

N° 36 - Mars - Maart 2003

4,34 Euro - Maandelijks/Mensuel - afgiftekantoor Gent X

Toelating tot sluiting
Gent X
3/224

BELGIË - BELGIQUE
P.B.
Gent X
3/4145

4INSTANCE[®]

PERIODICAL FOR PUBLIC MANAGEMENT

*Aluminium
by Design*

4INSTANCE
Leasing Conference

*Beter Bestuurlijk
Beleid zet een stap
voorwaarts*

Dossier:
**Elargissement de
l'Union européenne**

West-Vlaanderen
maakt werk van
imago

ISSN 1371-5240



9 771371 524006



Paco Rabanne
Atomium Bruxelles Dress, 1999

N° 36 Maart/Mars 2003

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER
ÉDITEUR RESPONSABLE

Thibault Van der Auwermeulen

4INSTANCE

bvba G.T.G. sprl

Rue Bosquet straat 67 - 1060 Brussel-Bruxelles

Tel. 02/534 94 51 - Fax. 02/534 84 41

E-mail: info@4INSTANCE.be

<http://www.MyPublica.com>

ADVIESRAAD CONSEIL

Mireille Deziron, Prof. Dr. Herman Matthijs,

Alain Matton, André D. Nicolas,

Natalia Petroff, Pierre Ralet, Francisca Sabbe,

Alfons Van Dyck, Prof. Dr. Hugo Van Hassel,

Thibault Van der Auwermeulen

REDAKTIE RÉDACTION

bvba GTG sprl

ART - KUNST

Aluminium by Design

FOTO's - PHOTOS

Aluminium by Design

art media asbl

Copyright all pictures

LAYOUT - PREPRESS

Daniel Collette Production sprl

info@dcpro.be

REGIE

Tel. 02/534 94 51 - www.MyPublica.com

DISTRIBUTIE - DISTRIBUTION

Tondeur Diffusion - Nevelland

Zonder schriftelijke toelating van de uitgever mag geen enkele tekst noch illustratie van 4INSTANCE, geheel of gedeeltelijk gereproduceerd worden. De uitgever is niet verantwoordelijk voor de inhoud van de advertenties en artikels. La reproduction des textes et photographies publiés est interdite sans accord écrit de l'éditeur. L'éditeur n'est pas responsable des articles et publiereportages.



Lid van de Unie van de Uitgevers van de Periodieke Pers
Membre de l'Union des Editeurs de la Presse Périodique
Member of the European Group of Public Administration

"4INSTANCE is ondertekenaar van de Milieubeleidsovereenkomst Papier Vlaanderen en steunt de inspanningen van de Vlaamse regering i. v. m. papierrecuperatie".

ABONNEMENT



10 nummers per jaar

België: 37,2 euro incl. BTW

E.U.: 50 euro incl. BTW

10 numéros par an

Belgique: 37,2 euro TVA inclus

U.E.: 50 euro TVA inclus

Voor meer info – pour plus d'info

sprl-bvba G.T.G.

Rue Bosquetstraat 67 – 1060 – Brussel – Bruxelles

Tel. 02/534 94 51 Fax. 02/534 84 41

E-mail. Info@4instance.be - <http://www.mypublica.com>

Bestelbon / Bon de commande

Naam/Nom _____

Administratie/Administration _____

Bedrijf/Société _____

Functie/Fonction _____ Taal/Langue _____

Adres/Adresse _____

Postcode/Code postal _____ Plaats/Localité _____

Tel. _____ E-mail _____

BTW/TVA _____

Abonnement voor één jaar – Abonnement pour un an

37,2 euro (België/Belgique) 50 euro (E.U/U.E.)

Handtekening/Signature _____



*Africa (Ghana)
Asipim chair, 20th century*

10 Leasing
En sa séance du 1 mars 2002 le Conseil des Ministres a arrêté les nouvelles normes qui doivent être appliquées pour l'acquisition de véhicules automobiles destinés aux services de l'Etat et aux organismes d'intérêt public.

12 Marketing
Steeds meer steden en regio's in Vlaanderen en Europa worden zich bewust van het feit dat zij in een concurrerende positie met andere steden en regio's terecht komen. Ook de Provincie West-Vlaanderen vond het belangrijk om na te denken over de positionering die zij wenst in te nemen.

