicatie op macroniveau (de Leievallei) en microniveau (specifieke projecten). Deze kennis werd samengebracht in deze handleiding die enerzijds **handvaten biedt voor specifieke projecten gelegen binnen de Leievallei** en anderzijds **inspirerende bouwstenen, processen en methodes** aanreikt die toepasbaar zijn op alle ruimtelijke projecten balancerend tussen deze twee schaalniveau's.

De twee niveau's richten zich tot verschillende doelgroepen: het macroniveau tot beleidsmakers en het microniveau tot ambtenaren. Uiteraard kan het document ook voor niet gouvernementele projecten gelegen in de Leievallei als inspiratie dienen.

Deze handleiding is opgebouwd uit drie grote delen die de verzamelde inzichten en ideeën op verschillende niveaus ordent.

In het eerste hoofdstuk volgt een krachtig **manifest** dat vijf positieve krachtlijnen uitdraagt over de Leievallei. Deze beeldbepalende elementen brengen op inspirerende wijze het toekomstperspectief dat de participanten van hun streek willen uitdragen.

In het tweede hoofdstuk dat zich focust op de Leievallei als één projectgebied wordt het doorlopen traject rond **communicatie en kennisdeling op macroniveau** uiteengezet. Dit met extra aandacht voor **overkoepelende communicatiestrategieën en methodes** rond het opzetten en onderhouden van **een lerend netwerk** (tussen verschillende projectcoördinatoren en tussen gemeenten). De 'Leievallei - Parc de la Lys' is kenmerkend in zijn grensoverschrijdende dimensie of uitdaging.

Het derde hoofdstuk zoomt in tot op **microniveau** en bespreekt mogelijke **communicatieve interventies en burgergerichte participatiemethodes** met referenties uit de deelnemende Leieprojecten. De dialoog die hier wordt aangegaan met de burger wil betrokkenheid, bekendheid en zo ook een verantwoordelijkheidsgevoel of '**ownership**' tot stand brengen.





Bron: Provincie West-Vlaanderen

1. Manifest

De Leie en haar vallei zijn langsheen hun loop gekenmerkt door tegenstellingen. Ze is hard en zacht, groen en grijs, kunstzinnig en industrieel, verbindend en versnipperd. Haar bewoners beschouwen haar als de drager van de identiteit van de streek en zien haar verbindend karakter zowel ruimtelijk, als cultureel, als een onderbenutte potentie. Ze wordt gebruikt als economische as, als inspiratie voor kunstenaars, er wordt langs haar gefietst en op haar gevaren. Over de jaren heen kende ze een enorme transformatie van meanderend en kronkelend in een open landschap tot recht en functioneel omzoomd met bebouwing. Wat interessante kansen heeft gecreëerd zoals economische groei maar ook spanningen, voornamelijk tussen landbouw en natuur die de strijd voeren voor de laatste fragmenten open ruimte.

Ondanks de verschillende belangen (economie, cultuur, ecologie, recreatie, toerisme, landbouw, mens, dier en plant, ...) die de Leie kenmerken, wordt er gewerkt aan een verbonden toekomstperspectief. In dit verhaal staat het groenblauwe landschap behouden en versterken centraal. Dit in de vorm van een coalitie met en als versterker van alle belanghebbenden. Uit het gelopen traject kwamen enkele krachtlijnen voort. Deze dienen als inspiratie voor alle toekomstige projecten langsheen de Leie en vormen de basis voor een verbindende toekomst.

1. De Leie vormt een parelketting van verblijfsplekken voor mens, dier en plant

De gemeenten en steden langsheen de Leie worden verbonden door de groenblauwe netwerken die functioneren als een belangrijk ecosysteem. Tastbare inrichtingsprojecten, die een balans tussen groen en recreatie opzoeken, trekken de grensbevolking naar diverse plekken langsheen de Leie. Om de biodiversiteit van de streek te vrijwaren en de Leie te laten functioneren als groene long moet het ruimtegebruik langsheen de Leie afgestemd worden op de water- en bodemstructuur en zijn er ook zones nodig die niet toegankelijk zijn voor mensen.

2. De Leie is een ruggengraat voor mobiliteit

Op het water, langsheen het water en over het water heen wordt er gewerkt aan het creëren van continuïteit voor zowel trage als industriële mobiliteit. De meanderende 'oude' Leie biedt een traag kronkelend netwerk aan dat zich perfect leent voor toerisme. De rechte en functionele Leie vormt de ruggengraat voor zowel industrieel als recreatief waterverkeer en biedt een snelle fietsroute aan langsheen haar oevers. Fietsbruggen zorgen ervoor dat beide oevers makkelijk te verkennen zijn.

3. De Leie heeft een stroom aan culturele activiteiten en bezienswaardigheden

De Leievallei is gevormd en gekenmerkt door haar (Vlas)geschiedenis waarvan vandaag nog elementen overblijven in het landschap. De Leie was bovendien

een inspiratiebron voor kunstenaars. De Leie creëert een netwerk, continuïteit en verbondenheid van installaties, kunst, musea en diverse andere cultuurplekken in haar aanpalende gemeenten.

4. De Leie is een structurende verbinder in het landschap

De verschillende en soms tegenstrijdige belangen (economie, cultuur, ecologie, recreatie, toerisme, landbouw, mens, dier en plant, ...) vinden een centraal gemeenschapspunt in de Leie en haar oevers. Het samenleven langsheen en samen beleven van de Leie staan hier centraal. Het is een zoektocht naar het creëren van eenheid (de Leievallei) zonder het verliezen van eigenheid.

5. De Leie is het gezicht van haar regio, vertrekkende vanuit haar sterke groenblauwe karakter

Een verbonden toekomstperspectief, met centraal het behouden en versterken van het groenblauwe landschap, wordt gecreëerd door het vormen van een coalitie met alle belanghebbenden en omwonenden. De bewoners beschouwen de Leie als de drager van de identiteit van de streek en zien haar verbindend karakter als haar grootste potentie. 'De Bleievallei' vormt een groene corridor voor de toekomst waar projecten en activiteiten in de Leievallei zich bij aansluiten. Zo wordt er gewerkt aan een eenduidige visie van groenblauwe sporen die algemeen bekend, herkend en verankerd is.



Bron: Provincie West-Vlaanderen



2. Op schaal van de regio — MACRO

A. Kadering van de opdracht (7,5%) en een bredere partnergroep bestaande uit Kuurne, Menen, Wevelgem, Kortrijk, Harelbeke, Wervik, Projectenportefeuille Flandria Rhei (elk 2,5%).

1. Context

Deze opdracht kadert zich binnen het interreg-project VALYS, de opvolger van het interreg IV- project Corrid'or. Tijdens het voorafgaande traject werd een gemeenschappelijke grensoverschrijdende gebiedsvisie voor de Leievallei opgemaakt dat via een politiek charter goedgekeurd werd door het partnerschap. Het huidige project VALYS wil het gebied nu verder ontwikkelen op basis van de gebiedsvisie. Dit door het aangaan van een dialoog met de burger en het versterken van de landschappelijke en natuurlijke elementen uit de Leievallei. VALYS biedt het grensoverschrijdend kader om deze uitdagingen aan te pakken en vorm te geven. Dit gebeurt via acties op verschillende schaalniveaus: de Leievallei als macroschaal en de projecten en acties die zich hierbinnen bevinden als microschaal.

Deze opdracht wordt gestuurd door een aantal kernpartners: Provincie West-Vlaanderen (25%), MEL (30%), Leiedal (10%), Oost-Vlaanderen (10%), Ville de Comines-Warneton

Om in dialoog te treden met de grensbevolking over de verdere ontwikkeling van de Leievallei werden **Dift (communicatie) en Endeavour (participatie)** aangesteld om een traject van **12 maanden** te faciliteren.

2. Doel

Het interreg-project VALYS bouwt mee aan visievorming van deelgebieden en inrichtingen op het terrein met een belangrijke impact op de Leievallei. Dit traject binnen VALYS wil de Leie terug een plaats geven in de mentale kaart van de grensbevolking en werkt aan het verbeteren van het imago van de Leie. Dit moet leiden tot een grotere betrokkenheid van bewoners en verschillende doelgroepen. Elk project langs de Leie moet zich ervan bewust zijn dat ze deel uitmaken van een grotere Leievallei en dat ze ook een bijdrage kunnen leveren aan de ontwikkeling en de bescherming van het groenblauw netwerk.

Enerzijds wordt een aanzet gedaan en advies geformuleerd naar **een gezamenlijke communicatiestrategie en een doorvertaling ervan in acties** die het onderscheidend karakter van het "Leievallei-Parc de la Lys" kunnen verbeelden. Anderzijds is participatie een rode draad in het traject, zowel participatie op het niveau van de projectpartners als het op een innovatieve manier in dialoog treden met de burger. Stap voor stap worden mensen betrokken bij projecten en interventies die de verschillende ambities voor de Leie vertegenwoordigen. Verder is deze **handleiding** het resultaat van dit traject en levert het als **inspiratiedocument** methodieken aan voor communicatie en participatie specifiek toegepast op de Leievallei en gelijkaardige trajecten. Dit zowel op een macroniveau (voor de ganse vallei), als op een microniveau (concrete inrichtingsprojecten).

3. Rollen

De opdrachtgevend bestuurder is de provincie West-Vlaanderen.

De stuurgroep bestaat uit de hoofdpartners van dit traject: Provincie West-Vlaanderen, MEL, Leiedal, Provincie Oost-Vlaanderen, Ville de Comines-Warneton. Deze groep zet de hoofdlijnen van het traject uit en wordt ingezet als compact beslissing gevend orgaan.

De partnergroep is opgebouwd uit de stuurgroep en aangevuld met de kleinere partners van dit traject: Kuurne, Menen, Wevelgem, Stad Kortrijk, Stad Harelbeke, Stad Wervik,

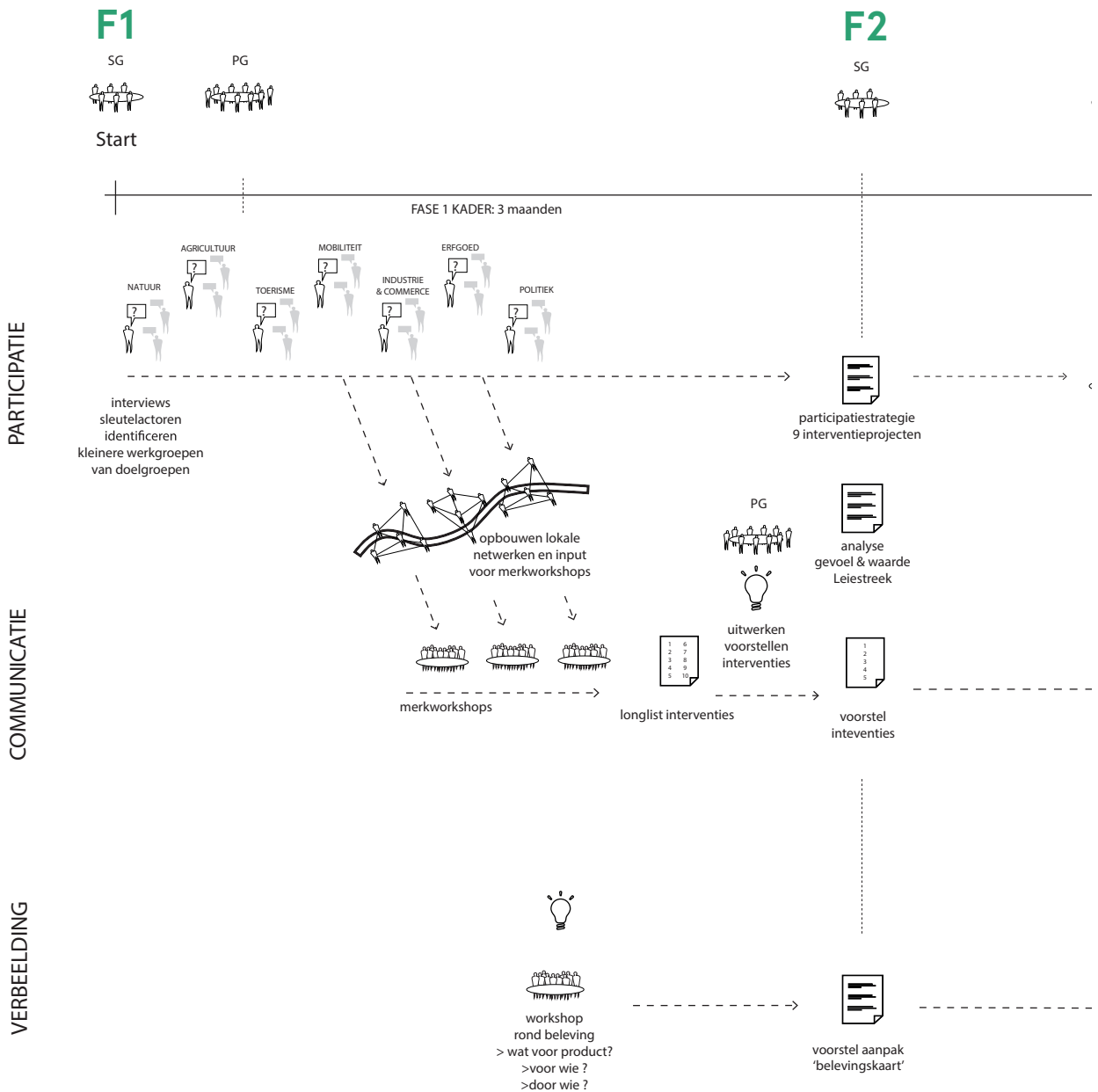
Projectenportefeuille Flandria Rhei. Zij sturen mee het proces en de beslissingen die worden gemaakt vanuit een adviserende rol.

DIFT (communicatie) en Endeavour (participatie) zijn de facilitators van dit traject binnen Valys. Met hun specifieke expertises begeleiden ze het proces om zo te komen tot een gedragen resultaat met het team dat samenwerkt aan de gemeenschappelijke doelstelling.

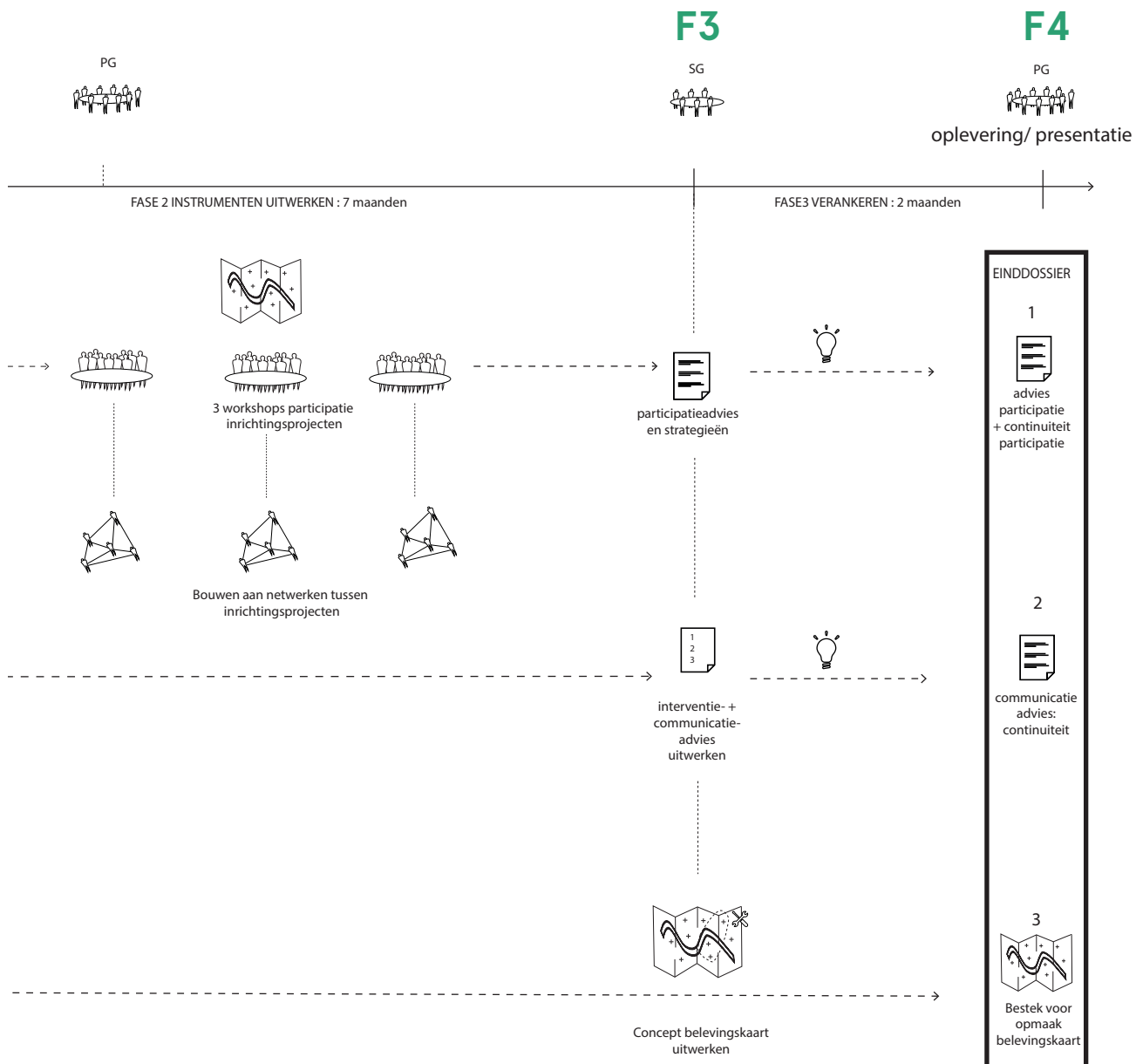
Burgers worden gedurende het proces betrokken vanuit een adviserende en ervaring delende rol.

