

**Réponse à la Question écrite N° 663 de Monsieur le Député Fouad Ahidar à Monsieur le Ministre-Président Rudy Vervoort relative aux campagnes de communication dans les domaines relevant de ses compétences en 2013**

**Eléments de réponse de l'ADT**

Sujet	Descriptif	Public-cible	Support	Durée	Marché public	Coût (graphisme + impression) TVAC	Diffusion	Coût diffusion TVAC
Rapport d'activités 2012 Jaarverslag 2012	Bilan annuel du travail effectué par l'ADT au regard de ses missions	Administrations régionales et communautaires, communes, Services publics fédéraux, acteurs privés (universités, associations, fédérations, syndicats, BECI, bureaux d'études, acteurs immobiliers...), instances consultatives régionales et communautaires, partenaires européens	Papier et électronique  68 pages par langue, bilingue FR-NL  Les 2 versions de langue sont disponibles sur le site Internet de l'ADT en format PDF	1 an + archive	Dans le cadre d'un marché public existant (« Cahiers ADT »)	5215,20€  210 exemplaires tête-bêche FR-NL	Via le site Internet  Mailing postal, via un courrier adressé à 110 personnes  Sur demande jusqu'à épuisement du stock	302 €
Carte de vœux 2013	Animation électronique	idem	Electronique, hébergée sur le site de l'ADT  Bilingue FR-NL	2 mois + archive	Dans le cadre d'un marché public existant (« Publications ADT »)	3 109,70 €	Mailing électronique à 8.000 personnes	60,05 €
Brochure explicative du Projet de Règlement Régional d'Urbanisme Zoné du Projet urbain Loi	Brochure explicative sur le projet de règlement (texte et plans)	Idem	Papier et électronique  74 pages par langue, bilingue	9 mois	Dans le cadre d'un marché public existant (« Publications ADT »)	15 651,96 €	500 exemplaires  Sur demande	/

Sujet	Descriptif	Public-cible	Support	Durée	Marché public	Coût (graphisme + impression) TVAC	Diffusion	Coût diffusion TVAC
			FR-NL				jusqu'à épuisement du stock	
Campagnes d'affichage dans les quartiers du Canal  - Dans le cadre du projet « Marketing urbain » financé par la programmation FEDER 2007-2013 en RBC -	Conception et élaboration de campagnes d'affichage afin de mieux faire connaître les événements, les lieux et les équipements du Territoire du canal	Habitants et usagers du Territoire du Canal	Affiches Sets de table Cartes postale  Bilingue FR-NL	<u>1ère campagne</u> : Juin-juillet 2013  <u>2ème campagne</u> : octobre-novembre 2013	Marché public existant pour le graphisme et la production Prestataire : Sign  + marché public pour la diffusion des affiches Prestataire: Zoom on Arts	<u>1er campagne</u> Graphisme et production : 10 345,50  <u>2ème campagne</u> Graphisme et production : 10 785,94€	<u>1ere campagne</u> 80 affiches abribus 500 affiches A2 100 affiches A0 3 250 affiches A3 13 250 cartes postales 10 000 sets de table <u>2ème campagne</u> 96 affiches abribus 500 affiches A2 2 000 affiches A3 11 250 cartes postales 20 000 sets de tables	<u>1ere campagne</u> Diffusion 7 174,09€  <u>2ème campagne</u> Diffusion 5 722,09€

Sujet	Descriptif	Public-cible	Support	Durée	Marché public	Coût (graphisme + impression) TVAC	Diffusion	Coût diffusion TVAC
Brochure + carte Territoire du canal  - Dans le cadre du projet « Marketing urbain » financé par la programmation FEDER 2007-2013 en RBC -	Réalisation, production et distribution d'une brochure à destination des investisseurs présentant les atouts et opportunités du Territoire en matière de logement, économie, innovation, logistique et créativité	Investisseurs Acteurs économiques Administrations publiques en lien avec l'économie	Papier et électronique  28 pages + 1 carte  3 versions linguistiques (FR-NL-EN)	Distribution pendant toute l'année 2013	Marché public existant pour le graphisme et la production Prestataire : Sign	22 532,62€  1800 exemplaires de la brochure  1800 exemplaires de la carte	Distribution : Salon MIPIM 2013  Salon Realty 2013  Diffusion en mars 2013 à plusieurs acteurs économiques et administrations bruxelloises lors de rencontres, d'événements avec des acteurs intéressés par la Canal	Frais d'envoi de la brochure 821,35€
Newsletters mensuelles  - Dans le cadre du projet « Marketing urbain » financé par la programmation FEDER 2007-2013 en RBC -	Réalisation, production et distribution d'une newsletter mensuelle promouvant le Territoire du canal	Administrations régionales et communautaires, communes, Services publics fédéraux, acteurs privés (universités, associations, fédérations, syndicats, BECI, bureaux	Electronique  Bilingue (FR-NL)	8 numéros en 2013 : Mars Avril Mai Juin Août Septembre	Marché public pour l'écriture d'articles sur le Territoire du canal Prestataire lot 1 : Véronique Kirszbaum	Lot 1 : 2 135,90€  Lot 2 : 1 872,45€	Mailing à 8000 personnes via le site BRU+ géré par l'ADT	Géré par la personne en charge du site BRU+ à l'ADT

Sujet	Descriptif	Public-cible	Support	Durée	Marché public	Coût (graphisme + impression) TVAC	Diffusion	Coût diffusion TVAC
		d'études, acteurs immobiliers...), instances consultatives régionales et communautaires, partenaires européens		Octobre Novembre Décembre	Prestataire lot 2 : Jean-Pierre Borloo			

**Antwoord op schriftelijke vraag nr. 663 van Volksvertegenwoordiger Fouad Ahidar aan Minister-President Rudi Vervoort betreffende de communicatiecampagnes binnen de materies waarvoor hij bevoegd is in 2013**

