



commissie mobiliteit, economie en openbaar domein  
(MEO)

Openbare dossierstukken van de vergadering van 12 april 2022

---

In deze bundel kan u de voor openbaarmaking vatbare dossierstukken bij de volgende mededelingen vinden:

**d) Toelichting: Activatiecampagne van PuurGent (presentatie - met bijlage voor de raadsleden).**

d) Toelichting: Activatiecampagne van PuurGent (presentatie - met bijlage voor de raadsleden).

**Openbare bijlage(n)**

- 20220412\_DO\_MEO\_Presentatie PuurGent.pdf



PUUR  
GENT

Toelichting Activatiecampagne  
Commissie MEO 12 april 2022

## Opdracht

De Stad Gent staat voor enorme uitdagingen. Door de sterke groei van **e-commerce** en veranderd consumentengedrag is de noodzaak om fysiek te shoppen afgenomen. Met PuurGent willen we inzetten op een **positieve activatiecampagne** (verschillende golven) die regionale bezoekers warm maakt om naar Gent te komen voor een dag vol sfeer en beleving. Bovendien wensen we hen te **ontzorgen** over al hun **mobiliteitsvragen** en geven we voor elke “regio” advies op maat hoe men de Stad het best kan bereiken (zowel geografisch als naar keuze vervoersmiddel).

## Opdracht

De activatiecampagne heeft als doelstelling om meer regionale bezoekers uit het ruime verzorgingsgebied van de Stad Gent in het centrum **aan te trekken, die langer blijven, meer besteden en terugkomen.**

DOELGROEP: **consumenten 40+** uit het **verzorgingsgebied (straal 25 km)** van de Stad Gent die voornamelijk door de negatieve berichtgeving bij invoering van het circulatieplan en de LEZ, Gent niet meer bezoeken (met de auto).

THE **OVAL**  
**OFFICE**

# Koepelconcept



PUUR  
GENT

## Gekozen concept

### **GENT EN ... ZOVEEL MEER** / Wrap-up algemene aanpak

- Wie → Zorg ervoor dat de inwoners (40+'ers) uit het verzorgingsgebied
- Wat → Komen winkelen in Gent centrum
- Waarom → Door hen fysieke ervaringen aan te bieden die je online niet ervaart

Er is heel wat te beleven in de binnenstad. **Sfeer en beleving in de stad** moeten de mensen in eerste instantie **terug naar de binnenstad** brengen, met de **bereikbaarheid** in een **2de laag van de communicatie**.

# Gekozen concept

## **GENT EN ... ZOVEEL MEER**

Gent is een historische stad met een mooie mix van shoppen EN goeie restaurants EN mooi culturaanbod EN sport EN natuur EN uitgaan EN... En dit voor alle leeftijden EN alle soorten mensen. Wie afzakt naar Gent, zal altijd meer beleven.

**Elke dag** opnieuw beleef je de mooie historische stad GENT

- **EN** shopping
- **EN** food
- **EN** party
- **EN** cultuur
- **EN** natuur
- **EN** sport ...

Dit **EN-EN** verhaal gebruiken we als kapstok voor de campagne. In 2022 focus op shoppen, eten en drinken, vanaf 2023 ruimer ism andere stadsdiensten.

**PUUR  
GENT**

# Basisprincipes

## **GENT EN ... ZOVEEL MEER**

- Steeds koppelen aan een “belevenis” vb Braderie Publique
- Inspireren om naar Gent te komen & informeren HOE
- Mediakeuze → afgestemd op doelgroep (40+, uit het verzorgingsgebied)
  - In beeld (juiste leeftijd, juiste vervoersmiddel...)
  - In keuze communicatiemiddel
    - **Gen x (40-53)** → Sociale media en informatie op website
    - **Babyboomers (54 – 71)** → boodschap via print (advertentie, redactioneel...), direct mailing, radio, affichages (op invalswegen)...
- **Extra laag bovenop de basiscommunicatie** #alledagenGent
- Verschillende “golven”/jaar