4. Proces

Het **processchema** is een schematische weergave van het doorlopen traject in zijn verschillende **fases** (verkennen, actie, en adviseren). Aan de fases worden **vergadermomenten** met de stuur- en partnergroep en de communicatie- en participatie **proceslijnen** (interviews, workshops en projectdocumenten) gekoppeld. Dit document is het eindresultaat van het doorlopen proces. Het geeft enerzijds de doorlopen stappen en methodes weer en anderzijds geeft het advies over mogelijke vervolgstappen.



SG= stuurgroep
PG= partnergroep



B. Deelnemende projecten

De volgende projecten maken deel uit van het groenblauwe netwerk in de 'Leievallei - Parc de la Lys' en vormen de basis van de participatiemomenten die tot deze handleiding hebben geleid. De meeste projecten zijn ook terug te vinden op de Blauwe Ruimtekaart.

1. Masterplan Brielmeersen, Deinze

Om alle ruimtelijke ambities in het gebied tussen het Schipdonkkanaal, de Oude Leie, de Tweebruggenlaan en de Stadionlaan op elkaar af te stemmen, werken de Provincie Oost-Vlaanderen en de stad Deinze samen aan een maatschappelijk gedragen masterplan. Het plan focust op een duurzame, ruimtelijke ontwikkeling met aandacht voor de sociale, ecologische en economische implicaties. Momenteel wordt het masterplan vertaald in een PRUP.

Contactpersoon/instantie:
ruimtelijke.planning@oost-vlaanderen.be

Link (naar website):
www.oost-vlaanderen.be/masterplanbrielmeersen

2. Inrichtingsstudie Barakkenpark, Menen

Het Barakkenpark biedt een toegankelijke groene ruimte voor buurtbewoners, met aandacht voor zowel ecologische als recreatieve ruimte. Het Barakkenpark krijgt zo een rol als groene toegangspoort tot het centrum van de stad, die ruimtelijk versterkt wordt door een fiets- en voetgangersbrug over de Leie. Bovendien werkt het park ook als trefpunt binnen het netwerk van zachte recreatie.

Contactpersoon/instantie:
info@menen.be

Link (naar website):
<https://www.menen.be/search?keywords=barakkenpark>
<https://www.blauweruimte.eu/project/inrichting-barakkenpark>

3. De Gaverbeekvisie, Waregem

De Gaverbeekvisie streeft naar een landschap dat voldoende veerkrachtig is om de klimaatuitdagingen aan te gaan. Dit door doelstellingen te stellen die werken aan een robuust watersysteem, een verankering van duurzame landbouw, een verhoging van het ecologisch potentieel van het landschap en kwalitatieve en recreatieve publieke en open ruimtes in de nabijheid van de bebouwde omgeving.

Contactpersoon/instantie:
info@leiedal.be

Link (naar website):
<https://www.leiedal.be/valys>

4. Groengebied Geluwebeek, Menen

Het is de ambitie om de Geluwe- Reutelbeek op te waarderen, om dit mogelijk te maken wordt er een bestemmingswijziging gedaan van de grond van ambachtelijke bedrijvigheid naar groengebied via de opmaak van een GRUP. In de beleidsvisie van Menen wordt o.a. vergroenen opgenomen. Er wordt gewerkt naar een nieuw bos in Menen, meer specifiek gaat het over een groengebied met recreatieve functie als speelbos.

Contactpersoon/instantie:
info@menen.be

Link (naar website):
<https://www.menen.be/search?keywords=geluwebeek>
<https://www.blauweruimte.eu/project/menen-geluwebeek>

5. De Heulebeekvisie, Kortrijk

Er wordt gewerkt aan de opmaak van een 'globaal visiedocument' voor de Heulebeekvallei, waarbinnen drie deelgebieden zijn gedefinieerd. Per deelgebied wordt een uitvoeringsgericht inrichtingsplan en een aanbestedingsdossier opgemaakt. De focus ligt op het versterken van het water als structurerende drager, het toegankelijk maken van het valleigebied met zachte recreatie en de herstel en opwaardering van natuurwaarden.

Contactpersoon/instantie:
info@kortrijk.be

Link (naar website):

<https://www.kuurne.be/search?keywords=vlaspark>
<https://www.blauweruimte.eu/project/vlaspark-kuurne>

6. Masterplan Vlaspark, Kuurne

De focus van het masterplan is een nieuw park creëren dat de bestaande weilanden een belevingswaarde geeft voor de Kuurnse inwoners. Door het openstellen van de percelen zal Kuurne zich opnieuw richten naar de Leie. Het creëren van een parkomgeving wordt verwezenlijkt aan de hand van een herinrichting met een passende invulling. Het bewaren van vlasroterijen en het versterken van de daarbij horende weilanden, laat de bewoners een blik werpen op het verleden van de plek.

Contactpersoon/instantie:

info@kuurne.be

Link (naar website):

<https://www.kuurne.be/search?keywords=vlaspark>
<https://www.blauweruimte.eu/project/vlaspark-kuurne>

7. Een wandel- en fietspad langs de Reutelbeek, Geluwe

In dit project wordt het wandel- en fietspad, waarvan in 2008 het eerste deel werd aangelegd vanuit het centrum, verder doorgetrokken richting Menen. Op deze manier wordt er gewerkt aan het realiseren van een veilige verbinding voor recreatief wandel- en fietsverkeer tussen Geluwe en Menen. Bovendien durft de Reutelbeek uit haar oevers te treden, daarom wordt er gewerkt aan het betrekken van water bij het dagdagelijkse leven door het te accentueren bij de planning van nieuwe ontwerpen.

Contactpersoon/instantie:

info@wervik.be

Link (naar website):

<https://www.blauweruimte.eu/project/geluwe-reutelbeek>

8. Vrijwaren open ruimte Spijkerland, Harelbeke

De stad Harelbeke wenst zijn oostgrens te vrijwaren als een open ruimte gebied tussen het stedelijk gebied van Kortrijk en Waregem. Deze 'open-ruimte-wig' is ook een waardevolle natuurlijke corridor tussen de Leie, de Gavers en het kanaal Bossuit-Kortrijk.

Contactpersoon/instantie:

info@harelbeke.be

Link (naar website):

<https://www.blauweruimte.eu/project/spijkerland>

9. Inrichting openbaar groengebied 'Kleine Bergelen', Moorsele

Het project 'Kleine Bergelen' in Wevelgem geeft enerzijds uitvoering aan de gebiedsvisie 'Heerlijke Heulebeek' en wil anderzijds specifieke open ruimte gebieden beschermen door hen een nieuwe invulling te geven die past binnen het gebiedsprogramma 'Leievally - Parc de la Lys'.

Contactpersoon/instantie:

info@wevelgem.be

Link (naar website):

<https://www.blauweruimte.eu/project/groene-slinger-moorsele>

BE-WAL

In Comines (BE) wordt er gewerkt aan acties en installaties waarbij de Leie als hydrografisch netwerk van de "Leievallei - Parc de la Lys" centraal staat. De installaties zetten in op het versterken van de kenmerkende natte natuur van deze open ruimte gebieden.

10. Zonnepanelen, 'Réserve Naturelle et Ornithologique de Ploegsteert' (RNOP)

In 'Réserve Naturelle et Ornithologique de Ploegsteert' (RNOP) wordt gewerkt aan de vernatting van de omgeving a.d.h.v. de installatie van pompen op zonne-energie.

11. Un étang et des panneaux solaires, Comines

Daarnaast werd er Comines ook geïnvesteerd in de aanleg van paaiplaatsen voor vissen.

12. Parcours éducatifs, Comines

Tot slot werd er samen met verschillende belanghebbenden zoals natuurverenigingen en bewoners, een didactisch parcours of educatieve rondleiding geïnstalleerd met uitleg over de werken aan de Leie en over het "Leievallei - Parc de la Lys".

Contactpersoon/instantie:

<https://www.ville-comines.fr/contact>

Link (naar website):

<https://www.blauweruimte.eu/projects?f%5B0%5D=municipality%3AComines>

FR

13. 7 inrichtingsprojecten langsheen de Leie, Armentières/Houplines, Frelinghien, Comines

Aan de hand van punctuele ingrepen of micro-inrichtingen (minder dan 0,5ha) wil de MEL de landschappelijke en ecologische kwaliteit van de Leie verbeteren en uitbreiden. De actie bestaat erin om de Leie terug te verbinden met zijn omgeving door het creëren van groene boorden, wandelpaden, doorzichten, doorlaatbaarheid en doorwaadbaarheid naar de Leie en de groengebieden, inrichten van natte zones/overstromingsgebieden langsheen de Leie, connecties maken (voetgangersbrug en signalisatie) tussen BE en FR.

Contactpersoon/instantie:

<https://www.lillemetropole.fr/votre-quotidien/contactez-nous>

Link (naar website):

<https://www.blauweruimte.eu/projects?f%5B0%5D=region%3AFrance>

Parque de l'orchidée, Comines (FR)

Voor het 11 hectare orchidee-gebied wordt een visie opgemaakt met als doelstelling het creëren van een parkgebied in een dicht bebouwd gebied dat kan uitgroeien tot een toegangspoort tot de Leie. Voor de "Leievallei - Parc de la Lys" is dit een symboolproject gezien het gebied op het kruispunt ligt van Frankrijk, Wallonië en Vlaanderen en aansluit op de Balokken. Het project zal dan ook proberen streven naar het creëren van een grensoverschrijdend parkgebied.

Contactpersoon/instantie:

<https://www.ville-comines.fr/contact>

Link (naar website):

<https://www.blauweruimte.eu/project/comines-zone-du-parc-de-lorchidee>

15. Bousbecque

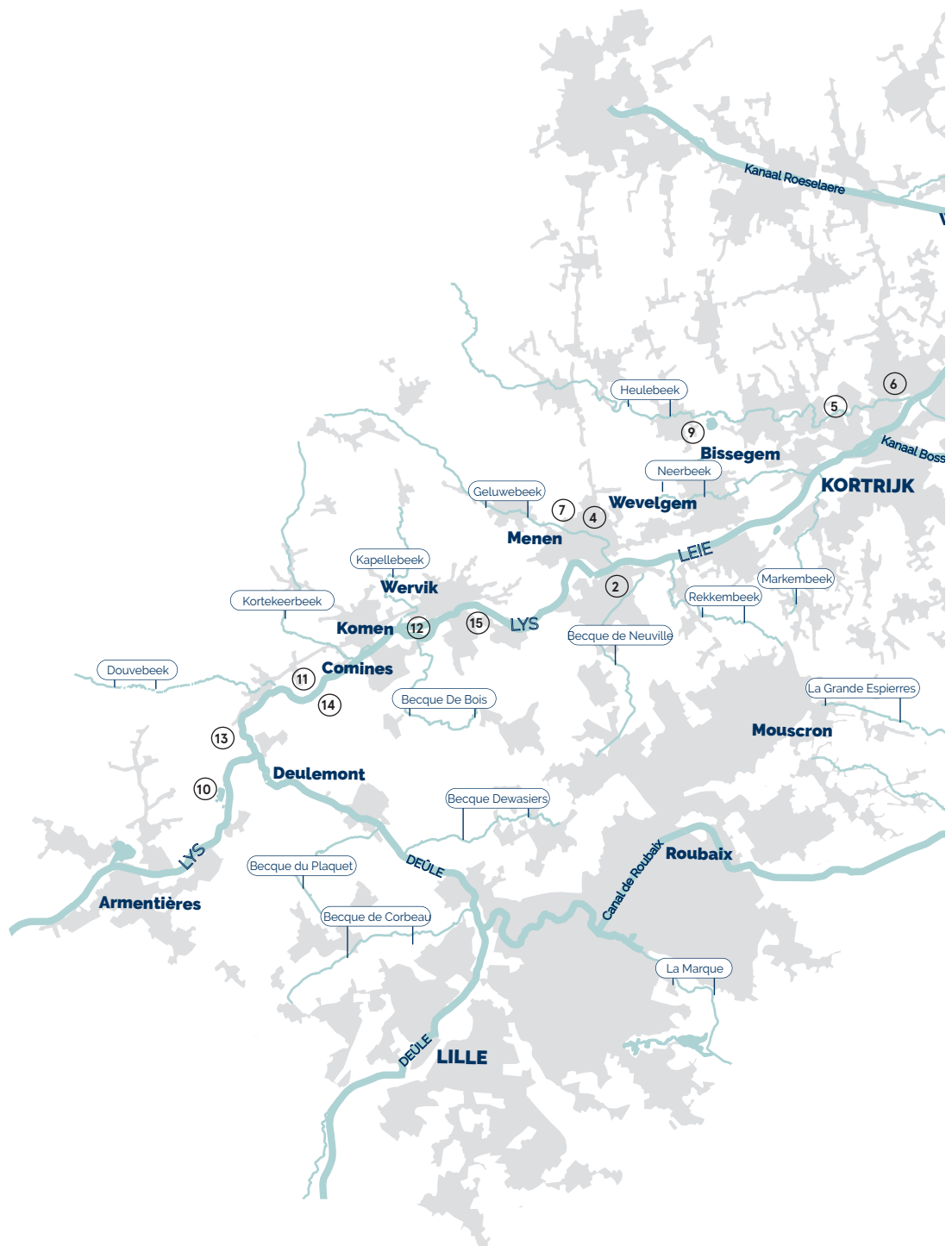
Het project in Bousbecque is een woonproject, maar doorheen deze stedelijke site wordt gewerkt aan een trage (en groene) weg die het urbane centrum verbindt met de Leie. Het doel hiervan is de verbetering van de toegankelijkheid en het comfort van de oevers en werken aan de inrichting van de zones die grenzen aan de stedelijke sites.