**Elementen van antwoord voor het ATO**

Onderwerp	Omschrijving	Doelgroep	Drager	Duur	Overheidsopdracht	Kost (grafisch + drukwerk) incl. BTW	Verspreiding	Kost verspreiding incl. BTW
Jaarverslag 2012	Jaarlijks overzicht van de werkzaamheden verricht door het ATO in het raam van zijn opdrachten	Gewestelijke en gemeenschapsbesturen, gemeenten, federale openbare diensten, privé-actoren (universiteiten, verenigingen, federaties, vakbonden, BECI, studie bureaus, vastgoedspelers...), adviesorganen van gewesten en gemeenschappen, Europese partners	Papier en elektronisch  68 blz. per taal, tweetalig FR-NL  De versies in de beide talen zijn beschikbaar op de website van het ATO in PDF formaat	1 jaar + archief	Binnen de context van een bestaande overheidsopdracht (« Cahiers ATO »)	5215,20€  210 exemplaren keerdruk FR-NL	Via de website  Mailing per post, via brief gericht aan 110 personen  Op verzoek zolang de voorraad strekt	302 €
Wenskaart 2013	Elektronische animatie	idem	Elektronisch, ondergebracht op de website van het ATO  Tweetalig FR-NL	2 maanden + archief	Binnen de context van een bestaande overheidsopdracht (« Publicaties ATO »)	3 109,70 €	Elektronische mailing naar 8.000 personen	60,05 €

Onderwerp	Omschrijving	Doelgroep	Drager	Duur	Overheidsopdracht	Kost (grafisch + drukwerk) incl. BTW	Verspreiding	Kost verspreiding incl. BTW
Toelichtingsbrochure bij het ontwerp van gezoneerde Gewestelijke Stedenbouwkundige Verordening voor het stadsproject Wet	Toelichtingsbrochure bij het ontwerp van verordening (tekst en plannen)	Idem	Papier en elektronisch  74 blz. per taal, tweetalig FR-NL	9 maanden	Binnen de context van een bestaande overheidsopdracht (« Publicaties ATO »)	15 651,96 €	500 exemplaren  Op verzoek zolang de voorraad strekt	/
Afficheringscampagnes in de Kanaalwijken  - Naar aanleiding van het project « Stadsmarketing » gefinancierd door de EFRO-programmering 2007-2013 in het BHG -	Ontwerp en uitwerking van afficheringscampagnes om gebeurtenissen, plaatsen en uitrustingen op het kanaalterritorium bekendheid te geven	Bewoners en gebruikers van het kanaalterritorium	Affiches Tafelsets Postkaarten  Tweetalig FR-NL	<u>1e campagne</u> : Juni-juli 2013  <u>2e campagne</u> : oktober-november 2013	Bestaande overheidsopdracht voor grafische vormgeving en productie Dienstverlener: Sign  + overheidsopdracht voor de verspreiding van de affiches Dienstverlener: Zoom on Arts	<u>1e campagne</u> Grafiek en productie : 10 345,50  <u>2e campagne</u> Grafiek en productie : 10 785,94€	<u>1e campagne</u> 80 affiches bushokjes 500 affiches A2 100 affiches A0 3 250 affiches A3 13 250 postkaarten 10 000 tafelsets <u>2e campagne</u> 96 affiches bushokjes 500 affiches A2 2 000 affiches A3 11 250 postkaarten 20 000 tafelsets	<u>1e campagne</u> Verspreiding 7 174,09€  <u>2e campagne</u> Verspreiding 5 722,09€

Onderwerp	Omschrijving	Doelgroep	Drager	Duur	Overheids-opdracht	Kost (grafisch + drukwerk) incl. BTW	Verspreiding	Kost verspreiding incl. BTW
Brochure + kaart Kanaalterritorium  - Naar aanleiding van het project « Stadsmarketing » gefinancierd door de EFRO-programmering 2007-2013 in het BHG -	Aanmaak, productie en verdeling van een brochure bestemd voor investeerders, met de troeven en kansen van het territorium inzake wonen, economie, innovatie, logistiek en creativiteit	Investeerders Economische actoren Besturen die verband houden met de economie	Papier en elektronisch  28 blz. + 1 kaart  3 taalversies (FR-NL-EN)	Distributie heel het jaar door in 2013	Bestaande overheids-opdracht voor grafische vormgeving en productie Dienst-verlener : Sign	22 532,62€  1800 exemplaren van de brochure  1800 exemplaren van de kaart	Verdeling : beurs MIPIM 2013  Beurs Realty 2013  Verspreiding in maart 2013 bij meerdere Brusselse economische actoren en besturen bij ontmoetingen, evenementen met actoren geïnteresseerd in het kanaal	Verzendingskosten van de brochure 821,35€

Onderwerp	Omschrijving	Doelgroep	Drager	Duur	Overheidsopdracht	Kost (grafisch + drukwerk) incl. BTW	Verspreiding	Kost verspreiding incl. BTW
<p>Maandelijkse Newsletters</p> <p>- Naar aanleiding van het project « Stadsmarketing » gefinancierd door de EFRO-programmering 2007-2013 in het BHG</p> <p>-</p>	<p>Aanmaak, productie en verdeling van een maandelijkse newsletter die promotie voert voor het kanaalterritorium</p>	<p>Gewestelijke en gemeenschapsbesturen, gemeenten, federale openbare diensten, privé-actoren (universiteiten, verenigingen, federaties, vakbonden, BECI, studiebureaus, vastgoedspelers...), adviesorganen van gewesten en gemeenschappen, Europese partners</p>	<p>Elektronisch</p> <p>Tweetalig (FR-NL)</p>	<p>8 nummers in 2013 :</p> <p>Maart</p> <p>April</p> <p>Mei</p> <p>Juni</p> <p>Augustus</p> <p>September</p> <p>Oktober</p> <p>November</p> <p>December</p>	<p>Overheidsopdracht voor het schrijven van artikelen over het kanaalterritorium</p> <p>Dienstverlener kavel 1 : Véronique Kirszbaum</p> <p>Dienstverlener kavel 2 : Jean-Pierre Borloo</p>	<p>Lot 1 : 2 135,90€</p> <p>Lot 2 : 1 872,45€</p>	<p>Mailing naar 8000 personen via de website BRU+ beheerd door het ATO</p>	<p>Beheerd door de persoon belast met de website BRU+ bij het ATO</p>



**Réponse à la Question écrite N° 663 de Monsieur le Député  
Fouad Ahidar à Monsieur le Ministre-Président Rudy Vervoort  
relative aux campagnes de communication  
dans les domaines relevant de ses compétences en 2013**

**Eléments de réponse de VISITBRUSSELS**

• ***Les outils de communication***

Chaque année VISITBRUSSELS déploie sa communication sur différents outils afin de sensibiliser les visiteurs, de susciter leur engouement et d'accueillir au mieux ces derniers.

