

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 30

van **LUDWIG VANDENHOVE**

datum: 11 oktober 2021

aan **JAN JAMBON**

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

Relanceprogramma 'Vlaamse Veerkracht' - Promotiecampagne

Via verschillende kanalen wordt er promotie gemaakt voor het relanceprogramma 'Vlaamse Veerkracht': in de media, in steden etc.

Heel wat maatregelen gebeuren via Europese steun. Nochtans wordt het Europese logo niet consequent aangeduid op de verschillende promotiekanalen, zoals de Europese Unie (EU) dat vraagt bij andere subsidieprogramma's.

1. Wat kost globaal deze promotiecampagne van 'Vlaamse Veerkracht'? Liefst opgesplitst per jaar.
2. Is het mogelijk een globaal overzicht te krijgen van alle promotiekanalen die gebruikt (zullen) worden? Graag een overzicht van het budget dat wordt besteed per promotiekanaal.
3. Wordt het niet vereist, zelfs verplicht vanuit de EU dat het EU-logo op alle promotie vermeld wordt, ook in het geval van 'Vlaamse Veerkracht'? Of wordt de promotie waarop dit niet gebeurt volledig zelf betaald door Vlaanderen?
4. Loopt de Vlaamse Regering niet het risico om minder subsidies te krijgen voor dat gedeelte van de campagne en/of voor bepaalde projecten als het Europese logo niet consequent gebruikt wordt?



**Vlaams
Parlement**

JAN JAMBON

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

ANTWOORD

op vraag nr. 30 van 11 oktober 2021

van **LUDWIG VANDENHOVE**

1. De campagne 'De Vlaamse Veerkracht' werd in de zomer van 2021 gelanceerd na een korte voorbereidingsperiode waarin strategie en concept werden uitgewerkt. De globale kostprijs tot op 31 oktober 2021 bedraagt 1.271.300,55 euro (excl. BTW), onderverdeeld in:

- voorbereiding (strategie, concept): 71.056,00 euro (excl. BTW)
- productie/uitvoering: 440.232,18 euro (excl. BTW)
- mediacampagne: 760.012,37 euro (excl. BTW)

2. Overzicht promotiekanalen:

- affichage: 429.399,11 euro (excl. BTW)
- krantenadvertenties: 178.405,45 euro (excl. BTW)
- online bannering: 106.888,40 euro (excl. BTW)
- betaalde sociale media: 33.057,82 euro (excl. BTW)
- overheadkosten mediacampagne: 12.261,60 euro (excl. BTW)

3. Het is inderdaad verplicht om het EU-logo op te nemen in de communicatie van het relancebeleid en meer specifiek bij projecten die gefinancierd worden door de EU. Daarom wordt het logo van de EU prominent opgenomen op de website van Vlaamse Veerkracht en op alle eindpancartes van de filmpjes die kaderen in de contentstrategie.

De promotie voor De Vlaamse Veerkracht wordt volledig gefinancierd door Vlaanderen.

4. Wanneer eind augustus, na de lancering van de campagne, de communicatierichtlijnen verduidelijkt werden door de EU, is het EU-logo overal waar gepast (en waar het nog mogelijk was) toegevoegd. Mijn diensten zijn voortdurend in overleg met de EU om alle communicatie in lijn te brengen met de richtlijnen. Alle betrokkenen van het relancebeleid krijgen op regelmatige basis de nodige info over de formele communicatievereisten van de EU.