

A QUINTESSENTIAL BLOGGING & DESIGN EXPERIENCE TOUR IN LIMBURG

Vijf prominente lifestyle- & designbloggers uit verschillende Europese landen worden uitgenodigd om Limburgs design(ers) te ontdekken. Een unieke, begeleide tour langsheen relevante hotspots en met exclusieve ontmoetingen én ervaringen.

WAT

LimblogDesignTour is een initiatief van Comosie en stelt tot doel de Limburgse creatieve economie én haar troeven in de kijker te zetten via vooraanstaande internationale design- en lifestyleblogs.

- + **Cultuurplatform Design** een breder internationaal draagvlak creëren voor de tentoonstelling *Beyond food and design*.
- + **I-D-E** Limburgse innovatie onderstrepen door het samenbrengen en connecteren van creativiteit en ondernemerschap in de provincie Limburg.
- + **City / Regio Marketing** laat toe met deze belevingstour vier prominente steden Tongeren, Genk, Hasselt en Lommel en haar troeven efficiënt uit te spelen.
- + **Designers/bedrijven** kunnen zich internationaal profileren via dit intermediaire communicatiekanaal.

WANNEER

WEEK 13 tot 17 oktober omdat dit aansluit bij het Euregionale programma waarin zowel RECIPROCITY in Luik als DUTCH DESIGN WEEK in Eindhoven (17-25 oktober) als bijkomend traject kan worden gezien voor de internationale bloggers.

HOE

Meerdaags programma waarin elk facet een nieuwe licht werpt op de troeven van Limburg en haar design(ers). Niet alleen de ontmoetingen zullen hierin een rol spelen, ook de essentiële momenten zoals overnachtingen, ontbijt, lunches, diners en verplaatsingen naar bedrijven vormen de inzet van een unieke design-experience.

LIMBLOG DESIGN TOUR®



NAAM: Emma Fexeus
LAND: Zweden
BLOG: <http://emmas.blogg.se>
FACEBOOK 35.000 volgers
TWITTER
INSTAGRAM 17.800 volgers
PINTEREST 132.000 volgers



NAAM: Desiree Groenendal
LAND: Nederland
BLOG: <http://www.vosgesparis.com>
FACEBOOK 14.882 volgers
TWITTER 4.749 volgers
INSTAGRAM 11.500 volgers
PINTEREST 27.300 volgers



NAAM: Daniel Nelson
LAND: Groot-Britanië
BLOG: <http://ateliertally.com>
FACEBOOK www.facebook.com/ateliertally
TWITTER 2.828 volgers
INSTAGRAM 431 volgers
PINTEREST 2.000 volgers

Cofounder of Interior Design magazine Heart Home. Contributed to Yatzer, Daily Icon, Selectism, Apartment Therapy, Hypebeast, Design Milk, WeHeart, Etsy, Next.co.uk

LIMBLOG DESIGN TOUR®



NAAM: Sarah Van Peteghem
LAND: Duitsland (Belgische)
BLOG: www.cocolapinedesign.com
FACEBOOK 3.295 volgers
TWITTER 406 volgers
INSTAGRAM 19.900 volgers
PINTEREST 29.791 volgers



NAAM: Chris van Veghel
LAND: Nederland
BLOG: www.anothersomething.org
FACEBOOK 9.190 volgers
TWITTER 5.829 volgers
INSTAGRAM 4.325 volgers
PINTEREST 1.700 volgers



NAAM: Cleo Hendriks + Renaat Nijs
LAND: België
BLOG: www.dekleinering.be
FACEBOOK 549 volgers
TWITTER
INSTAGRAM
PINTEREST

CHECKLIST

- communiceer duidelijk wie verantwoordelijk is voor opvolging van de LimBlogDesignTour
- is er een social media kanaal van het bedrijf, maak dan van het moment gebruik, hashtag #limblogdesigntour #limblogtour #design #naamvanbedrijf #limburg
- voorzie indien mogelijk parkeerplaats voor 3 auto's of indien beveiligd, communiceer dit met portier
- er komt een groep van 10 mensen (bloggers + metablogger + fotograaf + begeleiding)
- onthaal voorbereiden
- licht je personeel hierover in
- denk vooraf na of er (overal) gefotografeerd mag worden of niet. Zoniet, geef dat vooraf door.
- Engelstalige bedrijfsvoorstelling vooraf doorgeven evenals bedrijfslogo, dit wordt ingepast in de projectwebsite.
- Rechtenvrij beeldmateriaal (hoeft geen highres te zijn) bedoeld voor online gebruik.
- Bedenk een passende uitgeleide. Misschien mét oprichter van het bedrijf als dankwoord. Of een kort 'netwerkmoment' bij een drankje of kopje koffie.

SURPLUS

- indien er goodies zijn die een leuke introductie zijn op het bedrijf, of de activiteit... geef dit aan. Dit kunnen we de avond ervoor misschien introduceren op de hotelkamer als *pillow teaser*.