6
Aluminium by Design

37 Hervorming
De Vlaamse regering besliste op 19 januari 2001 om de Vlaamse overheid grondig te reorganiseren. De reorganisatie kreeg de naam Beter Bestuurlijk Beleid mee.
Ongeveer een jaar later heeft de Vlaamse regering het ontwerpdecreet goedgekeurd dat de basis legt voor de hervorming van de administratie. Ze wil dat het decreet nog voor het zomerreces in het Vlaams Parlement wordt goedgekeurd.

Handicap International lanceert oproep tot Europa en VS: geen landmijnen!

Handicap International Belgium doet een oproep aan alle landen om toe te treden tot het Verdrag voor een Verbod op Landmijnen (Verdrag van Ottawa). Daarnaast vraagt Handicap International Belgium de VS en Europa om het Verdrag te respecteren en -indien het tot een nieuwe Golfoorlog komt- geen antipersoonsmijnen te gebruiken in Irak en omstreken. Op 1 maart werd de vierde verjaardag gevierd van de inwerkingtreding van het Verdrag voor een Verbod op Landmijnen. Op deze verjaardag, is het de problematiek rond antipersoonsmijnen actueler dan ooit.

Handicap International grijpt de verjaardag daarom aan om de druk op enkele staten, die het verdrag niet ondertekenden, op te voeren.

Handicap International roept de volgende landen tot actie op:

- De VS: om het verdrag te ondertekenen en geen antipersoonsmijnen te gebruiken in Irak
- Turkije: om toe te treden tot het Verdrag en geen Amerikaanse mijnen toe te staan op Turks grondgebied
- Europese landen die nog steeds niet zijn toegetreten (Polen, de Baltische landen, Servië en Montenegro, Wit-Rusland e.a): om dit zo snel mogelijk toe doen

<http://www.handicapinternational.be>

4INSTANCE N° 36 - Mars/Maart - 2003

In 2006 wordt enkel nog elektronisch gestemd in Vlaanderen

De Vlaamse regering principeel om vanaf 2006 in heel Vlaanderen elektronisch te laten stemmen bij verkiezingen. De gemeente- en provincieraadsverkiezingen van 2006 worden met andere woorden de eerste volledig elektronische stembusgang in Vlaanderen.

De Vlaamse regering engageert zich ook om bij te dragen in de subsidiëring van de gemeenten die daartoe nieuwe stemapparatuur moeten aankopen.

Omdat dezelfde stemapparatuur gebruikt moet worden voor alle verkiezingen (ook federale en Europese), moeten vooraf afspraken gemaakt worden met de andere gewesten en de federale overheid. Afspraken over de principes van het geautomatiseerd stemmen, en over normen, standaarden, procedures en technische- en veiligheidsnormen. Deze afspraken zullen worden neergelegd in een samenwerkings-akkoord.

De Vlaamse regering kiest resoluut voor een veralgemening van het stemmen met de computer in alle Vlaamse gemeenten. Dit zou komaf maken met het ouderwetse systeem van stemopnemingsbureaus en de soms moeilijke rekrutering van voorzitters, secretarissen en bijzitters. Bovendien gaat de geautomatiseerde stemopneming sneller, waardoor de kiesbureaus langer kunnen open blijven. De uitslagen zullen ook sneller ter beschikking zijn.

- 6** **ART - KUNST**
Aluminium by Design
- 9** **PRACTICAL 4INSTANCE CONFERENCE**
Leasing voor overheden
- 10** **LEASING**
Le leasing pour le secteur public
- 12** **MARKETING**
West-Vlaanderen maakt werk van imago
- 17** **MARKETING**
Le Marketing social
- 26** **DOSSIER - L'UNION EUROPÉENNE**
Elargissement de l'Union européenne
- 37** **HERVORMING**
Beter Bestuurlijk Beleid zet een stap voorwaarts.
- 42** **RÉFORME**
Les enjeux de l'Administration publique wallonne
- 45** 5 Minutes – 5 Minuten
- 47** Worldwideweb

26 *2000, l'année de transition vers le 21^{ème} siècle a été pour la Turquie le commencement d'une nouvelle relation avec l'Union Européenne. A la fin de l'année 1999, en admettant la Turquie en qualité de candidat à l'adhésion à l'UE sur pied d'égalité avec les douze autres candidats, les conclusions du sommet de l'UE d'Helsinki ont ouvert une nouvelle ère dans le chapitre turc de l'histoire européenne.*

Dans le prochain numéro de 4INSTANCE vous lirez le reportage que nous aurons réalisé à Ankara

“Aluminium by Design”

Van sedert aluminium in de XIXe eeuw zijn optreden deed en zijn zeldzaamheid hem een plaats bezorgde in de eregalerij van de edele metalen, heeft hij de creativiteit van de mensen geïnspireerd.