En pratique, VISITBRUSSELS édite et crée de nouveaux produits touristiques (brochures, plans, etc.), enrichit continuellement son site internet. Le site [www.visitbrussels.be](http://www.visitbrussels.be) répertorie ainsi une quantité d'informations utiles pour les touristes : itinéraires de promenades, adresses culinaires, librairies spécialisées, événements, etc. que VISITBRUSSELS veille à ordonner de manière claire, ludique et accessible.

Par ailleurs, VISITBRUSSELS prend en charge les actions suivantes qui constituent autant d'outils de communication pour la mise en avant de la Région de Bruxelles-Capitale:

- ✓ la promotion des activités culturelles sur les sites [www.agenda.be](http://www.agenda.be) et [www.arsene50.be](http://www.arsene50.be) ;
- ✓ l'implication sur les réseaux sociaux (Page Facebook) ;
- ✓ la création de packages hôteliers;
- ✓ la présence d'un stand VISITBRUSSELS lors de salons internationaux ou de la caravane mobile VISITBRUSSELS ;
- ✓ la mise à jour d'une photothèque ;
- ✓ etc.

La réunion de tous ces éléments fait donc de VISITBRUSSELS la première vitrine de l'ensemble de l'information culturelle, événementielle, touristique, etc., de la Région de Bruxelles-Capitale.

• ***L'organisation d'événements ayant eu lieu en 2013 et les campagnes y afférentes***

Chaque année, VISITBRUSSELS organise tant pour les bruxellois que pour les touristes, différents événements dont la promotion est effectuée par le biais de campagnes publicitaires.

En 2013, ces événements furent les suivants :

- Fête de l'Iris ;
- Fête de l'Europe ;
- Fête de la BD ;
- Bruxelles Bienvenue ;
- Eat !;
- Brussels Creative Forum ;
- Foire du Midi ;

- Plaisirs d'Hiver ;
- Carolus (Ommegang) ;
- Brussels Ice Magic.

Les campagnes publicitaires pour la promotion de ces événements s'adressent à une cible grand public à Bruxelles, en Flandre et en Wallonie, avec un relais au niveau international par le biais des 19 bureaux d'accueil de Toerisme Vlaanderen et Bruxelles-Wallonie Tourisme.

En termes de délais, une campagne publicitaire débute généralement par la mise en ligne d'annonces sur les réseaux sociaux 3 mois avant l'événement (free) et sur un site web dédié un mois avant l'événement (environ 1.600 euros), suivi d'une campagne d'affichage 15 jours avant l'événement (environ 20.000 euros) et jusqu'à la fin de celui-ci et le cas échéant, d'un audio-visuel une semaine avant l'événement et jusqu'à la fin de celui-ci (environ 7.000 euros). Pour le surplus, des candélabres et/ou des flyers peuvent compléter le panel des outils de communication déployés.

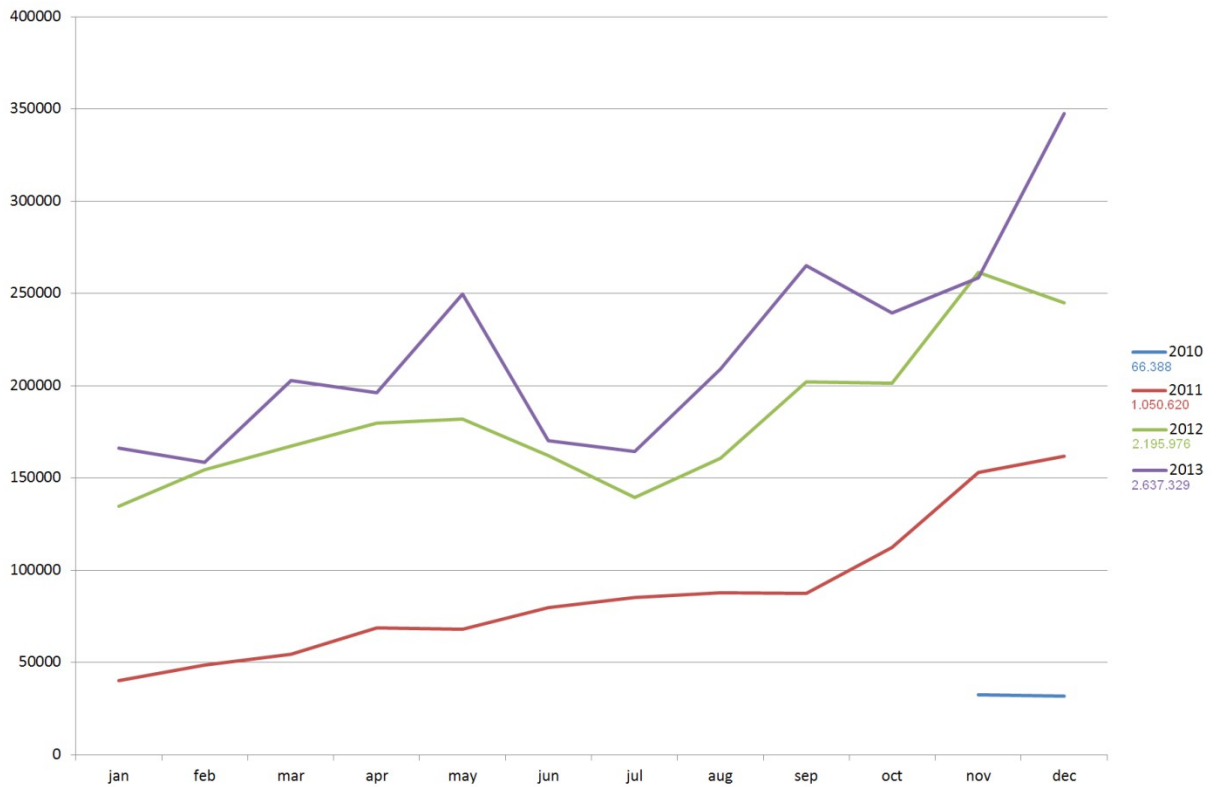
Pour chacun de ces événements, VISITBRUSSELS opte pour les médias ou les canaux les plus appropriés selon le public visé, en fonction du budget disponible ou sur la base de négociations en termes de gratuité. VISITBRUSSELS fait appel tant aux médias radios ou télés qu'à la presse écrite, la presse générale ou aux revues spécialisées pour les besoins spécifiques en terme de tourisme et de promotion. La réflexion s'axe donc en terme d'efficacité ou de cible dans le choix des partenaires médias (ex. : en fonction de l'audimat ou du lectorat), la mission de VISITBRUSSELS étant de valoriser Bruxelles et ses événements auprès du public le plus approprié et le plus large possible.

