

Vraag nr. 19
van 17 oktober 2002
van de heer CARL DECALUWE

Milieu en vervoer – Stickeractie

Door de minister werd een stickeractie gelanceerd met de volle steun van Rob Vanoudenhove. Er wordt hierbij gefocust op de bewustwording m.b.t. het milieuaspect bij het vervoer.

1. Welke procedure werd gevolgd voor de totstandkoming van deze sensibiliseringscampagne ?
2. Welk bedrijf kreeg deze opdracht ?
3. Wat is de kostprijs van dit project ?
4. Hoeveel stickers werden aangemaakt ? Op welke manier werden ze verdeeld ?
5. Plant de minister nog een dergelijk project binnen afzienbare tijd ?

Antwoord

De vraag handelt over de stickeractie waarbij gefocust wordt op de bewustwording met betrekking tot het milieuaspect van het vervoer. De actie is beter bekend als de ROB-campagne, waarbij ROB staat voor Rustig Op de Baan. Deze actie wil automobilisten aanzetten hun rijgedrag aan te passen. Het aanleren van veilig en milieuvriendelijk rijgedrag, waarbij een aangepaste snelheid een belangrijke vereiste is, leidt immers tot een veiligere én gezondere omgeving.

De ROB-campagne bestaat uit een sticker en een folder waarin concrete tips staan om milieuvriendelijker te gaan rijden. In een tweede fase werd een website ontwikkeld en worden affiches gedrukt.

1. ROB ontstond in Mortsel. Het stadsbestuur organiseerde er een wedstrijd waarbij de inwoners een ontwerp van sticker konden indienen. De voorkant van de sticker werd in de Vlaamse campagne integraal overgenomen. Aanvullend werd, op basis van een wetenschappelijke studie, door de administratie Milieu-, Natuur-, Land- en Waterbeheer (Aminal) een folder uitgewerkt met tips voor een milieuvriendelijk rijgedrag.

De lay-out van de folder en de affiche werden door de diensten van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap verzorgd. Voor het drukken van de stickers en folders werd geopteerd voor een procedure met beperkte aanbesteding. Voor de herdruk en de druk van de affiches werd eveneens een procedure met beperkte aanbesteding opgestart.

2. De drukopdracht werd toegekend aan het bedrijf dat de meest voordelige prijs offerte indiende, met name Die Keure uit Brugge. Eveneens voor de herdruk en de druk van affiches diende Die Keure de meest voordelige offerte in.
3. Voor de eerste druk van 50.000 stickers en evenveel folders werd een bedrag van 5.753,68 euro, inclusief BTW, vastgelegd op basisallocatie 12.62 van programma 361B van de uitgavenbegroting "uitgaven met betrekking tot natuur- en milieueducatie, natuurtechnische milieubouw, informatie en sensibilisering".

Voor de tweede druk van 100.000 stickers en folders en 5.000 affiches werd een bedrag van 8.811,78 euro, inclusief BTW, vastgelegd op basisallocatie 12.62 van programma 361B van de uitgavenbegroting "uitgaven met betrekking tot natuur- en milieueducatie, natuurtechnische milieubouw, informatie en sensibilisering".

De totale kostprijs van dit project bedraagt momenteel dus 14.565,46 euro (587.570 frank). Een deel van deze kostprijs wordt gerecupereerd. Voor bestellingen van grote hoeveelheden wordt een prijs aangerekend van 8 euro per 100 stickers en folders samen.

4. In totaal worden 150.000 stickers gedrukt, evenveel folders en 5.000 affiches.

De eerste reeks stickers en folders werd verspreid via de Infozuilen van de Vlaamse overheid (een 1.000-tal verspreid over Vlaanderen) en een 850-tal krantenwinkels. Individuele burgers kunnen stickers en folders bestellen via de Vlaamse Infolijn en de website van de Vlaamse overheid. Tijdens de Week van Vervoering werden de gemeentebesturen aangeschreven met de vraag mee te werken aan de ROB-actie. Gemeenten kunnen stickers en folders bestellen tegen kostprijs (8 euro per 100 stickers en folders) en deze verdelen binnen de gemeente via hun eigen kanalen.

Begin november 2002 werd de website www.ikbenrob.be actief. Deze website geeft informatie

en laat toe bestellingen te plaatsen zowel voor individuele burgers (gratis) als voor gemeenten, groeperingen en scholen (tegen kostprijs).

5. De ROB-campagne is een continu proces. De ROB-campagne startte met een persmededeling op 17 september 2002, waarna gemeenten werden aangeschreven om deel te nemen aan de ROB-actie. Sindsdien werd echter niet stilgezeten.

Gemeenten worden blijvend ondersteund. De website www.ikbenrob.be geeft enkele mogelijkheden voor gemeenten om ROB te integreren in lokale acties. Daarnaast biedt de website aan de gemeenten de mogelijkheid hun acties bekend te maken zodat een uitwisselingsforum van goede praktijkvoorbeelden kan ontstaan.

De ROB-campagne wordt ook uitgebreid naar scholen. In december verschijnt een artikel over de ROB-campagne in het maandblad over milieuzorg op school, MOSTerd. Er worden eveneens artikels over ROB uitgewerkt voor publicatie in Klasse voor leerkrachten, Klasse voor ouders, Yeti (voor leerlingen uit het vijfde en zesde studiejaar) en Maks (voor leerlingen uit het secundair onderwijs). Op die manier wensen mijn diensten de verspreiding van de ROB-boodschap en van stickers en folders ook via de scholen te laten gebeuren. De website www.Ikbenrob.be biedt ook aan scholen de mogelijkheid acties in verband met milieuvriendelijk rijden bekend te maken.

Er bestaan plannen om in 2003, tijdens de Week van Vervoering, een prijs toe te kennen aan de meest creatieve ROB-gemeente en de meest creatieve ROB-school. De mogelijkheden om een radiospotcampagne te lanceren in 2003 worden eveneens onderzocht.