

PROMOTIE- EN SENSIBILISERINGSCAMPAGNES VLAAMSE OVERHEID - RECLAMEBUREAUS - Schrift. vraag van Bart Claes dd. 24/6/2020

Hilde Crevits, Viceminister-president van de Vlaamse Regering,
Vlaams minister van Economie, Innovatie, Werk, Sociale economie en Landbouw

Bevoegdheid :		Wetenschap en Innovatie			
Beleidsdomein :		Economie, Wetenschap en Innovatie			
Departement / Agentschap / Instelling :		Agentschap Plantentuin Meise			
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de campagne (in €)</u>	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
Wereldrecord Langste Picknicktafel Plantentuin Meise	2016	eigen beheer		4.719,00	radio spot
Aankondiging WinterFloridylle	2017	eigen beheer		5.200,00	licht - en muziek evenement ; tv spot + radiospot + geschreven pers+ social Media
Aankondiging WinterFloridylle	2018	eigen beheer		6.739,90	licht - en muziek evenement ; tv spot + radiospot + geschreven pers+ social Media
Dag Van de Wetenschap in Plantentuin Meise	2018	eigen beheer		3.109,70	tv spot
Opening Houtlab	2019	eigen beheer		3.393,00	tv spot
De Gevleugelde Nacht	2019	eigen beheer		3.905,75	ism Natuurpunt (Nacht van de Vleermuis), radio spot
Aankondiging WinterFloridylle	2019	eigen beheer		9.936,50	licht - en muziek evenement ; tv spot + radiospot + geschreven pers+ social Media
Opening Houtlab	2019	eigen beheer		3.393,00	tv spot
Aankondiging WinterFloridylle	2019	eigen beheer		9.936,50	licht - en muziek evenement ; tv spot + radiospot + geschreven pers+ social Media
#HOMEsafari	2020	eigen beheer		4.290,80	Tv spot + social media, om mensen aan te sporen tijdens één bepaald weekend op zoek te gaan naar de biodiversiteit in en
TOTAAL				54.624,15	

Bevoegdheid :		Economie en Innovatie			
Beleidsdomein :		Economie, Wetenschap en Innovatie			
Departement / Agentschap / Instelling :		Agentschap Innoveren & Ondernemen			
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de campagne (in €)</u>	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
Week van de Bedrijfsoverdracht	2016			188.488,96	mediaruimte via Mindshare (bestaand campagnemateriaal)
Week van de Bedrijfsoverdracht	2017	De Persgroep	Vilvoorde	242.000,00	mediaruimte & bureaust
Week van de Mogelijkheden	2018	Metro		30.250,00	geen reclamebureau - mediaruimte voor METRO in kader van de campagne
Week van de Mogelijkheden	2018	RCA	Hasselt	95.886,45	social campagne & bureaust
Week van de Mogelijkheden	2018	Mediaaan	Vilvoorde	102.647,00	
FAQ BAR - voor ondernemers met vragen	2018			49.832,00	campagne bekendmaking VLAIO dienstverlening - mediaruimte via Mindshare
Week van de Bedrijfsoverdracht	2018	Morfeus	Vilvoorde	198.978,45	mediaruimte & bureaust
Gidsen van VLAIO	2018			60.330,09	mediaruimte via Mindshare - bekendmaking dienstverlening VLAIO
Bizlocator	2019	Duke&Grace	Gent	36.300,00	social campagne gedurende het ganse jaar
Week van de Mogelijkheden	2019	VRT	Brussel	102.850,00	campagne & bureaust
Week van de Bedrijfsoverdracht	2019	Roularta	Zellik	114.950,00	mediaruimte & bureaust
Koopinjebuurt	2020	Duke&Grace	Gent	30.000,00	social & online campagne naar 2 doelgroepen
Koopinjebuurt	2020	Roularta	Zellik	13.933,15	TV spotje regionale media
Koopinjebuurt	2020	ZMOProductions	Antwerpen	15.585,00	filmpje
TOTAAL				1.282.031,10	

