

GEMEENSCHAPS- EN GEWESTREGERINGEN
GOUVERNEMENTS DE COMMUNAUTE ET DE REGION
GEMEINSCHAFTS- UND REGIONALREGIERUNGEN

VLAAMSE GEMEENSCHAP — COMMUNAUTE FLAMANDE

MINISTERIE VAN DE VLAAMSE GEMEENSCHAP

[C – 2006/35207]

**16 DECEMBER 2005. — Besluit van de Vlaamse Regering
houdende de goedkeuring van het project 'Milieukoopwijzer, een milieuvriendelijke aankoopgids
voor grootverbruikers'**

De Vlaamse Regering,

Gelet op het decreet van 23 januari 1991 tot oprichting van het Fonds voor Preventie en Sanering inzake Leefmilieu en Natuur als Gewestdienst met Afzonderlijk Beheer;

Gelet op het decreet van 24 december 2004 houdende de goedkeuring van de uitgavenbegroting van de Vlaamse Gemeenschap voor het begrotingsjaar 2005;

Gelet op het decreet van 24 juni 2005 houdende de aanpassing van de uitgavenbegroting van de Vlaamse Gemeenschap voor het begrotingsjaar 2005;

Gelet op de bepalingen van het koninklijk besluit van 26 april 1968 tot inrichting en coördinatie van de controle op de toekenning en de aanwending van de toelagen;

Gelet op het koninklijk besluit van 17 juli 1991 houdende coördinatie van de wetten op de rijkscomptabiliteit, inzonderheid de artikelen 12 en 55 tot en met 58;

Gelet op het Besluit van de Vlaamse Regering van 27 juli 2004 tot bepaling van de bevoegdheden van de leden van de Vlaamse Regering, gewijzigd bij besluit van 15 oktober 2004;

Gelet op het begrotingsakkoord van 7/12/05, door de Vlaamse minister bevoegd voor Begroting;

Op voorstel van de Vlaamse minister van Openbare Werken, Energie, Leefmilieu en Natuur;

Na beraadslaging,

Besluit :

Artikel 1. Voor het project 'Milieukoopwijzer : een milieuvriendelijke aankoopgids voor grootverbruikers', dat loopt gedurende een periode van 18 opeenvolgende kalendermaanden, wordt aan de Bond Beter Leefmilieu een subsidie toegekend ten bedrage van maximaal honderdenachtduizend vierhonderd vijftig euro (108.450 euro).

Ten aanzien van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap treedt de Bond Beter Leefmilieu op als verantwoordelijke en is volledig hoofdelijk aansprakelijk, met dien verstande dat dit vervalt op het moment dat het project definitief wordt opgeleverd.

Bij de uitvoering van het project door de BBL dient te worden vermeld dat het project wordt gesubsidieerd door het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap.

Op elke publicatie die wordt verspreid in verband met het project dient het logo van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap duidelijk te worden aangebracht.

De gedetailleerde projectomschrijving met precieze arbeidsbesteding wordt opgenomen als bijlage 1 van dit besluit.

De gedetailleerde begroting van het project wordt opgenomen als bijlage 2 van dit besluit.

Het gedetailleerde tijdschema wordt opgenomen als bijlage 3 van dit besluit.

De nota met het voorstel van communicatiestrategie aansluitend bij de aandachtspunten van de Inspectie van Financiën wordt opgenomen als bijlage 4 van dit besluit.

Art. 2. De in artikel 1 vermelde subsidie ten bedrage van maximaal 108.450 euro wordt geïmputeerd op artikel 361B3305 'subsidies met betrekking tot informatie/sensibilisering, natuur- en milieueducatie en natuurtechnische milieubouw' van het Minafonds lastens de begroting 2005.

Art. 3. De uitbetaling van de subsidie gebeurt als volgt :

1. 1^e schijf, zijnde 20 % van de toegekende subsidie na het geven van het bevel van aanvang aan de Bond Beter Leefmilieu;

2. 2^e schijf, zijnde maximaal 30 % van de toegekende subsidie na de evaluatie en goedkeuring van '(1) communicatieplan, werkplan onderhoud en evaluatieplan, (2) evaluatie oproep actieve begeleiding doelgroepen,(3) aanmaak 'doelgroepgerichte pagina's' door de stuurgroep (stuurgroep 2) en dit afhankelijk van de uitgevoerde prestaties. De 2^e schijf van 30 % van de toegekende subsidie wordt uitbetaald indien het totaal van de verantwoorde en aanvaarde uitgaven hoger of gelijk is 75 % van de 1^e schijf.

3. 3^e schijf, zijnde maximaal 30 % van de toegekende subsidie na de evaluatie en goedkeuring van het tussentijds evaluatie-rapport, de oproep voor begeleiding van leveranciers en de selectie daarvan, de algemene evaluatie van de actualisatie van de website' door de stuurgroep (stuurgroep 5) en dit afhankelijk van de uitgevoerde prestaties; de 3^e schijf van 30 % van de toegekende subsidie wordt uitbetaald indien het totaal van de verantwoorde en aanvaarde uitgaven hoger of gelijk is aan de som van de 1^e schijf + 75 % van de 2^e schijf.

4. Het saldo, zijnde maximaal 20 % van de toegekende subsidie na de goedkeuring van het totaalproject door de laatste stuurgroep (stuurgroep 6) en na de goedkeuring van de financiële eindafrekening.

De uitbetaling van de eerste schijf van de subsidie zal gebeuren na schriftelijke aanvraag van de Bond Beter Leefmilieu.

De uitbetaling van de 2^e en volgende schijven van de subsidie, met uitzondering van het saldo, zal gebeuren na schriftelijke aanvraag door de Bond Beter Leefmilieu en na voorlegging van de nodige bewijsstukken tot staving van de gemaakte kosten eventueel beperkt tot de werkelijk gedane uitgaven (in tweevoud).

Het saldo van de subsidie zal worden uitbetaald na schriftelijke aanvraag van de Bond Beter Leefmilieu en na voorlegging van het eindverslag en alle verantwoordingsstukken in verband met de nog niet aanvaarde kosten bij uitbetaling van vorige schijven (in tweevoud). De uitbetaling van het saldo zal voor advies worden voorgelegd aan de Inspectie van Financiën.

Indien blijkt dat de voorwaarden waaronder de subsidie werd verleend niet werden nageleefd of dat de subsidie niet werd aangewend voor de doeleinden waarvoor ze werd verleend, moet de subsidie voor het betwiste gedeelte terugbetaald worden binnen de 14 kalenderdagen nadat de BBL hierom werd verzocht door de bevoegde minister.

Art. 4. Binnen de rubrieken werkingskosten en personeelskosten van de begroting kunnen er zonder voorafgaandelijke toestemming van de administratie, mits rapportering ervan bij de schriftelijke aanvraag tot vrijgave van een schijf of het saldo van de projectsubsidie, overhevelingen gebeuren tussen individuele kostensoorten indien het bedrag van de overheveling maximaal 20 % bedraagt van het totaal voorziene bedrag van de individuele kostensoort in de begroting.

Voor overhevelingen van in totaal meer dan 20 % is er een voorafgaandelijke schriftelijke toestemming nodig van het afdelingshoofd van de afdeling Algemeen Milieu- en Natuurbeleid.

Tussen de rubrieken werkingskosten en personeelskosten kunnen er overhevelingen gebeuren zonder voorafgaandelijke toestemming van de administratie, mits rapportering ervan bij de schriftelijke aanvraag tot vrijgave van een schijf of het saldo van de projectsubsidie indien het bedrag van deze overhevelingen maximaal 10 % bedraagt van de totale voorziene bedragen van deze rubrieken in de begroting. Voor overhevelingen van in totaal meer dan 10 % is er een voorafgaandelijke schriftelijke toestemming nodig van het afdelingshoofd van de afdeling Algemeen Milieu – en Natuurbeleid.

Art. 5. Het project 'Milieukoopwijzer: een milieuvriendelijke aankoopgids voor grootverbruikers' loopt gedurende een periode van 18 opeenvolgende kalendermaanden. De startdatum van het project zal worden bepaald in een afzonderlijk bevel van aanvang. Gedurende de vakantieperiode kan er, mits onderlinge toestemming tussen de administratie en BBL, een schorsingsperiode worden ingebouwd.

Art. 6. Strategische doelstellingen

Als milieuvriendelijke aankoopgids met een brede waaier aan producten en leveranciers is de Milieukoopwijzer als instrument goed te kaderen in het ruimere perspectief van Duurzame Ontwikkeling (cfr. Beleidsnota 2004-2009 Duurzame Ontwikkeling, Beleidsnota Leefmilieu en Natuur 2004-2009, ontwerpdocument Vlaamse Strategie Duurzame Ontwikkeling): de aandacht voor de ecologische pijler vertaalt zich in het aanbod van milieuvriendelijke producten en de sensibilisering om sparend om te gaan met natuurlijke grondstoffen; spaarzaam omgaan met onvervangbare grondstoffen is verder de voorwaarde voor een rechtvaardiger mondiale herverdeling van natuurlijke rijkdommen, waardoor het sociaal aspect wordt meegenomen; omdat opname van leveranciers niet-limitatief is en vooral via het overlegmodel werkt, werkt dit instrument ook economisch stimulerend: het versterkt de marktpositie van de deelnemende bedrijven door hun milieuvriendelijk imago uit te dragen en het kan bedrijven ertoe aanzetten om hun milieuvriendelijk aanbod te verhogen en innovatieve alternatieven op de markt te brengen.

Duurzame ontwikkeling hecht ook veel waarde aan betrokkenheid van middenveldorganisaties en benadrukt het belang van het verder bouwen op reeds lopende processen (liever dan tijd en energie te verliezen door het opstarten van nieuwe initiatieven): het project wordt uitgevoerd door de koepel van de natuur- en milieuverenigingen en kan aldus ook rekenen op permanente bekendmaking via de geëigende kanalen van het middenveld. De Milieukoopwijzer, die bijna vier jaar loopt, is intussen ingebed geraakt in en werkt ondersteunend voor verschillende milieuzorgprogramma's in functie van de 3 beoogde doelgroepen: MOS (Milieuzorg op School) naar de onderwijswereld, de Samenwerkingsovereenkomst (interne milieuzorg niveau 1) naar de lokale besturen, en IMZ naar administratieve entiteiten van de Vlaamse overheid.

Beleidsnota Duurzame Ontwikkeling 2004-2009: 'Het regeerakkoord van de huidige Vlaamse Regering bevestigt ook het engagement voor een buitenlands beleid gericht op duurzame ontwikkeling: « We zullen een actieve bijdrage leveren ... aan de Europese en internationale engagementen inzake duurzame ontwikkeling » (p.13)

UNECE-Strategie van Educatie voor Duurzame Ontwikkeling: op de High-Level Meeting in Vilnius (maart 2005) hebben alle lidstaten van de UNECE, waaronder België, deze strategie en het eraan gekoppelde implementatieplan aangenomen. Op deze manier schakelt België zich ook in in de Decade voor Educatie voor Duurzame Ontwikkeling (2005-2014) van de UNESCO. Het MOS-project en de Milieukoopwijzer als ondersteunend instrument leveren hieraan een wezenlijke bijdrage.

De Milieukoopwijzer sluit ook aan bij een reeks beleidsteksten.

— Beleidsnota Leefmilieu en Natuur 2004-2009 (p. 18): 'In de fase van beleidsuitvoering spelen sociale instrumenten vnl. een ondersteunende en aanvullende rol t.o.v. juridische en economische instrumenten. De Vlaamse overheid maakt er veelvuldig gebruik van om het milieubewustzijn van individuen of groepen te vergroten met het oog op de vermindering van de milieubelasting van hun activiteiten'... 'Er is een belangrijke werking rond natuur- en milieueducatie gegroeid, zowel gericht naar het onderwijs als naar burgers of specifieke doelgroepen. Sensibiliseringscampagnes moeten burgers aanzetten tot afvalpreventie, tot rationeel energie- en watergebruik.... Procesbegeleiding om projecten meer in interactie met alle betrokkenen te laten ontstaan, krijgt meer en meer aandacht.' « Er zijn diverse vormen van sociale instrumenten, gaande van communicatie, informering, sensibilisering, voorlichting en beleidsvoorlichting, educatie,... Binnen het niveau van het Vlaamse Gewest zijn meerdere domeinen betrokken – zeker bij het instrument educatie en vorming – en binnen het milieubeleidsdomein zijn meerdere beleidsvelden actief. Aangestipt moet worden dat het inzetten van deze instrumenten dikwijls ook heel arbeidsintensief is, wil men tot kwaliteitsvolle communicatieprocessen komen. De instrumenten communicatie, informering, sensibilisering, voorlichting en educatie worden ingezet om milieuproblemen, milieubeleid of milieuooplossingen te verduidelijken en de kennis in dit verband te verbreiden. Naast deze instrumentele inzet kan er ook sprake zijn van een pedagogische inzet van sociale instrumenten – gericht op het beïnvloeden van attitudes. Het accent wordt wat dit betreft evenwel gelegd bij de samenwerking met andere beleidsdomeinen, zoals wetenschapsbeleid, beroepsvorming en – voorlichting, cultuur en onderwijs. » (pag. 59-60)

— Inzake afvalstoffenbeleid geldt het voorkomen van afvalstoffen nog steeds als eerste prioriteit, wat aansluit bij het preventiebeginsel en het 'brongerichtheid'beginsel, waarop de beleidsvisie van Leefmilieu steunt (beleidsnota Leefmilieu en Natuur 2004-2009: 6.3.4 en 5.2, MBP 2003-2007 project 11)

— Zowel het Regeerakkoord 2004 (p. 7e.a.) als de Beleidsnota Leefmilieu en Natuur 2004-2009 (p. 25 e.a.) wijzen op de 'meedoengedachte': 'Anderzijds moet de overheid de burger en het bedrijfsleven, in het kader van de 'meedoengedachte' ook wijzen op de eigen verantwoordelijkheid: milieubescherming is een zaak en verantwoordelijkheid van allen, niet alleen van de overheid'. 'Om dat te verzekeren moet milieuzorg nog meer structureel verankerd worden in de organisatie. Milieucriteria moeten mee opgenomen worden in o.m. beheersovereenkomsten en bestekken en elke entiteit moet in de uitvoering van haar taken rekening houden met de mogelijke milieu-impact'. De Milieukoopwijzer is een instrument waarmee de bezoeker zelf zijn volledige proces tot milieuvriendelijke gedragsverandering kan sturen: van informatie omtrent keuzes tot het daadwerkelijk milieuvriendelijk aankopen.