il est assez difficile de mesurer l'impact des campagnes publicitaires réalisées pour la promotion des événements dès lors que ceux qui sont organisés par VISITBRUSSELS sont des événements gratuits et qui ne donnent donc pas lieu à la perception d'un droit d'entrée ou à l'émission d'un ticket d'entrée permettant de mesurer le succès de ceux-ci.

- ***L'impact des outils web en terme de fréquentation:***

En 2013, le site internet de VISITBRUSSELS a accueilli 1.849.840 visiteurs, soit une hausse de 25,26 % par rapport à 2012.

Ci-après, vous trouverez un graphe retraçant l'évolution du nombre de visiteurs uniques sur le site web depuis 2010 :



Pour plus de détails, vous trouverez en annexe un résumé des données statistiques relatives aux nombres de visites des différents sites web de VISITBRUSSELS : [www.visitbrussels.be](http://www.visitbrussels.be) mais aussi [www.agenda.be](http://www.agenda.be), [www.arsene50.be](http://www.arsene50.be), ainsi que les pages dédiées aux événements: Journées du Patrimoine, Eat ! Festival, Brussels Creative Forum, Fête de la BD, Plaisirs d'Hiver, Brussels Ice Magic.

**Antwoord op de Schriftelijke Vraag nr. 663 van  
Volksvertegenwoordiger Fouad Ahidar aan Minister-President  
Rudi Vervoort betreffende de communicatiecampagnes in de  
domeinen die tot zijn bevoegdheid behoren in 2013**

**Elementen van het antwoord voor VISITBRUSSELS**

✦ ***De communicatietools***

Jaarlijks ontplooit VISITBRUSSELS zijn communicatie aan de hand van meerdere instrumenten om de bezoekers te sensibiliseren, hun enthousiasme op te wekken en ze zo goed mogelijk te onthalen.

In de praktijk verzorgt VISITBRUSSELS de uitgave en het ontwerp van nieuwe toeristische producten (brochures, plannetjes, enz.) en de permanente update van zijn website. De website [www.visitbrussels.be](http://www.visitbrussels.be) vermeldt een grote hoeveelheid nuttige gegevens voor toeristen : wandelroutes, culinaire adressen, gespecialiseerde boekhandels, evenementen, enz. Die VISITBRUSSELS er op een overzichtelijke, ludieke en toegankelijke wijze onderbrengt.

Ook neemt VISITBRUSSELS een aantal initiatieven ten laste die gelden als communicatietools om het Brussels Hoofdstedelijk Gewest te promoten:

- ✓ de promotie van culturele activiteiten op de websites [www.agenda.be](http://www.agenda.be) en [www.arsene50.be](http://www.arsene50.be) ;
- ✓ de link naar de sociale netwerken (Facebookpagina) ;
- ✓ de uitwerking van hotelpackages;
- ✓ de aanwezigheid van een stand van VISITBRUSSELS tijdens internationale beurzen en de mobiele karavaan van VISITBRUSSELS ;
- ✓ het up to date houden van een fototheek ;
- ✓ enz.

Al die elementen samen maken van VISITBRUSSELS de grootste vitrine voor heel het culturele, evenementiële, toeristische, enz. aanbod van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.

✦ ***De organisatie van evenementen die plaatsvonden in 2013 en de daaraan verbonden campagnes***

Jaarlijks organiseert VISITBRUSSELS zowel voor de Brusselaars als voor toeristen meerdere evenementen die gepromoot worden via reclamecampagnes.

In 2013 betrof het de volgende evenementen :

- het Irisfeest ;
- het Europafeest ;
- het Stripfeest ;
- Welkom Brussel ;
- Eat !;
- Brussels Creative Forum ;
- De Zuidkermis ;
- Winterpret ;
- Carolus (Ommegang) ;

- Brussels Ice Magic.

De reclamecampagnes die promotie voeren voor deze evenementen richten zich tot een breed publiek in Brussel, in Vlaanderen en in Wallonië, en zelfs internationaal via de 19 onthaalkantoren van Toerisme Vlaanderen en Bruxelles-Wallonie Tourisme.

Uitgedrukt in termijnen gaat een reclamecampagne doorgaans van start met het online plaatsen van aankondigingen op de sociale netwerken zo'n 3 maanden vóór het evenement (free) en op een specifieke website voor het evenement ongeveer een maand op voorhand (om en bij de 1.600 euro), gevolgd door een affichecampagne 15 dagen vóór het evenement (ongeveer 20.000 euro) en dit tot het voorbij is. Soms wordt een week op voorhand een audiovisueel element gelanceerd dat meegaat tot het voorbij is (ongeveer 7.000 euro). Verder kunnen standaarden en/of flyers het panel van ontplooiende communicatietools vervolledigen.