MEDIA-KATALYSATOR

- om de communicatieve kracht te vergroten is het ook in het belang van het bedrijf dat de tweets of ander social media posts telkens worden geforward of geretweet. Zo neemt de reikwijdte van de #LimblogDesignTour progressief toe.

BETROKKENHEID BIJ LimblogDesignTour

De LimblogDesignTour krijgt op **vrijdagavond 16 oktober** een speerpunt met een netwerkevenement waarop iedereen die betrokken was bij deze tour uitgenodigd wordt. Locatie to be confirmed, maar het spreekt voor zich dat we op jullie aanwezigheid rekenen.

We vragen onze partners van dit moment gebruik te maken om ook hun eigen klanten en contacten uit te nodigen. Elke partner kan tot 10 genodigden meenemen.

DINSDAG 13 OKTOBER

PARTNER

18.00 – 22.00 aankomst luchthaven
Zaventem/Eindhoven

Check-in Hotel Eburon Tongeren

Different Hotels

WOENSDAG 14 OKTOBER

PARTNER

Ontbijt Hotel Eburon Tongeren

Different Hotels

Bezoek Beyond Food & Design
Labyrint Gijs Van Vaerenbergh

Stad Genk

C-Mine CRIB

Introductie door I-D-E over hun activiteiten,
doel en opzet.

Studio Pieter Stockmans

Pieter Stockmans

Lunch **BKRR**
in aanwezigheid van **Igor Philtjens**
lunch BKRR-tafel met Bart Lens
over transformatie Bokrijk BKRR

BKRR

Workshop Workshop koppers&wuytens

BKRR

Op de koffie bij Michaël Verheyden

Michaël Verheyden

Check-in Terhills Hotel

Different Hotels

*Auto Stan Maes
Blind date Frank Verheijden

Diner Restaurant Cuccina della Mama
gast: Linde Hermans

Stad Genk

DONDERDAG 15 OKTOBER

PARTNER

Ontbijt	Terhills	Different Hotels
Bezoek	Glazen Huis Lommel workshop glasblazen	Stad Lommel
Lunch	Dôme Deco	Dôme Deco
Bezoek	Indera bedrijfsbezoek olv Carl Meers	Mecam group
Op de koffie bij	Roel Vandebeek	Roel Vandebeek
Check-in	Carbon Genk	Different Hotels
*Auto Blind date		
Diner	Cuchara Lommel	Cuchara

VRIJDAG 16 OKTOBER

PARTNER

Ontbijt	Carbon Genk	Different Hotels
Bezoek	ARTE International	ARTE
Lunch	Creneau International	Creneau International
Bezoek	Tribù	Tribù
Check-in	YUP Hotel	Different Hotels
Hasselt Tour	MMH / Z33 / Bram Boo / Geoffrey Brusatto / Donum / Alley	
Diner Receptie	NETWERKMOMENT HASSELT locatie t.b.a. Alle deelnemende bedrijven, designers én partners die een rol hebben gehad tijdens de Tour komen hier samen. Voor deze besloten avond mogen deelnemende partners hun klanten uitnodigen	Comosie

ZATERDAG 17 OKTOBER

PARTNER

Ontbijt	YUP Hotel	Different Hotels
	Richting Eindhoven DDW	

*(Programma indeling onder voorbehoud)

Samen met de organisatie van **DDW 2015** bieden we, aansluitend op de #Limblogtour, de mogelijkheid aan zich aan te sluiten bij International Press Tour van Dutch Design Week in Eindhoven.

Zowel lunch als diner zal voor 10 personen worden gereserveerd. De bloggers zullen hier telkens vergezeld worden door ontwerpers, zaakvoerders, partners van de Tour en politici uit de culturele sector.

WAT BETEKENT DE TOUR VOOR ONZE PARTNERS EN LIMBURG?

Communiceren via vooraanstaande blogs maakt meer en meer deel uit van de nieuwe media. Met reikwijdte van tientallen duizenden volgers staan bloggers in voor op maat gemaakte promotie. De #Limblogtour betreft een 5tal internationale blogs bij de promotie van de Provincie Limburg met een focus om haar rijke aanvulling van internationale ontwerpers en creatieve incubators als Corda Campus en C-Mine en niet te vergeten het culinaire aanbod in de streek.

Gedurende 4 dagen vormen Genk, Hasselt en Lommel het geografisch kader waarbinnen alle troeven aan bod zullen komen. De bloggers maken kennis met de grootste ontwerpers in de regio en bezoeken hun studio's, gaan met hen lunchen of dineren en worden ondergedompeld in de rijke geschiedenis van Limburg.

* Tijdens de **Auto Blind Date** worden ontwerpers en ondernemers betrokken bij het transport van de ene locatie naar de andere. Deze dienen zichzelf voor te stellen middels een korte pitch waardoor er een klein netwerk moment ontstaat. Tezamen met de lunch- en dinermomenten gedurende de dagen vormen we om tot één groot netwerkmoment op vrijdagavond.