— Zowel het Regeerakkoord 2004 (p. 13) als de Beleidsnota Leefmilieu en Natuur 2004-2009 (6.3.8) wijzen op het belang van een innovatief milieubeleid. 'Uit afwegingen tussen de draagkracht van de beschikbare milieugebruiksruimte op onze planeet in verhouding tot de bevolkingsevolutie en bestaande of nagestreefde productie- en consumptiepatronen, komt de nood naar voor aan innovatieve sprongen.' Een instrument als de Milieukoopwijzer kan door te wijzen op het klantenpotentieel de bedrijfswereld stimuleren tot het versneld zoeken naar milieuvriendelijke alternatieven.

— De Milieukoopwijzer werkt ondersteunend voor IMZ van de Vlaamse overheid en de Samenwerkingsovereenkomst met lokale besturen. Hierdoor draagt hij bij aan de voorbeeldfunctie van de overheid (Regeerakkoord 2004 p. 73): 'we geven het goede voorbeeld en kopen milieuvriendelijke producten, geproduceerd in menswaardige omstandigheden, aan vergelijkbare kostprijs en met een gelijkwaardige levensduur.' (cfr. MBP 2003-2007: project 37 IMZ in het ministerie van de Vlaamse Gemeenschap en de Vlaamse openbare instellingen, en project 31 Aanspreekpunt Lokale Overheden).

Operationele doelstellingen

De Milieukoopwijzer wil bijdragen tot de effectieve vermindering van de afvalberg, de verontreiniging door afvalstoffen en tot de effectieve afname van energie- en waterverbruik door:

- actuele, concrete en praktische informatie aan te bieden rond milieusparende producten en hun leveranciers;
- aankoopverantwoordelijken van grootverbruikers van de doelgroepen onderwijs, lokale besturen, administraties verder aan te sporen om minder te consumeren en waar mogelijk op basis van wetenschappelijk onderbouwde productinformatie en vlot toegankelijke leveranciersgegevens te kiezen voor milieusparende alternatieven;
- minstens vier nieuwe doelgroepen (jeugdsector, toeristische sector, socio-culturele sector en verzorgingsinstellingen) op aangepaste wijze te benaderen (zie bijkomende nota voorstel van communicatiestrategie' in bijlage 4);
- leveranciers ertoe te brengen om hun aanbod milieusparende producten uit te breiden.

Art. 7. Omschrijving van het project:

In deze verlenging zijn enerzijds de voortdurende actualisatie en onderhoud van de website en anderzijds uitvoerige communicatie met een bijzonder begeleidingsprogramma om het brede gebruik van de website in te brengen, absoluut prioritair.

— Permanente actualisatie van het bestaande materiaal van de website: de website Milieukoopwijzer bevat heel wat concrete product- en leveranciersinformatie die actueel moet blijven om haar waarde niet te verliezen. Ook de criteria, rangorde en informatie van de website moeten aangepast waar nodig.

— Verbreding naar grootverbruikers: de website wordt nu reeds geraadpleegd door andere dan de drie huidige doelgroepen (scholen, lokale besturen en administraties). Een verbreding naar grootverbruikers' met specifieke invalshoeken voor de verschillende deelgroepen is een van de kerndoelstellingen. Dit vereist zowel technische als inhoudelijke aanpassingen.

— Bevorderen van brede inburgering van het gebruik van de website via een gedifferentieerde communicatiestrategie: naast veeleer klassieke communicatie-instrumenten tevens via een actief begeleidingprogramma: het project zal actief begeleiden bij het milieusparend heroriënteren van het aankoopbeleid van de doelgroepen en het uitbreiden van het milieusparend productgamma van de leveranciers. Op communicatief vlak worden een aantal bestaande middelen verder uitgebouwd, maar ook een reeks nieuwe initiatieven ingevoerd. Zo komt er bijvoorbeeld meer nadruk op communicatie naar de leveranciers en fabrikanten.

— De bestaande monitoring (schriftelijke enquête bij gebruikers en leveranciers, maandelijkse meting bezoekers van de website,...) van de milieukoopwijzer wordt gehandhaafd en uitgebreid voor de nieuwe doelgroepen.

Het marktonderzoek dat met de verdere ontwikkeling van de website gepaard gaat, is onderworpen aan volgende vereisten:

— nastreven van volledigheid door iedereen dezelfde kansen te geven om te participeren. Hiertoe wordt een brede mailing opgezet naar enkele honderden bedrijven met e-post herinnering/telefonische opvolging. De mailing gebeurt na contact vooraf met de koepelorganisaties of federaties;

— het vastleggen van de criteria gebeurt na afspraak binnen de stuurgroep en na ruggespraak met federaties (of enkele leden, waar geen federatie aanwezig is), het Europees Milieubureau (EEB), European Partners for the Environment (EPE), het Onderzoeks- en informatiecentrum van de Verbruikersorganisaties (OIVO);

— voorafgaand aan de lancering van het aanbod op de website krijgen de deelnemende bedrijven en federaties de kans om de aangemaakte informatie na te kijken op de nog niet-gepubliceerde website op het net en krijgen recht van wederwoord;

— de internet-koopwijzer is een open aanbod aan de bedrijfswereld. Dit wordt ook concreet gemaakt door de regelmatige actualisering van de informatie. Bij de bekendmaking en lancering van de website wordt dan ook om een reactie, opmerkingen en aanvullingen gevraagd;

— de reeks opgenomen bedrijven is niet-limitatief; indien nog niet vermelde bedrijven opgenomen willen worden, kunnen ze zich kandidaat stellen.

Voorname instrumenten:

- de website van de milieukoopwijzer technisch en inhoudelijk aangepast en uitgebreid, als informatiedrager;
- 2 CD-ROMs met power-point-presentaties: één voor beurzen en één voor workshops, geactualiseerd;
- een folder en affiche om de naambekendheid te blijven vergroten;
- voor andere communicatiemiddelen zie het projectvoorstel.

Art. 8. Het project zal worden begeleid door een stuurgroep.

Deze stuurgroep zorgt voor de inhoudelijke opvolging van het project.

Deze stuurgroep is samengesteld als volgt :

- 2 vertegenwoordigers van Aminabel;
- 1 vertegenwoordiger van OVAM;
- 1 vertegenwoordiger van OVAM-Stip;
- 1 vertegenwoordiger van het Departement Onderwijs;
- 4 adviseurs : vertegenwoordigers van de verschillende onderwijskoepels (OVSG, VSKO, Provinciaal Onderwijs, Gemeenschapsonderwijs);
- 1 vertegenwoordiger van Administratie Logistiek Management;
- 1 vertegenwoordiger van Centrale Cel Milieuzorg bij de Vlaamse Overheid;
- 1 vertegenwoordiger van Centraal Aanspreekpunt Lokale Overheden Aminal;
- 1 vertegenwoordiger van VVSG;
- 1 vertegenwoordiger van VVP;
- 1 vertegenwoordiger van ANRE;
- 1 vertegenwoordiger van VMM;
- 1 vertegenwoordiger van de doelgroep jeugdwerk;
- 1 vertegenwoordiger van de toeristische sector;
- 1 vertegenwoordiger van de doelgroep verzorgingsinstellingen;
- 1 vertegenwoordiger van de doelgroep socio-culturele sector;
- 2 vertegenwoordigers van consumentenorganisaties;
- 1 vertegenwoordiger van de coördinatiecel DO;
- 1 vertegenwoordiger van de Vito (Emis, projectgroep productstudies);
- 1 vertegenwoordiger van de Afdeling Statistiek van het departement Algemene Zaken en Financiën;
- 1 vertegenwoordiger van UNIZO;
- 1 vertegenwoordiger van FEDIS;
- 1 vertegenwoordiger van VOKA.

Twee vertegenwoordigers van de BBL zijn als projecthouder aanwezig bij de stuurgroep.

Het voorzitterschap en het secretariaat van de stuurgroep wordt waargenomen door de afdeling Algemeen Milieu- en Natuurbeleid van de administratie AMINAL.

De ontwerp-verslaggeving van de stuurgroep wordt waargenomen door de BBL en voorafgaandelijk aan de administratie voorgelegd ter goedkeuring.

De stuurgroep vergadert minimaal in :

Maand 2 stuurgroep 1.

Maand 5 stuurgroep 2.

Maand 8 stuurgroep 3.

Maand 12 stuurgroep 4.

Maand 14 stuurgroep 5.

Maand 18 stuurgroep 6.

De bovenvermelde maanden kunnen afhankelijk van het verloop van het project worden aangepast door de stuurgroep.

De voorzitter van de stuurgroep kan de stuurgroep ook op andere tijdstippen samenroepen indien dit zou nodig blijken uit het verloop van dit project.

Bovendien kan de invulling van de stuurgroepvergaderingen bijgestuurd worden afhankelijk van het verloop van dit project.

Art. 9. De financiële opvolging zal gebeuren door de afdeling Algemeen Milieu- en Natuurbeleid van de Administratie Milieu-, Natuur-, Land- en Waterbeheer.

Art. 10. Het personeel dat de opdracht gaat uitvoeren wordt aangeduid/aangeworven door de BBL mits de keuze wordt voorgelegd voor akkoord aan de afdeling Aminabel van Aminal.

Art. 11. De subsidie zal worden gestort op rekeningnummer 001-1475409-18 van de Bond Beter Leefmilieu, Tweakerkenstraat 47, 1000 Brussel.

Art. 12. De Vlaamse minister bevoegd voor Leefmilieu is belast met de uitvoering van dit besluit.

Brussel, 16 december 2005.

De minister-president van de Vlaamse Regering,
Y. LETERME

De Vlaamse minister van Openbare Werken, Energie, Leefmilieu en Natuur,
K. PEETERS

Bijlage 1
Projectvoorstel

1. Achtergrond en huidige situering
2. Omschrijving project (2^e verlenging)
 - 2.1. Korte omschrijving
 - 2.2. Periode
 - 2.3. Doelstellingen
 - 2.3.1. Operationele doelstellingen
 - 2.4. Actualisatie en onderhoud van de website
 - 2.4.1. Criteria, rangorde en informatie
 - 2.4.2. Opvolging product- en leveranciersinformatie
 - 2.4.3. Technisch onderhoud
 - 2.5. Doelgroepverbreding : grootverbruikers
 - 2.5.1. Inhoudelijke aanpassingen
 - 2.5.2. Technische aanpassingen
 - 2.6. Actieve communicatie & begeleiding
 - 2.6.1. Loket
 - 2.6.2. Communicatie met en voor de doelgroepen
 - 2.6.3. Actieve begeleiding van strekkende voorbeelden
 - 2.6.3.1. Begeleiding
 - 2.6.3.2. De resultaten van de begeleiding als strekkende voorbeelden
 - 2.7. Evaluatie
3. Begroting
 1. Achtergrond en huidige situering

Met de site www.milieukoopwijzer.be reikt de Bond Beter Leefmilieu (BBL) een laagdrempelig en vlot hanteerbaar instrument aan waarmee de doelgroepen (nl. scholen, lokale besturen en administratieve entiteiten), milieuvriendelijke producten kunnen vinden. Hierbij biedt de site ondersteuning bij de concrete uitvoering van milieuzorgprogramma's : MOS (milieuzorg op school voor basis-, secundair en hoger onderwijs), interne milieuzorg bij de Samenwerkingsovereenkomst (niveau 1) voor gemeenten en provincies en IMZ bij de entiteiten van de Vlaamse administratie. Per productgroep zijn er criteria, een ranglijst van producten, een overzicht van leveranciers, worden er praktische vragen beantwoord en vooroordelen weerlegd. Dit instrument vergemakkelijkt het vinden van milieuvriendelijke producten én hun leveranciers in de eigen buurt.