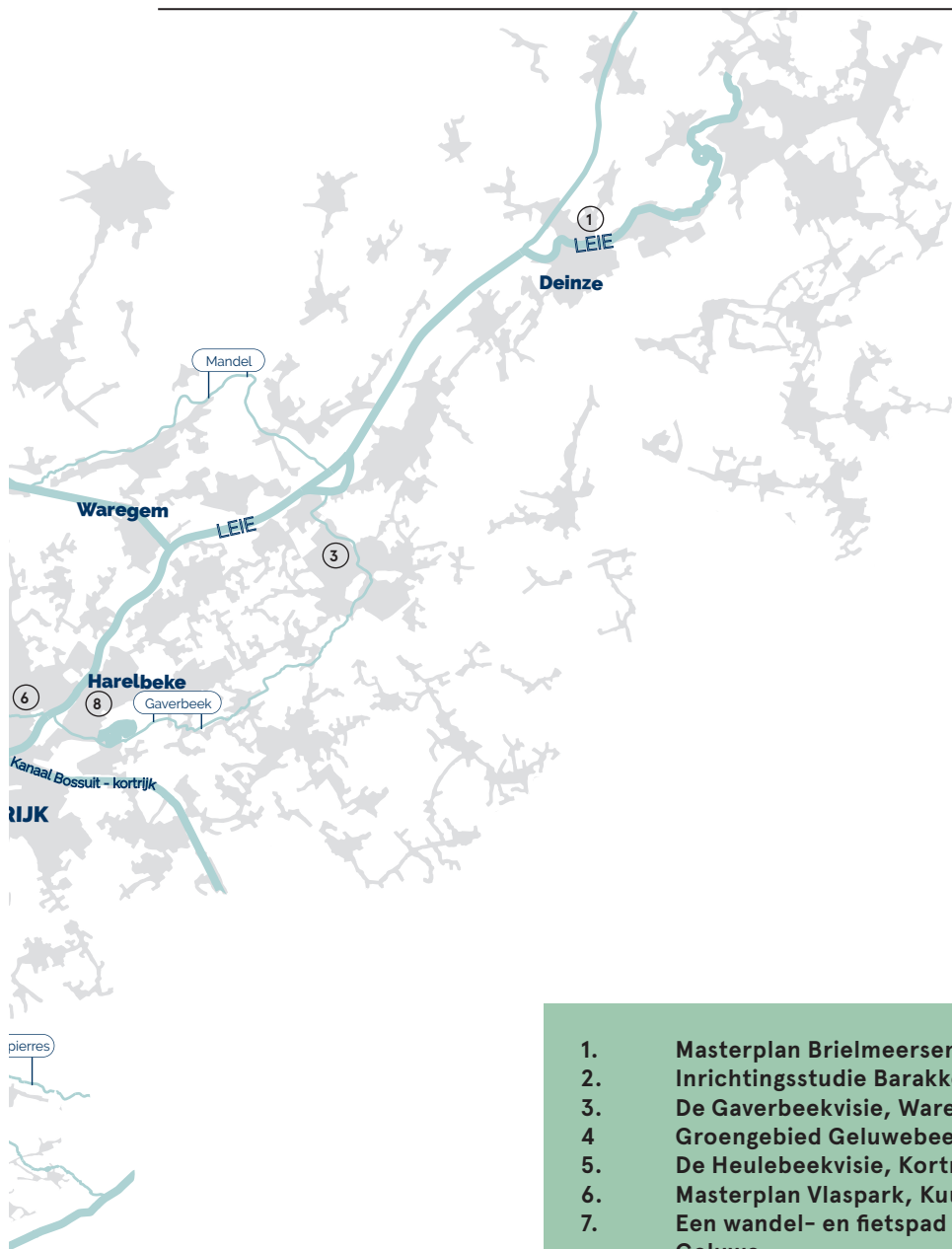
Contactpersoon/instantie:

<https://www.ville-comines.fr/contact>

Link (naar website):

<https://www.blauweruimte.eu/project/bousbecque-verbinding-stadscentrum>





1. Masterplan Brielmeersen, Deinze
2. Inrichtingsstudie Barakkenpark, Menen
3. De Gaverbeekvisie, Waregem
4. Groengebied Geluwebeek, Menen
5. De Heulebeekvisie, Kortrijk
6. Masterplan Vlaspark, Kuurne
7. Een wandel- en fietspad langs de Reutelbeek, Geluwe
8. Vrijwaren open ruimte Spijkerland, Harelbeke
9. Inrichting openbaar groengebied 'kleine Bergelen', Moorsele
10. Zonnepanelen, 'Réserve Naturelle et Ornithologique de Ploegsteert' (RNOP)
11. Un étang et des panneaux solaires, Comines
12. Parcours éducatifs, Comines
13. 7 inrichtingsprojecten langsheen de Leie, Armentières/Houplines, Frelinghien, Comines
14. Parque de l'orchidée, Comines (FR)
15. Bousbecque

C. Bouwstenen communicatie en participatie op gebiedsniveau

We willen de Leiestreek weer gekend maken bij in eerste plaats haar eigen bewoners, maar ook bij een breder publiek. Dit om een grotere betrokkenheid te creëren en elk project langs de Leie ervan bewust te maken dat ze deel zijn van een grotere vallei en dat ze ook een bijdrage kunnen leveren aan de ontwikkeling en de bescherming van het groenblauw netwerk. Er is gewerkt aan een communicatiestrategie die de burger betreft en aan het opbouwen van een lerend netwerk dat zorgt voor kennisdeling tussen de verschillende gemeenten en steden langsheen de Leie haar loop.

We vertrekken vanuit een aantal bouwstenen die van belang zijn om een erkende, bekende en gedragen gebiedsvisie te creëren en om deze visie visueel (communicatie) en structureel (participatie) te verankeren.



1. Overkoepelende agenda

- **Een groter verhaal** brengt de boodschap dat de Leie van en voor iedereen is, en dat iedereen kan meebouwen aan de versterking van haar groenblauwe verbindingen.
- **Een duidelijke focus** is van belang om te werken naar een gemeenschappelijk doel en voorkomt het afdwalen in zijwegen. De focus van de Leievallei zit in de

ontwikkeling en de bescherming van de fysieke en mentale continuïteit van haar groenblauw netwerk.

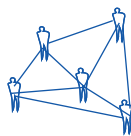
- **Een éénduidig concept** uitwerken betekent de grote thematieken en kaders vastleggen, zonder zich te verliezen in details die de aparte projecten toebehoren. Een overkoepelende agenda hoort sturend te werken, niet belemmerend.



2. Eenvormig regiobeeld

- **Een merknaam/logo** neemt kleinere en eerder timide entiteiten en projecten, via een huisstijl mee in een groter verhaal. Verschillende normen, reglementen en financiële samenwerkingen maken homogeniteit vaak moeilijk, maar een gemeenschappelijk logo zorgt voor (grensoverschrijdende) samenhang. Het is van belang dat het logo in harmonie werkt met de verschillende identiteiten van steden, gemeenten, bewegingen en initiatieven. Verder in dit hoofdstuk gaan we dieper in op de stappen die reeds werden gezet rond beeld, vormtaal, merknaam en logo.
- **Alignment** van een aantal principes binnen het merk VALYS. Met de term 'alignment' bedoelen we het het op elkaar afstemmen van een aantal principes. Als we VALYS beschouwen als koepelmerk waaronder verschillende projecten en diensten vallen, dan is het de ambitie om te zorgen dat er een rode draad zichtbaar en voelbaar

is in de communicatie. Zo wordt doorheen diverse projecten de visuele en structurele continuïteit verzekerd. Binnen de schaal van een organisatie zoals VALYS kan je spreken van diverse vormen van alignment. Alignment binnen de **look en feel**: Door het opstellen van een brand guide of huisstijlhandboek worden de krijtlijnen uitgezet voor de opmaak van toekomstig artwork. Dit kan gaan van een template voor een nieuwsbrief, de opmaak van een visiedocument tot het opzetten van een website. Ook op het niveau van infrastructuur zoals signalisatie, het ontwerpen van zitbanken en materiaalgebruik is dit belangrijk. Alignment binnen de **harmonisatie van processen** (vb. Volgens welke principes evalueren we ons project? Hoe zetten we een participatietraject op? ...). Alignment in **vocabulaire**, door te streven naar gezamenlijke definities van open begrippen (vb. wat is voor ons de definitie van een natuurgebied?). Het gevolg van 'alignment' na te streven is dat je helder naar buiten komt met je product en diensten zowel voor het doelpubliek als naar interne medewerkers.



3. Goede relaties tussen (project)coördinatoren

- **Een lerend en kennisdelend netwerk** opbouwen en gaande houden vraagt om een faciliterende basisstructuur. Een netwerk is van groot belang om continuïteit te garanderen, maar ook om processen en projecten vlotter

en volgens een bepaalde samenhang te laten verlopen. We gaan later in dit hoofdstuk in op een aantal vormen van lerende netwerken.

- **Vaste stramien**, zoals vaste bijeenkomsten of templates voor projectdocumenten, kunnen helpen om het lerend netwerk te ondersteunen.
- **Rollen bepalen** zorgt voor duidelijkheid binnen de structuur en houdt ook meteen de opgezette structuur in stand. Facilitator(s) zijn een connector tussen de verschillende coördinatoren.
- **Verantwoordelijkheden opnemen** binnen de aangewezen rol, maar ook naar het uitdragen van de overkoepelende agenda in eigen projecten is nodig om te slagen in het gezamenlijke doel.



4. Politieke betrokkenheid

- **Consensus, uniformiteit en draagvlak** gecreëerd door partnerschappen en (burger)participatie helpen om politieke betrokkenheid te creëren en om initiatieven relevant te houden.
- **Politieke betrokkenheid** is nodig om het verhaal in stand te kunnen houden. Net zoals een draagvlak politieke beslissingen ondersteunt, helpen politieke beslissingen in waardecreatie, ondersteuning en doorvoeringen van projecten van algemeen belang (in dit geval het vrijwaren en versterken van groenblauwe ruimte).



5. Maatschappelijk draagvlak

Het **onderwijzen** van de betekenis en het belang van de visie waaraan gewerkt wordt, helpt om begrip en draagvlak te creëren. De informatie moet gericht zijn op verschillende doelgroepen (van kinderen tot senioren) en betrekking hebben tot verschillende sectoren (economie, erfgoed, landbouw, ecologie, mobiliteit, ...). Dit kan bv. worden gerealiseerd met de betrokkenheid van verschillende organisaties.

- **Aantakken op algemeen bekende en erkende doelstellingen** kadert de visie binnen een groter reeds gedragen verhaal.

vb. **klimaatdoelstellingen**

<http://www.vlaamseklimaatop.be/vlaams-klimaatbeleid>

etc. Dit kan ook strategisch worden ingezet voor politieke betrokkenheid.

vb. **Duurzame**

Ontwikkelingsdoelstellingen.

Deze projectvisie valt bv. onder SDGS

3. Goede gezondheid en welzijn,
6. Schoon water en sanitair,
9. Industrie, innovatie en infrastructuur, duurzame steden en gemeenschappen,
13. Klimaatactie,
14. Leven in het water,
15. Leven op het land,
17. Partnerschap om doelstellingen te bereiken. <https://www.sdgs.be/nl>



D. In dialoog met de regio

Wat zijn de gedeelde belangen in de Leiestreek, wie is de Leiestreek bewoner, wat is er eigen aan de streek en wat zijn de toekomstperspectieven en bedreigingen? Antwoorden op deze vragen zijn niet eenduidig. Het gaat over een gebied van Sint-Martens-Latem tot Armentiers in Frankrijk. Langsheen deze 80 km verandert er van alles: het landschap, de aard van de rivier, de mensen, de taal, de geschiedenis ...

Om voeling te krijgen met de streek en de thema's die eigen zijn aan VALYS en de Leievallei (zoals landbouw, natuurontwikkeling, biodiversiteit, verstedelijking, ...) organiseerden DIFT en Endeavour verschillende workshops en interviews. Met als resultaat een hele reeks aan verhalen over mythische figuren, lokale bieren, een specifiek type otter, de druk van verstedelijking of Wim Opbrouck.

Hieronder beschrijven we de verschillende stappen van het proces.

Interviews

Na de startvergadering zijn we van start gegaan met het interviewen van sleutelactoren met als doel meer grip te krijgen op de verschillende perspectieven m.b.t. de Leievallei en de thema's die ermee verbonden zijn. Deze interviews of dieptegesprekken zijn waardevol aan het begin van een proces omdat ze binnen een korte tijdspanne een rijk beeld geven van de context 'wat zijn de uitdagingen, de troeven'. De gesprekken werden steeds

gestructureerd door een aantal vaste vragen, wat het achteraf gemakkelijker maakt om verbanden te leggen tussen de verschillende gesprekken.

We gingen het gesprek aan met:

- Matthieu Marisse van VOKA
- Jolien Verbeke van Boerenbond
- Eline Hostens van ANB
- Koen Vanneste van Provincie West-Vlaanderen
Bert Kestelyn
projectmedewerker Valys,
Provincie West-Vlaanderen
- Katrien Six van Westtoer
- Valerie Grimbert van Lys Sans Frontière
- Michel Anceau van ADAV
(association droit au vélo)
- Delphine Eslan van MEL
- Quintin Spriet van MEL space nature, mission biodiversité
- Caroline Henrard van MEL

Voor de verwerking van de interviews gebruikten we fiches, dit maakt de info overzichtelijk en gemakkelijk raadpleegbaar. Quotes uit de fiches zijn gebruikt als discussiemateriaal tijdens de workshops.

interview met _____ Datum: _____

NAAM _____ ORGANISATIE _____ THEMA Kernpunten interview _____ _____ _____	S Sterktes _____ _____ _____	W Zwaktes _____ _____ _____
Aangrijpende QUOTE _____ _____ _____	O Opportunitellen _____ _____ _____	T Bedrijgingen _____ _____ _____
 Creatieve ideeën _____ _____	 Referentieprojecten _____ _____ _____	

Suggestie naar verder gebruik:
De inhoud van de interviews zou gebruikt kunnen worden als content voor diverse media. Van een wervend magazine voor regiowerking in de Leievallei, een artikel in VRP magazine of een blogpost voor toerisme Leiestreek. De interview fiches zijn terug te vinden in de bijlage.

Merkworkshops

Er hebben drie workshops plaatsgevonden, op drie verschillende locaties langsheen de leie: Deinze, Kortrijk en Armentiers. De workshops verliepen telkens volgens hetzelfde stramien: een oefening op kaart met focus op de verschillende thema's en hun relevante locaties gevolgd door een oefening die meer nadruk legt op de identiteit en waarden gelinkt aan de Leievallei. Het materiaal was steeds 'op maat' van de locatie waar de workshop werd georganiseerd met aangepaste luchtfoto en lokale persoonlijkheden. Het doel van deze momenten was om inzicht te krijgen in de huidige en gewenste betekenis van de Leievallei. De focus lag tijdens deze momenten niet op geografisch, planmatig correcte info maar op gevoelsmatige waardetoekenning. " Welk gevoel roept de Leievallei op? Wat associeer je met de Leievallei? Welke toekomst zie je voor je regio?"

De workshops bestonden uit 3 delen:

1. Kaartoefening
2. Statements
3. Waarde-oefeningen

1. AANPAK VAN DE WORKSHOP

Deel 1: De kaartoefening

Per tafel ligt een grote overzichtskaart met een luchtfoto van de Leievallei gelinkt aan de locatie van de workshop. De deelnemers moeten om de beurt een klein kaartje met thema kiezen en dit positioneren op een representatieve plek op de kaart.

Doel: dit brengt een gesprek op gang tussen de deelnemers en toont plekken met concentraties aan bepaalde thema's. Welke verhalen komen bovendien?

4. Wonen langs de Leie
5. Bijleren langs de Leie
6. Fietsen langs de Leie
7. Wandelen langs de Leie
8. Werken langs de Leie
9. Luisteren langs de Leie
10. Eten en drinken langs de Leie
11. Creativiteit langs de Leie
12. Landbouw langs de Leie
13. Dieren langs de Leie
14. Ondernemen langs de Leie
15. Opmerkelijke mensen langs de Leie
16. Opmerkelijke plekken langs de Leie
17. Lelijkste kantjes van de Leie



Deel 2: Statements

We selecteerden per deelregio een aantal relevante statements uit de interviews, deze werden door de moderator op tafel gelegd ter discussie. Enkele voorbeelden:

“De Leievallei is niet meer gevestigd in de mentale kaart van de bewoners.”

“De sterktes van de landbouwsector zouden als uithangbord moeten worden gebruikt in het Leie-verhaal.”

“De Leie moet teruggegeven worden aan zijn bewoners, door een bottom-up aanpak.”