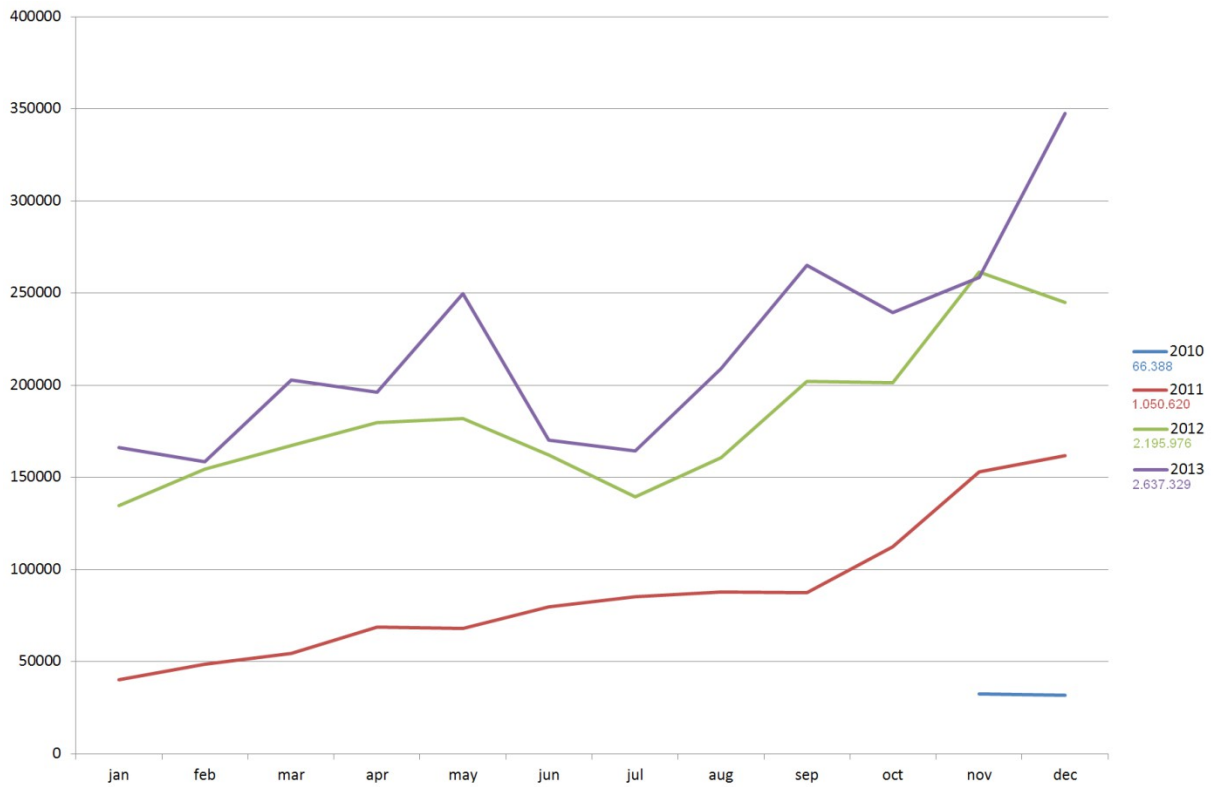
Voor elk van deze evenementen kiest VISITBRUSSELS de meest aangewezen media of communicatiekanalen in functie van het doelpubliek, van het beschikbaar budget of op basis van onderhandelingen over kosteloos gebruik. VISITBRUSSELS doet een beroep op radio en televisie, geschreven pers, algemene pers en gespecialiseerde tijdschriften voor specifieke behoeften inzake toerisme en promotie. Er wordt dus gelet op de efficiëntie en op de doelgroep bij de keuze van de partnermedia (bv. : in functie van het aantal luisteraars of lezers) aangezien de opdracht van VISITBRUSSELS erin bestaat Brussel en zijn evenementen in de kijker te plaatsen bij het meest aangewezen en grootst mogelijk publiek.

Het is vrij moeilijk om de weerslag van de reclamecampagnes te meten die gevoerd zijn voor de promotie van de evenementen, des te meer aangezien de eigen organisaties van VISITBRUSSELS kosteloos zijn voor het publiek en dus niet kunnen vertaald worden in een box-office om het succes van het evenement te meten.

#### ♦ ***De weerslag van webtools in bezoekersaantallen:***

In 2013 kreeg de website van VISITBRUSSELS 1.849.840 bezoekers, hetzij een toename met 25,26 % vergeleken bij 2012.

Hieronder vindt u een grafiek van de evolutie van de unieke bezoekersaantallen op de website sinds 2010 :



Voor meer details vindt u in de bijlage een samenvatting van statistische gegevens over de bezoekersaantallen op de verschillende websites van VISITBRUSSELS : [www.visitbrussels.be](http://www.visitbrussels.be) maar ook [www.agenda.be](http://www.agenda.be), [www.arsene50.be](http://www.arsene50.be), en op de pagina's gewijd aan evenementen : Erfgoeddagen, het Eat ! Festival, het Brussels Creative Forum, het feest van het Stripverhaal, Winterpret, Brussels Ice Magic.

## Réponse à la Question écrite N° 663 de Monsieur le D Vervoort relative aux campagnes de communication

Eléments de

Intitulé de la "campagne"/publication/colloque/site internet/etc.	Public-cible	Média / Support
<b>Publications :</b>		
> Observatoire des Permis Logement (OPL) n°2	essentiellement les acteurs, publics et privés, du secteur	site internet (urbanisme.irisnet.be)
> OPL n°3	idem	site internet (urbanisme.irisnet.be)
> Observatoire des bureaux n°31 (Vacance 2012)	idem	> site internet (urbanisme.irisnet.be) > publication papier
> Livre "Bureaux du passé. Habitants du présent" (résultats d'une étude sur la reconversion bureaux/logements)	Public spécialisé et grand public ("beau livre")	livre
> Observatoire des bureaux n°32 (Permis 2012)	idem	> site internet (urbanisme.irisnet.be) > publication papier
> Observatoire des bureaux n°33 (Permis 2013)	essentiellement les acteurs, publics et privés, du secteur	> site internet (urbanisme.irisnet.be) > publication papier

> Observatoire des activités productives (OAP) n°2	idem	> site internet (urbanisme.irisnet.be) > publication papier
>OAP n°3	idem	> site internet (urbanisme.irisnet.be) > publication papier
<b>Sites internet / médias numériques :</b>		
<b><i>Le site-portal de BDU: www.urbanisme.irisnet.be</i></b>	Tout public	site internet
<b><i>"BRUCIEL": programme de visualisation comparative de photographies anciennes et actuelles (1930-2012)</i></b>		
> Bruciel, le site: www.gis.irisnet.be/bruciel	Tout public	site internet
> Bruciel, borne interactive placée aux Halles-St-Géry	Tout public	borne interactive
<b>Colloques, forums, événements, etc.</b>		
> Conférence de presse pour la présentation du livre "Où va Bruxelles" réalisé à l'initiative de la CRD.	Le livre s'adresse plutôt à un public spécialisé, mais est en vente en librairie.	> conférence de presse > livre