De Milieukoopwijzer is als project intussen bijna vier jaar oud. In november 2001 startte de site, toen nog 'Schoolkoopwijzer', binnen de context van het MOS-programma als antwoord op een dringende vraag vanuit de schoolwereld. De verlenging van november 2003 tot september 2005 liet toe de website uit te breiden met een hele reeks nieuwe producten en te verbreden naar 2 nieuwe doelgroepen, met name lokale besturen en de administratieve entiteiten van de Vlaamse overheid. Het doorklikstelsel naar milieuvriendelijke leveranciers in de eigen buurt maakt dit instrument tot een unicum in zijn soort en verleent het zijn grote meerwaarde.

Volgende productgroepen zijn momenteel op de site uitgewerkt :

- dranktoestellen : drinkwaterfonteinen, tapsystemen, drinkbussen, herbruikbare bекers, retourflessen, automaten voor retourflessen en terugnameautomaten, warmedrankautomaten en warme dranken;
- papierwaren : kopieerpapier, gekleurd papier, schriften, enveloppen, examenpapier, cursusblokken, schoolagenda's, kaftpapier, ringmappen en tekenpapier, papier voor drukwerk, inktjetpatronen;
- schoolmaterialen : vulpennen, inktpotten, zuigertjes voor vulpennen, balpennen, vulpotloden, mines, potloden, potloodslijpers, gommen, scharen, stiften, meetlatten, correctiemiddelen, zonnerekenmachines, lijm en kleefband;
- maaltijden en tussendoortjes : verpakkingsarme, energiezuinige, vegetarische, biologische, seizoens- en streekgebonden maaltijden, maaltijdingredienten en tussendoortjes, cateraars voor recepties;
- schoonmaakmiddelen : afwasmiddel, vaatwasmiddel, allesreiniger, sanitairreiniger, vloerreiniger, WC-reiniger, afwasmiddel voor handafwas, schuurmiddel, handdrogers, schoonmaakfirma's;
- water : toiletten & urinoirs, kranen & douchekoppen en infiltratietegels;
- verlichting : lampen, armaturen en regelsystemen.

De procedure die gevolgd wordt naar de bedrijfswereld streeft volledigheid na : iedereen krijgt dezelfde kansen om te participeren. Bij het lanceren van een nieuwe rubriek worden alle bedrijven aangeschreven via email of post. Voorafgaand aan de lancering van het aanbod op de website krijgen de deelnemende bedrijven en federaties de kans om de aangemaakte informatie na te kijken op de nog niet-gepubliceerde website op het net en krijgen recht van wederwoord. De internet-koopwijzer is een open aanbod aan de bedrijfswereld. Dit wordt ook concreet gemaakt door de regelmatige actualisering van de informatie. Bij de bekendmaking en lancering van de website wordt dan ook om een reactie, opmerkingen en aanvullingen gevraagd. De reeks opgenomen bedrijven is niet-limitatief; indien nog niet vermelde bedrijven opgenomen willen worden, kunnen ze zich kandidaat stellen.

De site wordt permanent actueel gehouden, zowel wat de relevantie van de criteria betreft als de productinformatie en de leveranciersgegevens, goede voorbeelden, veelgestelde vragen, wijzigingen in de wetgeving,...

De communicatie omtrent dit instrument is gevoerd via verschillende kanalen : enerzijds via divers promotiemateriaal, persberichten, studiedagen en infosessies, anderzijds geïntensifieerd via de speerpuntactie 'Groen bestek' : hierbij biedt de BBL intensieve begeleiding aan 3 administraties, 6 lokale besturen en 9 scholen bij een milieuvriendelijke heroriëntering van hun aankopen.

Op verschillende manieren en tijdstippen werd het instrument geëvalueerd :

- via diverse tellers op de website zelf, waarvan maandelijkse statistieken werden voorgelegd aan de stuurgroep;
- via een enquête bij de gemeentelijke milieu- en duurzaamheidsambtenaren (02/05);
- via opname in het onderzoek dat Insites Consulting uitvoerde omtrent overheidswebsites of websites in samenwerking met derden (Toetsing van de doeltreffendheid en gebruiksvriendelijkheid van het aanbod aan digitale milieu-informatie gericht op de doelgroep consumenten);

- via de bevindingen van de begeleidingsactie 'Groen bestek';
- via een evaluatie van de leveranciers;
- andere beperkte kwalitatieve evaluatiemomenten;

Deze evaluatiegegevens werden verzameld in een evaluatierapport.

2. Omschrijving project (2^e verlenging)

2.1 Korte omschrijving

In deze verlenging zijn enerzijds de voortdurende actualisatie en onderhoud van de website en anderzijds uitvoerige communicatie met een bijzonder begeleidingsprogramma om het brede gebruik van de website in te burgeren, absoluut prioritair.

— Permanente actualisatie van de website : de website Milieukoopwijzer bevat heel wat concrete product- en leveranciersinformatie die actueel moet blijven om haar waarde niet te verliezen. Ook de criteria, rangorde en informatie van de website moeten aangepast waar nodig.

— Verbreding naar grootverbruikers : de website wordt nu reeds geraadpleegd door andere dan de drie huidige doelgroepen. Een verbreding naar grootverbruikers' met specifieke invalshoeken voor de verschillende deelgroepen is een van de kerndoelstellingen. Dit vereist zowel technische als inhoudelijke aanpassingen.

— Bevorderen van de brede inburgering van het gebruik van de website via meer klassieke communicatie-instrumenten en actieve begeleiding : het project zal actief begeleiden bij het milieusparend heroriënteren van het aankoopbeleid van de doelgroepen en het uitbreiden van het milieusparend productgamma van de leveranciers. Op communicatief vlak zullen we een aantal bestaande middelen verder uitbouwen, maar ook een reeks nieuwe initiatieven invoeren. Zo komt er bijvoorbeeld meer nadruk op communicatie naar de leveranciers en fabrikanten.

— De bestaande monitoring (schriftelijke enquête bij gebruikers en leveranciers, maandelijkse meting bezoekers website...) wordt gehandhaafd en uitgebreid naar de nieuwe doelgroepen.

2.2 Periode

Het project 'Milieukoopwijzer : een milieuvriendelijke aankoopgids voor grootverbruikers' loopt gedurende een periode van 18 opeenvolgende kalendermaanden.

2.3 Doelstellingen

2.3.1 Operationele doelstellingen

De Milieukoopwijzer wil bijdragen tot de effectieve vermindering van de afvalberg, de verontreiniging door afvalstoffen en tot de effectieve afname van energie- en waterverbruik door :

- actuele, concrete en praktische informatie aan te bieden rond milieusparende producten en hun leveranciers;
- aankoopverantwoordelijken van grootverbruikers van de doelgroepen onderwijs, lokale besturen, administraties verder aan te sporen om minder te consumeren en waar mogelijk op basis van wetenschappelijk onderbouwde productinformatie en vlot toegankelijke leveranciersgegevens te kiezen voor milieusparende alternatieven;
- minstens vier nieuwe doelgroepen (jeugdsector, toeristische sector, verzorgingsinstellingen en socio-culturele sector) op aangepaste wijze te benaderen;
- leveranciers ertoe te brengen om hun aanbod milieusparende producten uit te breiden.

2.4 Actualisatie en onderhoud van de website

Doelstellingen

De huidige informatie van de website actueel houden :

- de criteria, rangorde en informatie;
- de database met product- en leveranciersinformatie.

Beoogde effecten en resultaten

	Indicatoren
Middelen	<ul style="list-style-type: none"> — de product en leveranciersgegevens worden geactualiseerd door middel van een bevraging van de leveranciers en fabrikanten/importeurs — de inhoudelijke informatie wordt bijgewerkt op basis van opmerkingen van bezoekers, leveranciers en fabrikanten, nieuwe technische ontwikkelingen, onderzoek,...
Proces	<ul style="list-style-type: none"> — het open aanbod naar de bedrijfssector is heel concreet : via de leverancierspagina's kunnen ze hun gegevens controleren en aanpassingen doorgeven, ook de criteria en rangorde documenten zijn downloadbaar en opmerkingen of suggesties worden meegenomen bij het aanpassen van de informatie — iedereen kan vragen of opmerkingen doorgeven via het contactformulier en info@milieukoopwijzer.be
Resultaten	<ul style="list-style-type: none"> — de product en leveranciersgegevens worden in de loop van het project 2 x geactualiseerd — de webpagina's worden in de loop van het project herwerkt en inhoudelijk aangepast waar nodig. Deze herwerking wordt gekoppeld aan het openstellen en aanpassen van de webpagina's naar grootverbruikers

Algemeen

De Milieukoopwijzer bestaat momenteel uit een algemeen gedeelte en een deel met productinformatie voor zeven aankoopvelden (drank en dranktoestellen, papier en papierwaren, school- en kantoor materiaal, maaltijden en tussendoortjes, schoonmaak, water en verlichting). Om deze informatie actueel te houden, moeten er op geregelde tijdstippen inhoudelijke actualisaties gebeuren : zowel de lijsten van merken en leveranciers als de achtergrondinformatie en criteria (vb. door wijzigingen in wetgeving of wetenschappelijke vooruitgang) dienen op tijd en stond gecontroleerd en aangepast te worden. Zo kunnen de doelgroepen ook in de toekomst beroep doen op de Milieukoopwijzer.

Het onderhouden van de site houdt ook verbeteringen en verfijning van de aangeboden informatie in. Door het veelvuldig gebruik — zo blijkt ook uit de gevoerde evaluatie — komt aan het licht dat bepaalde aspecten van de site voor verbetering vatbaar zijn (extra achtergrondinformatie gewenst, veelgestelde vragen, criteria die aangepast dienen te worden,...).

2.4.1 Criteria, rangorde en informatie

Het is belangrijk dat de criteria die de Milieukoopwijzer hanteert, actueel blijven. Door wetenschappelijke vooruitgang, technologische innovaties of marktverschuivingen kunnen nieuwe producten op de markt komen of veranderingen ontstaan in de milieurangorde van de opgenomen producten. Om hierop een antwoord te bieden, dient BBL literatuur door te nemen, bronnen uit te pluizen, Europese wetgeving, criteria van (buitenlandse) milieulabels op te volgen en de rangorde, lijsten en begeleidende teksten indien nodig aan te passen.

Wat de algemene en productgebonden informatie op de site betreft zijn ook andere wijzigingen nodig: nieuwe voorbeelden toevoegen, meer cijfergegevens, wijzigingen in wetgeving, nieuwe veelgestelde vragen,... Fouten moeten worden verbeterd, nieuwe teksten geschreven, illustraties gezocht, bronnen aangevuld,... Ook vragen en opmerkingen van bezoekers dienen als basis om de website verder uit te bouwen. Het project tracht zo veel mogelijk in te spelen op de vele en verscheidene grote en kleine problemen die komen kijken bij milieusparend aankopen. Voorbeeldoffertes, tips, antwoorden op vragen via het forum en nieuwsberichten vullen de milieuinformatie van de website continu verder aan.

Naast de inhoudelijke aanpassingen van dag tot dag, wordt een groot structureel onderhoud van alle webpagina's voorzien, gekoppeld aan het verbreden van de website naar meerdere doelgroepen.

2.4.2 Opvolging product- en leveranciersinformatie

De koopwijzer is een open aanbod aan de bedrijfswereld. Dit wordt concreet gemaakt door de regelmatige actualisering van de productinformatie. Enerzijds is er de opvolging van de productinformatie van dag tot dag (klein onderhoud): kleine aanpassingen aan lijsten en fiches om fouten verbeteren of aanvullingen doen. De reeks opgenomen bedrijven is niet-limitatief; indien nog niet vermelde bedrijven opgenomen willen worden, kunnen ze zich kandidaat stellen.

Anderzijds is er een opvolging van de productinformatie op gestructureerde manier (groot onderhoud): leveranciers op de site worden aangeschreven met de vraag of hun leveranciers- en productgegevens nog correct zijn, of er aanpassingen moeten gebeuren en of ze opmerkingen hebben. Daarnaast worden bijkomende bedrijven aangeschreven op basis van recentere versies van oorspronkelijke adressenlijsten (bekomen via de gouden gids). De antwoorden op deze uitgebreide bevraging worden dan verwerkt. Gegevens worden aangepast, nieuwe bedrijven opgenomen, en bedrijven die niet meer in aanmerking komen (wegens stopzetting activiteiten, of geen antwoord geven,...), worden verwijderd. Dit groot onderhoud voor elke productgroep wordt 2x uitgevoerd in de loop van het project.