# Campagnegolven 2022

## 2022 (bovenop basiscommunicatie)

- **Golf 1 – apr/mei/juni = lancering Gent EN zoveel meer**
  - Online
    - Sociale media (teaser + retargetting)
    - Ontwikkeling landingspagina bereikbaarheid (ism VisitGent, mobiliteitsbedrijf)
    - Ontwikkeling campagnepagina gentenmeer.be
  - Print
    - Direct mailing (65+ - pilootproject)
    - Extra's (steeds gekoppeld aan activatie op SOZ vb Braderie Publique)
- **Golf 2 – juli/aug/sept = consolidering / Gent EN zomer**
  - Online
    - Sociale media (teaser + retargetting)
    - Verfijnen landingspagina, campagnepagina
  - Sharing is caring: multiplicatie bij alle stakeholders (handelaren, horeca...)
- **Golf 3 – okt/nov/dec= alle registers open / Gent EN lokaal shoppen**
  - Online
    - Sociale media (teaser + retargetting)
    - Verfijnen landingspagina, campagnepagina
  - Print
    - Magazine (32 – 40 pagina's)
    - Extra's

# Tijdslijn

## PuurGent

Activatiecampagne

### Shop-op-zondagen (SOZ) & campagnegolven

Golf 1 - Lancering			Golf 2 - Consolideren			Golf 3 - Alle registers open		
3 APRIL	8 MEI	5 JUNI	3 JULI	7 AUG	4 SEPT	2 OKT	6 NOV	4 DEC
Feeling/IKB	Florialiën Moederdag	Braderie Publique	Solden	Gentse zomer	Back to School	Weekend vd klant	Destockage najaar	Winter in Gent
Maand vd markten	29/4 - 8/5 Florialiën 26-29/05 Gent Smaakt		15-24/07 Gentse Feesten		17/9 OdeGand	11-22/10 Filmfest	15-20/11 Zesdaagse	Gentse Winterfeesten

Basiscommunicatie

PUUR  
GENT

# GOLF 1 – Online

## **Social Media** “GENT EN” laag toevoegen

- **Werken op perceptie en targetting**
- **In SOZ aankondigingen / retargetting op HOE kom je naar Gent**
  - Vb – post ivm Braderie Publique
  - Retargetting op basis van profiel vb 65+ uit Deinze → hoe kom je naar Gent met de auto, waar kan je parkeren in Gent en in de rand... via kort filmpje, post, blog
- **Consument in de kijker + retargetting HOE kom je naar Gent**
  - \* in copy ook steeds meenemen hoe je naar Gent kan komen, gericht op de doelgroep

## • **Online landingspagina's → Visitgent.be**

- **Bereikbaarheidspagina**
  - Vertrekken vanuit de doelgroep = verzorgingsgebied / 40 + / efficiënt
  - Werkgroep: Dienst economie, PuurGent, VisitGent, Mobiliteitsbedrijf
  - <https://visit.gent.be/nl/goed-om-weten/praktische-info/hoe-gent-bereiken>
  - Personalisatie vanaf 2024
- **Campagnepagina Gentenmeer.be**
- **Gerichte SEA campagnes om hoog te scoren in google**

# GOLF 1 - Online



basend beeld



vervolg-post



basend beeld



vervolg-post





# gent en meer:

Een dagje Gent, da's een dagje shoppen en cultuur en fun en ... zoveel meer.

Ons prachtige, steervolle Gent bezoeken, dat doe je niet voor dit of voor dat, maar dat doe je voor een mix van zoveel redenen. Dat doe je voor dat unieke en-en-en-verhaal van shops én musea én theaters én restaurants én cafeetjes ... enzovoort. En dat natuurlijk voor ieders goesting, leeftijd en stijl. Kortom, wie afzakt naar Gent beleeft zoveel meer.

PUUR  
GENT

2 & 3 april

# kom naar gent en shop puur Belgisch >

en ontdek en proef en shop nog meer

Ga met Feeling op stap langs de "Puur Belgisch" shopping hotspots van Gent.

# bezoek gent en floraliën >

en ga nadien een Doemenkleedje shoppen

Het fleurigste moment voor een dagje bewonderen, genieten en shoppen in Gent.

# op weg naar gent en terug >

en dat op de manier die jou "1" beste past

Een dagje Gent? Je bent zo vertrokken met de gratis shuttledienst, fiets of openbaar vervoer.

Snelste route naar Gent?