Bevoegdheid :		Wetenschap en Innovatie			
Beleidsdomein :		Economie, Wetenschap en Innovatie			
Departement / Agentschap / Instelling :		Fonds voor Wetenschappelijk Onderzoek - Vlaanderen			
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de campagne (in €)</u>	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
Vraag voor de wetenschap - Vlaamse Wetenschapsagenda	2018			66.797,00	
Kennismakers magazine versie 1	2020	RCA	Hasselt	4.200,00	Facebookcampagne
Kennismakers magazine versie 2	2020	RCA	Hasselt	4.959,00	Facebookcampagne en LinkedIn campagne
TOTAAL				75.956,00	

Bevoegdheid :		Economie			
Beleidsdomein :		Economie, Wetenschap en Innovatie			
Departement / Agentschap / Instelling :		Participatiemaatschappij Vlaanderen			
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de</u> <u>campagne (in €)</u>	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
Bekendmaking PMV-instrumentarium	2016	RCA	Hasselt	27.701,76	Om de financieringsinstrumenten van PMV op een actieve manier bekend te maken bij de verschillende doelgroepen, zet PMV - naast een focus op contentmarketing - verschillende media in: naast klassieke advertenties of publireportages (beperkt) wordt vooral ingezet op social media: Google adwords, advertenties op Facebook (beid via communicatiebureau RCA uit Hasselt), sponsored content op LinkedIn (eigen beheer)... Die jaarlijkse campagne wordt in het marketingcommunicatieplan aangevuld met account management, sponsoring, content marketing en corporate communicatie (zie onderstaande posten).
		VOKA - Kamer van Koophandel West-Vlaanderen		13.794,00	Advertenties via Voka
		Publicarto		27.225,00	Reportage op Kanaal Z
		Dynamoo BVBA		3.478,75	Advertentie KMO-insider
		Mediafin NV		14.234,44	Publicatie De Tijd
		Roularta Media Group NV		14.762,00	Publiciteit Ondernemerskrant
		Mediahuis		2.949,38	Advertenties Mediahuis
		SUBTOTAAL			

Bekendmaking PMV-instrumentarium	2017	RCA	Hasselt	31.486,48	Om de financieringsinstrumenten van PMV op een actieve manier bekend te maken bij de verschillende doelgroepen, zet PMV - naast een focus op contentmarketing - verschillende media in: naast klassieke advertenties of publireportages (beperkt) wordt vooral ingezet op social media: Google adwords, advertenties op Facebook (beid via communicatiebureau RCA uit Hasselt), sponsored content op LinkedIn (eigen beheer)... Die jaarlijkse campagne wordt in het marketingcommunicatieplan aangevuld met account management, sponsoring, content marketing en corporate communicatie (zie onderstaande posten).
		VOKA - Kamer van Koophandel West-Vlaanderen		984,94	Advertenties via Voka
		Mediafin NV		24.483,38	Publicatie De Tijd
		Mediahuis		2.949,38	Advertenties Mediahuis
		Publicarto		19.360,00	Reportages Kanaal Z
		Roularta Media Group NV		7.821,44	Publiciteit via Trends
		Publicarto		3.025,00	Publiciteit MT Magazine
		Bloovi		4.356,00	Online campagne Bloovi
		LinkedIn Ireland Unlimited Company		484,00	Online advertenties/promotie via LinkedIn
SUBTOTAAL			94.950,62		

Bekendmaking PMV-instrumentarium	2018	RCA	Hasselt	29.669,21	Om de financieringsinstrumenten van PMV op een actieve manier bekend te maken bij de verschillende doelgroepen, zet PMV - naast een focus op contentmarketing - verschillende media in: naast klassieke advertenties of publireportages (beperkt) wordt vooral ingezet op social media: Google adwords, advertenties op Facebook (beid via communicatiebureau RCA uit Hasselt), sponsored content op LinkedIn (eigen beheer)... Die jaarlijkse campagne wordt in het marketingcommunicatieplan aangevuld met account management, sponsoring, content marketing en corporate communicatie (zie onderstaande posten).
		Linkedin Ireland Unlimited Company		1.406,94	Online advertenties/promotie via LinkedIn
		Bouwunie		605,00	Advertentie via Bouwunie
		Elma Multimedia		435,60	Bannering Sint Annakerk
		Netwerk Architecten Vlaanderen		502,15	Advertentie via NAV
		Publicarto		3.025,00	Publiciteit MT Magazine
		Values Television		1.004,30	Publireportage VVSG
		VOKA Shared Services		16.483,53	Advertentie via VOKA
		Bloovi		5.747,50	Online campagne via Bloovi
		Mediafin NV		16.846,79	Publicatie De Tijd
SUBTOTAAL			75.726,02		