2.4.3 Technisch onderhoud

Productinformatie, criteria, interactieve gedeelten moeten af en toe aangepast worden op de site. Het onderhouden van een site vraagt niet alleen inhoudelijke verbeteringen, maar noodgedwongen ook verbeteringen die verband houden met de website ontwikkeling en webdesign: de nieuwe teksten moeten op de site geplaatst worden, illustraties, kaders en dergelijke moeten aan de site toegevoegd worden,...

2.5 Doelgroepverbreding: grootverbruikers

Doelstellingen

De website uitbreiden naar en toegankelijk maken voor alle grootverbruikers.

Beoogde effecten en resultaten

	Indicatoren
Middelen	— het aanpassen van de productpagina's en het openstellen naar alle grootverbruikers wordt gekoppeld aan het inhoudelijke structurele onderhoud van de website.
Proces	— voor de inhoud van de specifieke doelgroepgerichte pagina's wordt afgetoetst bij de verschillende sectoren en bij de Vlaamse administraties
Resultaten	— een toegankelijke website voor grootverbruikers; met uniforme productpagina's voor alle bezoekers en doelgroepgerichte achtergrondinformatie op aparte webpagina's

Algemeen

Belangrijke knelpunten voor interne milieuzorg is vaak dat de informatie nog niet bekend en zeer verspreid aanwezig is in verschillende bronnen (boeken, handleidingen, informatiefolders, websites, e.d.). De bundeling van milieuinformatie op één gemakkelijk te raadplegen drager spreekt ook andere doelgroepen aan- en dan vooral grootverbruikers. Ze vinden dan ook steeds vaker de weg naar de Milieukoopwijzer voor informatie over milieusparend aankopen. Het valt op dat de appreciatie voor de website vooral gelegen is in de technische kwaliteit van de website, de laagdrempelige toegankelijkheid van de productinformatie, maar vooral in de vlotte bereikbaarheid van potentiële leveranciers. Naast scholen, lokale besturen en administratieve entiteiten zijn alvast ook de toeristische sector (campings, recreatiedomeinen,...) en de jeugdwerkdomein sterk geïnteresseerd (dit bleek uit diverse contacten). Andere potentiële deeldoelgroepen die apart aangesproken kunnen worden zijn kantooromgevingen en socio-culturele verenigingen.

Een verbreding van de doelgroep van de Milieukoopwijzer naar grootverbruikers vraagt zowel een inhoudelijke als technisch-structurele aanpassing van de website. Waar nu doorheen alle pagina's van de website elke doelgroep (scholen, lokale besturen, administraties) specifiek en apart aangesproken wordt, is deze werkwijze niet praktisch om aan te houden bij een verbreding naar grootverbruikers in het algemeen. Daarnaast heeft de verbreding ook invloed op de communicatiestrategie (zie 2.6.2 Communicatie met en voor de doelgroepen).

2.5.1 Inhoudelijke aanpassingen

Voor de drie huidige doelgroepen verwijst de Milieukoopwijzer naar omkaderende structuren op het vlak van milieuzorg. De Milieukoopwijzer sluit naadloos aan bij Milieuzorg Op School (MOS), dat sinds 1995 milieuvriendelijke acties op scholen stimuleert. Voor Vlaamse administraties en overheidsinstellingen kadert de koopwijzer in het programma Interne Milieuzorg. Steden, gemeenten en provincies worden benaderd vanuit de invalshoek van de samenwerkingsovereenkomst met de Vlaamse overheid.

Voor nieuwe doelgroepen grootverbruikers is het ook noodzakelijk om een degelijke omkadering te voorzien met achtergrondinformatie (structuren, wetgeving,...) en een portaalfunctie (weblinks, literatuur, organisaties, initiatieven,...). Voor de uitbreiding van de Milieukoopwijzer dient de relevante informatie voor elke doelgroep verzameld, verwerkt en gebundeld te worden. Het project moet zich zowel verankeren in structuren van de overheid als de omkadering die geboden wordt vanuit de sectoren (federaties, samenwerkingsverbanden,...) zelf. Bovendien wordt ook aansluiting gezocht bij initiatieven van derden (andere organisaties, NGO's,...)

Tijdens deze verlenging zullen bijkomend de jeugdsector, de toeristische sector, de verzorgingsinstellingen en de socio-culturele sector aangesproken worden naast de drie bestaande doelgroepen. Vanuit de eerste twee doelgroepen is al interesse getoond om de Milieukoopwijzer mee op te nemen in hun communicatie. De modulaire structuur van de doelgroepenpagina's en de eenvormige structuur van de productpagina's maken het ook mogelijk om snel andere doelgroepen bij te voegen, indien de kans zich voordoet.

Een eerste overzicht van enkele bestaande omkaderende initiatieven voor twee van deze nieuwe doelgroepen verduidelijkt hoe het project kan verankerd worden in en gedragen worden door bestaande structuren :

A) Jeugdsector

Overheid :

In de sector buitenschoolse jeugd werd eind 2002 de werking JeROM (Jeugd, Ruimte, Omgeving en Milieu) opgestart door de Cel NME&I van Aminabel. Deze werking ontwikkelt in overleg met de doelgroep buitenschoolse jeugd, een verscheidenheid aan stimulansen en initiatieven die stimuleren tot kritische betrokkenheid en verantwoordelijkheidszin inzake natuurbeleving en milieusparend gedrag: Milieuvriendelijk op kamp ('Loslopend Wild'), Milieuvriendelijke infrastructuur voor jeugthuizen ('Ecospot'), 'Centralisatie van NME-materiaal en -informatie en bundeling van subsidiemogelijkheden'...

Sector :

De sector beschikt over een uitgebreid en goed georganiseerd netwerk, gaande van de Afdeling Jeugd en Sport van het departement WVC en het Steunpunt Jeugd als centrale Vlaamse ondersteuning, over het Jeugdwerknet als belangrijk communicatie-instrument, naar de landelijke secretariaten van de grote jeugdbewegingen en de Vereniging Vlaamse Jeugddiensten en -consulenten, de Vlaamse Federatie Jeugthuizen, het Centrum voor Jeugdtoerisme, en VJH (jeugdverblijven), JGM en JeF (jeugthuizen), Fuifpunt...

De uitbreiding van de Milieukoopwijzer beantwoordt aan een concrete behoefte en vraag vanuit de doelgroep. Gezien hun keuze voor een gemeenschappelijk jaarthema (jeugdwerk samen met de betrokken NGO's) rond duurzame ontwikkeling in 2005-2006 (verdraai-de wereld) is er namelijk een verhoogde aandacht voor deze thema's binnen het jeugdwerk in de volgende jaren. De stuurgroep die dit gemeenschappelijk jaarthema voorbereidt suggereerde trouwens als één van de belangrijke ondersteunende acties voor dit gemeenschappelijk jaarthema het uitwerken van een 'jeugdwerkwijzer', geïnspireerd op de Milieukoopwijzer (verslag stuurgroep GJT 03/05/2004).

B) Toeristische sector

Overheid :

Duurzaam toerisme staat hoog op de agenda van Toerisme Vlaanderen. Het thema loopt als een rode draad doorheen alle beleidsmaatregelen en maakt integraal deel uit van alle beleidslijnen. Vanuit de overheid wordt ook tal van nuttige informatie aangeleverd via projecten voor de sector in het kader van PRESTI 2 (handboek « Preventie-maatregelen voor de verblijfsrecreatieve sector ») en de milieuwinstdatabank van OVAM.

Sector :

De verbreding van de Milieukoopwijzer naar de doelgroep de toeristische sector' past in de evolutie naar een duurzamer toerisme die deze sector sinds enkele jaren doormaakt in Vlaanderen. Internationaal ondersteunen zowel de World Tourism Organisation als de Foundation For Environmental Education (FEE) deze Vlaamse trend. In 2004 startte FEE internationaal met het project "Groene sleutel", gesteund door de UNEP en de World Tourism Organisation. Ook de Vlaamse campingsector en de koepel van de dagrecreatiedomeinen staat volledig achter het idee van duurzaam toerisme en vroeg aan de overheid steun om het initiatief van labeling duurzaam toerisme ook in Vlaanderen op te zetten. De Groene Sleutel is een label dat het milieuverantwoord ondernemen stimuleert voor toeristische accommodaties (hotels, campings,...) en heeft expliciet aandacht voor milieusparende productaanpakken.

De Milieukoopwijzer zal ook aansluiting zoeken bij de initiatieven van de campingfederatie CKVB en tal van aansprekende en leerzame praktijkvoorbeelden in binnen- en buitenland (het Nederlandse project Milieubarometer) in de kijker zetten.

2.5.2 Technische aanpassingen

De Milieukoopwijzer startpagina wordt vereenvoudigd met slechts twee aparte ingangen : één voor leveranciers en één voor bezoekers. De algemene productpagina's worden eenvormig gemaakt voor alle doelgroepen. De specifieke pagina's met achtergrondinformatie voor de verschillende doelgroepen moeten aangemaakt en geïntegreerd worden in het geheel (aanpassingen weblinks op de site, verwijzingen van de specifieke pagina's naar de algemene en vice-versa).

2.6 Actieve communicatie & begeleiding

Doelstellingen

- de huidige doelgroepen (scholen, lokale besturen en Vlaamse administraties) blijven aanspreken en aansporen tot milieusparend aankoopgedrag
- de Milieukoopwijzer bekend maken bij de nieuwe doelgroepen (jeugdsector, toeristische sector, socio-culturele sector en verzorgingsinstellingen)
- de resultaten van de actieve begeleiding bekend maken en deze voorlopers in de schijnwerpers plaatsen
- leveranciers en fabrikanten bewust maken van de Milieukoopwijzer, haar doelgroepen en het marktpotentieel van duurzame producten

Beoogde effecten en resultaten

	Indicatoren
Middelen	<ul style="list-style-type: none"> — loket : ondersteuning via telefoon en email — persberichten, nieuwsberichten — folders — presentaties, aanwezigheid op beurzen, evenementen en infodagen — persconferentie — vermeldingen in brochures, tijdschriften en op websites
Proces	<ul style="list-style-type: none"> — We communiceren actief naar de verschillende doelgroepen . De bekendmaking en ondersteuning van de Milieukoopwijzer en de resultaten van de actieve begeleiding gebeurt door de partners binnen de sectoren (zoals federaties, steunpunten, netwerken, overheidsinstellingen en andere intermediairen).

	Indicatoren
	<ul style="list-style-type: none"> — via de klassieke, algemene BBL perskanalen — door middel van goede voorbeelden in de kijker te stellen (actieve begeleiding, product van de maand,...) anderen inspireren
Resultaten	<ul style="list-style-type: none"> — loket : alle vragen en opmerkingen van bezoekers worden binnen een redelijke termijn beantwoord — bekendmaking via een folder naar <ul style="list-style-type: none"> - alle scholen en scholengroepen - alle gemeentelijke duurzaamheids- en milieuambtenaren - aankoopverantwoordelijken van de Vlaamse administraties - aankoopverantwoordelijken bij de nieuwe doelgroepen - de leveranciers vermeld op de Milieukoopwijzer (+ begeleidende brief) - aanwezigheid met een stand op relevante doelgroepgerichte beurzen en evenementen, presentaties indien de kans zich voordoet - bekendmaking via artikels in de doelgroepgerichte tijdschriften en e-zines - begeleiding : een reeks concrete praktijkverhalen en resultaten van een omschakeling naar meer milieusparend aankopen/verkoppen

We zetten de gediversifieerde communicatiestrategie zoals opgestart in de periode 2003-2005 verder. We zullen een aantal bestaande middelen verder uitbouwen (folder, beurzen, presentaties, actieve begeleiding), maar ook een reeks nieuwe initiatieven invoeren (begeleiding van leveranciers, communicatie naar leveranciers en fabrikanten).

2.6.1 Loket

Bezoekers die vragen stellen via het contactformulier, via e-mail of via telefoon verwachten een antwoord op hun vragen. Antwoorden op gestelde vragen is een vorm van basisdienstverlening die de reputatie van de website ten goede komt en zorgt voor gratis mondreclame. In dezelfde zin worden ook de vragen op het webforum zo veel mogelijk beantwoord door de BBL medewerker indien er geen antwoord komt van de andere forumbezoekers.

Leveranciers vragen om verduidelijking van de criteria of rangorde, willen graag hun leveranciers- of productfiche doorgefaxt krijgen of vragen om meer informatie over het project Milieukoopwijzer. Op deze vragen moet steeds antwoord gegeven worden.

Fabrikanten gaan soms dieper in op bepaalde criteria of op de rangorde met hun vragen. Ze vragen de bronnen op waarop BBL zich baseert voor de criteria en rangordes of vragen soms gewoon meer informatie over het project Milieukoopwijzer.

