



Question n° 118 de FOURNY Dimitri

à DAERDEN Michel -- Ministre du Budget, des Finances et de l'Équipement

N° : 118 (2007-2008) 118

Réception : 09 janvier 2008

Echéance : 30 janvier 2008

Matière : Travaux publics - Routes - Autoroutes -

Objet : Campagnes publicitaires le long des autoroutes.

Question écrite

Régulièrement, de nouvelles affiches apparaissent le long de nos autoroutes. Campagnes de sécurité, campagnes de propreté, ... divers thèmes sont ainsi abordés.

Monsieur le Ministre peut-il me préciser de quelle manière ces campagnes sont mises sur pied : choix du thème, communication, choix du support, financement, ... ?

Quel est le budget qui y est consacré chaque année, depuis 2005 ?

Quel est le mode d'évaluation de ces campagnes ?

Réponse

En réponse à sa question, j'informe l'honorable Membre que les 400 panneaux situés le long des autoroutes et des voies rapides constituent un des vecteurs majeurs pour les campagnes d'information et de prévention en région wallonne.

Organisées mensuellement et alternativement par les autorités fédérales et régionales, à travers l'Institut belge de Sécurité routière et le MET, les campagnes de sécurité routière se révèlent des outils de prévention et de sensibilisation importants, permettant de contribuer à la modification de comportements des usagers de la route.

Pour ce qui est de la conception graphique des affiches, un appel d'offres public est lancé tous les 12 à 18 mois. Ce marché porte généralement sur 6 à 10 campagnes.

On constate que ces marchés suscitent généralement un grand intérêt de la part des sociétés de communication, car il y a en moyenne une douzaine de candidats qui déposent une offre.

Le cahier spécial des charges renseigne les thèmes à aborder lors de ces campagnes.

Au moment du dépôt de leur offre, les sociétés de communication présentent généralement deux à trois esquisses permettant de visualiser leur proposition graphique pour les campagnes.

Chacune des sociétés répondant aux conditions minimales du marché est auditionnée par un jury composé de représentants de l'Administration des routes et de mon cabinet.

Le choix final s'effectue sur base des critères définis au cahier spécial des charges dont généralement le prix et la qualité graphique en relation avec les thèmes à aborder.

Outre le marché de conception, il convient également de noter qu'il faut prendre en compte l'impression des affiches (dont quelques exemplaires en allemand), ainsi que leur collage.

Au total, une campagne coûte ainsi de l'ordre de 25 000 euros.

Quant au choix des thèmes, ils portent principalement autour de la sécurité routière et de l'image du réseau routier wallon. Ils concernent généralement des actions précises menées par les différents services de la Région en ces matières.

Dissocier précisément l'impact de chaque vecteur de communication est difficile. L'analyse de celui-ci est effectuée d'abord par la firme conceptrice, ainsi que par mon administration. Un des indicateurs est sans doute le nombre et la teneur des commentaires formulés par le public, soit auprès de mon Cabinet, soit auprès de mon administration.