Bekendmaking PMV-instrumentarium	2019	RCA	Hasselt	50.493,68	Om de financieringsinstrumenten van PMV op een actieve manier bekend te maken bij de verschillende doelgroepen, zet PMV - naast een focus op contentmarketing - verschillende media in: naast klassieke advertenties of publireportages (beperkt) wordt vooral ingezet op social media: Google adwords, advertenties op Facebook (beid via communicatiebureau RCA uit Hasselt), sponsored content op LinkedIn (eigen beheer)... Die jaarlijkse campagne wordt in het marketingcommunicatieplan aangevuld met account management, sponsoring, content marketing en corporate communicatie (zie onderstaande posten).
		VOKA Shared Services		8.506,00	Bekendmaking via VOKA
		Values Television		375,10	Advertentie
		Roularta Media Group NV		2.583,35	Advertentie via Trends
		Linkedin Ireland Unlimited Company		2.355,12	Online advertenties/promotie via LinkedIn
		Expertise		1.261,43	Advertenties via Expertise
		Mediaplanet		7.865,00	Publireportage Mediaplanet
		Vereniging van Vlaamse Steden en		2.420,00	Campagne via VVSG
		Trustmedia		8.167,50	Advertentie De Tijd
SUBTOTAAL			84.027,17		

Bekendmaking PMV-instrumentarium	2020	RCA	Hasselt	16.885,05	Om de financieringsinstrumenten van PMV op een actieve manier bekend te maken bij de verschillende doelgroepen, zet PMV - naast een focus op contentmarketing - verschillende media in: naast klassieke advertenties of publireportages (beperkt) wordt vooral ingezet op social media: Google adwords, advertenties op Facebook (beid via communicatiebureau RCA uit Hasselt), sponsored content op LinkedIn (eigen beheer)... Die jaarlijkse campagne wordt in het marketingcommunicatieplan aangevuld met account management, sponsoring, content marketing en corporate communicatie (zie onderstaande posten).
		Linkedin Ireland Unlimited Company		1.013,50	Online advertenties/promotie via LinkedIn
		Claerhout		1.210,00	Advertentie via Claerhout
		Bloovi		5.991,44	Online campagne Bloovi
		Ademar		2.100,56	Advertentie VBO magazine
		Mediafin NV		8.412,53	Publicatie De Tijd
SUBTOTAAL		35.613,07			
TOTAAL		394.462,20			

Bevoegdheid :		Werk en sociale economie			
Beleidsdomein :		Werk en Sociale Economie			
Departement / Agentschap / Instelling :		Departement Werk en Sociale Economie			
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de campagne</u> (in €)	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
Sensibiliseringscampagne non-discriminatie	2017	Bilkie Bonkers	Gent	249.629,26	
Ik ben een maatwerker	2018- 2019	Cayman	Brugge	368.689,46	
Sustatool (MVO)	2018- 2019	Lef	Antwperen	101.349,60	
Koploper Live (MVO)	2019- 2020	Commotie	Gent	19.965,00	
Uitbreiding Sustatool (MVO)	2019- 2020	Lef	Antwerpen	21.465,00	campagne is nog niet afgerond
Focus op Talent	2019- 2020	Cayman	Brugge	500.000,00	
ESF-oproep DRIVE	2020	RCA	Hassselt	338.771,12	
TOTAAL				1.599.869,44	

