

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 963
van **STIJN BEX**
datum: 3 maart 2022

aan **LYDIA PEETERS**
VLAAMS MINISTER VAN MOBILITEIT EN OPENBARE WERKEN

De Lijn - Reclame op bussen en trams

Openbarevervoersmaatschappij De Lijn haalt een deel van haar inkomsten uit reclame. Dochterbedrijf LijnCom medieert de publicatie van reclameboodschappen op de voertuigen of haltes van De Lijn.

Op 19 september 2018 stelde collega Björn Rzoska over dit thema een schriftelijke vraag (nr. 1448) aan toenmalig bevoegd minister Ben Weyts. Daaruit bleek dat de vergoeding van LijnCom aan De Lijn in de periode van 2010 tot 2017 per boekjaar tussen de 2,2 en 3,2 miljoen euro bedroeg. Om de reclameboodschappen op de voertuigen of haltes van De Lijn te reglementeren, wordt een deontologische code gehanteerd (https://lijncom.be/volumes/general/Allerlei/Lijncom_deontologische_code_nl.f16282394.26.pdf).

Op sommige bussen en trams van De Lijn wordt de reclame als een folie op de buitenkant, inclusief de ramen, aangebracht. Vaak gaat het over een mesh-folie, die gedeeltelijk doorkijkbaar is. Toch wordt hierdoor het uitzicht van de reizigers belemmerd, wat de reiservaring mogelijk minder aangenaam maakt. Bovendien kan het ertoe bijdragen dat reizigers zich minder eenvoudig kunnen oriënteren tijdens de rit. Zeker voor mensen met een visuele beperking kan dit een extra obstakel zijn om van het openbaar vervoer gebruik te maken. Iets wat al regelmatig aangeklaagd werd door reizigersorganisatie TreinTramBus.

1. Kan de minister een overzicht geven van de jaarlijkse reclame-inkomsten van LijnCom voor de periode 2018 tot en met 2021? Welke vergoeding ontving De Lijn van deze jaarlijkse reclame-inkomsten per boekjaar in deze periode van LijnCom? Kan de minister daarbij een opdeling maken per provincie? Kan ze het verschil in de reclame-inkomsten van LijnCom en de vergoeding die De Lijn daar per boekjaar voor ontvangt zo gedetailleerd mogelijk toelichten?
2. Welk deel van deze inkomsten van LijnCom kwam er uit reclame aan haltes of verkooppunten van De Lijn (jaarlijks, voor de periode 2018 tot en met 2021)?
3. Welk deel van deze inkomsten van LijnCom kwam er uit reclame aan de binnenkant van bussen of trams van De Lijn (jaarlijks, voor de periode 2018 tot en met 2021)?
4. Welk deel van deze inkomsten van LijnCom kwam er uit de buitenbekleding van bussen of trams (jaarlijks, voor de periode 2018 tot en met 2021)?
5. Welk deel van deze inkomsten van LijnCom kwam er uit de 'volledige buitenbekleding' van bussen of trams die ook de ramen bedekt (jaarlijks, voor de periode 2018 tot en met 2021)?

6. Hoeveel voertuigen, respectievelijk bussen en trams, van De Lijn zijn op dit moment bekleed met een 'volledige buitenbekleding'? Op welke lijnen worden deze bussen met een 'volledige buitenbekleding' momenteel ingezet?
7. Hoeveel klachten kreeg De Lijn specifiek over reclameboodschappen op hun bussen of trams jaarlijks in diezelfde periode van 2018 tot en met 2021 (per provincie)?
8. Zal de minister de criteria die De Lijn en LijnCom hanteren over welke reclameboodschappen al dan niet in aanmerking komen, evalueren in het kader van een nieuwe beheersovereenkomst?
9. Deelt de minister de mening van reizigersorganisatie TreinTramBus dat het bekleden van bussen of trams met reclameboodschappen die de ramen bedekken de reiservaring minder aantrekkelijk maken en een extra drempel kan zijn om het openbaar vervoer te nemen voor sommige reizigers?
 - a) Is de minister van plan om een verbod op de 'volledige buitenbekleding', waarbij ook ramen worden bekleed met reclame, van bussen of trams op te nemen in de beheersovereenkomst van De Lijn?
 - b) Op welke andere manier kan De Lijn ervoor zorgen dat dit ongemak wordt verholpen?