# GOLF 1 - Print



# GOLF 1 – Direct mailing



gent en  
quality time

en dat op de manier die jou 't beste past

Een dagje Gent? Je bent er zo met de auto,  
de gratis shuttle of openbaar vervoer



gent en  
quality time

en dat op de manier die jou 't beste past

Een dagje Gent? Je bent er zo met de auto,  
de gratis shuttle of openbaar vervoer

PUUR  
GENT

# Ondersteuning

## **Overheidsopdracht coördinatie en uitvoering campagne**

- Max 3 jaar / Max 139k eBTW
- Overheidsopdracht met onderhandelingsprocedure en zonder bekendmaking
- Timing
  - Indienen offerte 29/04
  - Voorstellen offertes 03/05
  - Goedkeuring gunning op RVB 11/05

# Shop-op zondag

## **April (2 & 3 april)**

- Feeling, IKB

## **Mei (8 mei)**

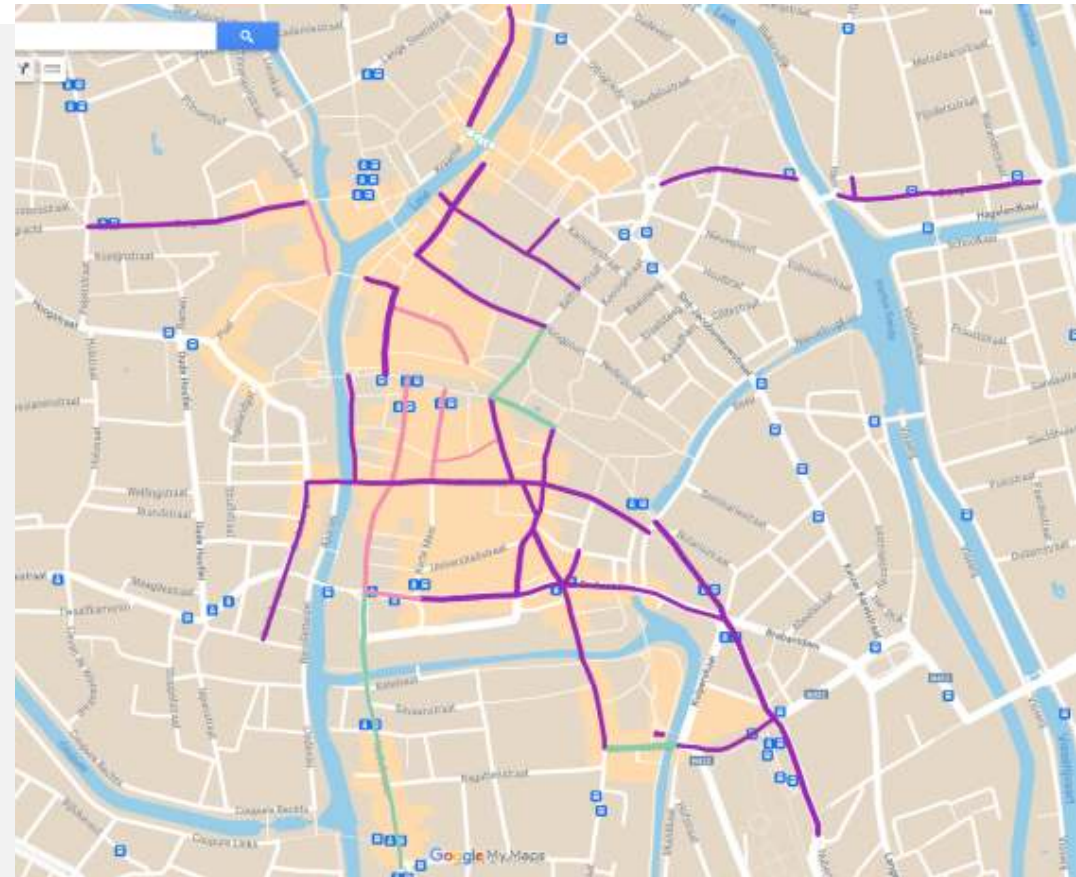
- Floraliën + Moederdag

## **Juni (2 – 5 juni)**

- Braderie Publique

## **EXTRA**

- Gent Smaakt



Vragen?