>Forum interrégional sur le suivi de l'Accord interministériel Aménagement du Territoire signé par les 3 Régions en novembre 2012	Une centaine de participants, sur invitation / public spécialisé.	Forum (1 journée).
> "Les 48 heures du Canal"	Public spécialisé, mais avec impact événementiel sur le grand public.	Evénement/workshop
> Les 20 ans de la Commission régionale de Développement (CRD)	Public spécialisé, sur invitation.	Colloque d'une demi-journée au "SQUARE3
<b>Midis du Développement urbain (et autres présentations thématiques publiques)</b>		
BRUCIEL	Agents SPRB et public spécialisé	présentation au CCN (salle IRIS ; durée 1h30)
>Observatoire Permis Logements (OPL) n°2	idem	idem
>Observatoire bureaux n°31	idem	idem
>Le PRAS démographique	idem	idem
>Observatoire activités productives n°2	idem	idem
>Le nouveau Plan CANAL	idem	idem
>Observatoire bureaux n°32	idem	idem
>Observatoire Permis Logements (OPL) n°3	idem	idem
>Observatoire bureau n°33	idem	idem
>BRUCIEL n°2	idem	idem
>Observatoire activités productives n°3	idem	idem
<b>Communication sur le PRDD</b>		
> présentation publique du Projet de PRDD	les agents du SPRB, des OIP et des 19 communes	présentation publique à "Flagey"

<p>&gt; Colloque sur le Projet de PRDD</p>	<p>public spécialisé, sur invitation</p>	<p>Colloque à "Flagey"</p>
<p>&gt; Consultation publique sur le Projet de PRDD</p>	<p>&gt; d'une part, les communes, institutions et acteurs concernés &gt; d'autre part, les associations d'habitants et le grand public</p>	<p>&gt; d'une part, impression papier du PRDD et diffusion auprès des intéressés &gt; d'autre part, mise ligne du projet de PRDD sur le site officiel du PRDD avec formulaire de consultation</p>
<p>&gt; Le site internet officiel du PRDD (<a href="http://www.prdd.be">www.prdd.be</a>)</p>	<p>tout public</p>	<p>site internet</p>

**député Fouad Ahidar à Monsieur le Ministre-Président Rudy dans les domaines relevant de ses compétences en 2013**

réponse de la DEP

Durée / Dates	Marché? (critères, etc.)	Coûts (budget, temps, délai)	Évaluation
parution en février 2013	bons de commande pour les prestations techniques (traductions, mise en page)	>réalisation en interne >frais techniques (mise en page, traductions) : env. 3.000€	Répercussions positives du public.
parution en février 2014	bons de commande pour les prestations techniques (traductions)	>réalisation en interne >frais techniques (traductions) : env. 1.000€	idem
parution en mars 2013	bons de commande pour les prestations techniques (traductions, mise en page)	>réalisation en interne >frais techniques (mise en page, traductions) : env. 1.500€ >impression: SDRB/INVENTIMMO	Répercussions positives du public / Succès de la publication papier
paru en avril 2013	procédure négociée sans publicité (critère du meilleur rapport qualité/prix)	frais techniques de mise en page et impression: 25.506€	
parution en décembre 2013	bons de commande pour les prestations techniques (traductions, mise en page, impression)	>réalisation en interne >frais techniques (mise en page, traductions, impression) : env. 3.000€	idem
parution prévue pour printemps 2014	bons de commande pour les prestations techniques (traductions, mise en page)	>réalisation en interne >frais techniques (mise en page, traductions): env. 1.500€ >impression: SDRB/INVENTIMMO	à venir

parution en septembre 2013	bons de commande pour les prestations techniques (traductions, mise en page)	>réalisation en interne >frais techniques (mise en page, traductions): env. 1.500€ >impression: SDRB/INVENTIMMO	à venir
parution prévue pour septembre 2014	bons de commande pour les prestations techniques (traductions, mise en page)	>réalisation en interne >frais techniques (mise en page, traductions): env. 1.500€ >impression: SDRB/INVENTIMMO	à venir
montée en puissance depuis 2011/2012 ; a atteint son format "normal" en 2013 ; évolutions et mises à jour permanentes		réalisation en interne et collaboration avec CIRB	site très fréquenté ; répercussions nombreuses et positives
durée illimitée / mise en ligne de la version 1 le 5 février 2013 / version 2: printemps 2014	collaboration avec le CIRB/IRISTEAM (procédure négociée sans publicité ; expertise spécifique du CIRB)	> version 1: 16.675 € > version 2: 20.742 €	Succès : nombre important de visiteurs
durée illimitée / installation en février 2013	procédure négociée sans publicité (nombre très limité de fournisseurs possibles)	5.657 €	Succès : nombre important de visiteurs
23-avr.-13	bons de commande aux prestataires (édition livre, contacts Presse, etc.)	> contribution à la réalisation et à la publication du livre: 5.830 € > frais conférence de presse: 5.082 €	> conférence de presse bien suivie > succès du livre

le 5 juin 2013	bons de commande pour les prestations techniques (salle, catering, traduction simultanée)	> préparation en interne > coûts techniques (salle, catering, traduction simultanée) : 6.515€	Impressions positives des participants.
1 et 2 juillet 2013	bons de commande pour les prestations techniques (aménagement salle, catering, enregistrement vidéo)	> préparation en interne > coûts techniques (aménagement salle, catering, enregistrement vidéo) : 12.160€	
le 24 février 2014	Bons de commande pour les prestations techniques (salle, traduction simultanée, impression plaquette, contacts Presse, etc.)	> préparation en interne > coûts techniques (salle, traduction simultanée, impression d'une brochure, contacts Presse, etc.) : env. 30.000 €	à venir
5-févr.-13	sans objet	préparation en interne	Les Midis du Développement urbain font généralement l'objet d'un succès significatif, tant par le nombre de participants que par les répercussions ultérieures.
26-mars-13	idem	idem	
23-avr.-13	idem	idem	
23-mai-13	idem	idem	
22-oct.-13	idem	idem	
5-nov.-13	idem	idem	
19-déc.-13	idem	idem	
prévu pour printemps 2014	idem	idem	
prévu pour printemps 2014	idem	idem	
prévu pour printemps 2014	idem	idem	
prévu pour septembre 2014	idem	idem	
1/2 journée, le 3 février 2014	bons de commande pour les prestations techniques (salle, catering, etc.)	>préparation en interne >coûts techniques (salle, catering, etc.): env. 20.000€	