Een golf van esthetische vernieuwingen barstte aldus los over de meubelen, de juwelen, de architectuur, de mode, de industriële massaproducten en de avant-gardewerken.

Deze eerste aan aluminium gewijde museale reizende tentoonstelling van formaat, georganiseerd door het Carnegie Museum of Art van Pittsburgh (USA), toont hoe zijn voornaamste eigenschappen – glans, hardheid, lichtheid, plet- en rekbaarheid, corrosieweerstand en gemakkelijk hergebruik – sommige van de grootste kunstenaars, designers en ingenieurs geïnspireerd hebben.

Aluminium by Design stelt werken voor van visionairs zoals René Lalique, Otto Wagner, Charles et Ray Eames, Gio Ponti, Paco Rabanne, Salvatore Ferragamo, Donald Judd, Philippe Starck, Mies van der Rohe... De tentoonstelling laat ons kostbare kunstvoorwerpen ontdekken, anekdotische voorwerpen evenals modelstukken van modern en hedendaags meubilair.

Aluminum by Design beekijkt het creatieve gebruik van aluminium na vanuit diverse invalshoeken. Deze interdisciplinaire benadering geeft aan Aluminium by Design de kans om dit zo vertrouwde metaal op een andere manier te ontdekken.

Info

art media asbl

14 Defacqzstraat, 1000 Brussels

tel: 02.544.08.33- 02.403 85 85 - fax: 02.403 84 63

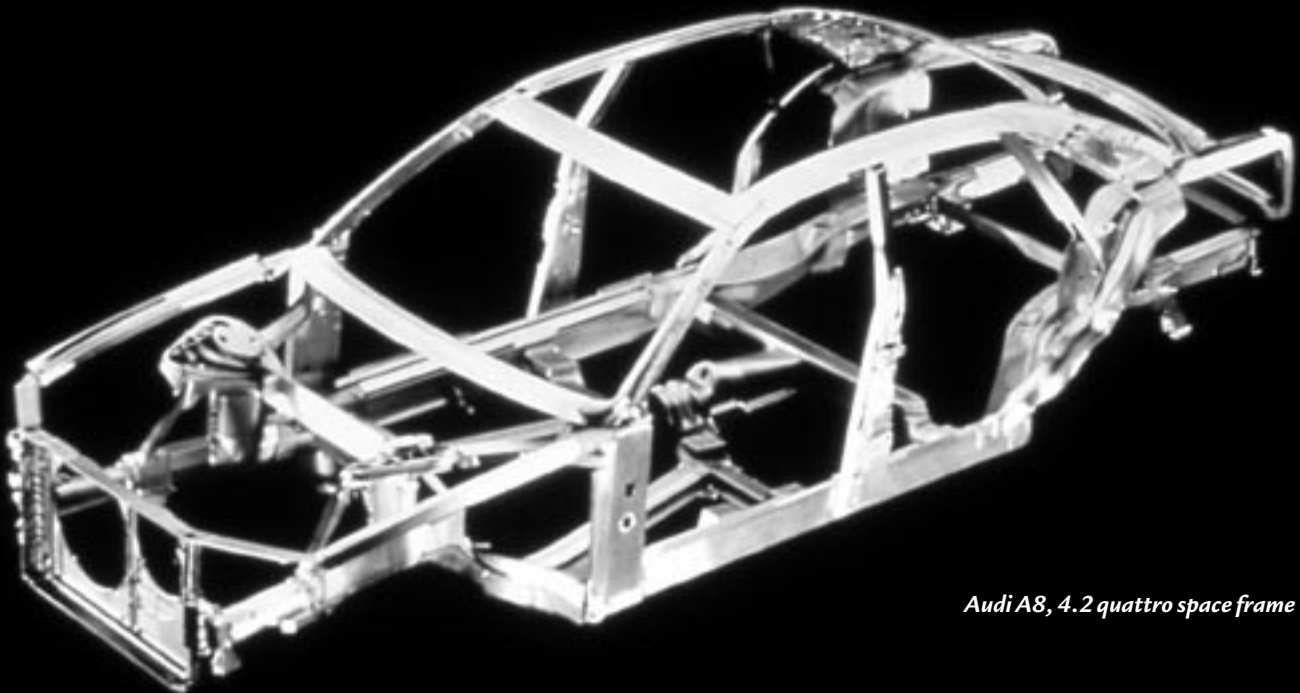
e-mail: info@art-media.org



Het "Art Déco" herenhuis, vandaag een multifunctioneel cultureel centrum, is gelegen te 1000 Brussel, Defacqzstraat 14, in het hartje van de Louiza-wijk. Dit herenhuis werd in 1927 gebouwd volgens de wensen van de Heer Léon Wielemans, afgevaardigd-beheerder van de brouwerij Wielemans Ceuppens.