METAMEDIA

Naast de online communicatie, social media en het metabloggen, speelt ook klassieke media een rol. Het Belang van Limburg geeft duidelijk te kennen dat ze met heel veel interesse de tour en het inhoudelijke programma gaan opvolgen. En zijn uiteraard nieuwsgierig naar hoe Limburg én Limburgs design internationaal gepercipieerd wordt.

ALGEMEEN

- Internationale aandacht vestigen op de kracht van onze regio, het talent van onze designers én de meerwaarde van onze designbedrijven
- Showcasing the best of the best laat toe om een communicatieve én economische basis te leggen van een internationaal elan voor regio, designers- en bedrijven.
- Voor regio, design/ers en -bedrijven betekent dit een marketing- en communicatiekatalysator zonder weerga. Het verzekert doelgerichte communicatie en bereikt rechtstreeks internationaal toonaangevende bloggers, als forum én doelpubliek.
- Met vereende kracht – of fier Limburg gevoel – wordt een gezamenlijke doel bereikt en dat laat toe een kritische massa te overschrijden die regionaal, nationaal én internationaal de perceptie herleidt tot een zelfbewuste creatieve designregio waar een positief elan van uitgaat. En vooral ambitie.
- De impact van persoonlijke beleving in de Limblogtour, betekent rechtstreeks 'belevingswaarde' en onrechtstreeks vergroot het marketingpotentieel.
- De cultureel-creatieve identiteit van Limburg wordt internationaal voor het voetlicht geplaatst en wel door een breed gedragen samenwerken van partners in het designveld met inbreng van publiek én private middelen.
- Limburgs design eist letterlijk en figuurlijk een plaats op in het licht van Dutch Design Week én de hieruit ontstane contacten en wisselwerking breekt een lans voor een euregionaal designelan en kan een start zijn voor een nauwere samenwerking in de internationale profilering van onze regio, haar designers, de bedrijven én ook de scholen...

DESIGNERS EN BEDRIJVEN

- De Limblogtour laat toe een band op te bouwen met een internationaal publiek. Rechtstreeks met toonaangevende bloggers en hun respectievelijke achterban.
- De blogposts én social media sharing heeft een katalyserend effect voor de individuele profilering van de deelnemende partners.
- Voor Limburgse ontwerpers en bedrijven is het niet alleen een manier om hun communicatienetwerk uit te bouwen, het is ook een uitgelezen kans om hun Engelstalige pitching-kwaliteiten te verfijnen en ervaring op te doen in het ontvangen van internationale bezoekers dan wel het uitbouwen van een eigen hospitality-programma.
- Individueel wordt er ervaring opgedaan, collectief worden er nieuwe verbanden gelegd en versnelt het onderlinge netwerk.

METABLOGGING / PROJECTWEBSITE

- Door inbreng van eigen fotograaf én eigen blogger, ontstaat er ook een meta-communicatief-platform. De hele tour wordt gedocumenteerd en gecommuniceerd.
- De centrale projectwebsite www.Limblogdesigntour.be centraliseert alle informatie rond de deelnemende partners. De beeldvorming én tekstuele inhoud wordt strak geregisseerd en geprofessionaliseerd met langdurig effect voor elk van de deelnemende partners.
- De zelf gecreëerde en geïnitieerde content kan overgenomen worden door elk van de deelnemende partners én worde gedeeld via de bestaande social media kanalen.
- Door toedoen van centraal geregistreerde communicatie én content kan er met vereende kracht een social media boost gegeven worden.

LOKALE MEDIACONNECTIE

- Hoewel de bloggerstour een internationale dimensie heeft, is ook de regionale impact niet te veronachtzamen. De komst van het kruim van de internationale bloggosfeer laten we niet onvermeld in lokale pers. We voorzien ook een moment waarop geschreven én audiovisuele pers contact maakt met de bloggers om zo te polsen naar hun ervaring(en).
- Door de internationale ogen, leren we ook anders te kijken naar de sterktes van onze eigen regio. Het heeft nieuws waarde voor elk van de deelnemende partners en door de gecentraliseerde én geregisseerde content, kan er ook (eu)regionaal opnieuw gecommuniceerd worden.

EFFECT VOOR REGIO EN STEDEN

- De aandacht voor onze designtoppers én lifestyle hotspots – vanuit persoonlijke belevingswaarde – betekent media-exposure. Online én offline.
- Het connecteren van designers, –initiatieven én bedrijven onder één koepel, zorgt voor een onderling versterkend effect én straalt af op het economisch-creatieve elan van de partnersteden.
- Als internationale accelerator kan de projectwebsite én de social media afgeleiden, direct én indirect een hele – meetbare – stroom aan bezoekers opleveren. Online traffic naar de respectievelijke partnerwebsites kan worden gecapteerd én legt dus een basis voor een nieuwe aandacht golf.