1 jour, le 10 février 2014	Réalisation à charge de l'ADT.	Convention BDU-ADT: 65.000 €	Succès: salle pleine, répercussions très positives
> Démarrage "papier" fin 2013/début 2014 > Démarrage internet fin janvier 2014 > Jusque fin février (grand public) et jusque 15 mars (institutions)	> Bons de commande pour les prestations techniques (impression, brochage, réalisation et impressions de cartes). > Pour le site internet: à charge de l'ADT	> impression, brochage, cartes, etc.: > site internet: ADT	La consultation est en cours.
ouvert depuis fin janvier 2014	à charge de l'ADT	à charge de l'ADT	Chiffres de fréquentation significatifs d'un intérêt du public.

**Antwoord op schriftelijke vraag nr. 663 van Volksvertegenwoordiger  
Vervoort betreffende de communicatiecampagne**

Elementen van de

Benaming "campagne"/publicatie/ colloquium/website/ enz.	Doelgroep	Media / Drager
<b>Publicaties :</b>		
> Overzicht van de Huisvestingsvergunningen(OHV) nr. 2	In hoofdzaak de overheids- en privé-actoren van de sector	> Website (stedenbouw.irisnet.be)
> OHV nr. 3	idem	> Website (stedenbouw.irisnet.be)
> Overzicht van het kantorenpark nr. 31 (Leegstand 2012)	idem	> Website (stedenbouw.irisnet.be) > publicatie papier
> Boek "Kantoren uit het verleden. Bewoners van vandaag" (resultaten van een studie over de reconversie van kantoren tot woningen)	Gespecialiseerd en breed publiek	Boek
> Overzicht van het kantorenpark nr. 32 (Vergunningen 2012)	idem	> Website (stedenbouw.irisnet.be) > publicatie papier
>Overzicht van het kantorenpark nr. 33 (Vergunningen 2013)	In hoofdzaak de overheids- en privé-actoren van de sector	> Website (stedenbouw.irisnet.be) > publicatie papier

> Overzicht van de productie-activiteiten nr. 2	idem	> Website (stedenbouw.irisnet.be) > publicatie papier
>Overzicht van de productie-activiteiten nr. 3	idem	> Website (stedenbouw.irisnet.be) > publicatie papier
<b>Websites / digitale media :</b>		
<b>Web- en portaalsite van BSO : www.stedenbouw.irisnet.be</b>	Het brede publiek	Website
<b>"BRUCIEL": vergelijkend beeldvormingsprogramma voor oude en hedendaagse foto's (1930-2012)</b>		
> Bruciel, de website: www.gis.irisnet.be/bruciel	Het brede publiek	Website
> Bruciel, interactieve terminal in de Sint-Gorikshallen	Het brede publiek	Interactieve terminal
<b>Colloquia, forums, evenementen, enz.</b>		
> Persvoorstelling van het boek"Waarheen met Brussel" verwezenlijkt op initiatief van de GOC.	Het boek richt zich in de eerste plaats tot een gespecialiseerd publiek, maar is verkrijgbaar in de boekhandel	> persconferentie > boek



>Intergewestelijk forum over de opvolging van het Interministerieel akkoord Ruimtelijke Ordening ondertekend door de 3 Gewesten in november 2012	Een honderdtal deelnemers, op uitnodiging/ gespecialiseerd publiek.	Forum (1 dag).
> "De 48 uren van het Kanaal"	Gespecialiseerd publiek, maar met een weerslag op het brede publiek via het evenement	Evenement/workshop
> 20 jaar Gewestelijke Ontwikkelingscommissie (GOC)	Gespecialiseerd publiek op uitnodiging	Colloquium van een halve dag in "SQUARE"
<b>Middagen van Brussel Stedelijke Ontwikkeling (en andere themagerichte presentaties voor het brede publiek)</b>		
BRUCIEL	Personeel GOB en gespecialiseerd publiek	Presentatie op het CCN (zaal IRIS ; duur 1u30)
>Overzicht van de Huisvestingsvergunningen(OH V) nr. 2	idem	idem
>Overzicht kantorenpark nr. 31	idem	idem
>Het Demografisch GBP	idem	idem
>Overzicht productie-activiteiten nr. 2	idem	idem
>Het nieuwe KANAALPLAN	idem	idem
>Overzicht kantorenpark nr. 2	idem	idem
>Overzicht van de Huisvestingsvergunningen(OH V) nr. 3	idem	idem
>Overzicht kantorenpark nr. 33	idem	idem
>BRUCIEL nr. 2	idem	idem
>Overzicht productie-activiteiten nr. 3	idem	idem
<b>Communicatie rond het GPDO</b>		
> Voorstelling van het GPDO aan het publiek	Het personeel van de GOB, de ION en de 19 gemeenten	Publiekspresentatie in "Flagey"

<p>&gt; Colloquium over het Ontwerp van GPDO</p>	<p>Gespecialiseerd publiek op uitnodiging</p>	<p>Colloquium in "Flagey"</p>
<p>&gt;Openbare raadpleging over het ontwerp van GPDO</p>	<p>&gt; enerzijds de gemeenten , instellingen en betrokkenen  &gt; anderzijds bewonersverenigingen en het brede publiek</p>	<p>&gt; enerzijds een drukversie van het GPDO en verdeling achteraf onder belangstellenden  &gt;anderzijds, inline plaatsen van het ontwerp van GPDO op de officiële website van het GPDO met raadplegingsformulier</p>
<p>&gt; Officiële website van het GPDO (www.gpdo.be)</p>	<p>Het brede publiek</p>	<p>Website</p>

