

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 201

van **EMMILY TALPE**

datum: 20 december 2023

aan **ZUHAL DEMIR**

VLAAMS MINISTER VAN JUSTITIE EN HANDHAVING, OMGEVING, ENERGIE EN TOERISME

Toerisme - Virtual reality (VR) en artificiële intelligentie (AI)

Technologie ontwikkelt zich razendsnel. Virtual reality en artificiële intelligentie nestelen zich steeds meer in onze samenleving. Ook op het vlak van toerisme is er heel wat potentieel. In de commissie benadrukte ik al het belang om die nieuwe technologieën aan te wenden. Het biedt mogelijkheden om onze troeven op een andere manier bij toeristen te brengen en bovendien ook een jonger publiek aan te spreken.

Via een project van de stad Brugge en Westtoer rond het thema 'Verdwenen Zwinhavens' werden langs een fietsroute tussen Brugge en het Zwin VR-kijkers opgesteld. Geïnteresseerden krijgen daarmee een beeld van de streek tijdens de middeleeuwen. Door het grote succes besliste de stad Brugge extra budget vrij te maken om de kijkers langer te laten staan. Ter illustratie: de kijker op het Jan Van Eyckplein in Brugge wordt gemiddeld zo'n 2500 keer per maand gebruikt.

1. Lopen er ook via Toerisme Vlaanderen gelijkaardige projecten met VR-brillen?

Zo ja, welke? Kan de minister daarvoor de gebruikscijfers sinds de opstart meedelen? Wordt er ook bij toeristen die er gebruik van maken gepeild of zij dergelijke projecten een meerwaarde vinden?

Zo niet, zitten er projecten in de pijplijn of wil de minister dat verder onderzoeken? Graag enige toelichting.

2. Ziet Toerisme Vlaanderen internationaal nog meer trends rond VR en AI opduiken in het toerisme? Op welke manier wordt dat gemonitord en zijn er projecten die specifiek worden opgevolgd met als doel om die ook in Vlaanderen te introduceren?

ANTWOORD

op vraag nr. 201 van 20 december 2023

van **EMMILY TALPE**

1. In het kader van het project Vlaamse Meesters (2018-2021) gaf Toerisme Vlaanderen financiële en inhoudelijke ondersteuning aan twee projecten die gebruik maken van *augmented reality* (AR):

- het bezoekerscentrum Lam Gods in de Sint-Baafskathedraal; en
- een beleving rond de werken van Dieric Bouts in de Sint-Pieterskerk in Leuven.

In 2022 sleepte het bezoekerscentrum Lam Gods een zilveren prijs in de wacht in de prestigieuze categorie 'International Exhibition of the year' van de *Museum + Heritage Awards* in Londen. Deze prijs bevestigde wat de bezoekersgegevens ons leren; uit enquêtes afgenomen bij bezoekers blijkt dat dit project een ongezien hoge bezoekerstevredenheid genereert.

In het recente verleden heeft Toerisme Vlaanderen ook zelf – in samenwerking met buitenlandse partners – een eerste stap gezet om Vlaanderen via *virtual reality* (VR) beter op de kaart te zetten. Op de internationale reisbeurs Fitur 2016 in Madrid stelde Idealmedia, een communicatie- en marketingplatform gespecialiseerd in toerisme, een nieuw project voor, namelijk de oprichting van TURVIRTUALTUR en de "Sociedad Española de Agencias de Viaje con Realidad Virtual" (de Spaanse Vereniging van Reisbureaus met Virtual Reality). Hun voorstel was niet enkel de productie van *virtual reality* video's maar ook de distributie ervan via een netwerk van reisagentschappen, wat deze samenwerking uniek maakte.

Het buitenlandkantoor van Toerisme Vlaanderen in Spanje besloot met hen in zee te gaan in het kader van de Vlaamse Meesters alsook voor de productie en distributie van een algemene bestemmingsvideo van Vlaanderen in 360° (productie en distributie in 2017-2018-2019) met als resultaat 3 360°-video's in het kader van de Vlaamse Meesters en 1 algemene bestemmingsvideo. De filmpjes werden specifiek gemaakt om op een platform/applicatie te zetten van TURVIRTUALTUR voor 1.300 reisagentschappen – met de ambitie dit netwerk verder uit te breiden – die elk 3 VR-brillen in hun agentschap hadden. Zowel de reisagenten als de klanten/potentiële reizigers konden de bestemming (en de Vlaamse Meesters) op die manier virtueel bezoeken (B2B en B2C). Daarnaast lanceerde het buitenlandkantoor de video's ook op YouTube en Facebook in Spanje. Op YouTube zijn ze nog steeds beschikbaar:

- De algemene bestemmingsvideo (Un paseo por Flandes y Bruselas - Vídeo 360°): <https://www.youtube.com/watch?v=OGjefmvcqFA> (124,863 views)
- Rubens (Amberes Barroco, ciudad de Rubens - Vídeo 360°): <https://www.youtube.com/watch?v=d-F6k2CATvw&t=1s> (66,636 views)
- Bruegel (Bruegel en Flandes y Bruselas - Vídeo 360°): <https://www.youtube.com/watch?v=X1JI7E2NP5M&t=15s> (118,987 views)
- Van Eyck (Van Eyck en Gante y Brujas - Vídeo 360°): <https://www.youtube.com/watch?v=PLd27D35VEY&t=77s> (216,097 views)

Dankzij de succesvolle online campagnes bereikte het kantoor in Spanje ook een gesegmenteerd cultureel publiek. Tevens werden het systeem en de content ook ingezet op evenementen naar de beste B2B-contacten toe.