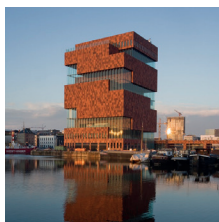
Deel 3: Waarde-oefeningen

Via enkele oefeningen werd dieper ingegaan op subjectieve info met betrekking tot de Leievallei. Per regio werden de oefeningen inhoudelijk aangepast.

1. Welk merk past het best? - rangschik



TESLA



1. Geef 5 adjectieven gelinkt aan de Leievallei
2. Welke persoonlijkheid past het best bij de identiteit van de Leiestreek? - rangschik



Wim Opbrouck Boer DeClerck Roger Raveel Ingeborg Sergeant Niels Destadsbader

3. Met welk gebied zou je De Leievallei vergelijken? - individueel
4. Waar gaat De Leievallei volgens jou naartoe? - individueel

2. OUTPUT VAN DE WORKSHOP

De output van de workshops werd vertaald in kernwoorden, speerpunten, een strategie, een beeldtaal en aanzet van interventies.

Door hetzelfde stramien toe te passen op de drie locaties is het eenvoudiger om na de drie workshops gelijkenissen en verschillen in beleving te bemerken. Dit is natuurlijk logisch, de Leievallei strekt zich uit over meer dan 70 km tussen de 2 uiterste workshoplocaties en wordt gekenmerkt door verschillende ruimtelijke en culturele condities.

- In Oost-Vlaanderen is De Leie door het open karakter van het landschap nog meer voel- en zichtbaar. Deelnemers grepen terug naar woorden zoals kunstzinnig, idyllisch, kalm en natuurlijk bij het beschrijven van de Leievallei. Meer naar het westen wordt de

Leie harder, deze regio kent meer verstedelijking en de Leie raakt meer ingesloten tussen bedrijventerreinen en nieuwe ontwikkelingen. Wat maakt dat ze minder zichtbaar wordt. Kenmerkend hier is het creatief-ondernemende karakter van de regio en zijn bewoners.

• Nog meer naar het westen wordt het grensoverschrijdend karakter van de streek heel belangrijk. De Leie vormt de grens tussen twee landen en het leuke is dat het een hobbelig parcours aflegt door de vroegere rechttrekking van de Leie. Sommige Franse landsdelen liggen aan Belgische zijden en omgekeerd. Dit zorgt voor een aparte vorm van samenleven, met andere talen, politiek, gewoonten en een andere ruimtelijke benadering van de Leievallei.

Gemeenschappelijk: de continue stedelijke groei op een ongecontroleerde manier wordt gezien als de grootste bedreiging voor het Leielandschap en de bestaande kwaliteiten. De Leie kan nog meer worden ingezet als verbindend element. Zowel ruimtelijk

als sociaal.

Kernwoorden, een persoonlijkheid en een toekomstvisie per deelgebied

Dus andere accenten per regio, maar wat wel snel duidelijk wordt, is dat de Leie langsheen haar loop gekenmerkt wordt door tegenstellingen. Ze is hard en zacht, groen en grijs, kunstzinnig en industrieel, verbindend en versnipperd. Haar bewoners beschouwen haar als de drager van de identiteit van de streek en zien haar verbindend karakter zowel ruimtelijk als cultureel als een onderbenutte potentie. Ze wordt gebruikt als economische as, als inspiratie voor kunstenaars, er wordt langs haar gefietst en op gevaren. Over de jaren heen kende ze een enorme transformatie van meanderend en kronkelend in een open landschap tot recht en functioneel omringd door bebouwing. Wat interessante kansen heeft gecreëerd zoals economische groei maar ook spanningen, voornamelijk tussen landbouw en natuur die de strijd voeren voor de laatste fragmenten open ruimte.

Workshop in Deinze:

- artistiek
- kunstzinnig
- rustgevend
- inspirerend
- verbindend
- pittoresk
- kalm
- natuurlijk
- versnipperd
- onbekend
- nederig

Workshop in Kortrijk :

- verbindend
- ondergewaardeerd
- vergeten
- hard
- krachtig
- te ontdekken
- versnipperd,
- verkaveld,
- rommelig
- ondernemend
- biodivers

Workshop in Armentière:

- verbindend
- beweeglijk
- divers
- polyglot,
- multicultureel
- complex
- libre
- lokaal
- humor
- gemoedelijk

Het aansnijden en bebouwen van het open landschap waardoor de Leievallei wordt afgesneden van het omliggende land wordt gezien als de grootste bedreiging voor de toekomst.

Gemeenschappelijk:

- VERBINDEND
- KUNSTZINNIG
- VERSNIPPERD
- TOEGANKELIJK
- ONBEKEND
- NATUURLIJK
- ONDERNEMEND
- DIVERS
- LOKAAL
- HUMOR
- NEDERIG
- GEMOEDELIJK

Strategie & speerpunten

Er zijn twee duidelijke pisten te onderscheiden in de identiteitsstrategie: enerzijds de Leievallei met haar kenmerken en anderzijds de Leiebewoner met zijn kenmerken.

De Leie wordt langsheen haar loop gekenmerkt door **tegenstellingen**. Ze is hard en zacht, groen en grijs, kunstzinnig en industrieel, verbindend en versnipperd. Haar bewoners beschouwen haar als de drager van de identiteit van de streek en zien haar **verbindend** karakter zowel ruimtelijk als cultureel als een onderbenutte potentie.

De Leiebewoner is een **ondernemende** en **creatieve** persoon met humor en beide voeten op de grond, iemand die zijn weg kent in de natuur, maar ook weet waar de goede streekbieren te verkrijgen zijn.

We willen inzetten op wat de vallei en haar bewoners bindt: het **gemoedelijke, nederige** en **creatieve**.

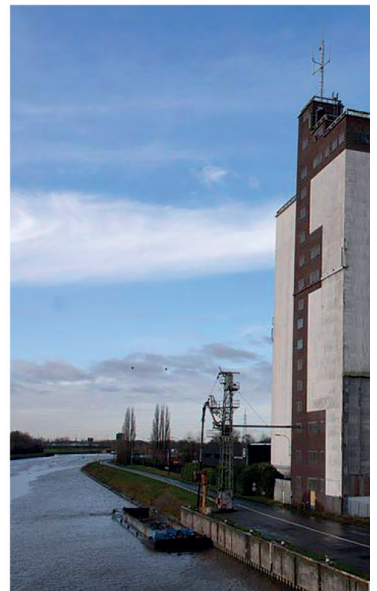
Speerpunten vormen voor ons het toetsingskader waaraan we in een volgende fase de creatieve acties aftoetsen.

- Verderbouwen op eigen **identiteit en authenticiteit** van enerzijds de Leie en anderzijds de bewoner
- De vallei wordt gekenmerkt **door tegenstellingen**
- De **Leie als identiteitsdrager** van de regio
- De **ongecontroleerde verstedelijking** is een grote bedreiging voor de Leievallei
- **Onderbenut potentieel** op meerdere vlakken (erfgoed, natuur, fietsinfrastructuur)
- Behouden en verbeteren waar mogelijk
- Inzetten op het **verbindend karakter**
- **Dorpse stedelijkheid**
- **Diversiteit aan functies** is een feit maar er moet gestreefd worden naar een **gezonde balans**
- Karakter van de Leie kent **geleidelijke verschillen**: de gemoedelijke leie, bedrijvige leie, pittoreske leie
- Inzetten op de **liefde voor de rivier en de dagdagelijkse rituelen** die zich afspelen in de vallei.
- In eerste plaats **voor de bewoners** van de Leievallei

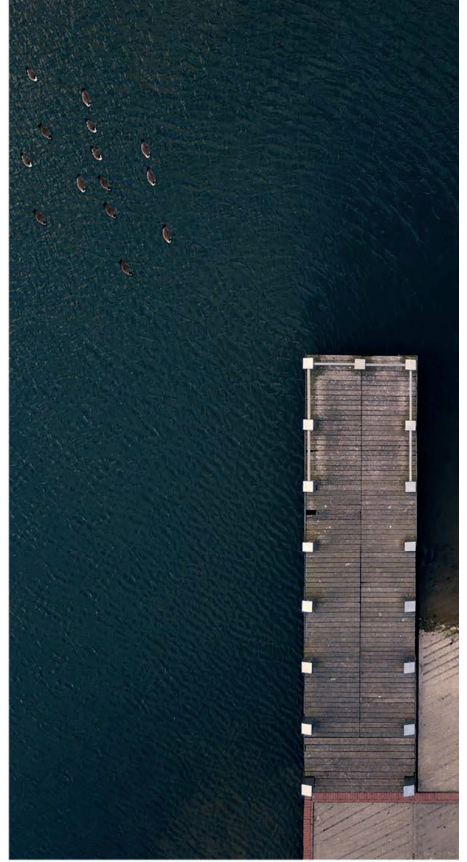
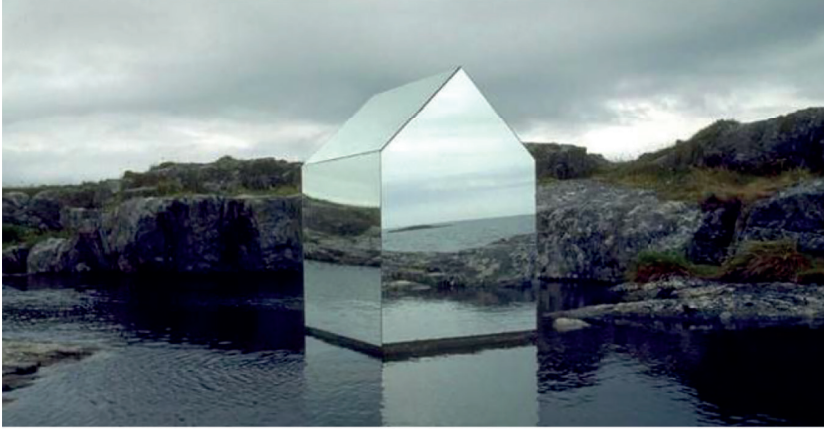
Ontwikkeling van een beeldtaal

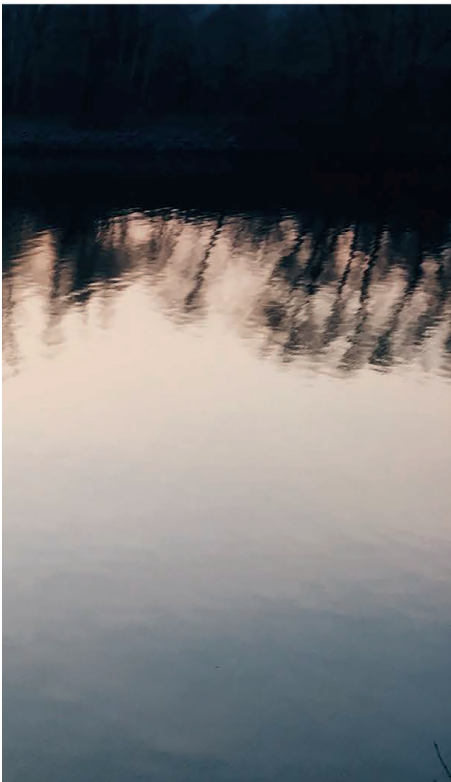
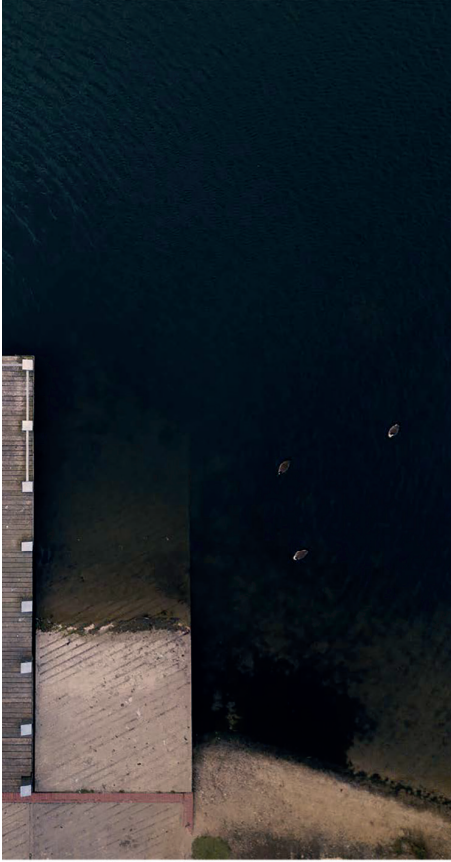
Moodboards: waarin we de speerpunten en kernwoorden uit de strategie vertalen in beeld.















Na het samenstellen van de moodboards beginnen we aan de creatie van een visuele identiteit. Deze bestaat uit twee grote delen: enerzijds het merkbeeld, anderzijds de huisstijlgids of brand guide die het merk overal tot zijn recht moet laten komen. We bepaalden lettertypes, kleuren en correcte toepassing van het merkbeeld.

Binnen het merkbeeld integreerden we de zachte (natuurlijk, meanderend) en harde aard (bedrijvigheid, industrie, rechttrekking) van de Leie. Het moet voldoende abstract zijn om op meerdere dragers te kunnen worden toegepast voor een breed publiek, gaande van professionals tot geïnteresseerde burgers. Doel: een beeld van de Leievallei maken dat kan geadopteerd worden door verschillende instanties zoals Toerisme Leiestreek, lokale werkingen en ook aansluiting vindt bij burgers.

Blik op de toekomst

Het communicatieluk op macroschaal was voorbereidend werk om vervolgens suggesties te doen voor creatieve interventies die de boodschap van VALYS naar het juiste doelpubliek kunnen vertalen. Het doelpubliek binnen deze opdracht bestaat uit 2 grote groepen:

1. De Leiestreek bewoner met extra aandacht voor de jeugd. Hoe kunnen we een volgende generatie laten kennismaken met de eigenheid van de Leiestreek?
2. Professionelen die met de thema's verbonden aan VALYS bezig zijn, voornamelijk vanuit stedelijke, provinciale en gemeentelijke diensten.

 **De Leievallei**

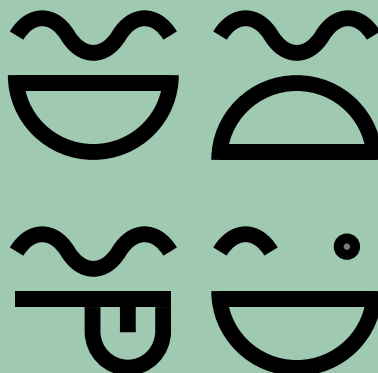
 **Vallée de la Lys**

BURGERBEELD

BASISICOON

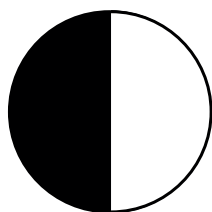


ADAPTATIES

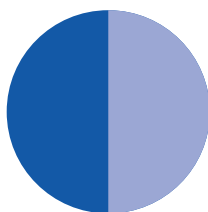


GEBRUIK

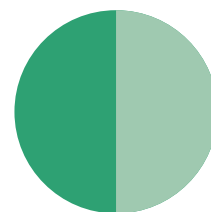
Het burgerbeeld van *De Leievallei* kent twee varianten. Het basisicoon dat een vallei voorstelt en de adaptaties waarbij het icoon een smiley wordt. Het burgerbeeld kan in alle kleuren van de brandgide voorkomen.



C60 M40 Y40 K100
R0 G0 B0
#B7C49C



C96 M72 Y0 K0
R24 G78 B154
#184E9D



C78 M13 Y71 K1
R43 G155 B106
#2B9B6A

GEBRUIK

Het kleurenpalet van *De Leievallei* bestaat uit twee kleuren: groen en blauw. Deze kleuren mogen ook op 50% kleurwaarde gebruikt worden. Het kleurenpalet wordt aangevuld met zwart en wit.

KLEUR

TYPOGRAFIE

BASISLETTERTYPE

Apercu Bold (voor titels) ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,:?!/=+&()1234567890

Apercu Medium ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,:?!/=+&()1234567890

Apercu Regular ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
.,:?!/=+&()1234567890

Vive la Lys
Lang leve de Leie

GEBRUIK

Het burgerbeeld wordt bij voorkeur gebruikt in combinatie met de baseline.
De taal van het grondgebied van toepassing wordt eerst geplaatst.