2.6.2 Communicatie met en voor de doelgroepen

De uitbreiding van de doelgroep naar grootverbruikers' heeft belangrijke implicaties voor de communicatie en promotie van de Milieukoopwijzer. Om een maximaal rendement te halen uit onze inspanningen, bedden we de communicatie steeds in structuren en programma's die al bestaan binnen de sectoren. In overleg met intermediairen, koepels, administratieve entiteiten en derden gaan we na hoe we de boodschap van de Milieukoopwijzer op de beste manier kunnen verspreiden via de bestaande kanalen. We beperken ons voor de communicatie dus tot die sectoren waar we een partnerschap kunnen aangaan, waar een duidelijke vraag is naar informatie rond milieusparend aankopen en waar de Milieukoopwijzer een aanvulling betekent op de huidige initiatieven.

Concreet zijn er al afspraken met twee sectoren om een partnerschap aan te gaan en de Milieukoopwijzer mee te nemen in hun communicatie : de jeugdsector en de toeristische sector.

Nieuwe afgebakende doelgroepen waar een partnerschap niet onmiddellijk tot stand kan komen, kunnen wel nog apart aangesproken worden via de doelgroepgerichte pagina's van de website.

Beurzen en presentaties

Aanwezigheid met een stand op studiedagen, trefdagen, beurzen en evenementen rond duurzaam consumeren, interne milieuzorg en aanverwante thema's voor de verschillende doelgroepen. Om ook de nieuwe doelgroepen aan te spreken wordt een nieuwe banner ontwikkeld voor de stand. De Milieukoopwijzer wordt op aanvraag, en waar de kans zich voordoet, ook voorgesteld met een Powerpoint presentatie (op twee CD-roms). Deze presentatie licht de mogelijkheden van de website toe en kan afgestemd worden op de specifieke doelgroep.

Folders

We herwerken de huidige folders (een voor scholen en een voor ambtenaren) tot een folder die alle grootverbruikers aanspreekt. We ontwerpen een tweede folder die de resultaten van de actieve begeleiding (zie 2.6.3 Actieve begeleiding van strekkende voorbeelden) toelicht en de lezer moet prikkelen om de website te bezoeken.

Vermeldingen

BBL verstuurt persberichten om de belangrijke resultaten, wijzigingen en initiatieven bekend te maken. We zorgen er ook voor dat de site in brochures en tijdschriften en op andere websites vermeld wordt. Websites worden gecontacteerd met de vraag een link toe te voegen.

2.6.3 Actieve begeleiding van strekkende voorbeelden

2.6.3.1 Begeleiding

De actieve begeleiding bouwt verder op de ervaringen en resultaten van de actie Groen Bestek in de periode januari - september 2005. Hoe koop je als school, gemeente of administratie dergelijke milieusparende producten aan? Waar liggen de kansen en knelpunten voor de verschillende productgroepen? De begeleiding en resultaten van de actieve begeleiding leveren interessante informatie over het proces naar gedragsverandering en zullen gebruikt worden om de conclusies van Groen Bestek, duurzaam aankopen in de praktijk, bij te schaven en er nieuwe inzichten aan toe te voegen.

De begeleiding geldt enkel voor de producten en productgroepen die behandeld worden op de Milieukoopwijzer. De deelnemers engageren zich om te investeren in kostenefficiënte milieusparende aankopen : bij de eerstvolgende aankoop van deze producten zullen de resultaten van de begeleiding in de praktijk worden omgezet.

We onderscheiden drie verschillende groepen van deelnemers aan de begeleiding op maat : de drie huidige doelgroepen (scholen, lokale besturen en Vlaamse administraties), de nieuwe doelgroepen (jeugdsector, toeristische sector, verzorgingsinstellingen en socio-culturele sector) en de leveranciers.

Scholen, lokale besturen en administraties

Voor elk van de drie doelgroepen wordt één kandidaat geselecteerd met een hoog ambitieniveau en groot winstpotentieel. De kandidaten engageren zich om inspanningen te leveren rond minstens drie van de zeven productgroepen.

Binnen de bestaande aankoopprocedure (offerteaanvragen, onderhandelingsprocedures, product-typelijsten voor gedecentraliseerde aankopen, informele aankoopprocedures,...) wordt gezocht naar de meest efficiënte wijze (vb. in de gunningscriteria, of de technische bepalingen (al dan niet werken met varianten)) om milieucriteria als beslissingsfactor te laten meespelen bij de aankopen.

Enkele elementen uit de begeleiding & advies die BBL biedt :

- Welke milieucriteria kunnen opgenomen worden? Waar valt de grootste milieuwinst te halen?
- Verduidelijking van de criteria : welke criteria leiden tot een hoger ambitieniveau?
- Begeleiding op maat door samen te zoeken naar oplossingen voor de problemen.
- Levert de voorgestelde manier van werken een realistisch en haalbaar resultaat op?
- Vergelijking met andere praktijkvoorbeelden, aantonen van de mogelijke manieren van aanpak
- Welke leveranciers verkopen producten die voldoen aan de milieucriteria en kunnen aangeschreven worden?

Nieuwe doelgroepen

In eerste instantie zal de oproep tot begeleiding gelanceerd worden voor de nieuwe doelgroepen. Omdat de basiservaring reeds aanwezig is bij BBL en al een hele reeks begeleidingsresultaten op de Milieukoopwijzer staan, selecteren we per doelgroep slechts één deelnemer. Maar dan wel met een hoog ambitieniveau en winstpotentieel. De begeleiding van een typevoorbeeld zal de gehele doelgroep aanspreken.

Voorwaarde voor begeleiding is wel dat er een partnerschap kan gesloten worden tussen BBL en de sector : vanuit de sector moet er voldoende ondersteuning zijn om de resultaten van de actieve begeleiding mee te communiceren.

Leveranciers

Door de toegepaste procedure naar de bedrijfswereld (niet limitatief, positief imago voor de deelnemende bedrijven, overlegmodel door consultatie alvorens gegevens on-line...) kan dit project ook erg stimulerend zijn naar bedrijven toe : de Milieukoopwijzer kan voor leveranciers marktverbreidend werken en daardoor hun motivatie aanzwengelen om hun milieusparend aanbod te vergroten en om stappen te zetten in de richting van innoverende milieuvriendelijke producten. Dit verhoogt dan weer het aanbod naar de doelgroepen... Het een werkt als een hefboom voor het ander. Dit spoor werd alsnog te weinig benut, terwijl de leverancier als laatste schakel in het aankoopproces vaak een bepalende stem heeft.

Daarom wordt een meervoudige werking naar leveranciers voorgesteld :

— Intensieve communicatie : naar de bedrijven wordt een regelmatige communicatie opgezet via e-mail, via een folder, via de Milieukoopwijzer persberichten,... Ze worden geïnformeerd over de mogelijkheden van de Milieukoopwijzer en er wordt zicht geboden op het adressenbestand (via omschrijving) van de doelgroepen en de geplande communicatieacties. Door hen inzicht te geven welke marktverbreiding er mogelijk is voor milieuvriendelijke producten, kunnen ze gemotiveerd worden te participeren en hiervoor ook hun aanbod te vergroten.

— We introduceren een nieuwe rubriek op de website waarin het Innoverend Product van de Maand' wordt voorgesteld. Fabrikanten krijgen de kans om hun nieuwe product, dat een buitengewoon milieuvoordeel biedt (en dat binnen een van de Milieukoopwijzer categorieën valt), voor te stellen. Een uitgewerkt voorstel hieromtrent, dat iedereen gelijke kansen biedt, wordt op de eerste stuurgroepvergadering voorgelegd (mogelijkheid : nieuwe producten die drie duimpjes van de Milieukoopwijzer scoren en dus voldoende innoverend zijn. Niet-limitatief : meerdere leveranciers met een innoverend product kunnen tegelijkertijd in de kijker worden geplaatst...)

— Daarnaast biedt BBL een actieve begeleiding aan voor leveranciers om hun productaanbod uit te breiden met, of aan te passen naar meer duurzame producten. Via een oproep wordt voor elke Milieukoopwijzer-productgroep een deelnemer gezocht (7 deelnemers in totaal). Een studiedag voor leveranciers om de oproep tot begeleiding te lanceren, analoog aan de studiedag voor scholen van november 2004, behoort tot de opties.

Er is een voldoende groot aanbod aan milieusparende producten door de fabrikanten. Veel leveranciers zijn onvolledig op de hoogte van dit ruime aanbod, hebben vragen wat betreft de kwaliteit, of weten niet goed hoe milieusparende producten aan te prijzen. BBL biedt hier begeleiding om deze hinderpalen weg te werken :

- welke mogelijkheden zijn er om het productgamma uit te breiden of aan te passen ?
- hoe kan de onderneming het best toegang krijgen tot de markt van milieubewuste grootverbruikers (of specifiek een van de doelgroepen)?
- hoe kan de onderneming het best haar producten verkopen als 'milieusparend'?
- waar vindt het bedrijf fabrikanten van milieusparende producten?

2.6.3.2 De resultaten van de begeleiding als strekkende voorbeelden

De communicatie rond de actieve begeleiding vormt de speerpunt van de communicatiestrategie. Het doel is dat de deelnemers als voorbeeld in de schijnwerpers geplaatst worden. Hun inspanningen en resultaten moeten anderen kunnen inspireren en overtuigen dat milieusparend aankopen of verkopen binnen de mogelijkheden ligt van iedereen.

De actie wordt bekend gemaakt door middel van een folder. We sturen persberichten naar zowel de traditionele perskanalen van BBL als naar doelgroepgerichte kanalen en intermediairen. Daarnaast wordt ook op de Milieukoopwijzer website veel aandacht besteed aan de actie via nieuwsberichten, forumberichten en een uitgebreid aantal webpagina's die specifiek inspelen op de actie.

De uitgangssituatie, ambities, aanpak en resultaten van de deelnemers aan de begeleiding worden integraal op de website geplaatst. Ze vormen door hun inzet een voorbeeld voor anderen, ze inspireren en sporen op die manier anderen aan om ook hun aankoopbeleid te heroriënteren. Het hoge ambitieniveau van de kandidaten moet ook voorlopers, die reeds duurzaam aankopen, aanspreken om verdere stappen te ondernemen en hun milieucriteria aan te scherpen.

Ook de resultaten van de actieve begeleiding van de leveranciers komt in de schijnwerpers te staan. We richten onze communicatie op de verschillende doelgroepen, de potentiële klanten, maar ook op de andere leveranciers die producten uit de zelfde productgroep verkopen.

Op het einde van de actie wordt een persmoment georganiseerd met prijsuitreiking voor alle deelnemers. Op dit afsluitend moment wordt ook een brochure gepresenteerd met een kort overzicht van de deelnemers en hun resultaten. Deze brochure wordt nadien verspreid naar de verschillende doelgroepen

2.7 Evaluatie

De evaluatie wordt opgesplitst in twee delen : een kwantitatieve analyse en een kwalitatieve analyse.

Kwantitatieve analyse

Door een wetenschappelijk verantwoorde kwantitatieve evaluatie uit te voeren van de inspanningen en de resultaten kan nog beter verantwoording afgelegd worden aan de subsidiegever. Een dergelijke evaluatie is ook cruciaal om evoluties in beoordeling, gebruik en effectiviteit van het project degelijk te meten. Belangrijke kenmerken van de kwantitatieve evaluatie zijn :

— statistisch relevante bevraging (rekening houden met statistisch correcte steekproeven, non-respons, foutenmarges,...)

— korte en duidelijke vragenlijsten (om zo veel mogelijk respons te krijgen, mag het niet te veel tijd kosten om de bevraging in te vullen)

De evaluatie moet op vier vlakken meetgegevens verschaffen :

a) wordt de Milieukoopwijzer positief beoordeeld en gewaardeerd ?

b) wordt de Milieukoopwijzer bekeken (bijvoorbeeld na het krijgen van de folder of een persbericht, gaan de mensen dan kijken naar de site ?)

c) wordt de Milieukoopwijzer gebruikt/ in de praktijk omgezet (wordt de site geraadpleegd als men iets zoekt over duurzaam aankopen, verwijzen mensen door naar de Milieukoopwijzer ?)

d) is de Milieukoopwijzer effectief? (gedragsverandering : heeft men al eens iets aangekocht op basis van de info van de Milieukoopwijzer ?)

(a en d zijn procesdoelen, b en c zijn effectdoelen)

De enquête wordt uniform voor alle doelgroepen opgesteld met het oog op een gemeenschappelijke statistische verwerking achteraf (bijv : enkel ja/nee of aankruisvragen). Een evaluatie voor de leveranciers wordt apart opgesteld, maar op een manier dat de resultaten makkelijk kunnen samengebracht worden met de andere resultaten in een kwantitatief evaluatierapport.

Kwalitatieve analyse

Een kwalitatieve evaluatie van het project kan beter gericht en grondig gebeuren bij een beperkt aantal mensen die ervaring hebben met de Milieukoopwijzer, de sector en met duurzaam aankopen. De suggesties worden opgelijst en vormen de basis voor verdere verbeteringen aan het project. Mogelijke kwalitatieve evaluatiesystemen :

— interviews zijn lossier in opzet en laten toe dieper in te gaan op bepaalde knelpunten, mogelijke verbeteringen of nieuwe ideeën (cf : evaluatiesessies MOS-begeleiders en provinciale duurzaamheidsambtenaren)

— een online enquête met een prijsuitreiking : bij de bevraging voor de kwantitatieve analyse wordt aan de respondent de mogelijkheid geboden om online een extra kwalitatieve enquête in te vullen. Enkel gemotiveerde respondenten met voldoende ervaring met de website zullen hier op in gaan, waardoor de kwaliteit van de resultaten van deze bevraging optimaal is.

