

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 281
van **MARTINE FOURNIER**
datum: 28 april 2020

aan **JAN JAMBON**

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDSE ZAKEN, CULTUUR,
ICT EN FACILITAIR MANAGEMENT

Coronacrisis - Voorlichtingscampagnes

Zowel de federale als de Vlaamse overheid hebben onlangs advertenties geplaatst met regels en aanbevelingen om het coronavirus te voorkomen. Beide acties waren goed en zijn zeker noodzakelijk, maar het is opvallend dat twee overheden op hetzelfde moment een gelijkaardige boodschap communiceren.

1. Welk budget werd besteed aan de advertenties rond de coronamaatregelen?
2. In welke media werd er geadverteerd?
3. Welke bureaus hebben deze communicatie-opdracht uitgevoerd?
4. Welke afspraken werden er met de federale collega's gemaakt rond het adverteren en de communicatie?

Deze vraag werd gesteld aan de ministers Jan Jambon (281) en Wouter Beke (442).

JAN JAMBON

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDSE ZAKEN,
CULTUUR, ICT EN FACILITAIR MANAGEMENT

GECOÖRDINEERD ANTWOORD

op vraag nr. 281 van 28 april 2020

van **MARTINE FOURNIER**

1. Voor de communicatiecampagne van de Vlaamse overheid i.v.m. de coronacrisis is vanaf de start op 26 maart 2020 tot en met 31 mei 2020 in totaal voor 432.815,02 euro (incl. BTW) mediaruimte aangekocht voor de publicatie van advertenties in kranten en tijdschriften.
2. Er is geadverteerd in de volgende titels van kranten en magazines: Bruzz; De Zondag; Knack; Focus Knack; Weekend Knack; Humo; Trends; Trends Style; Krant van West-Vlaanderen; De Morgen; De Standaard; De Tijd; Gazet van Antwerpen; Het Belang van Limburg; Het Laatste Nieuws/De Nieuwe Gazet; Het Nieuwsblad/De Gentenaar.
3. Het communicatiebureau FamousGrey heeft de strategie en het concept voor de communicatiecampagne uitgewerkt.
4. Net als bij alle andere campagnes van de Vlaamse overheid is het essentieel om de boodschap op een doeltreffende en efficiënte manier naar de doelgroepen te brengen. Bovendien is het bij deze campagne de bedoeling dat de communicatiecampagnes van de federale en van Vlaamse overheid elkaar in boodschap en kanalen versterken en aanvullen.

Over de inhoud van de boodschap is er afstemming met het federaal crisiscentrum. We verwijzen in de campagne van de Vlaamse overheid ook naar het telefoonnummer van het callcenter en de website van de FOD Volksgezondheid, Veiligheid van de Voedselketen en Leefmilieu.

De verantwoordelijken voor de Vlaamse en de federale communicatiecampagne zorgen tevens voor onderlinge afstemming op praktisch vlak. Ze informeren elkaar over het mediaplan, de verschillende fases hierin, de timing en de geselecteerde mediatypes. Om elkaars boodschap kracht bij te zetten en aan te vullen vermijden ze bijvoorbeeld om op hetzelfde moment de boodschappen via hetzelfde medium te verspreiden (bv. geen advertenties in hetzelfde nummer). Zo was in de maand mei de federale campagne sterk aanwezig in de media en lasten we bij de Vlaamse overheid een luwere periode in en verspreidden we de boodschap via mediatypes die de federale collega's niet geselecteerd hebben.