

Vos interventions – CC du 21/09/2015 – M. FRANCOIS

Mondelinge vraag van de heer Van den Driessche betreffende de invoering van het nieuwe logo van de stad

Question jointe de M. François

De heer Van den Driessche.- Mijnheer de burgemeester, uit de door de BBDO verrichte studie blijkt dat er slechts een bevraging gebeurd is in Brussel-stad en in het buitenland. De rest van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en van het land werd niet bevraged. Is dat normaal en om welke redenen is er geen bevraging gebeurd omtrent die laatste twee actoren?

Uit de studie blijkt dat het de bedoeling is het nieuwe logo te gebruiken voor de “prettige kant” van de activiteiten van de stad, bijvoorbeeld de culturele activiteiten, en het bestaande logo voor de minder prettige kant van de stad zoals parkeerboetes. Vindt u dat een opportune benadering? Op welke wijze zal die lijst opgesteld worden en wie zal wat bepalen? Kunnen we daar een overzicht van krijgen? Is het de bedoeling dat die lijst in de toekomst bij coalitiegesprekken deel zal uitmaken van de onderhandelingen zodat elke coalitiepartner evenwichtig aan bod komt?

Welk logo zal worden gehanteerd inzake retributies? Wat betreft de vergunningen, wordt er overwogen om het nieuwe logo te gebruiken voor de goedgekeurde vergunningen en het bestaande logo voor de geweigerde vergunningen?

Vindt u het normaal dat voor zulke aangelegenheid de uitvoering reeds gebeurd is vooraleer het schepencollege een beslissing heeft genomen?

M. François.- Je souhaiterais des précisions quant à l'éventuel effet domino que pourrait avoir le choix d'un nouveau logo sur le plan budgétaire. Je prends pour exemple le subsidie de 20.000 € alloué à Prosport pour la déclinaison du nouveau

logo sur son matériel de communication.

La Ville a-t-elle prévu d'autres frais de ce type pour d'autres associations de la Ville ? Dans l'affirmative, le coût du nouveau logo serait bien plus élevé qu'annoncé.

De Burgemeester.- Mijnheer Van den Driessche, het communicatiebureau BBDO heeft heel wat interviews afgenomen in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. De ondervraagden bestonden uit een groot aantal Belgen en buitenlanders waaronder Nederlandstaligen, Franstaligen, Engelstaligen, toeristen, officiële instellingen, het politieke niveau, journalisten, ondernemingen, enzovoort.

Er is, gespreid over een aantal maanden, een geleidelijke overgang gepland. De communicatie naar de burger valt onder citymarketing en zal stapsgewijs worden geharmoniseerd.

De keuze werd door het College gemaakt op basis van een eerste presentatie. Deze presentatie werd in februari 2015 gegeven door beroepsmensen uit de sector die hier een mandaat voor hadden.

Monsieur François, nous avons demandé aux associations de changer le logo au fil des renouvellements de matériel. Il n'y aura donc pas de dépenses supplémentaires.

Je rappelle que l'emblème de la Ville reste inchangé. Le logo n'est utilisé que dans le cadre du city marketing.

De heer Van den Driessche.- Mijnheer de burgemeester, er staat in die studie wel heel duidelijk dat het bestaande logo van de stad voor bepaalde zaken zal worden gebruikt en het nieuwe logo voor andere zaken.

Het College heeft pas op 10 september een beslissing genomen en niet in februari.

Dat is nog na de gemeenteraad waarin u beweerd hebt dat de beslissing al gevallen was. Ik begrijp dat niet goed.

Ik zie dat u niet van plant bent om hier een antwoord op te geven.

De Burgemeester.- Ik had al een antwoord gegeven op uw vragen. U stelt nu nieuwe vragen en ik zal daar niet op antwoorden.
