

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 304
van **STEFAAN SINTOBIN**
datum: 29 november 2017

aan **BEN WEYTS**

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

De Lijn - Publiciteit op bussen - Brugge

Op vele bussen van De Lijn (vooral stadsbussen) kunnen we regelmatig publiciteit zien. Het kan gaan om publiciteit van privé-ondernemingen maar ook om het aankondigen van activiteiten georganiseerd door lokale of provinciale overheden of andere vormen van publiciteit (bijv. scholen,...).

1. Hoe is dit precies georganiseerd? Wie kan adverteren? Welke criteria zijn hiervoor vastgelegd? Welke soorten publiciteit zijn er?
2. Welke tarieven worden gehanteerd? Gaat de opbrengst van deze publiciteit integraal naar De Lijn? Wat is de bestemming van deze inkomsten?
3. Hoeveel heeft dit De Lijn de afgelopen jaren (sinds 2004) opgebracht? Graag opgesplitst per jaar en onderscheid privé, overheid en andere.
4. Graag kreeg ik deze cijfers ook voor de stad Brugge apart.
5. Welke publiciteit heeft de stad Brugge sinds 2004 gevoerd op de stadsbussen? Hoeveel heeft de stad daarvoor betaald? Graag opgesplitst per jaar.

BEN WEYTS

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

ANTWOORD

op vraag nr. 304 van 29 november 2017

van **STEFAAN SINTOBIN**

1. De Lijn heeft de reclameregie op de voertuigen en vaste installaties ondergebracht bij LijnCom NV. Die beheert de ruimte en de inhoud van alle reclame-uitingen volgens een deontologische code .
Bij betwisting rond de inhoud of vorm wordt advies ingewonnen bij het JEP: het controleorganisme Juridische en Ethische Praktijken binnen de reclamewereld.
In principe kan iedereen adverteren die niet bij de uitzonderingen in de deontologische code staat opgenomen. Die uitzonderingen betreffen politieke partijen, oneerbare voorstellen, e.d. meer.
2. De tarieven die LijnCom hanteert, zijn algemeen bekend in de reclamewereld en vallen eenvoudig te consulteren op www lijncom.be.
95% van de commerciële opbrengsten van LijnCom vloeit inderdaad terug naar de VVM. De Lijn beslist autonoom over de bestemming van deze inkomsten. In de praktijk worden ze aangewend voor projecten die een optimalisatie realiseren in de communicatie naar of het comfort voor de reizigers.
3. De concrete sommen die LijnCom afdraagt aan De Lijn worden ondubbelzinnig gepubliceerd in de jaarrekeningen van LijnCom.
In 2004 was de uitbater van de reclameregie nog een gemengde vennootschap.
sedert 2006 is LijnCom een volle dochter van De Lijn.
De nettovergoeding aan De Lijn varieert de laatste jaren tussen 2.000.000 euro en 2.300.000 euro.
4. Deze cijfers worden niet als dusdanig apart bijgehouden in de boekhouding van LijnCom, noch in die van De Lijn.
5. De stad Brugge is geen grote adverteerder op de voertuigen van De Lijn.
Zo spendeerde ze aan stadsmarketing:
 - in 2016 ongeveer 11.500 euro in vier verschillende campagnes en
 - in 2017 118.850 euro in vijf campagnes.