

- L'intégralité du plan d'investissements est-il consultable par le citoyen, dans le cadre de la publicité de l'administration ? Dans l'affirmative, où ? Est-il également accessible via un site web ? Dans la négative, pourquoi pas ?

**Réponse :** Le Plan pluriannuel d'investissements pour les infrastructures sportives communales est un outil d'aide à la décision du Gouvernement. Ce Plan contient les souhaits communaux et les dossiers qui remplissent les critères d'octroi d'un subside. Grâce à cet outil, le Gouvernement peut évaluer l'entière des dossiers et accorder des subventions en ayant une vue d'ensemble.

Le Plan pluriannuel est utile car il permet aux communes de planifier leurs investissements. Il est évolutif, en fonction de l'évolution administrative des dossiers et des décisions communales. Le Plan pluriannuel n'est donc contraignant pour personne.

Lorsque le Gouvernement prend acte du Plan pluriannuel, l'administration de la Cocof communique à chaque commune la partie qui la concerne. En effet, il n'apparaît pas opportun de diffuser l'entière du Plan à chaque commune. La raison est simple. Comme il s'agit d'un outil évolutif, indicatif et non décisionnel à l'attention du Gouvernement, il n'est pas nécessaire d'en faire la publicité dans l'entière des communes. D'ailleurs, la circulaire du 18 juillet 2002 relative à l'octroi de subsides destinés à encourager les investissements en infrastructures sportives ne le stipule pas non plus.

Par contre, je vous rejoins dans l'idée de diffuser l'information au public une fois le subside accordé. Je travaille pour le moment à un recensement de toutes les infrastructures sportives bruxelloises qu'elles soient communales, régionales, communautaires ou privées et compte bien mettre ces informations à la disposition des citoyens dès que possible.

**Secrétaire d'État chargé de la Mobilité,  
de la Fonction publique,  
de l'Égalité des Chances et  
de la Simplification administrative**

Question n° 161 de M. Jef Van Damme du 10 juin 2011 (N.) :

***Le coût des campagnes menées.***

En votre qualité de secrétaire d'État, vous avez déjà organisé de très nombreuses campagnes en Région de Bruxelles-Capitale. Ce 24 mai, vous avez lancé votre dernière campagne : « Les 20 millions de kilomètres ». Nous savons tous que les campagnes de grande envergure coûtent beaucoup d'argent et peuvent donc peser sur votre budget. Je m'inquiète dès lors du coût de cette campagne.

C'est la raison pour laquelle je voudrais vous poser les questions suivantes :

- Wordt het volledige investeringsplan ter inzage gelegd voor de burger, in het kader van openbaarheid van bestuur ? Zo ja, waar ? Kan dit ook op een website ? Zo niet, waarom niet ?

**Antwoord :** Het Meerjareninvesteringsplan voor de gemeentelijke sportinfrastructuur is een hulpmiddel bij de beslissing van de Regering. Dit plan bevat de wensen van de gemeenten en de dossiers die voldoen aan de toekenningscriteria van een subsidie. Dankzij dit hulpmiddel kan de Regering alle dossiers evalueren en subsidies toekennen, waarbij zij een zicht heeft op het geheel.

Het Meerjarenplan is nuttig want het laat de gemeenten toe hun investeringen te plannen. Het is veranderlijk, in functie van de administratieve evolutie van de dossiers en van de gemeentelijke beslissingen. Het Meerjarenplan is dus voor niemand dwingend.

Wanneer de Regering kennis neemt van het Meerjarenplan, deelt de administratie van de Franse Gemeenschapscommissie aan elke gemeente het gedeelte mee dat op deze betrekking heeft. Het lijkt immers niet opportuun om het volledige Plan bij alle gemeenten te verdelen. Om de eenvoudige reden dat aangezien het gaat om een veranderend, informatief en niet-beslissend instrument ter attentie van de Regering, het niet nodig is om het in alle gemeenten te publiceren. Overigens bepaalt de omzendbrief van 18 juli 2002 betreffende de toekenning van toelagen voor de bevordering van investeringen in gemeentelijke sportinfrastructuur dit evenmin.

Ik sluit mij daarentegen aan bij uw idee om de informatie aan het publiek te verdelen eenmaal de subsidie werd toegekend. Ik werk momenteel aan een inventarisering van alle Brusselse sportinfrastructuren, zowel de gemeentelijke, de gewestelijke als de gemeenschappelijke en de privé-infrastructuren en zal deze informatie zo spoedig mogelijk ter beschikking stellen van de burgers.