Ontworpen door Adrien Blomme, put deze architectuur haar inspiratie uit de jaren dertig. Elementen, eigen aan de Art Déco (geometrische lijnen, lineaire structuur, ...) worden harmonisch gecombineerd met talrijke aspecten van de Moorse stijl (de patio, de verscheidenheid aan ceramische tegels : azulejos, tiras verdes, alambrellas, ...).

De restauratie van het gebouw, werd onder toezicht van architect Morozzo della Rocca een waar succes daar deze aan dit architectonisch, door Monumenten en Landschappen reeds sedert 1994 geklasseerd kunstwerk, zijn oorspronkelijke aura teruggaf.



Audi A8, 4.2 quattro space frame

Governing networks

EGPA Yearbook



Volume 22 International Institute of Administrative Sciences Monographs

Edited by: A. Salminen

2003, 456 pp., hardcover

ISBN: 1 58603 321 2

Price: € 90 Distribution: IOS PRESS

The EGPA Yearbook provides an overall view of current scientific discussion concerning networks, particularly the governing of networks in European public administration. More than 30 presentations by researchers and practitioners of public administration in different European countries guarantee that the wide range of topics related to network governance, information technology, and also to other special issues of administrative and managerial reforms related to the subject is fully covered. The Yearbook deals with two main topics centred on governing and developing networks. In the first part, issues are related to different interpretations of networks involved in social policy reforms, administration-citizen-relationships, reforming governance models, public-private relations, also including health care, local governance and professional policy networks. In the second part networks are discussed from the perspective of information technology. Among several presentations, the authors analyse challenges and applications of new technology in public administration, ICT-networks in social networks, and also reforms and improvements of new technology. The accent is on how IT is bringing new patterns into the public administration of different countries. The Yearbook demonstrates that a discussion of networks is a rather new and fresh way of thinking about the role of public sector authorities in society, reforms of hierarchical structures in public agencies and e-governance applications at all levels of government.

International Institute of Administrative Sciences

1 rue Defacqz, box 11, B-1000 Brussels, Belgium

Tel: 32/2- 536.08.80, Fax : 32 2 537 97 02

E-mail: ias@iiasiisa.be; poupart@iiasiisa.be

www.iiasiisa.be



**“Leasing bij
overheidsdiensten”**

**“Le leasing pour
le secteur public”**

Datum - Date
“25 maart mars 2003”

Taal - Langue
Nederlands - Français

Plaats - Lieu
De Universitaire Stichting
La Fondation Universitaire
Rue d’Egmontstraat 11
1000- Brussel Bruxelles

Inschrijvingen – Inscriptions
Tel. 02/534 94 51
Fax. 02/534 84 41
E-mail: info@4Instance.be

4INSTANCE
Rue Bosquetstraat 67
1060 Brussel-Bruxelles

Deelnemingskosten
Frais de participation
Ambtenaar-Fonctionnaire
125€
Secteur Privé Sektor
250€

*(deze prijs is inclusief lunch,
koffie en deelnemersmap
ces frais comprennent le déjeuner,
les pauses café et la farde
de documentation)*

Partners –Partenaires



“Leasing voor overheidsdiensten”

“Le leasing pour le secteur public”

9h00 Onthaal & koffie – Accueil & café

9h30 Introduction – Inleiding
Caroline Thonnon
Moderator – Modérateur

9h35 De aanbestedingsrechtelijke aspecten van leasing
David D’Hooghe
Advocaat en Hoogleraar

10h15 Uitbesteden van diensten
Georges Stienlet – Inspecteur van financiën

11h00 café - koffie

11h15 Boekhoudkundige en fiscale aspecten van leasing
Marc Cogen – partner KPMG

12h00 La gestion financière public et le leasing
Didier Reynders
Minister van Financiën - Ministre des Finances

12h30 Lunch + café-koffie

14h00 BTW & leasing
Willie Dierick
Advocaat – gewezen Auditeur-Generaal en
Directeur-Generaal van de BTW-administratie
Professor aan het Limburgs Universitair centrum
Professor aan de Fiscale Hogeschool

14h30 La gestion d’un parc automobile
Stéphane Leroy - Intercommunale de Développement Economique
et d’Aménagement du Territoire - IDEA

15h00 Het beheer van een wagenpark
Frank Vanbrabant - Interelectra

15h30 Café - koffie

15h45 Pourquoi choisir la location à longue durée?