Een uitgewerkt evaluatieplan wordt op de eerste stuurgroepvergadering voorgelegd.

Bijlage 2

Begroting

Personeelskosten		
	% tewerkstelling op het project Milieukoopwijzer	effectieve loonkost gedurende 18 maanden
projectmedewerker BBL(niveau A111)	80	61.000
projectcoördinator BBL (niveau A121)	3	3.500
administratieve ondersteuning BBL (niveau B113)	10	7.000
totale personeelskost		71.500

Werkingkosten							
	verzending (1*)(2*)	kopies & kantoor- benodigdheden (2*)	aankoop documentatie en informatie (2*)	verplaatsingen (2*)	lay-out (2*) & druk (3*)	website (2*)	andere (2*)
Algemeen	1.000	200		300			
Website							
inhoudelijk : actualisatie, onderhoud, verbreding naar grootverbruikers			1.500				
opvolging product- en leveranciersinformatie	2.500	500					
technisch onderhoud en aanpassingen						12 800,00	
Actieve communicatie & begeleiding				1.000			
folders	2.500	500			3.000		

Werkingkosten							
	verzending (1*)(2*)	kopies & kantoor- benodigdheden (2*)	aankoop documen- tatie en informatie (2*)	verplaat- singen (2*)	lay-out (2*) & druk (3*)	website (2*)	andere (2*)
stand (nieuwe banner voor grootverbruikers)					300		
persconferentie	100	100					1.300
Evaluatie	300	300					300
Subtotaal							
Totaal werkingskosten	€ 28 500,00						

(1*) 0 % BTW(2*) 21% BTW inbegrepen

(3*) 6 % BTW inbegrepen

verzending : portkosten (1*), enveloppes (2*), adresklevers (2*), jobstudenten (1*),..

aankoop documentatie en informatie : pma-website (2x), gouden gids (2x), interessante publicaties

andere : huur zaal, receptie persconferentie, ontwikkeling prijs begeleiding & prijs online-evaluatie

website : externe IT ondersteuning captiv8 (80 uur aan 38,5 euro incl), webhosting

lay-out en druk 20 000 ex : 1 algemene MKW folder, 1 folder resultaten begeleiding

verzending folders : 5 000 stuks, rest wordt verdeeld via partners of op beurzen/stands/presentaties

kopies folders : begeleidende brief voor leveranciers

Begroting totaal	
Personeel	€ 71 500,00
Werking	€ 28 500,00
Totaal	€ 100 000,00

Bijlage 3

Tijdsplanning							
	Algemeen	Opvolging product- informatie	Actualisatie en onderhoud website	uitbreiding naar groot- verbruikers	Actieve begeleiding	Communicatie	Evaluatie
Continu		dagelijkse opvolging	Kleine verbeteringen	andere doel- groepgerichte pagina's aan- maken indien de kans zich biedt (vanaf maand 5)		loket, presenta- ties, beurzen, vermeldingen, communicatie naar leveran- ciers	tweemaande- lijkse moni- toring bezoekers- aantallen
maand 1			uitwerken gedetailleerd werk- plan : structureel onderhoud van de website gekoppeld aan de doel- groepverbreding		contacten leggen binnen de nieuwe doelgroepen en partnerschappen opstarten met de sectoren, opstel- len globaal communicatieplan		uitwerken evaluatieplan
maand 2	Stuurgroep1 bespreking communicatie- plan, werkplan onderhoud & uitbreiding en evaluatieplan			verzamelen en verwerken informatie	oproep actieve begeleiding nieuwe doelgroepen + scholen, lokale bestu- ren, administra- ties	ontwikkeling nieuw commu- nicatiemate- riaal, aftoetsen communicatie- strategie bij de sectoren start actie "Product van de Maand"	
maand 3							
maand 4			aanmaken nieuwe doelgroepge- richte pagina's, herwerken speci- fieke pagina's voor scholen, lokale besturen, administraties, leerlin- gen, leveranciers en bezoekers		selectie kandi- daten, vastleg- gen eerste plaatsbezoeken	Communicatie uitbreiding doelgroepen	

Tijdsplanning							
	Algemeen	Opvolging product-informatie	Actualisatie en onderhoud website	uitbreiding naar grootverbruikers	Actieve begeleiding	Communicatie	Evaluatie
maand 5	Stuurgroep 2 stand van zaken actualisatie en uitbreiding	groot onderhoud alle productgroepen	herwerken papierwaren	toetsing informatie bij sectoren, aanvullen toetsing informatie	eerste plaatsbezoeken		
maand 6						opvolging en nazorg	
maand 7			herwerken school- & kantoor-materiaal		tweede bezoeken		
maand 8	Stuurgroep 3				opvolging en nazorg, verzamelen en verwerking resultaten, schrijven conclusies		tussentijdse evaluatie
maand 9			herwerken drank & dranktoestellen				
maand 10							
maand 11	opmaken tussentijds evaluatierapport		herwerken maaltijden & tussendoortjes			opmaken communicatiemateriaal (folder) begeleiding	
maand 12	Stuurgroep 4 evaluatie tussentijds rapport				oproep begeleiding leveranciers	communicatie resultaten begeleiding doelgroepen, studiedag leveranciers met oproep begeleiding	
maand 13			herwerken schoomaakmiddelen				interviews of werksessie(s) met stakeholders
maand 14	Stuurgroep 5			selectie leveranciers, vastleggen eerste plaatsbezoeken			versturen van enquêtes naar de verschillende doelgroepen en leveranciers
maand 15		groot onderhoud alle productgroepen	herwerken waterbesparing		eerste plaatsbezoeken		
maand 16						opvolging en nazorg	
maand 17			herwerken verlichting		tweede bezoeken, opvolging en nazorg		
maand 18	Stuurgroep 6 eindevaluatie, eindrapport				opvolging en nazorg, verzamelen en verwerking resultaten, schrijven conclusies		opmaken eindevaluatie

De tijdsplanning zal rekening houden met het startmoment van het project (omwille van de schoolvakanties)

Taakverdeling projectmedewerker	
	percentage tijdsbesteding
2.4. Actualisatie en onderhoud van de website	25
2.4.1. Criteria, rangorde en informatie	10
2.4.2. Opvolging product- en leveranciersinformatie	13
2.4.3. Technisch onderhoud	2
2.5. Doelgroepverbreding : grootverbruikers	30
2.5.1. Inhoudelijke aanpassingen	25
2.5.2. Technische aanpassingen	5
2.6. Actieve communicatie & begeleiding	40
2.6.1. Loket	7
2.6.2. Communicatie met en voor de doelgroepen	17
2.6.3. Actieve begeleiding van strekkende voorbeelden	16
2.7. Evaluatie	5
Totaal	100 %

Bijlage 4

Voorstel van communicatiestrategie aansluitend bij de aandachtspunten van Inspectie van Financiën op Milieukoopwijzer (Advies 14/09/05 ref. MV/2005/421/215)

Opmerking van de Inspectie van Financiën :

« een mogelijke structurele financiering in de toekomst is slechts te overwegen voor zover een ruim bereik en dus gebruik van het instrument gegarandeerd is en voor zover een echt resultaat op het niveau van effecten, dus milieuvriendelijke gedragsverandering, via effectmeting vaststaat.»

Deze basisopmerking van Inspectie van Financiën is zeer belangrijk. Toch willen we er op wijzen dat het uiteindelijk besluit, dat Inspectie van Financiën trekt naar aanleiding van dit dossier – een communicatieve verbreding naar twee nieuwe doelgroepen –, niet zo eenvoudig in te passen is in dit toch wel belangrijke betoog dat Inspectie van Financiën zelf aangeeft.

De doelstelling om te komen tot reële milieuresultaten en meetbare effecten op het vlak van veranderingen van het aankoopgedrag, behoort tot de doelstellingen van de overheid en de basismissie van zowel de beleidswerking als de publiek - en doelgroepgerichte projectwerking van BBL. Een overheid kan voor het halen van deze doelstelling kiezen voor het inzetten van productnormen, financiële instrumenten en/of communicatieve instrumenten. De inzet van elk van deze instrumenten vraagt financiële middelen. Het veranderen van het aankoopgedrag is een verandering van gewoonte of gestandaardiseerd gedrag en vraagt veranderingen op verschillende beslissingsniveaus. De Milieukoopwijzer blijft een vrijwillig instrument dat naast financiële en praktische overwegingen slechts een van de overwegingen kan vormen voor een aankoopverantwoordelijke of beslissingsverantwoordelijke. Communicatie-instrumenten zoals de Milieukoopwijzer hebben wel het voordeel dat ze juist uitgaan van de vrijwillige deelname van de deelnemers, zodat de betrokkenheid groter kan zijn. In die zin is het enkel opportuun te communiceren naar nieuwe doelgroepen indien de kans gecreëerd wordt door de sector, indien er samen met de sector in een partnerschap kan gecommuniceerd worden. Enkel dan heeft een gerichte communicatie naar een nieuwe doelgroep kans op slagen.

We stellen voor dat we doorgaan op de basisvraag van IF en dat er in het project een duidelijke keuze gemaakt wordt voor een inzet van de middelen zodat er een ruim bereik is in de zin van het effectief gebruik van de inhoud van het instrument waarbij de effecten op vlak van milieuvriendelijk aankoopgedrag gemeten wordt.

Om dit te realiseren, en vermits dit dient te gebeuren met gelijkblijvende financiële middelen, dient de communicatiestrategie gedifferentieerd te worden uitgewerkt naar de verschillende doelgroepen :

1. De centrale focus van de communicatiestrategie blijft liggen op verdieping naar de bestaande doelgroepen. Voorbij de (noodzakelijke) eerste fase van bekendmaking, moet communicatie nu meer gericht zijn op bekend houden'. Kwalitatieve resultaten inzake effectieve gedragsverandering zullen maar volgen door voort te bouwen op de bestaande communicatie en die verder te maximaliseren', te verdiepen. (dit is ook het advies van de SG in de evaluatievergadering) De essentiële voorwaarde om dit te laten slagen is om samen met de sector een partnerschap te kunnen opzetten (met engagementsverklaring, gebruik van eigen communicatiekanalen en netwerken...) Dit is het geval bij de 12 actieve begeleidingen die in het projectvoorstel voorzien zijn : 5 doelgroepen (scholen, administraties en lokale besturen, waarmee de MKW al samenwerkt, jeugdsector en toeristische sector waarmee als partnerschappen zijn) en 7 leveranciers. De klemtoon ligt op het effectieve gebruik van de MKW bij omschakeling naar milieuvriendelijke aankopen.

2. Voor de 2 nieuwe doelgroepen door IF gevraagd, met name de socio-culturele sector en de verzorgingsinstellingen, ligt de klemtoon vooral op algemene informatie en bekendmaking van het instrument MKW. Ook bij deze 2 doelgroepen speelt het essentiële belang van partnerschappen, maar op een verschillende manier.

Voor de socio-culturele sector wordt vooral bekendmaking van de MKW beoogd, met inzet van hun eigen netwerk van landelijke secretariaten en communicatiekanalen.

Voor de sector verzorgingsinstellingen, is afbakening noodzakelijk, en wel om volgende redenen :

— momenteel is er geen zicht op de omvang van de sector en de noodzakelijke communicatie. Eén mailing met folder kan al heuse financiële proporties aannemen.

— De specificiteit van deze sector zou aan de waaier van producten, opgenomen op de MKW, wel eens andere eisen kunnen stellen, zeker wat schoonmaakmiddelen en catering betreft. Er is evenwel geen geld voorzien om nieuwe productgroepen te onderzoeken en op te nemen.

Gezien de ruime interpretatie van verzorgingsinstellingen' en de onvoorspelbare omvang ervan, wordt ervoor gekozen om naar die doelgroep met een pilootformule te werken, waarbij de ervaringen hieruit kunnen worden ingezet om op termijn (dwz na deze verlenging) het instrument te verbreden naar deze nieuwe doelgroep.

Deze pilootformule behelst :

— opmaak een beperkt partnerschap (5 à 10-tal) met deze sector

— aftasten van de specifieke behoeften van deze sector binnen de productgroepen van de MKW

— communicatie via dit partnerschap omtrent de productgroepen van de MKW die geen aanpassing behoeven (bv. administratieve diensten van verzorgingsinstellingen...) i.s.m. de sector

Tot slot willen we erop wijzen dat na de 18 maanden looptijd van de verlenging de resultaten van de 2 extra doelgroepen (socio-culturele sector en verzorgingsinstellingen) niet op één lijn kunnen vergeleken worden met die van de bestaande doelgroepen of doelgroepen waarmee al een partnerschap voorhanden is. Gedragsverandering is een langdurig proces waarbij de fase van informatie de noodzakelijke eerste stap is en waarbij nog niet meteen effecten op het vlak van blijvende gedragsverandering kunnen worden verwacht.