ANTWOORD

op vraag nr. 963 van 3 maart 2022

van **STIJN BEX**

1. Omzet Lijncom periode 2018-2021:
 - a. Omzet 2018: 10.058.564 euro
 - b. Omzet 2019: 9.191.759 euro
 - c. Omzet 2020: 6.754.890 euro
 - d. Omzet 2021: nog niet gepubliceerd

Bruto vergoeding De Lijn:

- a. Bruto vergoeding 2018: 3.367.242 euro
- b. Bruto vergoeding 2019: 3.073.323 euro
- c. Bruto vergoeding 2020: 1.631.879 eurp
- d. Bruto vergoeding 2021: nog niet gepubliceerd

Lijncom maakt geen opsplitsing per provincie. Dit is gezien de activiteiten niet relevant want het openbaar vervoer wordt niet per provincie georganiseerd.

De reclame-inkomsten van Lijncom volgen de evolutie van de totale reclame-investeringen in Vlaanderen en bij uitbreiding België. De covid-pandemie had een grote impact om de reclame-investeringen in 2020, waardoor dit een stuk lager ligt dan de voorgaande jaren, met als gevolg ook een lagere brutovergoeding voor De Lijn.

2. Lijncom commercialiseerde slechts een zeer beperkt aantal halte reclameborden in Vlaanderen in het verleden. Omdat de verkoop hiervan zeer beperkt was, heeft Lijncom die activiteiten afgestoten sinds 1 januari 2021.
3. Er bestaan geen rapporteringen per product.
4. Er bestaan geen rapporteringen per product.
5. Er bestaan geen rapporteringen per product.
6. Stand van zaken op dinsdag 8 maart: er zijn in totaal 23 van de +/- 4 000 voertuigen volledig bekleed. De meeste volledig bekleedde voertuigen worden ingezet in het tramnetwerk van Antwerpen, Gent en de kustlijn. Buiten de kusttrams en de ringtrambus rijden de voertuigen niet op vaste lijnen.
7. De Lijn ontvangt in deze rubriek slechts een handvol klachten per jaar. Met als uitzondering 2019: toen maakte een campagne van BE Vegan heel wat emotionele reacties los. De Jury Ethische Praktijken over reclame onderzocht het dossier en had geen bemerkingen bij de campagne.

Hieronder het overzicht (een weergave per provincie is niet mogelijk):

	2021	2020	2019	2018	2017
Publiciteit op voertuigen	0	1	1238	8	9

8. De deontologische code wordt regelmatig geëvalueerd en bijgewerkt in functie van nieuwe maatschappelijke ontwikkelingen, adviezen vanuit de Jury voor Eerlijke praktijken (JEP) en evoluties in de reclamewereld door De Lijn. De meest recente versie is raadpleegbaar op de website van Lijncom.
9. Zoals gemeld door De Lijn gebeurt de bekleding met geperforeerde folie, cf. andere vervoermaatschappijen in binnen- en buitenland. Deze folie zorgt voor maximale doorzichtigheid en veroorzaakt zeer geringe hinder. Bovendien gaat het over een zeer beperkt aantal voertuigen van de vloot, het merendeel van de voertuigen heeft geen reclame op de ramen. Daarnaast is het zo dat niet alle ramen van het voertuig worden bekleed, er zijn altijd ramen vrij waar men plaats kan nemen. Finaal dient gemeld te worden dat de beklewing van de ramen aan de binnenkant vaak relevante reizigersinfo bevat in het kader van de informatieverstrekking.

Ik verwijs naar eerdere antwoordelementen (zie hierboven) waaruit blijkt dat De Lijn optimaal rekening heeft gehouden met het reizigerscomfort bij het uitwerken van het aanbod en zich conform de markt en de andere vervoermaatschappijen gedraagt.