**Legenwoordiger Fouad Ahidar aan Minister-President Rudi Verwilt in de domeinen waarvoor hij bevoegd is in 2013**

antwoord voor de DSP

Duur / Datums	Opdracht ? (criteria, enz.)	Kosten (budget, tijd, termijn)	Evaluatie
Verschenen in februari 2013	Bestelbonnen voor technische diensten (vertalingen, grafische vormgeving)	>Interne verwezenlijking >technische kosten (grafische vormgeving, vertaling) : ong. 3.000€	Positieve weerslag van het publiek
Verschijnt in februari 2014	Bestelbonnen voor technische diensten (vertalingen)	>Interne verwezenlijking >technische kosten (vertaling) : ong. 1.000€	idem
Verschenen in maart 2013	Bestelbonnen voor technische diensten (vertalingen, grafische vormgeving)	>Interne verwezenlijking >technische kosten (grafische vormgeving, vertaling) : ong. 1.500€ >drukwerk : GOMB/INVENTIMMO	Positieve weerslag van het publiek / Succes van de publicatie
Verschenen in april 2013	Onderhandelingsprocedure zonder bekendmaking (criterium beste verhouding kwaliteit / prijs)	Technische kosten grafische vormgeving en drukwerk : 25.506€	
Verschijnt in december 2013	Bestelbonnen voor technische diensten (vertalingen, grafische vormgeving, drukwerk)	>Interne verwezenlijking >technische kosten (grafische vormgeving, vertaling, drukwerk) : ong. 3.000€	idem
Verschijsing voorzien voor het voorjaar 2014	Bestelbonnen voor technische diensten (vertalingen, grafische vormgeving)	>Interne verwezenlijking >technische kosten (grafische vormgeving, vertaling) : ong. 1.500€ >Drukwerk : GOMB/INVENTIMMO	eerstdaags

Verschijnt in september 2013	Bestelbonnen voor technische diensten (vertalingen, grafische vormgeving)	>Interne verwezenlijking >technische kosten (grafische vormgeving, vertaling) : ong. 1.500€ >Drukwerk : GOMB/INVENTIMMO	eerstdaags
Verschijsing voorzien voor september 2014	Bestelbonnen voor technische diensten (vertalingen, grafische vormgeving)	>Interne verwezenlijking >technische kosten (grafische vormgeving, vertaling) : ong. 1.500€ >Drukwerk : GOMB/INVENTIMMO	eerstdaags
Sterke opgang sinds 2011/2012 ; bereikte een "normaal" format in 2013 ; permanente aanpassing en evaluatie		Interne verwezenlijking en samenwerking met het CIBG	Intensief bezochte website ; veel en positieve reacties
Duur onbeperkt / online plaatsen van de eerste versie op 5 februari 2013 / versie 2: voorjaar 2014	Samenwerking met CIBG/IRISTEAM (onderhandelingsprocedure zonder bekendmaking ; specifieke deskundigheid van het CIBG)	> versie 1: 16.675 € > versie 2: 20.742 €	Succes : groot aantal bezoekers
Duur onbeperkt / installatie februari 2013	Onderhandelingsprocedure zonder bekendmaking (zeer beperkt aantal mogelijke leveranciers)	5.657 €	Succes : groot aantal bezoekers
23-avr.-13	Bestelbonnen dienstverleners (uitgave boek, perscontact, enz.)	> Bijdrage tot de verwezenlijking en de publicatie van het boek : 5.830 € > Kosten persconferentie : 5.082 €	> Goed opgevolgde persconferentie > succes van het boek

05/06/13	Bestelbonnen voor technische diensten (zaal, catering, simultaanvertaling)	> Interne voorbereiding > technische kosten (zaal, catering, simultaanvertaling) : 6.515€	Positieve indruk van de deelnemers
1 en 2 juli 2013	Bestelbonnen voor technische diensten (inrichting zaal, catering, video-opname)	> Interne voorbereiding > technische kosten (inrichting zaal, catering, video-opname) : 12.160€	
24/02/14	Bestelbonnen voor technische diensten (zaal, catering, simultaanvertaling, drukwerk folder, perscontact)	> Interne voorbereiding > technische kosten (zaal, simultaanvertaling, drukwerk brochure, perscontact, enz. ) : ong. 30.000 €	eerstdaags
5-févr.-13	Zonder voorwerp	Interne voorbereiding	De Middagen van Brussel Stedelijke Ontwikkeling hebben doorgaans veel succes, zowel door het aantal deelnemers als op grond van latere reacties
26-mars-13	idem	idem	
23-avr.-13	idem	idem	
23-mai-13	idem	idem	
22-oct.-13	idem	idem	
5-nov.-13	idem	idem	
19-déc.-13	idem	idem	
Voorzien voor het voorjaar 2014	idem	idem	
Voorzien voor het voorjaar 2014	idem	idem	
Voorzien voor het voorjaar 2014	idem	idem	
Voorzien voor september 2014	idem	idem	
1/2 dag, 3 februari 2014	Bestelbonnen voor technische diensten (zaal, catering, enz.)	>Interne voorbereiding >technische kosten (zaal, catering, enz.): ong. 20.000€	Succes: ongeveer 200 deelnemers, zeer positieve reacties

1 dag, 10 februari 2014	Verwezenlijking ten laste van het ATO	Overeenkomst BSO-ATO : 65.000 €	Succes: volle zaal, zeer positieve reacties
<p>&gt; Start op "papier" eind 2013/begin 2014</p> <p>&gt; Start internet eind januari 2014</p> <p>&gt; tot eind februari (breed publiek) en tot 15 maart (instellingen)</p>	<p>&gt; Bestelbonnen voor technische diensten (drukwerk, bindwerk, verwezenlijking en drukwerk kaarten).</p> <p>&gt; Voor de website : ten laste van het ATO</p>	<p>&gt; Drukwerk, bindwerk, kaarten, enz.:</p> <p>&gt; website : ATO</p>	De raadpleging loopt
Beschikbaar sinds eind januari 2014	Ten laste van het ATO	Ten laste van het ATO	Bezoekersaantallen als aanwijzing voor de belangstelling van het publiek