Gezien om gevoegd te worden bij het besluit van de Vlaamse Regering van 16 december 2005 houdende de toekenning van een subsidie van maximaal honderdenachtduizend vierhonderd vijftig euro aan de Bond Beter Leefmilieu voor het project 'Milieukoopwijzer, een milieuvriendelijke aankoopgids voor grootverbruikers'.

De minister-president van de Vlaamse Regering,

Y. LETERME

De Vlaamse minister van Openbare Werken, Energie, Leefmilieu en Natuur,

K. PEETERS

TRADUCTION

MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FLAMANDE

[C - 2006/35207]

16 DECEMBRE 2005. — Arrêté du Gouvernement flamand portant approbation du projet 'Milieukoopwijzer, un guide d'achat écologique pour gros consommateurs'

Le Gouvernement flamand,

Vu le décret du 23 janvier 1991 portant création du Fonds de prévention et d'assainissement en matière de l'environnement et de la nature comme service régional à gestion séparée;

Vu le décret du 24 décembre 2004 contenant le budget général des dépenses de la Communauté flamande pour l'année budgétaire 2005;

Vu le décret du 24 juin 2005 ajustant le budget général des dépenses de la Communauté flamande pour l'année budgétaire 2005;

Vu les dispositions de l'arrêté royal du 26 avril 1968 réglant l'organisation et la coordination des contrôles de l'octroi et de l'emploi des subventions;

Vu l'arrêté royal du 17 juillet 1991 portant coordination des lois sur la comptabilité de l'Etat, notamment les articles 12 et 55 à 58 inclus;

Vu l'arrêté du Gouvernement flamand du 27 juillet 2004 fixant les attributions des membres du Gouvernement flamand, modifié par l'arrêté du Gouvernement flamand du 15 octobre 2004;

Vu l'accord budgétaire du 7/12/05 du Ministre flamand chargé du Budget;

Sur la proposition du Ministre flamand des Travaux publics, de l'Energie, de l'Environnement et de la Nature;

Après délibération,

Arrête :

Article 1^{er}. Pour le projet 'Milieukoopwijzer : un guide d'achat écologique pour gros consommateurs' qui court pendant une période de 18 mois calendaires successifs, il est octroyé au "Bond Beter Leefmilieu" une subvention plafonnée à cent et huit mille quatre cent cinquante euros (108.450 euros).

A l'égard du Ministère de la Communauté flamande, le "Bond Beter Leefmilieu" agit en tant que responsable et est solidairement responsable étant entendu qu'il est mis fin à cette responsabilité à la réception définitive du projet.

Lors de l'exécution du projet par le BBL, il y a lieu de mentionner que le projet est subventionné par le Ministère de la Communauté flamande.

Le logo du Ministère de la Communauté flamande doit clairement figurer sur chaque publication qui est diffusée dans le cadre du projet.

La description détaillée du projet et les heures prestées figurent à l'annexe 1re du présent arrêté.

Le budget détaillé du projet est joint à l'annexe 2 du présent arrêté.

Le calendrier détaillé figure à l'annexe 3 du présent arrêté.

La note comprenant la proposition de stratégie communicative qui complète les points d'attention avancés par l'Inspection des Finances, figure à l'annexe 4 du présent arrêté.

Art. 2. La subvention visée à l'article 1^{er} qui est plafonnée à 108.450 euros est imputée à l'article 361B3305 'subventions concernant l'information/sensibilisation, l'éducation à la nature et à l'environnement et le génie environnemental' du fonds MINA à charge du budget 2005.

Art. 3. La subvention est liquidée comme suit :

1. la 1^{re} tranche, à savoir 20 % de la subvention accordée suite à l'ordre d'entamer le projet au "Bond Beter Leefmilieu";

2. la 2^e tranche, à savoir 30 % au maximum de la subvention accordée suite à l'évaluation et l'approbation '(1) du plan de communication, du plan de travail de l'entretien et du plan d'évaluation, (2) l'évaluation de l'appel à l'accompagnement actif des groupes cibles, (3) l'établissement de pages axés sur les groupes cibles' par le groupe de pilotage (groupe de pilotage 2) et ce indépendamment des prestations fournies. La 2^e tranche de 30 % de la subvention accordée est liquidée si le total des dépenses justifiées et acceptées est supérieur ou égal à 75 % de la 1^{re} tranche.

3. la 3^e tranche, à savoir 30 % au maximum de la subvention accordée suite à l'évaluation et l'approbation du 'rapport d'évaluation intermédiaire', l'appel à l'accompagnement des fournisseurs et une sélection de ces derniers, l'évaluation générale de l'actualisation du site web' par le groupe de pilotage (groupe de pilotage 5) et ce indépendamment des prestations fournies; la 3^e tranche de 30 % de la subvention accordée est liquidée si le total des dépenses justifiées et acceptées est supérieur ou égal à la somme de la 1^{re} tranche + 75 % de la 2^e tranche.

4. Le solde, à savoir 20 % au maximum de la subvention accordée suite à l'approbation du projet global par le dernier groupe de pilotage (groupe de pilotage 6) et après approbation du décompte final financier.

La liquidation de la première tranche de la subvention s'effectuera après demande écrite du "Bond Beter Leefmilieu".

La liquidation de la 2^e tranche et suivantes de la subvention, à l'exception du solde, s'effectuera après demande écrite du "Bond Beter Leefmilieu" et sur production des pièces utiles justifiant des dépenses exposées, le cas échéant, limitées aux dépenses effectivement exposées (en deux exemplaires).

Le solde de la subvention sera liquidé après demande écrite du "Bond Beter Leefmilieu" et sur production du rapport final et de toutes les pièces justificatives relatives aux frais non encore acceptés à l'occasion du paiement des tranches précédentes (en deux exemplaires). La liquidation du solde sera soumise à l'avis de l'Inspection des Finances.

S'il s'avère que les conditions d'octroi de la subvention n'ont pas été respectées ou que la subvention n'a pas été affectée aux fins prévus pour son octroi, la partie contestée de la subvention doit être remboursée dans les 14 jours calendaires après que le Ministre compétent a fait la demande au BBL.

Art. 4. Dans les rubriques des frais de fonctionnement et frais de personnel, des transferts peuvent être opérés entre divers centres de frais individuels, sans autorisation préalable de l'administration et moyennant rapportage lors de la demande écrite de libération d'une tranche ou du solde de la subvention de projet, si le montant du transfert est plafonné à 20 % du montant global prévu du centre de frais individuel dans le budget.

Des transferts dépassant au total 20 % doivent être au préalable autorisés par écrit par le chef de division de la Division de la Politique générale de l'Environnement et de la Nature.

Des transferts peuvent être opérés entre les rubriques des frais de fonctionnement et des frais de personnel sans autorisation préalable de l'administration, moyennant rapportage lors de la demande écrite de libération d'une tranche ou du solde de la subvention de projet, si le montant du transfert est plafonné à 10 % des montants globaux prévus desdites rubriques budgétaires. Des transferts dépassant au total 10 % doivent être au préalable autorisés par écrit par le chef de division de la Division de la Politique générale de l'Environnement et de la Nature.

Art. 5. Le projet 'Milieukoopwijzer : un guide d'achat écologique pour gros consommateurs' court pendant une période de 18 mois calendaires. La date de début du projet sera fixée dans une ordre distinct de commencer le projet. Au cours d'une période de vacances, une période de suspension peut être instaurée de commun accord entre l'administration et le BBL.

Objectifs stratégiques

Art. 6. En tant que guide d'achat écologique offrant une large gamme de produits et de fournisseurs, le "Milieukoopwijzer" est un instrument qui s'inscrit bien dans le cadre d'une plus large perspective de Développement durable (cfr. Note d'orientation 2004-2009 Développement durable, Note d'orientation Environnement et Nature 2004-2009, projet de texte Stratégie flamande en matière de Développement durable) : l'attention pour le pilier écologique se traduit en une offre de produits écologiques et une sensibilisation à la gestion économe des ressources naturelles; la gestion économe des ressources irremplaçables est la condition pour une redistribution mondiale plus équitable des ressources naturelles tout en tenant compte de l'aspect social; l'admission des fournisseurs étant illimitée et basée sur un modèle de concertation, cet instrument est stimulateur sur le plan économique : il renforce la position sur le marché des entreprises participantes par la diffusion de leur image de marque écologique et il peut inciter les entreprises à accroître leur offre écologique et à commercialiser des alternatives innovatrices.

Le développement durable attache beaucoup de valeur à l'implication de la société civile et souligne l'importance de développer davantage les processus en cours (mieux que de perdre du temps et de l'énergie par la mise sur pied de nouvelles initiatives) : le projet est mis en oeuvre par la superstructure des associations de défense de la nature et de l'environnement et peut dès lors compter sur une publicité permanente via les canaux appropriés de la société civile. Le "Milieukoopwijzer" qui a presque quatre ans a entre-temps été incorporé dans et soutient divers programmes de protection environnementale en fonction de 3 groupes cibles : MOS (Protection de l'environnement à l'école) pour le monde de l'enseignement, la convention de coopération (protection de l'environnement interne niveau 1) pour les pouvoirs locaux et l'IMZ (Protection de l'environnement interne) pour les entités administratives des autorités flamandes.

Note d'orientation Développement durable 2004-2009 : L'accord du Gouvernement flamand actuel confirme également l'engagement d'une politique étrangère axée sur le développement durable : "Nous apporterons une contribution active... aux engagements européens et internationaux sur le développement durable" (P. 13)

Stratégie de l'UNECE pour l'Education en vue du Développement durable : à la Réunion de haut niveau à Vilnius (mars 2005) tous les Etats membres de l'UNECE, parmi lesquels la Belgique, ont adopté cette stratégie et le plan d'exécution y afférent. De cette manière, la Belgique prend également part à la Décennie pour l'Education en vue du Développement durable (2005-2014) de l'UNESCO. Le projet MOS et le "Milieukoopwijzer" apportent une contribution essentielle comme instrument d'appui.

Le "Milieukoopwijzer" s'inscrit également dans le cadre d'une série de textes d'orientation.

— Note d'orientation Environnement et Nature 2004-2009 (p.18) : 'Dans la phase de l'exécution politique les instruments sociaux jouent principalement un rôle de soutien et de complément par rapport aux instruments juridiques et économiques. Les autorités flamandes y ont fréquemment recours pour renforcer la conscience environnementale des individus ou groupes en vue de la réduction de la charge polluante de leurs activités'... 'De nombreuses activités d'éducation à la nature et à l'environnement ont été mises sur pied à l'intention de l'enseignement, des citoyens ou des groupes cibles spécifiques. Des campagnes de sensibilisation visent à inculquer aux citoyens les principes de la prévention de déchets, d'une utilisation rationnelle d'énergie et de l'eau... Une plus grande attention est réservée à l'assistance aux processus pour que la mise en place de projets se fasse davantage en interaction avec tous les intéressés.' 'Plusieurs formes d'instruments sociaux se distinguent comme la communication, l'information, la sensibilisation, l'information sur la politique, l'éducation, l'éducation... Au niveau de la Région flamande plusieurs domaines sont impliqués – surtout dans l'instrument de l'éducation et de la formation, et au sein du domaine politique de l'environnement, plusieurs domaines de gestion sont actifs. A noter que la mise en pratique desdits instruments requiert beaucoup de main d'œuvre en vue d'en arriver à des processus de communication de qualité. Les instruments de la communication, information, sensibilisation, et éducation sont engagés pour éclaircir les problèmes, la politique ou des solutions environnementaux et de diffuser les connaissances en la matière. Outre l'engagement d'instruments il peut également être question d'un engagement pédagogique d'instruments sociaux visant à influencer sur les attitudes. L'accent en cette matière est toutefois mis sur la coopération avec d'autres domaines politiques tels que la politique scientifique, l'orientation et la formation professionnelles, la culture et l'enseignement.' » (pp. 59-60)

— En ce qui concerne la politique des déchets, la prévention des déchets est toujours prioritaire ce qui s'inscrit dans le cadre du principe de prévention et du principe 'réduction à la source' sur lequel s'appuie la vision politique de l'Environnement (note d'orientation Environnement et Nature 2004-2009 : 6.3.4 et 5.2, MBP 2003-2007, projet 11)

— Tant l'accord gouvernemental (p. 7 e.a) que la Note d'orientation Environnement et Nature 2004-2009 (p. 25 e.a) soulignent la notion de participation : 'D'autre part : les autorités doivent faire appel à la responsabilité des citoyens et des entreprises, dans le cadre de la 'notion de participation' : la protection de l'environnement est l'affaire et la responsabilité de tous, non seulement des autorités'. 'A cet effet, la protection de l'environnement doit, sur le plan structurel, être davantage ancrée dans l'organisation. Les critères environnementaux doivent être repris dans les contrats de gestion et les cahiers des charges et chaque entité doit tenir compte d'une incidence éventuelle sur l'environnement lors de l'accomplissement de ses tâches'. Le "Milieukoopwijzer" est un instrument permettant au visiteur de piloter lui-même le processus complet de sa transformation vers un comportement écologique : des informations concernant des choix à faire jusqu'aux achats effectivement écologiques.