TURVIRTUALTUR deelde geen gegevens over het gebruik van de video's, maar het netwerk van reisagentschappen alsook de hoeveelheid videocontent groeide jaar na jaar.

Gebaseerd op enquêtes bij de reisagentschappen in 2018 werden volgende schattingen over het gebruik gemaakt:

- 25% van de 1.300 agentschappen maakte dagelijks gebruik van het platform (dus 325 reisagentschappen);
- 80% daarvan verkocht de bestemming (dus 260 agentschappen);
- Gedurende de verkoopsperiode van 6 maanden zagen gemiddeld 12 mensen per dag de video's op het platform. Dat stemt overeen met ongeveer 3.120 mensen per dag, 74.880 mensen per maand of op 6 maanden 449.280 mensen die de video's beleefden.

Helaas werd de "Sociedad Española de Agencias de Viaje con Realidad Virtual" tijdens de coronapandemie opgeheven en zijn het platform/de app niet meer beschikbaar.

2. Toerisme Vlaanderen volgt de trends inzake artificiële intelligentie (AI) nauwgezet op omdat het ervan overtuigd is dat ze kunnen bijdragen om onze doelgroepen nog beter en efficiënter van dienst te zijn en ons aanbod nog beter te ontsluiten.

Op dit ogenblik zitten twee projecten in een exploratieve fase, wat inhoudt dat volop de strategie, technische haalbaarheid en mogelijke resultaten worden onderzocht. De projecten worden hieronder nader geduid, maar gelieve er rekening mee te houden dat de scope nog kan veranderen naarmate het agentschap verdere stappen zet.

- a) Door AI gecreëerde reisroute op maat van de reiziger:

Toerisme Vlaanderen bouwt aan een interactieve web-ervaring waarbij het de potentiële reiziger via enkele vragen polset naar zijn of haar wensen, verlangens en reisprofiel, om op basis daarvan een door AI op maat gemaakte reisroute met authentieke en originele ervaringen en *hidden gems* in Vlaanderen aan te bieden.

Dit dient zo in zijn werk te gaan:

1. Via een moderne *user interface* worden gebruikers uitgenodigd enkele relevante vragen te beantwoorden over hun reisambities en reisprofiel (met wie, wanneer, hoe, welke leeftijdscategorie, met welk van onze thema's kan de reiziger zich vereenzelvigen?).
2. Daarna heeft de reiziger de mogelijkheid om open feedback te geven over zijn of haar reisdoelen, zowel via tekst als via spraak.
3. Door de kracht van AI te combineren met de door de thema-experten aangeleverde en onderhouden database kan de verzamelde informatie worden omgezet in een reisroute, helemaal op maat van de gebruiker, alsof hij of zij lokaal gegidst wordt op basis van zijn/haar interesses.

Op die manier zal elke gebruiker een andere reisroute ontvangen, waarbij zowel rekening wordt gehouden met onze eigen strategie, als met de wensen van onze bezoekers. Het biedt ook de mogelijkheid om onze toeristen te spreiden in tijd en ruimte.

Zo'n ervaring zal het plezier van een trip naar Vlaanderen verhogen voor de bezoeker en het agentschap toelaten een groter aanbod te ontsluiten dan wat nu via de website mogelijk is. Bovendien laat AI een groter aanbod aan talen toe dan de website vandaag aanbiedt. Mits toestemming van de gebruiker kan het agentschap eveneens via deze applicatie nuttige gebruikersdata verzamelen – zoals e-mailadressen om de reisroute toe te sturen – zodat de reiziger met gerichte marketing nog beter gevoed kan worden met inspiratie en informatie. Die

gebruikersdata is met het oog op het verdwijnen van *third-party cookies* volgend jaar extra belangrijk.

In eerste instantie zal Toerisme Vlaanderen deze tool uitrollen op [visitflanders.com](https://www.visitflanders.com), maar het onderzoekt ook de mogelijkheden om het aan te bieden op andere websites (uiteraard dan toegespitst op de onze doelgroepen en thema's).

b) Ontwikkeling van een AI-avatar van Mercator

Met het zicht op de verdere uitrol van het Mercatorproject bekijkt Toerisme Vlaanderen of het zelf een Mercator-AI-avatar zal bouwen. Die zou niet alleen op de plek zelf (Graventoren en Getijdenmolen) zijn via schermen fysiek aanwezig zijn, maar evengoed ingezet worden tijdens events en presentaties in de aanloop naar het project.

De avatar wordt zo herkenbaar mogelijk gemaakt door aandacht te schenken aan de kleinste details, zoals haar, kledij, eventuele hoed, gezichtsuitdrukkingen en -lijnen, enz., al dan niet aangevuld met een passend accessoire (bv. wereldbol). Al deze details worden gebaseerd op de beeldvorming die over Mercator beschikbaar is.

De conversatie die met de AI-avatar van Mercator wordt aangegaan, gebeurt *on the spot* en in *real-time*. De antwoorden die Mercator geeft, worden bepaald door de informatie waarmee de software wordt gevoed. Het agentschap zal zelf de controle behouden over welke content wel of niet wordt ingeladen, in plaats van alle (misschien ook minder betrouwbare) bronnen op het internet beschikbaar te houden.

De technologie die Toerisme Vlaanderen voor dit project zal creëren, moet ook inzetbaar zijn voor andere toepassingen en projecten.