BASELINE

E. Samen werken aan een lerend netwerk

1. Stuurgroepen, partnergroepen en workshops







Naast de stuurgroepen en partnergroepen die op strategische momenten doorheen het traject werden ingepland, vonden er in fase twee - de actiefase - 3 workshops plaats met de projectpartners met als thema's visievorming, participatie en het bouwen aan een lerend netwerk. Hier focussen we op de methodes, resultaten en adviezen rond het bouwen aan een lerend netwerk die uit deze interactieve sessies naar voren zijn gekomen.

Aan de hand van een canvas met enkele open vragen probeerden we te komen tot een aantal lerende netwerkmethodes. Iedereen krijgt de kans gewenste informatie of methodieken aan te reiken en te specificeren.

WAT - Welke informatie van micro-projecten of gemeenten/steden die deel uitmaken van het macrogebied (de Leievallei) zijn relevant om te delen?

HOE - Via welke methode(s) kunnen we deze informatie delen met elkaar? (online en/of offline)

WIE - Wie faciliteert en onderhoudt deze methodieken zodat ze up-to-date blijven? Wie wordt nog betrokken en op welke manier?

 LEREND EN KENNISDELEND-NETWERK <small>VALVS</small>		 WELKE TOOL(S) ZIJN WERKBAAR?	 WELKE INFO WORDT GEDEELD?	 WIE NEEMT WELKE ROL OP ZICH?
		 ANALYSE GEBRUIKTE TOOL + -		
 GEWENST				

Hierna krijgt de groep de kans om elkaars suggesties aan te vullen en wordt er een eerste lijst met mogelijke methodieken opgemaakt:

OFFLINE

- Vaste commissies rond specifieke thema's
- Jaarlijkse gestructureerde evenementen
- Leermomenten
- Coaching sessies
- Stavaza

ONLINE

- Centraal informatieplatform
- Inventarisatie veelgestelde vragen
- Contactfiches
- Discussiekanaal

2. Lerend netwerk

Het koppelen van verschillende methodes voor het creëren en in stand houden van een lerend- en kennisdelend netwerk levert een effectiever resultaat op. We spreken hier dan ook niet alleen over losstaande methodes om leren te faciliteren, maar ook over methodieken. Deze methodieken werden bekomen a.d.h.v. een aantal stappen tijdens een snelle brainstormsessie:

Stap 1 - Verschillende methodes werden voorgeselecteerd in een voorgaande sessie.

Stap 2 - De groep bepaalt spontaan een aantal methodes, die op zichzelf en in relatie met het traject het meest efficiënt lijken. De voor- en nadelen worden afgetoetst.

Stap 3 - Verschillende methodes worden aan elkaar gekoppeld. Zo ontstaan methodieken die versterkend werken. Opnieuw worden de voor- en nadelen van de specifieke methodieken afgetoetst.

Zo ontstonden de volgende methodieken:

Commissies rond thema's

Tijdens een commissie denken verschillende projectcoördinatoren samen na over één specifiek thema dat elk project aangaat, zo wordt er geleerd en kennis gedeeld op een gerichte manier.

Omdat er reeds verschillende commissies bestaan kan er eventueel bekeken worden om hierbij aan te sluiten. Het is belangrijk om te bepalen wie deel uitmaakt van de commissie. Daarnaast is verslaggeving van groot belang om politieke vertaling en engagement mogelijk te maken.

Inventarisatie van veelgestelde vragen

De commissies zijn een goed moment om veelgestelde vragen te verzamelen en te clusteren, een methode die moeilijk op zichzelf werkt. Veelgestelde vragen worden best ook gekoppeld aan een informatieplatform.

Contactfiches

Daarnaast zijn de commissies ook een goed moment om contactfiches aan te maken, up te daten of uit te wisselen. Zodat er ook gerichte uitwisseling kan ontstaan buiten de commissies om.

Centraal informatieplatform

Een centraal informatieplatform kan enerzijds werken als intern deelplatform, en anderzijds als communicatiemethode (bv. naar burgers). Momenteel vervult de Blauwe ruimte kaart reeds een deel van deze taak, helaas is het platform nog te weinig gekend, niet up-to-date, en representeert het niet het gehele werkgebied. Een moderator voor de website en duidelijke afspraken zijn nodig voor de communicatie en het onderhoud van dergelijk platform.

Jaarlijkse gestructureerde evenementen

Jaarlijkse evenementen kunnen ingezet worden als netwerkevenement. Goede contacten bevorderen namelijk kennisuitwisseling. Deze momenten kunnen ingezet worden om het centraal informatieplatform te promoten. Een financieel en organisatieplan zijn dan weer van belang om dit mogelijk te maken. Daarnaast is het een uitdaging om een afgewogen uitnodigingslijst te maken, het evenement op een interactieve manier op te bouwen en een bereikbare locatie te bepalen. Dit om netwerking aan te moedigen.

Stavaza

Het evenement zou het moment kunnen zijn waarop het informatieplatform een jaarlijkse update krijgt. Het delen van de stand van zaken van een project creëert betrokkenheid en bekendheid tussen projecten en bevordert zo ook samenwerkingen en kennisuitwisseling. Het opstellen van een gemeenschappelijk format is handig om aan snelle en gestructureerde uitwisseling te kunnen doen.

Coaching sessies

Aan de evenementen zou een bijscholing kunnen worden gekoppeld. Waarbij nieuwe ontwikkelingen, methodes, ... worden meegegeven. Om gericht te kunnen coachen moet er een duidelijke vraag zijn vanuit de deelnemers. De uitdaging zit in het faciliteren van coaching op macroniveau (van toepassing op alle projecten), zonder dat dit te abstract wordt voor een toepassing op micro- of projectniveau.

Openings- of mijlpaal-momenten

Specifieke momenten in het proces op micro- of macro niveau kunnen een aanleiding zijn voor een samenkomst en kennisdeling.

Openingsmomenten van belangrijke realisaties (micro)

Het is gepast en leerrijk om elkaar uit te nodigen (Franse / Belgische partners) bij de opening van belangrijke realisaties. Openingsmomenten op de projectlocatie kunnen een meerwaarde zijn aangezien het project beleefd en zo ook beter begrepen kan worden. Deze evenementen kunnen wel een extra inspanning vragen (vb. verre verplaatsing of buiten de werkuren).

Evenementen voor algemene mijlpalen (macro)

Het afronden van doorlopen trajecten op macroniveau, kunnen een startpunt zijn voor de doorvoering of uitwerking op microniveau. Zo kunnen bv. de krachtlijnen/beeldbepalende elementen van een toekomstvisie op macroniveau in een evenement of a.d.h.v. een document worden voorgesteld aan de lokale besturen. Zij moeten namelijk de vertaling maken op het terrein. Het is interessant om

zowel ambtenaren als schepenen uit te nodigen voor dergelijke momenten.

Een sturend orgaan definiëren

Om een lerend netwerk te faciliteren is het samenstellen van een sturend orgaan en het definiëren van rollen aangewezen. Het definiëren van een sturend orgaan helpt om een gekristalliseerd verhaal te vertellen dat het potentieel van de Leievallei duidt en creëert een dynamiek door het in stand houden van een netwerk. De sleutelactoren binnen het netwerk moeten bestaan uit zowel mensen op het terrein, als ambtenaren, als schepenen. Hierbij een aantal inspirerende suggesties van rollen en comités die deel kunnen uitmaken van een sturend orgaan.

Bedenking! Het is wel van belang om rekening te houden met mogelijke struikelblokken bij het opzetten van dergelijke structuren. In de praktijk blijkt 'een sturend orgaan definiëren en opzetten, zeker bij grensoverschrijdende structuren, vaak een moeilijke aangelegenheid'.

Een 'LEIE FACILITATOR' begeleidt het groepstraject om dit enerzijds in stand te houden en anderzijds om de kennis die in de groep aanwezig is naar voren te brengen. De facilitator zet samen met de partners een traject uit, en waakt over de agenda, afspraken en samenkomsten die worden ingepland.

Een 'LEIE SECRETARIS' kan mee opgenomen worden in de rol van 'Leie

facilitator' of kan een aparte functie zijn met als hoofdactiviteit de verslaggeving van het traject.

Een 'LEIE COMMISSIE' kan bestaan uit de partners van dit traject, al dan niet aangevuld met andere partijen actief in de Leievallei. Deze personen dragen de verantwoordelijkheid om actief en zichtbaar mee te bouwen aan de vooraf bepaalde Leievisie en nemen hier al dan niet een meer specifieke rol in op.

Een 'LEIE KWALITEITSKAMER' bestaat uit een begeleidingscomité samengesteld uit één of meerdere referentiespelers en experten die een kritische blik op het gebied van bv. architecturale, stedenbouwkundige, technische, landschappelijke en milieu, ... specifieke elementen in de projectzone bieden, tijdens de volledige duur van het traject.

Het definiëren van een sturend orgaan start van een centrale persoon of beperkte groep (een facilitator en secretaris), waarrond het directe netwerk is gebouwd (commissie) die wakker worden gehouden door de kritische blik van een externe groep (kwaliteitskamer).



Bron: Provincie West-Vlaanderen



3. Op schaal van de regio — MICRO

A. Spelregels participatie

PROCES

1. CORPI

De context schetst de aanleiding, de situering en de context van (het) participatie(traject).

Het objectief beschrijft het doel van (het) participatie(traject). Het beantwoordt de vraag: 'WAT is het (eind)resultaat dat we willen bereiken met dit participatie(traject)?'.

De rollen geven aan wie betrokken is vanuit welke rol of hoedanigheid. Het beantwoordt de vraag: 'WIE wordt er betrokken in (dit) participatie(traject) en wie neemt welke rol op zich?'.

Het proces toont de aanpak van (het) participatie(traject). Het beantwoordt de vraag: 'HOE pakken we (dit) participatie(traject) aan?'.

Onder interactie worden duidelijke afspraken gemaakt om het traject vlot te laten verlopen.

2. COMMUNICATIE

De communicatiekanalen zijn afhankelijk van welke doelgroepen je wilt bereiken. Het is belangrijk om hier voldoende aandacht aan te besteden om de juiste betrokkenheid te garanderen.

Transparantie en duidelijkheid zijn key. Communiceer en duidt de plaatsing van de workshop in het grotere traject. Deel de doelstelling(en) van de workshop mee. Maak en deel het verslag van de workshop met de deelnemers.

3. STRUCTUUR

Aan de hand van de CORPI (zie puntje 1) wordt er nagedacht over wie samen te brengen, tijdens welke fase en in wat voor soort sessies. Afhankelijk van de fase in het traject zullen andere vormen en niveaus van participatie (zie puntje 5) meer voor de hand liggend zijn.

De fases en participatie vormen van een traject die we hier gebruiken zijn:

De analyse en visievorming: Participatietraject snel opstarten, vb. eerste workshop vroeg in het proces inplannen (een wandeling/bezoek site en workshop, ...).

Van voorontwerp tot uitvoering:

Continuïteit inbedden, vb. door (bij voorkeur grafische) verslaggeving, feedback- of informatiemomenten betrokkenheid creëren en aanhouden en ook afwezig blijven betrekken.

De oplevering en nazorg:

Evaluatie en levende output/activatie/nazorg voorzien.

4. FLEXIBILITEIT

Participatie(traject) is vaak erg **context en fase** (vb. fase 1: analyse en visievorming, fase 2: van voorontwerp tot uitvoering, fase 3: oplevering en nazorg) **afhankelijk**.

Daarom vereisen ze meestal enige vorm van **maatwerk en een flexibel proces**, aanpasbaar aan specifieke situaties.

5. PARTICIPATIENIVEAU'S EN -VORMEN

Er zijn **verschillende niveau's** (Stuurgroepen, gerichte stakeholders, burgerparticipatie, ...) **en vormen** (informerende, raadplegen, betrekken, gedeelde beslissingen, co-creatie, ...) **van participatie**. De vorm en niveau van participatie wordt bepaald door de doelstelling en context van de workshop. Voorbeelden worden besproken bij de participatiemethodes.

6. GRENSOVERSCHRIJDEND

Grensoverschrijdende samenwerkingen vragen tijd, zijn vaak niet spontaan, gaan gepaard met een politiek vraagstuk, en moeten verschillen (cultuur, reglementair, juridisch, ...) overbruggen. Deze projecten vragen extra flexibiliteit en creativiteit om beide partijen te verzoenen. Hou de samenkomsten op het juiste moment en hou er rekening mee dat vertaling tijd vraagt.

WORKSHOPS

1. CONTEXT

De opdrachtgever en het traject

waarbinnen de workshop zich kadert worden beschreven.

Een workshop kan op zichzelf staan, maar indien het deel uitmaakt van een langer traject is het interessant voor de deelnemers om minimum voorgaande en volgende stap in het traject te kennen. Zo kunnen ze de opbouw en het doel van deze workshop in zijn groter kader plaatsen.

Praktische zaken van de workshop worden bepaald, bv. tijdstip, locatie, duur...

2. OBJECTIEF

Het doel van de workshop moet op punt staan voordat de deelnemers en het format van de workshop kunnen worden bepaald. Elke workshop binnen een langer traject heeft zijn specifiek doel dat vaak gelinkt is aan de fase waarbinnen het project zich op dat moment bevindt.

Figuurlijke grenzen afbakenen voor de workshop helpt om op een efficiënte wijze het vooropgestelde doel te bereiken.

3. ROLLEN

Duidelijke rollen afbakenen zodat iedereen weet wat er verwacht wordt, en er geen verwarring ontstaat over de positie van de opdrachtgever of de moderator tijdens de workshop.

Rol van de moderator/facilitator

Rol van de opdrachtgever

Rol van de participanten

Doelgroep koppelen aan doel.

Afhankelijk van de fase en het doel van de workshop kan deze doelgroep gericht gekozen worden of net open zijn voor alle geïnteresseerden.

4. PROCES

Het opmaken van een format of draaiboek van de workshop helpt bij het bewaken van het doel, de tijd en de activiteit die plaatsvindt.

Canvassen of tools zijn meestal workshopspecifiek. Ze zijn enerzijds een ondersteunend middel die de moderator helpt om het gesprek op gang te houden, anderzijds zorgen ze ervoor dat de input reeds geordend wordt en de verslaggeving achteraf efficiënter kan gebeuren.

5. INTERACTIE

Spelregels kunnen helpen om bv. iedereen aan het woord te laten komen, om het onderwerp van de workshop te bepalen, ...

Gecontroleerde clash momenten kunnen helpen om tegenstrijdige ideeën en standpunten op een gecontroleerde manier te bespreken.

Werkbare en evenwichtige groepen zijn van belang bij intensieve participatietrajecten. Het helpt de betrokkenheid te garanderen, zonder dat er onderonsjes ontstaan. Bij buurtmomenten of infomomenten is dit minder van toepassing.

B. Interventies

Het is de ambitie om tijdens het projectverloop van VALYS een breder doelpubliek op een toffe manier kennis te laten maken met de troeven die de Leievallei te bieden heeft, om zo enerzijds aan draagvlak te bouwen voor toekomstige projecten maar ook bij de bewoners een fierheid, een sense of ownership te creëren over de streek.

Op basis van bevindingen uit het voortraject formuleerden we een aantal acties. We delen deze op in twee luiken. Enerzijds stellen we een aantal verhalende tools voor, zij dragen bij aan de duidelijke en gewenste positie van de Leievallei. In het tweede deel stellen we een aantal tools voor die moeten bijdragen aan de sense of ownership van de bewoners.

