

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 190

van **KATIA SEGERS**

datum: 4 februari 2022

aan **JAN JAMBON**

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

Corona - Communicatiecampagnes Vlaamse overheid

Tijdens de pandemie is goede en juiste communicatie zeer belangrijk gebleken. Enerzijds om de gevaren van het coronavirus duidelijk te kunnen uitleggen, maar ook om over genomen maatregelen te informeren of mensen aan te zetten om zich te laten vaccineren. De Vlaamse overheid heeft, net zoals de andere overheden in ons land, zelf communicatiecampagnes opgestart om de burgers te informeren.

1. Hoeveel bedroeg de totale uitgave van de Vlaamse overheid aan communicatiecampagnes omtrent het coronavirus?
2. Graag een overzicht van alle communicatiecampagnes omtrent het coronavirus die de Vlaamse overheid heeft gefinancierd sinds de start van de pandemie. Graag een opdeling per jaar, per departement, welk soort medium gebruikt is (audio/video/papier), door welk bedrijf of organisatie de campagne is geproduceerd en welk budget naar de campagne is gegaan.



**Vlaams
Parlement**

JAN JAMBON

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

ANTWOORD

op vraag nr. 190 van 4 februari 2022

van **KATIA SEGERS**

1. Bij de communicatiecampagnes in verband met het coronavirus is er een onderscheid tussen de algemeen sensibiliserende campagnes die werden uitgevoerd en gecoördineerd door mijn diensten en de campagnes in het kader van specifieke beleidsthema's zoals bv. preventieve gezondheidszorg, sport en andere.

De totale uitgave voor de algemeen sensibiliserende campagnes in 2020 en 2021 bedraagt 5.074.374 euro. In het antwoord op deelvraag 2 staat een overzicht per campagne.

Voor de campagnes met betrekking tot specifieke beleidsthema's, verwijs ik naar de bevoegde ministers. Die campagnes werden gecoördineerd door de diensten die vallen onder de betrokken ministers.

2. Hieronder gaat een overzicht per jaar en per campagne, georganiseerd door het Departement Kanselarij en Buitenlandse Zaken.

2020:

Campagne in diverse golven van #ikredlevens, over #voorelkaar tot 'samen voor een gezond Vlaanderen':

Media: TV, radio, print, online, affichage, diverse (bv. broodzakken).

De bedrijven en organisaties die meewerkten aan de productie van de campagne van 2020 zijn: Adsomenoise, Famous Grey, Famous Relations, LDV United, Mindshare Roses are Blue, Vlaams ondersteuningscentrum voor het volwassenenonderwijs. Voor de campagne in 2020 is bovendien in heel nauw overleg samengewerkt met de mediasector.

Totaalbudget voor 2020: 3.471.271 euro.

2021:

Campagne 'Cijfers van hoop':

Media: TV, radio, print, online, lichtprojectie op gebouwen.

De bedrijven en organisaties die meewerkten aan de productie van deze campagne zijn: LDV United, Mindshare, Motion & Still, Painting with Light, Thomas Geuens, Wim Knapen, Kurt Liefsoons, Daphne Matthys, Leon Van Bon Photography, Sonhouse Flanders.

Totaalbudget voor deze campagne: 900.273 euro.

Campagne 'Geniet met maatregelen':

Media: TV, bioscoop, online, affichage.

De bedrijven en organisaties die meewerkten aan de productie van deze campagne zijn: LDV United, Mindshare.

Totaalbudget voor deze campagne: 702.830 euro.