**Staatssecretaris belast met Mobiliteit,  
Openbaar Ambt,  
Gelijke Kansen en  
Administratieve Vereenvoudiging**

Vraag nr. 161 van de heer Jef Van Damme d.d. 10 juni 2011 (N.) :

***De kostprijs van de uitgevoerde campagnes.***

U heeft in uw hoedanigheid als staatssecretaris in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest al heel wat campagnes georganiseerd. Op 24 mei heeft u uw laatste nieuwe campagne gelanceerd : « 20 miljoen kilometer ». We weten allemaal dat grootschalige campagnes heel wat geld kosten, en dus best wel eens kunnen doorwegen op uw budget. Ik ben dan ook bezorgd over hoeveel deze campagne gekost heeft.

Daarom mijn vragen :

1. Quel est le coût total de la campagne « Les 20 millions de kilomètres » ?

2. Pouvez-vous nous donner le détail des dépenses suivantes :

- site web;
- application smart phone;
- conférence de presse itinérante;
- publicité et promotion;
- publications;
- mascotte Jamal;
- événements;
- autres postes de dépenses ? (merci de préciser)

**Réponse :** Cette campagne fait partie du plan vélo du gouvernement, en particulier en ce qui concerne la fiche 4.2 « Campagnes de communication et moments de promotion », récemment présenté. Dans ceci figure que nous organisons une campagne annuelle à grande échelle pour les moyens de transport, dont le vélo, de mai à septembre.

Le coût total de la campagne « 20 millions de kilomètres de Bruxelles » s'élève à 231.349 EUR (hors TVA).

Plus de détails des dépenses ci-dessous. Tous les budgets sont hors TVA.

- Site web : 35.000 EUR.
- Application Smart-phone : 31.856 EUR.
- Conférence de presse mobile : 4.217 EUR.
- Publicité et promotion : 130.131 EUR.
- Publications : pas de publications isolées dans les médias écrits, mais bien des affiches et des dépliants (cela tombe dans la catégorie Publicité & Promotion).
- Mascotte Jamal : 5.905 EUR.
- Événements : 6.000 EUR.
- Autres dépenses : concept créatif : 18.240 EUR.

Ainsi, cette campagne, avec son budget accordé, est dans la lignée des campagnes précédentes qui ont été coordonnées avec des objectifs semblables (genre sensibilisation) par Bruxelles Mobilité.

**Question n° 162 de M. Serge de Patoul du 10 juin 2011 (Fr.) :**

***Le jour du télétravail au ministère de la Région bruxelloise.***

Dans le cadre de l'interpellation faite en commission des Affaires économiques le 1<sup>er</sup> juin 2011 des questions de gestion et d'organisation du ministère de la Région bruxelloise ont été posées dans la perspective de la mise en œuvre du télétravail. Des aspects pragmatiques n'ont pas pu recevoir de réponses. Il est vrai

1. Wat is de totale kostprijs van de campagne « 20 miljoen kilometer » ?

2. Kunt u een detail geven van volgende uitgaven :

- website;
- smart-phone applicatie;
- wandelende persconferentie;
- reclame en promotie;
- publicaties;
- mascotte Jamal;
- events;
- andere uitgaveposten ? (gelieve te presiceren)

**Antwoord :** Deze campagne maakt deel uit van het onlangs voorgestelde fietsplan van de regering, in het bijzonder met de betrekking tot de fiche 4.2 « Communicatiecampagnes en promotiemomenten ». Daarin staat opgenomen dat we een jaarlijkse grootschalige campagne voor actieve vervoerswijzen, waaronder de fiets, organiseren van mei tot september.

De totale kostprijs van de campagne « 20 miljoen Kilometer van Brussel » bedraagt 231.349 EUR (exclusief btw).

Hieronder meer details over de gevraagde uitgaven. Alle budgetten zijn exclusief btw.

- Website : 35.000 EUR.
- Smart-phone applicatie : 31.856 EUR.
- Wandelende persconferentie : 4.217 EUR.
- Reclame en promotie : 130.131 EUR.
- Publicaties : geen aparte publicaties in printmedia, wel affiches en flyers (valt onder Reclame & Promotie).
- Mascotte Jamal : 5.905 EUR.
- Events : 6.000 EUR.
- Andere uitgave posten : Creatief concept : 18.240 EUR.

Hiermee ligt deze campagne met haar toegekende budget in de lijn van vorige campagnes die met vergelijkbare doelstellingen (type sensibilisering) door Brussel Mobiel werden gecoördineerd.

**Vraag nr. 162 van de heer Serge de Patoul d.d. 10 juni 2011 (Fr.) :**

***Telewerkdag in het ministerie van het Brussels Gewest.***

In het kader van de interpellatie tijdens de vergadering van de commissie voor de economische zaken van 1 juni 2011 werden vragen gesteld over het beheer en de organisatie van het Ministerie van het Brussels Gewest met het oog op de invoering van telewerk. Een aantal vragen over de praktische aspecten kon