16h15 Debat – moderator/modérateur Caroline Thonnon
Vragen vanuit het publiek – Questions des participants
Stéphane Leroy, Frank Vanbrabant, Georges Stienlet, Marc Cogen

17h00 Einde – Fin

Le leasing pour le *secteur public*

L'acquisition de véhicules automobiles destinés aux services de l'Etat et aux organismes d'intérêt public

Mars 2002. - Circulaire 307ter

En sa séance du 1 mars 2002 le Conseil des Ministres a arrêté les nouvelles normes qui doivent être appliquées pour l'acquisition de véhicules automobiles destinés aux services de l'Etat et aux organismes d'intérêt public.

En adoptant ces nouvelles normes, le gouvernement a voulu offrir la possibilité aux services publics d'acquérir des véhicules fonctionnels via un achat ou un leasing opérationnel endéans des limites financières, qui correspondent aux tarifs actuellement appliqués dans le secteur automobile. Le service public, qui veut acquérir un nouveau véhicule, définit ses besoins fonctionnels et détermine le type de véhicule en le situant dans une des classes suivantes. La division en classes ci-dessous veut être un fil conducteur indicatif, qui sert à aider les services à déterminer d'une façon optimale leurs besoins fonctionnels.

Classe – Description: **Classe B1**

Les citadines: leur vocation primaire est de pouvoir circuler et se garer facilement, mais de pouvoir aussi rouler agréablement sur route et autoroute.

Classe B2

Les citadines électriques ont pour objectif principal la circulation économique et non polluante sur distances limitées.

Classe Breaks

Les breaks: de tous gabarits, de tous les poids, ils ont tous en commun d'être dérivés d'une berline et d'offrir un volume de chargement important. Leur vocation primaire est le transport mixte (personnes + marchandises).

Classe Monovolumes

Les monovolumes: de tous gabarits, en version 5 à 8 places, ils se présentent généralement avec une carrosserie ou les trois compartiments (moteur + habitacle + coffre) ne forment pratiquement qu'un seul volume de carrosserie, sans véritable séparation. Leur vocation primaire est le transport de personnes

Une liste reprenant la segmentation du marché' (véhicules existants par classe) peut être obtenue auprès du Bureau fédéral d'Achats sur simple demande. Cette liste n'est pas exhaustive et est mise à jour régulièrement en fonction des nouveaux modèles introduits sur le marché'.

Les conditions suivantes doivent être observées:

- 1 L'application des nouvelles normes ne peut donner lieu, dans les administrations de l'Etat et les organismes d'intérêt public, à une augmentation des crédits prévus pour les dépenses d'investissement (AB 74.01: achat) ni des crédits pour les dépenses courantes (AB 12.01/12.19: leasing).
- 2 Le BFA présentera une gamme de voitures qui correspondent aux classes susmentionnées. Les services publics concernés par cette circulaire peuvent y acheter leurs voitures.
- 3 Puisque l'autorité publique doit donner de façon manifeste l'exemple sur le plan du développement durable, il est fortement recommandé que, en cas d'achat d'un véhicule d'essence, les services fédéraux fassent monter une installation LPG. En cas d'achat d'un véhicule diesel, l'installation d'un filtre à particules est également

Wat is Leasing?

Lease betekent in principe dat een persoon, een bedrijf of een overheidsadministratie voor een vast maandbedrag voor een bepaalde periode één of meerdere auto's permanent in gebruik heeft. Het vaste maandbedrag omvat alles: motorrijtuigenbelasting, verzekering, afschrijving, onderhoud, schade en verkoop aan het einde van de looptijd, maar geen brandstof en lekke banden. Wanneer de leaseauto een tijdje uit de roulatie is, door schade of pech, zorgt de leasemaatschappij voor een vervangende wagen, zonder extra kosten boven het bedrag van het vaste eigen risico. Het eerste voordeel van lease

is daarmee: gemak. Het tweede voordeel is dat er geen grote begininvesteringen gedaan hoeven te worden.