— Tant l'accord gouvernemental 2004 (p. 13) que la Note d'orientation Environnement et Nature 2004-2009 (6.3.8) soulignent l'importance d'une politique innovatrice de l'environnement. 'Eu égard au rapport entre les capacités de l'espace environnemental disponible sur notre planète et l'évolution démographique et les schémas de production et de consommation existants ou poursuivis, la nécessité de sauts innovateurs s'impose.' En signalant aux entreprises le potentiel de clients, un instrument comme le "Milieukoopwijzer" peut encourager les entreprises à accélérer la recherche d'alternatives écologiques.

— Le "Milieukoopwijzer" est un instrument qui soutient la protection intégrale de l'environnement (IMZ) des autorités flamandes et la convention de coopération avec les pouvoirs locaux. Ainsi, il contribue à la fonction d'exemple des autorités (Accord gouvernemental 2004 p. 73) : 'nous donnons le bon exemple et achetons des produits écologiques produits dans des circonstances humaines à un prix concurrentiel et d'une durée de vie équivalente. cfr. MBP 2003-2007 : projet 37 IMZ au sein du Ministère de la Communauté flamande et des organismes publics flamands, et projet 31 Guichet Pouvoirs locaux).

Objectifs opérationnels

Le "Milieukoopwijzer" veut contribuer à une réduction effective de la montagne de déchets, de la pollution par les déchets et à la baisse effective de la consommation d'énergie et d'eau par les actions suivantes :

— mettre à disposition des informations actuelles, concrètes et pratiques sur des produits écologiques et leurs fournisseurs;

— inciter les responsables d'achat des gros consommateurs des groupes cibles tels que l'enseignement, les pouvoirs locaux, les administrations à consommer moins et, au besoin, opter pour des alternatives écologiques sur la base d'informations de produit prouvées scientifiquement et des données facilement accessibles des fournisseurs;

— approcher de manière adéquate au moins quatre nouveaux groupes cibles (secteur jeunesse, secteur touristique, secteur socioculturel et établissements de soins) (voir note additionnelle 'proposition de stratégie de communication' en annexe 4);

— encourager les fournisseurs à étendre leur offre de produits écologiques.

Art. 7. Description du projet :

Sont absolument prioritaires dans le cadre de cette prorogation, d'une part l'actualisation et l'entretien permanents du site web et, d'autre part, un programme d'accompagnement spécial pour généraliser l'utilisation du site web.

— Actualisation permanente du matériel existant du site web : le site web "Milieukoopwijzer" contient bon nombre d'informations concrètes sur les produits et les fournisseurs qui doivent être tenues à jour pour ne pas perdre leur valeur. Les critères, l'ordre de rang et les informations du site web doivent également être adaptés au besoin.

— Extension aux gros consommateurs : Le site web est déjà maintenant consulté par des groupes cibles autres que les trois actuels (écoles, pouvoirs locaux et administrations). Une extension aux 'gros consommateurs' basée sur des angles de vue spécifiques pour les divers sous-groupes est l'un des objectifs essentiels. Une telle démarche requiert des adaptations sur le plan technique et du contenu.

— Promotion d'une divulgation large de l'usage du site web via une stratégie de communication différenciée : outre des instruments de communication classiques également un programme d'accompagnement actif : le projet assurera un accompagnement actif de la réorientation écologique de la politique d'achat des groupes cibles et de l'extension de la gamme de produits écologiques des fournisseurs. Sur le plan de la communication, un nombre de moyens existants seront développés davantage et une série de nouvelles initiatives seront mises sur pied. Ainsi, l'accent est mis sur la communication aux fournisseurs et aux producteurs.

— le monitorage existant (enquête écrite auprès des utilisateurs et fournisseurs, mesurage mensuel des visiteurs du site web,...) du "milieukoopwijzer" est maintenu et étendu aux nouveaux groupes cibles.

L'enquête du marché qui va de pair avec le développement du site web, est soumise aux conditions suivantes :

— poursuivre la complétude en assurant l'égalité des chances pour participer. A cet effet, un e-mailing sera organisé à l'intention de quelques centaines d'entreprises avec e-rappel/suivi téléphonique. L'e-mailing se fera après contact préalable avec les organisations coordinatrices ou les fédérations;

— l'établissement des critères se fait après accord au sein du groupe de pilotage et après concertation avec les fédérations (ou quelques membres à défaut de fédération), le Bureau européen de l'Environnement (BEE), les Partenaires européens pour l'Environnement (EPE), le Centre de recherche et d'information des organisations de consommateurs (CRIOC);

— préalablement au lancement de l'offre sur le site web, les entreprises participantes et les fédérations reçoivent l'opportunité de vérifier les informations proposées sur le site web non encore publié et ont droit de réplique;

— le guide d'achat sur internet est une offre ouverte aux entreprises. Cela se concrétise également par l'actualisation régulière des informations. A l'occasion de la publication et du lancement du site web, il est fait appel aux réactions, remarques et additions de la part des visiteurs;

— la liste d'entreprises reprises n'est par limitative; si des entreprises non reprises désirent être incluses, elles peuvent se porter candidates.

Instruments principaux :

— le site web du "milieukoopwijzer" est adapté et étendu sur le plan technique et du contenu, comme support informatique;

— 2 CD-roms comportant des présentations power-point : un pour les bourses et l'autre pour des ateliers, qui sont actualisés;

— une brochure et une affiche pour accroître la notoriété

— pour d'autres moyens de communication, voir la proposition de projet.

Art. 8. Le projet sera accompagné par un groupe de pilotage.

Ce groupe de pilotage assure le suivi du contenu du projet.

Ce groupe de pilotage est composé comme suit :

— 2 représentants d'Aminabel

— 1 représentant d'OVAM

— 1 représentant d'OVAM-Stip

— 1 représentant du Département de l'Enseignement

— 4 conseillers : représentants des différentes organisations coordinatrices de l'enseignement (OVSG, VSKO, Enseignement provincial, Enseignement communautaire)

— 1 représentant de l'Administration de la Gestion logistique

— 1 représentant de la Cellule centrale de la Protection de l'Environnement de l'Administration flamande

— 1 représentant du Guichet central Pouvoirs locaux Aminal

— 1 représentant de la VVSG

— 1 représentant de la VVP

— 1 représentant de l'ANRE

— 1 représentant de la VMM

— 1 représentant du groupe cible de l'animation des jeunes

— 1 représentant du secteur touristique

— 1 représentant du groupe cible des établissements de soins

— 1 représentant du groupe cible du secteur socioculturel

— 2 représentants des organisations des consommateurs

— 1 représentant de la cellule de coordination DO

— 1 représentant du Vito (Emis, groupe de projet études de produits)

— 1 représentant de la Division Statistique du département des Affaires générales et des Finances

— 1 représentant d'UNIZO

— 1 représentant de FEDIS

— 1 représentant de VOKA

Deux représentants du BBL assistent aux réunions du groupe de pilotage comme titulaires de projet.

La présidence et le secrétariat du groupe de pilotage sont assurés par la Division de la Politique générale de l'Environnement et de la Nature de l'Administration AMINAL.

Le projet de rapport du groupe de pilotage est assuré par le BBL et soumis à l'accord préalable de l'administration.

Le groupe de pilotage se réunit au moins dans :

Mois 2	groupe de pilotage 1
Mois 5	groupe de pilotage 2
Mois 8	groupe de pilotage 3
Mois 12	groupe de pilotage 4
Mois 14	groupe de pilotage 5
Mois 18	groupe de pilotage 6

Les mois précités peuvent être adaptés par le groupe de pilotage en fonction du déroulement du projet.

Le président du groupe de pilotage peut convoquer le groupe également à d'autres dates si le déroulement du projet le requiert.

L'ordre du jour des réunions du groupe de pilotage peut également être adapté en fonction du déroulement du projet.

Art. 9. Le suivi financier se fera par la Division de la Politique générale de l'Environnement et de la Nature de l'Administration de la Gestion de l'Environnement, de la Nature, du Sol et des Eaux.

Art. 10. Le personnel chargé de l'exécution de la mission est désigné/recruté par le BBL à la condition que son choix est soumis pour accord à la Division Aminabel d'Aminal.

Art. 11. La subvention sera versée sur le numéro de compte 001-1475409-18 du "Bond Beter Leefmilieu", rue des deux Eglises, 47, 1000 Bruxelles.

Art. 12. Le Ministre flamand ayant l'Environnement dans ses attributions est chargé de l'exécution du présent arrêté.

Bruxelles, le 16 décembre 2005.

Le Ministre-Président du Gouvernement flamand,
Y. LETERME

Le Ministre flamand des Travaux publics, de l'Énergie, de l'Environnement et de la Nature,
K. PEETERS

MINISTERIE VAN DE VLAAMSE GEMEENSCHAP

Departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur

[C – 2006/35187]

19 DECEMBER 2005. — Ministerieel besluit tot verlenging van erkenning van voorzieningen van de bijzondere jeugdbijstand

De Vlaamse minister van Welzijn, Volksgezondheid en Gezin,

Gelet op de decreten inzake bijzondere jeugdbijstand, gecoördineerd op 4 april 1990, inzonderheid op de artikelen 31 en 32;

Gelet op het besluit van de Vlaamse Regering van 13 juli 1994 inzake de erkenningsvoorwaarden en de subsidiënormen voor de voorzieningen van de bijzondere jeugdbijstand, gewijzigd bij de besluiten van de Vlaamse Regering van 19 november 1996, 8 december 1998, 7 april 2000, 8 december 2000, 30 maart 2001, 10 juli 2001 en 14 mei 2004, inzonderheid op de artikelen 21 tot en met 26^{quater};

Gelet op het besluit van de Vlaamse Regering van 27 juli 2004 tot bepaling van de bevoegdheden van de leden van de Vlaamse Regering, gewijzigd bij het besluit van de Vlaamse Regering van 15 oktober 2004;

Gelet op het ministerieel besluit van 31 juli 2000 betreffende de programmatie van de voorzieningen van de bijzondere jeugdbijstand, gewijzigd bij het ministerieel besluit van 12 september 2003;

Gelet op de ministeriële besluiten van 22 december 2004, 29 juni 2005 en 19 juli 2005 tot erkenning, verlenging en wijziging van erkenningen van voorzieningen van de bijzondere jeugdbijstand;

Overwegende dat de erkenning van een aantal voorzieningen van de bijzondere jeugdbijstand verstrijkt per 31 december 2005; dat, om de continuïteit van de hulpverlening in de bijzondere jeugdbijstand te verzekeren, negentien voorzieningen van de bijzondere jeugdbijstand onverwijld verder erkend moeten worden,

Besluit :

Enig artikel. De in de bijlage bij dit besluit opgenomen voorzieningen worden volgens de naast hun naam vermelde modaliteiten met ingang van 1 januari 2006 verder erkend als voorzieningen van de bijzondere jeugdbijstand :

a) tot 30 juni 2006 :

— Huize De Biekorf, te De Haan, categorie 1, capaciteit 13;

b) tot 31 december 2006 :

— Den Distel, te Brussel, categorie 1, capaciteit 15;

— Het Boy-Kot, te Anderlecht, categorie 1, capaciteit 15;

c) tot 31 december 2009 :

— Home Boeckenberg, te Deurne, categorie 1, capaciteit 31;

— Dageraad, te Wuustwezel, categorie 1, capaciteit 10;

— Passerella, te Berchem, categorie 5, capaciteit 32;

— Jeugddorp, te Bonheiden, categorie 1, capaciteit 40;

— Riedhove, te Gierle, categorie 2, capaciteit 6;

— OOC Kompas, te Gellik, categorie 3, capaciteit 12;

— OOC De Morgenster, te Waasmunster, categorie 3, capaciteit 17;

— Liaan, te De Pinte, categorie 1, capaciteit 30;

— De Cocon Dienst voor Gezinsbegeleiding, te Gent, categorie 5, capaciteit 32;

— Dienst Thuisbegeleiding Leuven, te Lovenjoel, categorie 5, capaciteit 20;

— Centrum De Wijzer, te Wervik, categorie 3, capaciteit 12;

— DC Integrale Gezinsbegeleiding De Tamboer, te Menen, categorie 4, capaciteit 16;

— De Brem, te Oostende, categorie 1, capaciteit 34;

— Centrum voor Integrale Begeleiding, te Rumbeke, categorie 1, capaciteit 76;

— Integrale Begeleide Zelfstandigheid De Stapsteen, te Rumbeke, categorie 6, capaciteit 16;

— Oikonde Tielt - Regionaal Centrum Thuisbegeleiding, te Tielt, categorie 5, capaciteit 24.

Brussel, 19 december 2005.

I. VERVOTTE