

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 164
van **CATHY COUDYSER**
datum: 25 oktober 2017

aan **BEN WEYTS**

VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT, OPENBARE WERKEN, VLAAMSE RAND, TOERISME EN DIERENWELZIJN

Horeca - Informatie op reviewwebsites

Uitbaters van toeristische ondernemingen houden best rekening met de opmerkingen die op reviewsites geformuleerd worden. Dat is de conclusie van een studie van de United Nations World Tourism organization (UNWTO). Daar worden zowel de consument, de toeristische ondernemers als de reviewwebsites zelf beter van. Een consument krijgt op die manier immers aanvullende informatie over het aanbod, ondernemers krijgen feedback over hun diensten en de reviewwebsites kunnen geloofwaardige informatie aan hun publiek bieden. Voorwaarde hierbij is wel dat de informatie betrouwbaar en authentiek is.

In zijn antwoord op mijn eerder gestelde vraag om uitleg met betrekking tot dit thema (nr. 2014 van 15 mei 2015) onderschreef de minister reeds het toenemende belang van deze reviews en de noodzaak aan betrouwbare informatie. De samenwerking tussen de Vlaamse overheid en Tripadvisor zou in dezen als best practice kunnen gelden.

In maart 2017 meldde federaal minister van Economie Kris Peeters dat hij de federale overheidsdienst (FOD) Economie de opdracht had gegeven om na te gaan hoe er bij misleidende reviews op Belgische websites opgetreden zou kunnen worden, onder andere door de Economische Inspectie. Recent uitte sectororganisatie Horeca Vlaanderen haar bezorgdheid over vervalste reviews die steeds vaker op reviewwebsites opgemerkt zouden worden (VTM Nieuws van 11 oktober 2017). De sectororganisatie vraagt een kwalitatieve oplossing.

1. Heeft de minister weet van verdere stappen die door federaal minister Peeters ter zake werden ondernomen?
2. De minister onderschreef reeds het belang van objectieve en authentieke informatie op reviewwebsites.

Welke mogelijkheden ziet hij binnen zijn bevoegdheden om zowel consumenten, toeristische ondernemers als reviewwebsites verder te sensibiliseren om voldoende aandachtig en kritisch te zijn met betrekking tot twijfelachtige of vervalste reviews ?

ANTWOORD

op vraag nr. 164 van 25 oktober 2017

van **CATHY COUDYSER**

1. In 2015 heeft de Economische inspectie een onderzoek gevoerd naar prijsvergelijkings- en reviewwebsites. Thans loopt er een onderzoek met betrekking tot een aantal reviewwebsites. Dat onderzoek is nog niet afgerond, zodat de conclusies ervan nog niet beschikbaar zijn. Federaal minister Peeters zal, van zodra het onderzoeksverslag met de conclusies klaar is, de horecafederaties uitnodigen om het verslag en de acties van de inspectie toe te lichten en na te gaan wat eventueel aanvullend kan of moet worden gedaan om de valse reviews tegen te gaan.
2. In het kader van de professionalisering van de sector informeert Toerisme Vlaanderen toeristische ondernemers over het belang van reviews en hoe ermee om te gaan.
Zij vinden verschillende items op de toolkits:
 - voor logiesuitbaters: <http://kwaliteit.toerismevlaanderen.be/sales-marketing>
 - voor gidsenverenigingen: <http://kwaliteit.toerismevlaanderen.be/gidsenwerking/toolkit/klantenfeedback-via-sociale-media>.

De praktijkgids 'Klantenfeedback via sociale media' geeft organisaties met gidsenwerking instrumenten om efficiënt om te gaan met sociale media en om een gerichte klantenreviewstrategie op te stellen.

Zelf organiseert Toerisme Vlaanderen op regelmatige basis een opleiding met concrete tips voor de sector over hoe bezoekers of klanten aan te zetten tot reviews, hoe daarin beter te scoren, maar ook hoe om te gaan met negatieve reviews. Tijdens het recente bootcamp konden medewerkers van de goedgekeurde toeristische hefboomprojecten een presentatie volgen over reviews op sociale media. Daarnaast verwijst Toerisme Vlaanderen ondernemers door naar opleidingen van Horeca Academie of Horeca Vorming die dit thema regelmatig behandelen.