Verhalend

1. Schoolspel
2. Sprookjesboek, stripverhaal
3. Varend rapportage team langsheen de Leie
4. De Leie op met stakeholders
5. Lang Leve de Leie

Sense of ownership

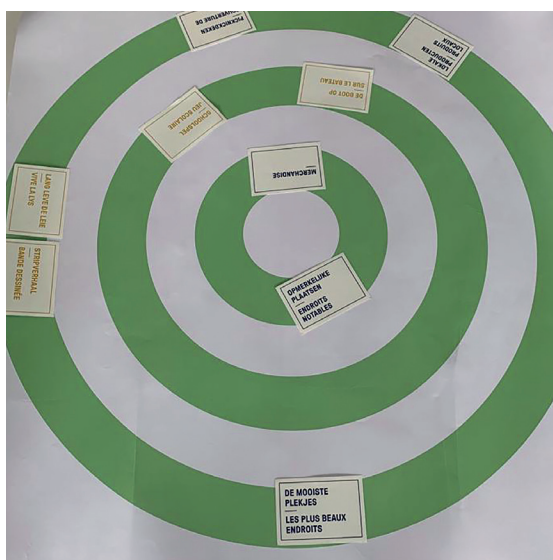
6. Lokale producten
7. Opmerkelijke plekken
8. De mooiste plekjes
9. Merchandise
10. Picknickdeken
11. Clean-up

KANDOO METHODE

Om prioriteiten te bepalen binnen de lijst van acties hebben we een workshop georganiseerd volgens de **KANDOO** methode. Je kan het canvas in bijlage vinden.

WAT

Het doel van de KANDOO is om prioriteiten te stellen en in een tweede fase tot actie over te gaan.



FORMAT

Stap 1: Afhankelijk van de grootte van de groep deel je je op in groepjes van ongeveer 8 personen. Op tafel ligt er een canvas met 8 concentrische cirkels en enkele fiches of post-its met opties. Tijdens onze workshop waren dit de verschillende acties. Het is ook mogelijk een aantal blanco kaartjes te voorzien zodat deelnemers zelf nog kunnen aanvullen.

Stap 2: Elke deelnemer kiest er 2 kaartjes uit die hij / zij het belangrijkste vindt en legt deze op de buitenste cirkel. Indien de opties beperkt blijven kan je ook zelf alle kaartjes op de buitenste cirkel leggen als startpunt.

Stap 3: De deelnemers wordt gevraagd te "cirkelen". Ze schuiven het kaartje dat ze belangrijk vinden één cirkel naar het midden. Ze verplaatsen zich hierbij in wijzerzin rondom het canvas.

Stap 4: Je herhaalt dit 2x totdat er een duidelijke voorkeur zichtbaar is. De resultaten worden in groep besproken.

Stap 5: Nu er een duidelijke keuze is gemaakt kan je in groep tot actieplanning overgaan. Wie kan er deze actie opnemen, binnen welke tijd en met welke middelen? Door de haalbaarheid realistisch te bespreken kan dit maken dat er alsnog voor een andere optie wordt gekozen.

BEDENKING

Tijdens onze workshop hebben we bepaalde acties 'samengenomen' wat maakt dat de finale selectie die je hieronder kan lezen soms een samenvloeien van meerdere acties bevat. Dit is op zich geen probleem maar je moet er wel over waken dat

deze methode de zaken 'versimpeld' en niet complexer maakt dan nodig.

OVERZICHT VAN DE ACTIES

Hieronder beschrijven we de finale selectie van acties. We tonen na de beschrijvingen een schematische voorstelling van de uitrol van de acties en hun onderlinge samenhang.

1. MERCHANDISE

WAT

Om de *brand* van VALYS uit te dragen ontwikkelen we een set van 6 verschillende producten voor de Leievallei. Zo dachten we het gemeenschapsgevoel aan te wakkeren, door de gemeenschappelijke identiteit uit te spelen. cfr. de zonder haat straat, maar dan: De Bleievallei / La Lys Ravie.

OPMERKING

Merchandise mag geen doel zijn, maar moet steeds gekoppeld aan een andere actie worden ingezet. Bijvoorbeeld als beloning voor deelname aan de call voor opmerkelijke plekken. Ze kunnen verdeeld worden over





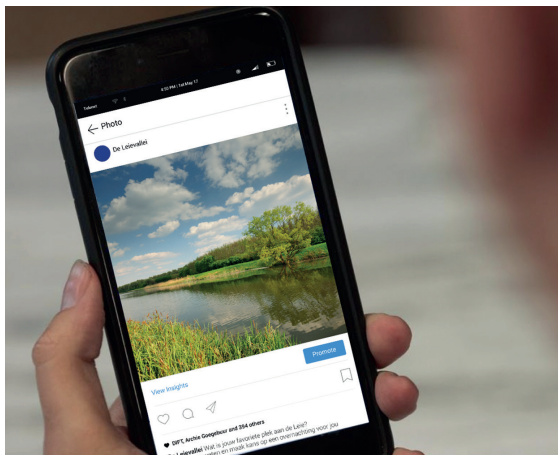
gemeentehuizen of openbare plekken waar streekpromotie gepast is.

2. OPMERKELIJKE PLEKKEN

WAT

We lanceren via sociale media een call om de inwoners van de Leievallei op te roepen hun bijzondere plekje te delen met een eenvoudige hashtag. Op deze manier betrekken we een breed publiek bij de thematiek van de Leievallei en bouwen we aan een community.

De oproep wordt gelanceerd via de social media van de verschillende besturen en partners en gepromoot via social media advertising. We kunnen dit koppelen aan een wedstrijd. De jury



van VALYS kiest de 5 mooiste plekjes. Deze jury kan bijvoorbeeld bestaan uit een selectie van ambassadeurs die worden gekozen door de deelnemende gemeenten. Het is belangrijk dat deze jury kan zorgen voor afstemming met de agenda van Toerisme Leiestreek en lokale cultuurspelers. We maken een selectie van de bijzondere plekken die worden ingestuurd en kunnen afhankelijk van de inhoud deze gebruiken als locatie voor het event of input voor het spel. We communiceren over deze plekken via een eigen website of takken aan bij een website van de partners. Op het terrein maken we deze plekken zichtbaar door ze te 'taggen' met een burgerbeeld (het logo) en een plakkaatje met in het kort het verhaal achter deze bijzondere plek. Indien er vraag naar is, kunnen we de mensen achter de plekken in beeld brengen met fotografie en hun verhaal brengen. Deze content kan dan weer verdeeld worden via bestaande regionale media. Indien er een mooie spreiding is van de locaties kan dit ook als aparte route worden vermarkt via bijvoorbeeld toerisme Leiestreek.

OPMERKING

Dit lijkt ons nog steeds een redelijk eenvoudige actie om uit te rollen i.s.m. partners zoals Toerisme Leiestreek. Dit moet niet noodzakelijk gekoppeld zijn aan één van de overige acties.

3. INTERACTIEVE KAART & SPEL

WAT

Uit het voortraject, workshops en interview zijn verschillende verhalen naar voren gekomen, van mythische figuren, streekbieren tot de druk van verstedelijking of de figuur van Wim Opbrouck.

De uitdaging bestaat er nu uit om deze verhalen die eigen zijn aan de Leie op een creatieve, aantrekkelijke manier te verbeelden en tot een breder publiek te brengen.

De methodiek van een interactieve kaart zoals de '[Tuin der lusten](#)' lijkt ons hiervoor heel inspirerend. De site brengt de verhalen op een manier die zowel artistiek als educatief is.

De hoofdingrediënten zijn:

- Een website ter ontsluiting van informatie
- Een illustratie ter verbeelding van de verhalen
- De uitwerking van de verhalen (in tekst en als luisterverhaal)

We wensen niet 1 op 1 hetzelfde, bij VALYS komen er ook andere thema's aan bod zoals verstedelijking en biodiversiteit. Het is belangrijk bij de uitwerking van het voorstel dat er zowel wordt nagedacht over het online als offline luik.

Illustratie

Het is niet de bedoeling om een geografisch correcte kaart te maken, maar eerder een collage van scènes



met enkele herkenbare elementen per deelgebied, zoals waterlopen of beeldbepalende gebouwen. In de opbouw van de illustratie is de opdrachtnemer vrij. Het is wel belangrijk bij de uitwerking van het voorstel dat de illustratie ook voor offline toepassingen kan worden gebruikt. Bijvoorbeeld een print-out als poster of een rondreizende tentoonstelling. Dit kan verder in dialoog met de opdrachtgever en het team van Endeavour en DIFT worden besproken.

Verhalen

De input voor de kaart komt in eerste plaats voort uit de workshops en interviews en wordt aangebracht door Endeavour en DIFT. Zij puren de info verder uit tot 18 verhalen. Deze verhalen spreiden zich uit over de 80 km van de Leievallei.

Website

Het doel van de website is de info en verhalen op een eigentijdse manier zichtbaar te maken voor een breed publiek: van beleidsmedewerkers, bewoners uit de streek tot schoolkinderen. Dit vraagt een juiste tone of voice, in grafiek en user experience. Het mag uitdagend zijn maar niet te complex of elitair-artistiek.

Spelvorm online /offline

Deel van de opdracht is om na te denken over hoe de belevingskaart ook als spelvorm kan worden ingezet. De opdrachtnemer is vrij om hier zelf een voorstel voor te doen. Dit kan gaan van een quiz met downloadbare vragenlijst, een zoekspel, ...

OPMERKING

Hiervoor werd een bestek opgemaakt door Dift.

4. LEIE EVENT

WAT

Het oorspronkelijk idee was om een evenement te organiseren voor de stakeholders, mensen die heel bijzondere plekjes instuurden, officials en verkozenen. We zouden het event opknippen in drie mini-events op drie verschillende locaties verdeeld over de regio. Genodigden kunnen een locatie kiezen naar voorkeur of per fiets /bus /auto de drie verschillende locaties bezoeken. Op elke plek vragen we een vereniging (jeugdvereniging, wandelvereniging, ...) om te hosten in de buurt van een bijzondere plek.

Op het event stellen we het ontwikkelde spel en merchandise voor aan het publiek.

We maken ook van dit moment gebruik om op die bijzondere plekjes en met onze gasten, een reportage te draaien met beelden en interviews met stakeholders en inwoners.



OPMERKING

Met de Franse verkiezingen was het onmogelijk het event voor maart te laten plaatsvinden. Er werd ook geopperd om een event te organiseren voor betrokkenen van VALYS, ambtenaren en de stuurgroep en een tweede event met klemtoon op de politici. Maar dit lag nog niet vast. Er was ook een mogelijkheid om eventueel aan te sluiten op het event van Blauwe Eurometropool op wereldwaterdag.



5. REPORTAGE LEIEVALLEI

WAT

We draaien een reportage over De Leievallei op het evenement. Op dat moment brengen we een pak mensen samen en kunnen we makkelijk interviews met key-actoren afnemen. De reportage wordt achteraf gedeeld via social media, maar kan ook gepromoot worden via de gemeentebesturen etc.

INTERVENTIONS

**Carte interactive
Interactieve kaart**

**Endroits spéciaux
Opmerkelijke plekken**

08/19	Développement de concept Conceptontwikkeling	
		Call public Publieke call
09/19	Développement détaillé Detailontwikkeling	
		Intégration dans le website carte interactive
10/19	développement détaillé detailontwikkeling	
11/19	Production Productie	
12/19		
01/20	Kick-off / lancering	
02/20		

S **samenhang**

Merchandise

**Evénement
Leie event**

**Selection final
Final selectie**

Design

Save the date

**Production
Productie**

**Concept final
Final concept**

**Production
Productie**

**Invitation
Uitnodiging**

**Distribution
Distributie**

Reminder

**Distribuer
Uitdelen**

EVENT

**Reportage over
bijzondere plekjes**

6. CONCLUSIES

Het was de ambitie om zowel vanuit de groep partners als vanuit Endeavour / DIFT met deze opdracht concrete acties op terrein uit te voeren. Het visietraject liep redelijk vlot, maar toen de selectie van acties met plan van aanpak werd voorgesteld is er vertraging op gekomen. Dit heeft met een aantal uitdagingen te maken.

De complexiteit in het opdrachtgeverschap

De mensen aan de tafel hebben niet altijd beslissingsrecht wat interne terugkoppeling moeilijk maakt en de dynamiek uit het proces haalt.

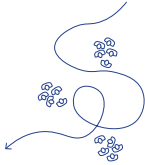
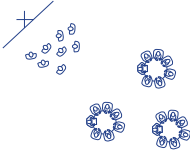
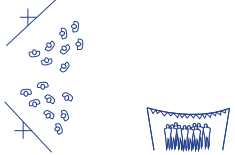


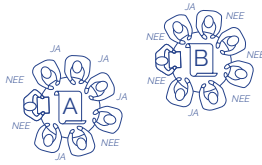
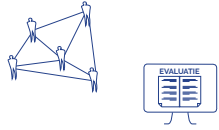
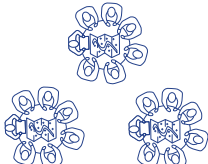

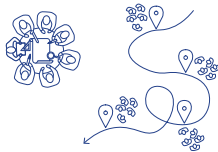
Onduidelijkheid over budgetten:

Het werd pas duidelijk toen we in opstart wilden gaan met de acties dat er geen directe aanspraak kon gemaakt worden op beschikbare budgetten. Dit kon enkel via een procedure van openbare aanbesteding. We hebben dan samen met de opdrachtgevers beslist om een bestek uit te schrijven voor de online belevingskaart omdat dit de grootste impact kan hebben. Het statuut hiervan is onduidelijk.

Tijdelijke samenwerking

Het Interreg-project VALYS zal in 2021 aflopen, het is onduidelijk of er een vervolg aan dit traject zal komen en binnen wat voor structuur dit dan zal verlopen. VALYS is dus geen klassiek bedrijf of organisatie met een duidelijk afgelijnd team, takenpakket en missie. Een brand ontwikkelen met huisstijl die de missie van de organisatie ondersteunt en dit zichtbaar maken op terrein door acties, is dan ook binnen dit kader een zeer grote uitdaging.

We zijn er wel van overtuigd dat indien er een basisbudget wordt gevonden en er richting een momentum kan worden gewerkt, bijvoorbeeld een stakeholdersevent, de voorgestelde acties nog steeds relevant kunnen zijn om de identiteit van de Leievallei verder uit te dragen.

	Analyse en visievorming	Van voorontwerp tot uitvoering	Oplevering en nazorg
INFORMEREN en /of RAADPLEGEN	 <p>Interactieve rondleiding</p>	 <p>Communicatiemoment</p>	 <p>Afsluitend evenement</p>
	 <p>Online bevraging</p>		
ADVISEREN	 <p>Bilaterale gesprekken</p>	 <p>Workshop scenario's</p>	 <p>Evaluatie moment</p>
	 <p>Thematische workshops</p>		
CO-CREEREN	 <p>Belevings/visiekaart opmaken</p>	 <p>Co-creatief onderzoek</p>	

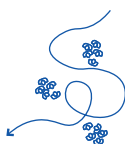
C. Participatie methodes

Elk participatietraject is contextgebonden en vraagt dan ook maatwerk. Toch zijn er enkele aanpasbare basismethodes die vaak worden ingezet voor participatietrajecten gelinkt aan ruimtelijke (her)ontwikkelingsprojecten. Hier volgt een chronologisch overzicht (in 3 fases en volgens 4 participatieniveaus) van mogelijke stappen binnen een participatietraject. Het geeft een aantal methodes die ingezet kunnen worden per fase. Indien er meer informatie gewenst is over de bijgevoegde referenties kan de bijhorende instantie of gemeente worden gecontacteerd (zie projectbeschrijvingen onder macro).

PARTICIPATIETRAJECTEN VOOR RUIMTELIJKE PROJECTEN

Analyse en visievorming:

Tijdens de 1^e fase van het traject gaat het vaak over het verzamelen en creëren van **abstracte ideeën of concepten**. Op vlak van participatie is het belangrijk het traject snel op te starten om zo buurtbewoners en andere actoren te informeren en te betrekken.



1. Interactieve rondleiding of sitebezoek

WAT

Een interactieve rondleiding of sitebezoek is een **verkennende methode** die vaak enerzijds een **informerende functie** heeft en anderzijds een **analyserende functie**.

WAAROM

Buurtbewoners worden ingelicht over het projecttraject en doel. Indien er gekozen wordt voor een interactief moment, krijgen de deelnemers ook de kans hun ideeën of bedenkingen te delen. De **eerste ruimtelijke lezing** die plaatsvindt heeft meestal als doel een **veelheid** aan informatie, ideeën en bedenkingen te verzamelen om zo de verwachtingen van de buurtbewoners af te tasten. Idealiter wordt er **geen te strak kader** opgelegd bij het verzamelen van ideeën, het is net de bedoeling om op een vrije manier informatie te verzamelen die mee het kader van de opdracht zal bepalen.

