

Vraag nr. 75
van 26 maart 2004
van de heer LUC VAN DEN BRANDE

Internationale communicatie – Adviesbureaus – Initiatieven

Ter uitvoering van het Vlaams regeerakkoord ging toenmalig minister-president Patrick Dewael in het voorjaar van 2000 over tot de oprichting van een vaste werkgroep met kabinetsleden en ambtenaren die tot taak had een "systematisch bekendmakings-, imago- en voorlichtingsbeleid ten aanzien van het buitenland" uit te werken en te realiseren. Een internationaal communicatieadviesbureau zou de Werkgroep Imago Vlaanderen Internationaal begeleiden bij de uitwerking van een communicatiestrategie. Reeds in de loop van 2001 moest dit denkwerk uitmonden in concrete acties en initiatieven.

Ondertussen ging op 1 augustus 2001 de bevoegdheid voor het buitenlands beleid over naar minister Van Grembergen. De bovenvermelde werkgroep werd ontbonden. In het voorjaar van 2002 werd een beperkte ambtelijke werkgroep belast met de opmaak op korte termijn van een communicatiestrategie "Vlaanderen Internationaal". De werkgroep liet zich ondersteunen door een gespecialiseerd adviesbureau. De werkgroep leverde zijn ontwerp van communicatiestrategie met bijbehorend actieplan begin mei 2002 bij de minister in.

In het Jaarverslag 2002 van de informatieambtenaar van de Vlaamse Gemeenschap lezen we dat tijdens de eerste helft van 2003 via de geëigende aanbestedingsprocedure opdracht zal worden gegeven tot de ontwikkeling van een nieuwe corporate visuele identiteit, zijnde logo, baseline en stijlgids voor de internationale communicatie over Vlaanderen. In het najaar van 2003 zou een bureau worden aangesteld voor de aanmaak van de nieuwe communicatiemiddelen van de administratie Buitenlands Beleid.

1. Hoeveel communicatieadviesbureaus werden er in totaal nu al geraadpleegd voor de op het buitenland gerichte communicatie en hoeveel bedraagt de kostprijs voor elk geraadpleegd bureau ?
2. Welke concrete acties zijn er reeds genomen in het kader van een globale op het buitenland gerichte communicatie ?

Antwoord

1. Begin april 2003 heeft de vorige minister bevoegd voor Buitenlands Beleid zijn goedkeuring gegeven aan het concept en de te volgen werkwijze voor de ontwikkeling van de communicatiestrategie "Vlaanderen Internationaal". Tevens ging hij akkoord met de realisatie ervan in twee fasen, namelijk het ontwerp van een nieuwe visuele identiteit (logo, baseline en huisstijlgids) en de implementatie ervan in een nieuw communicatie-instrumentarium voor de administratie Buitenlands Beleid.

Ter uitvoering van de eerste fase werden, via een onderhandelingsprocedure zonder bekendmaking, op 28 april 2003 negen bureaus aangeschreven. Op 2 juni 2003 werden de drie ontvangen offertes beoordeeld door de jury, bestaande uit kabinetsleden van de ministerpresiden, en de minister bevoegd voor Buitenlands Beleid, evenals ambtenaren van FFIO (*Flanders Foreign Investment Office – red.*), Export Vlaanderen, de administratie Kanselarij en Voorlichting en de administratie Buitenlands Beleid. De jury was echter van mening dat geen enkel van de ingediende voorstellen voldeed aan de vereisten, gesteld in het bestek. Zodoende kan de opdracht aan niemand worden gegund.

Ondertussen had de afdeling Communicatie en Ontvangst de intentie om, met het oog op de nieuwe organisatiestructuur, een opdracht te plaatsen voor de restyling van het logo voor binnenlands gebruik. Van deze opportuniteit werd gebruik gemaakt om de creatie van een logo voor buitenlands gebruik hierin mee op te nemen. Ingevolge de aankondiging die hiertoe op 1 augustus 2003 verscheen in het Bulletin der Aanbestedingen, werden op 29 augustus 2003 twaalf kandidaturen ontvangen. Acht kandidaatstellingen werden geselecteerd door de jury. Zij kregen alle het bestek toegestuurd, bestaande uit de twee deelopdrachten. Voor het buitenlandse luik werden zes offertes ontvangen. In november 2003 werden deze beoordeeld door een jury, die opnieuw was samengesteld uit diverse kabinetsleden en ambtenaren. De ingediende offertes bleven echter opnieuw onder het verwachtingspatroon. Geen enkel van de bureaus kwam met vernieuwende en stijlvolle logovoorstellen. Vooral het wervende element ontbrak. Zodoende werd niemand geselecteerd.

Recentelijk heb ik de administratie Buitenlands Beleid opdracht gegeven om een nieuwe aanbesteding uit te schrijven, voor de ontwikkeling van een logo, baseline en huisstijlgids voor de internationale communicatie. Hiertoe zullen enkel bureaus worden aangeschreven die nog geen offerte hebben ingediend voor de vorige twee aanbestedingen.

2. Aangezien er tot op heden nog geen visuele identiteit voor de internationale communicatie is ontwikkeld, konden er ook nog geen concrete acties worden genomen in het kader van een globale op het buitenland gerichte communicatie.