Bevoegdheid :		Werk en sociale economie			
Beleidsdomein :		Werk en Sociale Economie			
Departement / Agentschap / Instelling :		Vlaamse Dienst voor Arbeidsbemiddeling en Beroepsopleiding (VDAB)			
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de</u> <u>campagne (in €)</u>	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
VDAB Jongeren	2016			13.696,18	
VDAB Loopbaandienstverlening	2016			1.133,48	
VDAB STEM Doe-dag	2016			36.288,17	
VDAB Voorjaar	2016			13.333,26	
Discriminatie op het Werk	2017-2018			211.606,23	
European Employers Day	2017-2018			102.988,16	
Native project	2017-2018			89.121,90	
Werkgelegenheid integratie Libelle	2017-2018			4.512,99	
Guidooh	2017- 2018			250,00	
MNM - Spread the Work	2019			18.460,62	
Actief Blijven	2019	RCA	Hasselt	12.229,65	
Levenslang leren	2019	RCA	Hasselt	283.437,73	
Imagocampagne	2019 - 2020	RCA	Hasselt	1.778.179,62	
Covid 19	2020			87.154,86	
Campagne Tijdelijke Werklozen	2020	RCA	Hasselt	65.008,21	
Werkgeverscampagne	2020	RCA	Hasselt	220.760,58	
Jongerencampagne	2020	RCA	Hasstelt	59.423,10	
TOTAAL				2.997.584,74	

Bevoegdheid : Werk en sociale economie					
Beleidsdomein : Werk en Sociale Economie					
Departement / Agentschap / Instelling : Vlaams Agentschap voor Ondernemersvorming - Syntra Vlaanderen					
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de campagne (in €)</u>	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
Duaal leren	2018	RCA Group	Hasselt	522.301,00	
Duaal leren Zet jezelf op de kaart	2018-2019	Comma	Zedelgem	42.365,00	
Duaal leren	2019	RCA Group	Hasselt	601.117,00	
Duaal leren (sociale media campagne)	2020	RCA	Hasselt	77.557,00	
TOTAAL				1.243.340,00	

Bevoegdheid : Landbouw					
Beleidsdomein : Landbouw en Visserij					
Departement / Agentschap / Instelling : Departement Landbouw en Visserij					
<u>titel of onderwerp van de campagne</u>	<u>jaar</u>	<u>reclamebureau</u> (indien van toepassing)		<u>totale kostprijs van de campagne (in €)</u>	<u>toelichting of opmerking</u>
		<i>naam</i>	<i>gemeente</i>	<i>incl. btw</i>	
Oog voor Lekkers	2018	WAX	Sint-Martens-Latem	25.915,48	Contract per schooljaar ipv kalenderjaar - Cofinanciering Europese middelen + btw 21% (Vlaams middelen), Totale kostprijs €149322,5 (incl BTW), Het Vlaamse aandeel bedraagt €25915,48
	2019	RCA	Hasselt	34.966,96	Contract per schooljaar ipv kalenderjaar - Cofinanciering Europese middelen + btw 21% (Vlaams middelen), Totale kostprijs €201476,3 (incl BTW), Het Vlaamse aandeel bedraagt €34966,96
	2019	Mindshare (advertentieruimte)		1.122,51	Contract per schooljaar ipv kalenderjaar - Cofinanciering Europese middelen + btw 21% (Vlaams middelen), Totale kostprijs €6467,8 (incl BTW), Het Vlaamse aandeel bedraagt €1122,51
	2020	RCA	Hasselt	25.486,62	Contract per schooljaar ipv kalenderjaar - Cofinanciering Europese middelen + btw 21% (Vlaams middelen), Totale kostprijs €146851,5 (incl BTW), Het Vlaamse aandeel bedraagt €25486,62
	2020	Mindshare (advertentieruimte)		2.591,49	Contract per schooljaar ipv kalenderjaar - Cofinanciering Europese middelen + btw 21% (Vlaams middelen), Totale kostprijs €14931,9 (incl BTW), Het Vlaamse aandeel bedraagt €2591,49
SUBTOTAAL				90.083,06	