BEDENKING

Een interactieve rondleiding kan ook gebruikt worden bij aanvang van een project om de **projectgroep** of de **aangestelde experts** een eerste kennismaking te geven met de site.

FORMAT

Het programma van een interactieve rondleiding kan opgedeeld worden in drie grote tijdsblokken:

Stap 1: Inleiding

In de inleiding wordt een eerste toelichting van het project(traject) gegeven, dit kan gedaan worden volgens het CORPI-principe (Context, Objectief, Rollen, Proces en Interactie). Ook het verloop en het doel van de dag worden toegelicht.

Stap 2: Rondleiding

Afhankelijk van de omvang van de site kan een rondleiding worden georganiseerd met de fiets of te voet. Er kunnen enkele kenmerkende elementen worden toegelicht ter plaatste om zo ideeën te triggeren bij de bezoekers.

Stap 3: Ideeën verzamelen

Na de rondleiding kunnen bewoners hun ideeën meegeven aan het projectteam. Er zijn verschillende vormen om dit te organiseren. Dit kan bv. a.d.h.v. een invulformulier of op projectposters.

PARTICIPATIENIVEAU

Informeren/Raadplegen

REFERENTIES

De Heulebeekvisie, Kortrijk

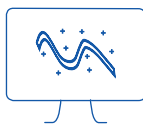
Tijdens het belevingsmoment werd de Heulebeekvallei voor alle omwonenden en geïnteresseerden opengesteld en konden de deelnemers een eerste reactie achterlaten.

Inrichtingsstudie Barakkenpark, Menen

Een buurtmoment werd ingezet om de ideeën van bewoners voor het Barakkenpark te verzamelen. Pas daarna werd het voorontwerp opgestart.

De Gaverbeekvisie, Waregem

In de Gaverbeekvallei vond een wandeltocht met feedbackmoment plaats voor omwonenden.



2. Online bevraging

WAT

Een online bevraging is net zoals de interactieve rondleiding een **verkennende methode**, maar dan via een ander (online) communicatiekanaal. Ook aan deze methode kan een **informerende of communicerende functie** gekoppeld worden.

WAAROM

Een online methode is veelal **laagdrempelig, flexibel** en een manier om te bouwen aan een breder **netwerk**. Doordat deze methode **minder tijd en locatie gebonden** is, kunnen meer of andere personen bereikt worden. Het kan net zoals het interactief moment worden ingezet om een **kwantiteit** aan waarden, ideeën of acties te verzamelen, maar de online tool hoeft geen doel op zich te zijn. Het kan ook worden ingezet als **middel om mensen te bereiken** en te betrekken in het project- of participatietraject.

BEDENKING

Toch botst de online bevraging ook op een aantal beperkingen. Gezien er **geen fysieke belevingswaarde** aan vasthangt heeft deze zijn ruimtelijke beperkingen. Daarnaast vindt er **geen menselijke interactie** plaats, waardoor het project ogenschijnlijk minder waarheidsgetrouw of 'echt' kan aanvoelen. Bovendien is er vaak **minder diepgang** in de reacties, wat voor deze fase geen probleem hoeft te vormen gezien we deze tool als kwantitatieve methode inzetten en niet als kwalitatieve methode. Gezien bovenstaande bedenkingen, raden we aan om deze methode als communicatiemiddel in te zetten en niet als doel op zich.

FORMAT

Bij de online bevraging moeten enkele duidelijke vragen worden gesteld bij de opmaak van het format:

Vraag 1: Wie willen we bereiken en wat is het doel van de online enquête?

Het is van belang duidelijk te stellen wie je wilt bereiken en hoe je dit gaat doen. Wordt er een link naar de enquête gepubliceerd op bepaalde platformen of worden mensen rechtstreeks

aangeschreven?

Daarnaast is het van belang te bepalen indien de enquête een opzichzelfstaand doel is, of het wordt ingezet als communicatiemiddel en zo mensen wil informeren en betrekken bij een (offline) participatietraject.

Vraag 2: Welke informatie geven we en welke willen we krijgen?

Een goede inleiding over het project en het doel van de enquête zijn van belang om bruikbare antwoorden te genereren. De vraag op zich is van belang, maar ook de manier waarop de vraag gesteld wordt. Er zijn namelijk veel vormen/manieren om éénzelfde vraag te stellen: open vragen, meerkeuze, ja-nee vragen, ... Om een kwantiteit aan ideeën te verzamelen werkt een open vraag het beste.

Vraag 3: welke vorm van enquête past hierbij?

Afhankelijk van de vorm van de vragen zal de vorm van de enquête worden bepaald.

De belangrijkste regel is: hou het **duidelijk en beknopt**. Mensen hebben vaak weinig geduld of tijd bij het invullen van een enquête, je wilt niet dat ze afhaken nog voor ze begonnen zijn. Daarom is een simpele, straight forward vorm vaak de beste. Om mensen betrokken te houden of aan te moedigen om de enquête volledig te doorlopen kan er bv. gekozen worden om het informeren en bevragen door elkaar te laten lopen.

Vraag 4: wat na de enquête?

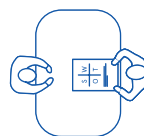
De vervolgstap is afhankelijk van het doel van de online enquête. Indien de enquête een opzichzelfstaand doel heeft, is het belangrijk vooraf na te

denken over welke en op welke manier je output zal genereren.

Wanneer de enquête wordt ingezet als communicatietool of als startpunt voor een (offline) participatietraject dan is het van belang na te denken hoe je mensen betrokken blijft houden. De enquête kan in dit geval bv. ook de inschrijvingstool zijn voor het participatie traject.

PARTICIPATIENIVEAU

Informeren/Raadplegen



3. Bilaterale of gerichte gesprekken

WAT

Bilaterale gesprekken zijn **gerichte gesprekken** (vb. sector-, thema-, locatie-, ...gericht) met **vooraf geselecteerde personen** (bv. experts, verenigingen, partners, ...) om **specifiekere of kwalitatievere informatie** te verzamelen binnen een reeds uitgezet kader.

WAAROM

Na de eerste kwalitatieve verzameling van ideeën en bedenkingen kunnen er een aantal richtlijnen worden uitgezet. Deze helpen bij het verzamelen van specifieke of meer diepgaande informatie. Waar voorgaande methodes net een veelheid aan informatie proberen te verkrijgen, werkt deze methode als een **trechter of filter**.

BEDENKING

Het selecteren van de juiste personen vraagt tijd, maar is van groot belang om

de gewenste informatie te verzamelen.

FORMAT

Ook aan de voorbereiding van een bilateraal gesprek moet voldoende waarde gehecht worden. De juiste vragen stellen is namelijk cruciaal. Het voorbereiden van een gesprek kan aan de hand van de volgende stappen.

Stap 1: Het objectief scherpstellen en tijd nemen bij het selecteren van de juiste personen

Het objectief scherpstellen is zoals bij elke methodiek het startpunt voor de opbouw van de format. Stel jezelf dus de vraag: wat wil ik te weten komen uit deze gesprekken?

Waar bij de voorgaande methodes de doelgroep breed en divers is, worden hier specifieke personen geselecteerd.

Stap 2: Vragenlijst en format opstellen

De format en de vragen vloeien voort uit het objectief en de geselecteerde persoon. Een expert bevragen vraagt bv. enig inzicht in het thema, waar dit bij een specifiek uitgekozen omwonende misschien niet het geval is.

Ook hier is het van belang de juiste soort vragen op te stellen. Waar bij de online bevraging wordt geopteerd voor open vragen, kan hier net een gerichtere vorm van vragen worden opgemaakt die meer in de diepte van het thema duiken.

Indien er meerdere gesprekken plaatsvinden is het van belang te werken met een format waar makkelijk crossvergelijkingen kunnen worden gemaakt.

Een voorbeeld van zo een format of bevragingsmethode is een SWOT-

analyse (**Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats**). Deze methode werkt goed om een thema vanuit een positieve blik en negatieve blik te gaan bekijken.

Stap 3: Verwerking

Door een vaste structuur te koppelen aan de verschillende gesprekken kan de verwerking vaak efficiënter gebeuren doordat er makkelijk vergelijkingen kunnen gemaakt worden.

PARTICIPATIENIVEAU

Adviseren

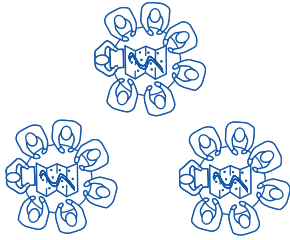
REFERENTIES

De Gaverbeekvisie, Waregem

Bij het traject vonden er gerichte gesprekken plaats met lokale landbouwers.

Valys

Het communicatie en participatie traject van Valys werd aangevangen door bilaterale gesprekken met vertegenwoordigers van de verschillende gevestigde sectoren (landbouw, economie, industrie, toerisme, ecologie, ...) langsheen de Leie. Aan de hand van een SWOT-analyse werden de sterktes, zwaktes, opportuniteiten en bedreigingen per sector in relatie tot de Leie afgetoetst. Door het gebruik van eenzelfde format was een cross-sectorale vergelijking makkelijk te maken.



4. Thematische workshops

WAT

Tijdens een thematische workshop wordt er nagedacht over de projectsite vanuit specifieke thema's. De gekozen thema's komen idealiter voort uit een eerdere bevraging, indien deze heeft plaatsgevonden. Deze methode splits een complexer ruimtelijk geheel op in verschillende elementen en gaat elk element apart aansnijden en uitdiepen.

WAAROM

Ook de thematische workshop past een **trechter of filter techniek** toe op reeds verzamelde informatie en creëert zo een meer diepgaande analyse. Deze stap kan gebruikt worden als aanzet naar het creëren van scenario's voor de site.

FORMAT

Stap 1: Thema's bepalen

De eerste stap die gezet wordt bij het opbouwen van een thematische workshop is het bepalen van de thema's. Indien er geen directe consensus is over de thema's kan er bv. gebruik gemaakt worden van een kandoe format. De **kandoo methode** of de kansencirkel wordt gebruikt om kansen, ambities, toekomstideeën of thema's gezamenlijk af te toetsen en zo tot een beslissing te komen. Het format bestaat uit verschillende

cirkels enerzijds en verschillende keuzemogelijkheden anderzijds. Alle deelnemers krijgen de kans om hun voorkeursmogelijkheden naar voor te schuiven over de verschillende cirkels. De voorkeuren (of thema's) die in de centrale cirkel terechtkomen krijgen de meeste ondersteuning.

Stap 2: Objectief scherpstellen en deelnemers selecteren

Het objectief van de workshop bepaalt de format en de deelnemers. Afhankelijk van het doel van de workshop zal er dus gekozen worden voor een selectie aan vak experts of participanten via vrije inschrijving.

Stap 3: Format

Elke workshop wordt project specifiek ingevuld, waardoor een vast format erg moeilijk te bepalen is. De volgende tips kunnen wel helpen bij het creëren van een werkbaar format. Een **beperkt aantal personen** per werktafel (ongeveer 8 personen) stimuleert de aanwezigen om actief deel te nemen aan het gesprek. Indien er meerdere thema's worden besproken tijdens één workshop en er niet gewerkt wordt met experts, maar met vrije inschrijvingen is het interessant om met **een doorschuifstelsel** te werken, waarbij elke deelnemer min. 2 thema's bespreekt. Vaak komen deelnemers met een bezorgdheid of idee naar de workshop, die in de 1^e ronde naar boven komt (vaak ongeacht het thema), van zodra deze op tafel is gelegd kunnen de deelnemers in de 2^e ronde meer open-minded en thematisch te werk gaan. Opnieuw is het van belang te denken in functie van de verwerking van de input en raden we aan om met **dezelfde vorm van canvassen (of notitiepapier)** te

werken voor de verschillende thema's. Zo kunnen er achteraf op een efficiënte manier vergelijkingen worden gemaakt.

PARTICIPATIENIVEAU

Adviseren

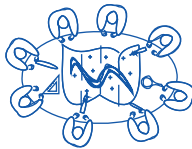
REFERENTIES

Masterplan Brielmeersen Deinze

Tijdens de opbouw van het masterplan werden er thematische interactieve bijeenkomsten gehouden rond de drie centrale thema's binnen het plan. Per thema werden gericht (vak)personen uitgenodigd.

Heulebeek

In de Heulebeek vonden er rondetafelgesprekken plaats.



5. Belevingskaart of visiekaart opmaken

WAT

Samen met buurtbewoners kan er gebouwd worden aan een **belevingskaart** die de huidige site visueel in beeld brengt of aan een **visiekaart** die de ideale toekomstige site in kaart brengt.

WAAROM

Een visuele weergave van de huidige beleving of toekomstvisies kan op een **toegankelijke wijze** de ideeën of conclusies van het gelopen traject weergeven. Een kaart kan **inspirerend** en **'begeleidend'** werken.

BEDENKING

De kaart kan een paralleltraject vormen aan het participatie en communicatietraject. Het creëren van de kaart gebeurt stapsgewijs naargelang er input wordt verzameld.

FORMAT

Stap 1 verzamelen input

Het verzamelen van informatie van de kaart kan gedaan worden a.d.h.v. van workshops of interviews.

Stap 2 vormgeving kaart en executie

De vormgeving en executie van de kaart kan gebeuren tijdens de workshops door de participanten of na de workshops door een grafisch vormgever of artist. Indien deze tijdens de workshop reeds wordt gemaakt, verdient het format van de workshop extra aandacht.

PARTICIPATIENIVEAU

Co-creëren

REFERENTIES

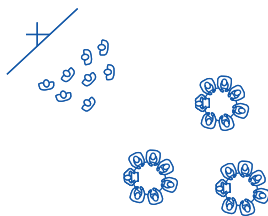
Valys

Tijdens het participatie en communicatietraject van Valys is er gewerkt naar het creëren van een belevingskaart. De input werd reeds verzameld, er zijn ideeën over de vormgeving, maar momenteel nog geen executie van het plan. Deze kaart zou de boeiende en unieke verschillende kenmerken langsheen de Leievallei en van haar bewoners op inspirerende wijze kunnen weergeven.

Van voorontwerp tot uitvoering:

Tijdens de 2^e fase van het traject worden abstracte ideeën of concepten vertaald naar **concrete plannen of ingrepen**. Op vlak van participatie is het belangrijk om continuïteit in te bedden,

dit bv. a.d.h.v. (grafische) verslaggeving, feedback- of informatiemomenten.



6. (Interactief) communicatiemoment

WAT

In een communicatiemoment worden beslissingen of vervolgstappen van een traject gecommuniceerd met omwonenden. Dit 'moment' kan in de vorm van een (interactieve) presentatie, een infomarkt, een verslag, ...

WAAROM

Het afsluiten of aanvangen van een nieuwe projectfase is vaak een goed moment om te communiceren wat er reeds gebeurd is en wat er nog te gebeuren staat. Het is dus een **terugkoppelmoment** of een **vooruitblik** dat een **stand van zaken** geeft aan omwonenden.

BEDENKING

Dit 'moment' kan een fysiek moment zijn, maar dit hoeft niet. Een communicatiemoment kan ook onder de vorm van een verslag.

FORMAT

Vb. 1 Presentatie

Tijdens een presentatie wordt er door de gemeente of het projectteam een stavaza gegeven. Het is veelal éénrichtingsverkeer van het team naar de omwonenden. Er kan wel een vragenronde worden georganiseerd om

opmerkingen te beantwoorden.

Vb. 2 Infomarkt

Op een infomarkt wordt de stavaza bv. weergegeven op projectposters. Er kan een plaats op de poster worden voorzien voor opmerkingen en terugkoppeling van de bewoners. Er kan ook een persoon bij de poster staan om vragen te beantwoorden en opmerkingen te noteren.

Vb. 3 Verslag

Een verslag kan een grafisch en tekstueel document zijn dat beknopt en stapsgewijs de stavaza weergeeft.