Land InZicht!	2019	X-Pair	Leuven	50.000,79	Communicatiecampagne om de investeringen op het Vlaams platteland bekender te maken via een uitgewerkte wandeling langs te bezoeken bedrijven. Naast het vermelde Vlaams bedrag werd nog 47.250,83 euro aan Europese middelen neergelegd, zodat het project in totaal 97251,62 euro omvat. Kosten omvatten: communicatiebureau + aankoop ruimte in De Zondag en op Facebook + drukwerk + materiaal dag zelf + onkostenvergoedingen deelnemende bedrijven
Van Grond tot mond - deelname aan mediabijlage De Standaard	2020			4.235,00	Stuk in bijlage bij De Standaard
Europa in je buurt - deel via ELFPO	2020			1.249,99	Jaarlijkse communicatiecampagne rond Europa en Europese investeringen via de verschillende fondsen (EFMZV, ELFPO, EFRO, ESF) - wordt uitgewerkt door alle fondsen samen via een beurtrol. Naast het Vlaams bedrag werd nog 1250 euro aan Europese middelen betaald (totaalbedrag dus 2499,99 euro).
Europa in je buurt - deel via EFMZV	2020			1.249,99	Jaarlijkse communicatiecampagne rond Europa en Europese investeringen via de verschillende fondsen (EFMZV, ELFPO, EFRO, ESF) - wordt uitgewerkt door alle fondsen samen via een beurtrol. Naast het Vlaams bedrag werd nog 1250 euro aan Europese middelen betaald (totaalbedrag dus 2499,99 euro).
TOTAAL				146.818,83	

Bevoegdheid : Landbouw					
Beleidsdomein : Landbouw en Visserij					
Departement / Agentschap / Instelling : Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing					
titel of onderwerp van de campagne	jaar	reclamebureau (indien van toepassing)		totale kostprijs van de campagne (in €)	toelichting of opmerking
		naam	gemeente	incl. btw	
Communicatiecampagne om de consumptie van biologisch voedsel te bevorderen: "Bio, je kan er niet meer omheen".	2016	These Days	Antwerpen	30.619,00	Communicatiecampagne om de consumptie van biologische voedsel te bevorderen: radio- en advertentiecampagne, point of salesmateriaal in biospeciaalzaken, sponsoring van zomerevents en een onlinewedstrijd in het najaar. De totale kostprijs van de campagne bedroeg 519.855 euro (incl. btw). Het aandeel van de Vlaamse overheid bedroeg 30.619 (incl. btw). Het overige deel werd met Europese subsidies en eigen VLAM-middelen gefinancierd.
Communicatiecampagne om de consumptie van biologisch voedsel te bevorderen: "Bio, je kan er niet meer omheen".	2017	These Days	Antwerpen	30.754,00	Communicatiecampagne om de consumptie van biologische voedsel te bevorderen: radio- en advertentiecampagne, point of salesmateriaal in biospeciaalzaken, sponsoring van zomerevents en een onlinewedstrijd in het najaar. De totale kostprijs van de campagne bedroeg 522.284 euro (incl. btw). Het aandeel van de Vlaamse overheid bedroeg 30.754 euro (incl. btw). Het overige deel werd met Europese subsidies en eigen VLAM-middelen gefinancierd.
Fier op ons fruit – Denk aan Fons van fruit van bij ons	2019-2020	Choco	Antwerpen	200.000,00	De totale kost bedroeg 335.750 euro incl. btw; 200.000 euro hiervan was een extra subsidie van de Vlaamse overheid; VLAM financierde de overige 135.750 euro uit eigen sectorbijdragen.
Brandingcampagne lekkervanbijons.be	2020	DB videoproducties	Aartselaar	45.000,00	Gezonde voorkeur voor producten van bij ons stimuleren en inspiratie bieden via het platform lekkervanbijons.be tijdens Corona-quarantaine. De totale kost bedroeg 49.120 euro. 45.000 euro hiervan was een extra subsidie van de Vlaamse overheid; VLAM financierde de overige 4.120 euro uit eigen middelen.
TOTAAL				306.373,00	