Vb. 1 + 2 + 3

De drie voorbeelden kunnen ook gecombineerd worden binnen een communicatiemoment, waarbij het moment wordt aangevangen met een presentatie, gevolgd door een interactieve infomarkt, dat wordt samengebracht in een naverslag.

PARTICIPATIENIVEAU

Informereren/Raadplegen

REFERENTIES

Masterplan Brielmeersen Deinze

Het masterplan van de Brielmeersen werd voorgesteld aan de bredere bevolking tijdens een infomoment.

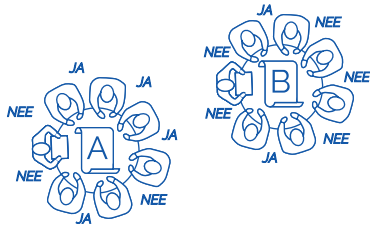
Barakkenpark Menen

De inrichtingsstudie voor het Barakkenpark in Menen werd gepresenteerd op een dag rond de Leiewerken. Voorbijgangers konden hun mening achter laten op de stand.

Groengebied aan de Geluwebeek

In het kader van de opmaak van een gemeentelijk ruimtelijk structuurplan (GRUP) voor het groengebied aan de

Geluwebeek werden infomomenten gehouden.



7. Workshops aftoetsen scenario's

WAT

Mogelijke toekomstscenario's, die idealiter voortvloeien uit een voorgaand participatiemoment in fase 1, worden afgetoetst met omwonenden. De opbouw van de scenario's wordt gedaan door het projectteam.

WAAROM

Indien er meerdere scenario's mogelijk zijn, kan de hulp van omwonenden worden ingeschakeld om mee te beslissen over het voorkeursscenario. Bewoners nemen hier een adviserende rol op zich.

BEDENKING

Indien de scenario's niet voortvloeien uit een voorafgaand participatietraject, dan is de inbreng van de bewoners beperkt. Dit kan bij de deelnemers het gevoel opwekken dat de beslissing reeds gemaakt is.

FORMAT

Stap 1: Opmaak scenario's

De scenario's worden opgemaakt ter voorbereiding op de workshop en in een format gegoten dat systematisch aftoetsen mogelijk maakt.

Stap 2: Aftoetsen scenario's

De scenario's worden afgetoetst door omwonenden. Om de debatten rond de

verschillende scenario's te evalueren kan er gewerkt worden met behulp van een aantal parameters.

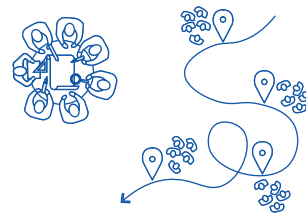
PARTICIPATIENIVEAU

Raadplegen/Adviseren

REFERENTIES

Bousbecque

Bij het woonproject in Bousbecque werden een aantal vooropgestelde toekomstscenario's afgetoetst door omwonenden.



8. Co-creatief ontwerpend onderzoek voor het opmaken van collectieve scenario(s)

WAT

Scenario's worden co-creatief opgebouwd met omwonenden of een specifieke groep personen (vb. studenten, boeren, ...) die al dan niet deel uitmaken van een langer participatietraject.

WAAROM

Samen bouwen aan scenario's helpt het eigenaarschap bij de lokale actoren te versterken.

Door samen te werken aan een eenduidige visie en doel worden individuele wensbeelden overstegen en kunnen collectief ondersteunde scenario's bekomen worden.

BEDENKING

Richtlijnen, randvoorwaarden of een omkadering kunnen helpen om de scenario-opbouw te begeleiden.

FORMAT

Vb. 1 Schetsmatig ontwerpend onderzoek

Scenario's kunnen schetsmatig of met behulp van een interactieve kaart onderzocht worden. Op deze manier worden scenario's meteen gevisualiseerd.

Vb. 2 Demo- of proefprojecten en tijdelijke experimenten

Mogelijke scenario's kunnen worden uitgetest aan de hand van demo- of proefprojecten en tijdelijke experimenten. Op deze manier worden scenario's tastbaar gemaakt en kan er onderzocht worden hoe een theoretisch scenario in de praktijk werkt.

Vb. 3 Deelprojecten

Een groter projectgebied kan worden opgedeeld in kleinere deelprojecten om het project stapsgewijs aan te pakken.

PARTICIPATIENIVEAU

Co-creëren

REFERENTIES

De Gaverbeekvisie, Waregem

Bij het creëren van de Gaverbeekvisie werd een Spring & Summer school georganiseerd.

Daarnaast werden 6 participatiesessies met jeugd uit de buurt gedaan.

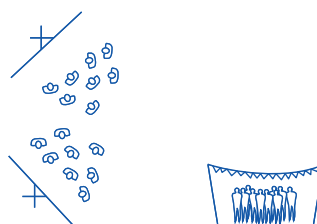
Er was ook een samenwerkingstraject met boeren om tot uitvoering te komen van demoprojecten.

Masterplan Brielmeersen Deinze

Bij de opmaak van het masterplan van de Brielmeersen werd participatief ontwerpend onderzoek gedaan voor de opmaak van scenario's, die daarna participatief werden afgetoetst.

Oplevering en nazorg:

In fase 3 zijn de **concrete plannen of ingrepen** uit fase 2 **uitgevoerd**. Er wordt nu gefocust op het creëren van een levende output, van de activatie van de site, de evaluatie van het traject en de nazorg.



9. Afsluitend evenement

WAT

Het afsluitend moment van een participatie en projecttraject is vaak meteen ook de officiële opening van de site. Het moment kan op formele of informele wijze worden aangepakt.

WAAROM

Een afsluitend evenement kan worden georganiseerd als officieel moment ter afronding van een traject, waarbij de resultaten worden gepresenteerd, de deelnemers worden bedankt en de site officieel geopend.

FORMAT

Stap 1: Een feestelijke opening?

Het is goed om op voorhand duidelijk te stemmen indien het format een politiek (formeel) evenement wordt of een (creatief) burgermoment.

Stap 2: Een creatieve invulling?

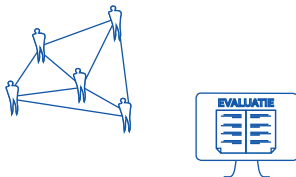
Activiteiten (picknick, cinema, ...), randanimatie, workshops, foodtrucks, ... kunnen een extra dynamiek geven aan het evenement.

PARTICIPATIENIVEAU

Informeren/Raadplegen

REFERENTIES**Vlaspark, Kuurne**

Bij de opening van het Vlaspark in Kuurne werden een 'Vlaspicknick', een 'Drijf-in cinema' en tal van activiteiten georganiseerd om de nieuwe recreatieve publieke ruimte feestelijk te openen en bekend te maken.

**FORMAT****Stap 1 Evaluatievorm**

Er zijn verschillende vormen van evaluatie mogelijk, bv. een online enquête, een evaluatieformulier, een evaluatiemoment, ...

Stap 2 bouwen aan een lerend netwerk

Het opzetten van een lerend netwerk maakt leren uit andere projecten mogelijk. Het lerend netwerk dat gekozen wordt zal mee de vorm van de evaluatie bepalen.

PARTICIPATIENIVEAU

Informeren/Raadplegen

10. Evaluatiemoment(en)

WAT

Een evaluatiemoment gaat het traject en het eindresultaat met een kritische blik bekijken. Het kan gaan om een interne evaluatie of een evaluatie door buurtbewoners.

WAAROM

Een evaluatie helpt bij het trekken van lessen uit het gelopen traject en maakt zo verbetering mogelijk voor toekomstige projecten.

BEDENKING

Een evaluatie uitvoeren is niet voldoende. De input verwerken, er mee aan de slag gaan of een lerend netwerk opzetten is noodzakelijk.



Bron: Provincie West-Vlaanderen



4. Nawoord

In het beleidspunt 'espace naturel métropolitain' bepleit Métropole Européenne de Lille de instandhouding en verdere uitbouw van het project Trame Verte et Bleue. Het grondgebied bereikbaar maken via het netwerk van groene wegen (zachte mobiliteit) staat hierin centraal. Dit beleid is gegroeid vanuit de vaststelling dat er een schrijnend gebrek is aan natuur en groen per inwoner.

Het netwerk Trame Verte et Bleue schraagt diverse functies op het grondgebied: natuurgebieden (habitat voor fauna en flora, rol als ecologische corridor), recreatievoorzieningen, een aangename leefomgeving in een dicht stadsweefsel. Daarnaast biedt het netwerk ecosysteemdiensten die inspelen op de klimaatproblematiek (strijd tegen overstromingen via natte natuurgebieden, strijd tegen hitte-eilanden, natuur in de stad ...).

De doelstellingen van de strategie 'espace naturel métropolitain' worden uitgerold over de volgende Leiegemeenten: Erquinghem-Lys, Armentières, Houplines, Ferlingen, Deulemonde, Waasten, Komen, Zuid-Wervik, Busbeke en Halewijn. De Leie doorkruist als blauw-groene as zowel verstedelijkte gebieden als landbouwzones en natuurdomeinen.

Bovendien vormt de rivier over een bepaalde afstand de landsgrens met België waar het strategische project 'Groene Sporen' dezelfde ontwikkelingsdoelen stelt als Trame Verte et Bleue. Het uitvoeringsproject 'Leievallei - Parc de la Lys' spruit voort uit een gemeenschappelijke gebiedsvisie die via het Europese project Corrid'Or en zijn opvolger VALYS, tot stand is gekomen. In het kader van dit samenwerkingsverband werd de gemeenschappelijke, grensoverschrijdende uitvoeringsstrategie van 'Leievallei - Parc de la Lys' uitgewerkt met het oog op een geïntegreerde ontwikkeling van het grondgebied en de instandhouding en verdere ontwikkeling van het blauw-groene netwerk. Het is de bedoeling dit blauw-groene netwerk coherent en functioneel te beheren door onder meer de administratieve landsgrenzen te wissen en de bestuurlijke beperkingen binnen en tussen de projecten onderling op te heffen. Bij de uitwerking van Trame Verte et Bleue worden alle schaalniveaus aangesproken: gemeenten, administraties bevoegd voor ruimtelijke ordening, privéontwikkelaars, ruimtegebruikers (economie, landbouw), maar evenzeer de inwoners.

Om het project kracht bij te zetten zijn betrokkenheid en inbreng belangrijk. Op die manier kan het blauw-groene

netwerk als een overkoepelend belang doordringen tot alle schaalniveaus en alle projecten. Deze strategie vereist een alternatieve benadering van de ruimtelijke ontwikkeling van het gebied, onder meer via fasen van overleg en co-constructie. Deze studie kwam tot stand via het Interregproject VALYS. Bedoeling was een grensoverschrijdende stand van zaken op te maken van de beeldvorming en de uitvoering van Trame Verte et Bleue alvorens aan de actoren die zeggenschap hebben over de ruimtelijke ordening, tools aan te reiken die als inspiratiebron kunnen worden gebruikt om de doelstellingen van het blauw-groene netwerk op eigen schaalniveau te implementeren.

Arnaud POETTE – Verantwoordelijke voor het project Trame Verte et Bleue bij Métropole Européenne de Lille, afdeling Stedenbouw, Stadsvernieuwing, dienst Ontwikkeling Trame Verte et Bleue.

4. Nawoord

De Leie heeft het gebied tussen Gent en Armentières gevormd en zorgde voor welvaart en natuur in de regio. Door verschillende evoluties speelde ze echter niet langer een bepalende rol. Transport verloopt vooral via de snelweg, woningen staan met de rug naar het water en landbouw en industrie hebben de Leie minder nodig.

Het project Europees Interreg VALYS wil tonen dat het ook anders kan. De Leie heeft meer dan ooit het potentieel om te dienen als transportas, om natuur in de stad te brengen en om grenzen te overstijgen. Studiebureaus NDVR en DIFT hebben concrete acties uitgewerkt om ook de burger hiervan te overtuigen en om hen mee te nemen in een verhaal van gebiedsontwikkeling. De Leie moet eerst terug een plaats krijgen in de mentale kaart van de bevolking, pas dan beginnen mensen er over na te denken en zien ze de kansen die dit groen-blauw netwerk kan bieden.

In de opdracht werd vertrokken vanuit "identiteit". De Leie is erg veelzijdig in alle opzichten, maar toch konden NDVR en DIFT een grensoverschrijdende identiteit vatten in inspirerende beeldtaal en vormden ze bouwstenen voor participatie. Samen met de concrete inrichtingen die het project VALYS heeft opgestart, zijn het cruciale stappen in de richting van een leve(n)de Leie!

Bert Kestelyn – Project manager VALYS bij Provincie West-Vlaanderen.



Bron: Provincie West-Vlaanderen



5. Bijlages

BESCHRIJVING	AANTAL	STUKPRIJS	BTW	TOTAAL
INTERACTIEVE KAART - 3 OPTIES / CARTE INTERACTIVE - 3 OPTIONS				€ 22.199,00
Externe productie website - full option / site web - option complète VOORSTEL 3: UPGRADE PACKAGE/PREMIUM PACKAGE (incl. uitgebreide back-end):	0	€ 14.274,00	21%	€ 0,00
Externe productie website - middle option / site Web -option intermédiaire VOORSTEL 2: UPGRADE PACKAGE/PREMIUM PACKAGE - Tekening die uitvouwt - Zoomfunctie - verhalen die zichtbaar worden - Animatie in de tekening - voice-over luisterfunctie - Muziek op achtergrond - mogelijkheid om zaken toe te voegen in tijd. Extra optie: - Integratie van portretten leiebewoners foto & video.	1	€ 11.349,00	21%	€ 11.349,00
Externe productie website - light option / site web - option light VOORSTEL 1: MINIMUM PACKAGE > Tekening die uitvouwt. > Zoomfunctie. > Verhalen die zichtbaar worden.	0	€ 6.175,00	21%	€ 0,00
Externe productie illustratie / illustration	1	€ 8.000,00	21%	€ 8.000,00
Vertalingen / Traductions	1	€ 850,00	21%	€ 850,00
Voice over - met eigen stemmen / Voix off - avec vos propres voix	1	€ 2.000,00	21%	€ 2.000,00

OPTIONEEL VOOR INTERACTIEVE KAART				€ 10.900,00
Offline uitwerking als posters / Élaboration hors ligne sous forme d'affiches	1	€ 2.500,00	21%	€ 2.500,00
als kwartet spel / quatuor 200 stuks	1	€ 2.000,00	21%	€ 2.000,00
Voice over - extra kost voor externe stemmen / Voix off - voix professionnelle	1	€ 4.000,00	21%	€ 4.000,00
Puzzel / Puzzle 100 stuks	1	€ 2.400,00	21%	€ 2.400,00
CALL BIJZONDER PLEKJES / APPEL POUR SPOTS SPÉCIAUX				€ 2.000,00
Mediabudget call / Budget médias	1	€ 2.000,00	21%	€ 2.000,00
MERCHANDISE / MARCHANDISE				€ 5.201,00
Totebags	1.000	€ 1,20	21%	€ 1.200,00
T-shirts	1.000	€ 1,90	21%	€ 1.900,00
Stickers, 3 versies / Autocollants, 3 versions	6.000	€ 0,0585	21%	€ 351,00
Fietsbellen / Cloches de vélo	1.000	€ 1,40	21%	€ 1.400,00
Raambordjes (ref zonder haat straat) / Signes de fenêtre	1.000	€ 0,35	21%	€ 350,00
LEIE-EVENT / EVENEMENT DE LA LYS				€ 20.000,00
Op één locatie, gehost door vereniging / En un seul endroit, hébergé par l'association	1	€ 20.000,00	21%	€ 20.000,00
REPORTAGE / RAPPORT				€ 1.000,00
Mediabudget / Budget médias	1	€ 1.000,00	21%	€ 1.000,00
COMMUNICATIE / COMMUNICATION				€ 1.500,00
Mediabudget / Budget médias ter verspreiding van de kaart (los van onze uren)	1	€ 1.500,00		€ 1.500,00
		Totaal excl. btw		€ 62.800,00
		Btw 21%		€ 13.188,00
		Totaal incl. btw		€ 75.988,00
		Totaal te betalen		€ 75.988,00