Leasevormen

Een eerste tweedeling is die tussen financiële en operationele lease. In het eerste geval wordt de leaseauto uiteindelijk eigendom van de contractant, bij de tweede gaat de auto terug naar de leasemaatschappij. De verdeling tussen deze vormen gemiddeld 5 en 95%. Operational lease (of all-in lease) kent weer vele varianten. Full operational lease bijvoorbeeld is de werkelijke all-in leasevorm, waar alles behalve brandstof en lekke banden onder valt. Daarnaast bestaat Netto

operational lease. In deze vorm kunnen verschillende zaken als verzekering, onderhoud, reparatie en vervangend vervoer buiten de overeenkomst worden gelaten, met een lager maandbedrag tot gevolg (maar meer eigen werk en risico). Andere vormen die u tegen kunt komen: Short Lease, km-contractlease en sale and lease back. Op dit moment worden leasecontracten over het algemeen precies op maat gemaakt voor particulieren en bedrijven, met als doel de meest voordelige balans tussen gemak en eigen risico. Ten slotte behoren ook het sluiten van onderhouds- en afschrijvingscontracten, het zogenaamde 'fleetmanagement' tot de mogelijkheden.

fortement recommandé'. En cas de leasing les deux me mes recommandations sont d'application.

Les montants maxima peuvent être majorés des coûts supplémentaires relatifs à ces installations.

Chaque année au mois de décembre un état récapitulatif des voitures achetées et acquises par leasing doit être soumis au Ministre de la Mobilité et Transport: dans cette liste il faudra motiver de façon expresse pourquoi le cas échéant les recommandations susmentionnées n'ont pas été suivies.

4 Le leasing est admis pour tous les véhicules repris dans le tableau, ci-dessus. Seuls les contrats de leasing opérationnel dans le cadre desquels le locataire acquiert le droit d'utilisation pendant une certaine période et le loueur reste propriétaire du véhicule peuvent entrer en considération. Les formules avec option d'achat ne sont pas autorisées.

Le contrat de leasing doit aller de pair avec un contrat d'entretien. En cas de leasing tous les risques liés à l'utilisation du véhicule doivent être assurés. Il s'impose des lors de prendre une assurance "omnium" qui couvre les risques suivants: dégâts matériels, vol, incendie, responsabilité civile, assurance couvrant les occupants et défense juridique. Il s'agit d'ailleurs des rubriques d'assurance classiques telles que proposées par les firmes spécialisées en leasing.

Toutefois, une franchise de maximum 620 euros peut être prise en charge.

En cas de leasing, le BFA peut mettre à disposition des services publics un contrat mode le garantissant au maximum l'intérêt de ces services.

5 Toute acquisition de véhicule, quel qu'en soit le prix, doit être préalablement soumise à l'approbation de l'Inspection des Finances ou du délégué du Ministre des Finances (con-

trôle sur base de la motivation des besoins fonctionnels). A cette fin le BFA met à la disposition de ces instances la liste indicative reprenant la segmentation du marché susmentionnée.

6 Les normes d'exception édictées par la circulaire n° 278 du 18 novembre 1988, restent d'application pour le renouvellement du parc automobile des services de sécurité.

Disposition finale

Cette circulaire abroge et remplace la circulaire n° 307 bis du 8 août 1997.

Le Ministre de la Fonction Publique et de la Modernisation de l'administration,

L. VAN DEN BOSSCHE

West-Vlaanderen maakt werk van imago

Steeds meer steden en regio's in Vlaanderen en Europa worden zich bewust van het feit dat zij in een concurrerende positie met andere steden en regio's terecht komen. Ook de Provincie West-Vlaanderen vond het belangrijk om na te denken over de positionering die zij wenst in te nemen.

Eind 2001 werd aan een extern bureau de opdracht gegeven om een onderzoek te voeren naar het imago van zowel het provinciebestuur als van de regio West-Vlaanderen

De analyse werd gevoerd op intern en extern niveau. Naast het consulteren van politici gebeurde dit via meer dan 50 diepte-interviews verspreid over diverse doelgroepen dewelke de provincie benaderen vanuit verschillende invalshoeken. De gesprekken werden aangevuld met extra informatie door middel van een doelgerichte desk research en analyse van bestaand materiaal.

*“Het zijn harde werkers
maar ze missen voldoende
zelfvertrouwen om dit alles
uit te dragen”*

Finaal werd een communicatie-audit gevoerd om inzicht te krijgen in de verschillende acties die het provinciebestuur in het verleden reeds uitgevoerd heeft.

West-Vlaanderen als regio met al de diverse aspecten en associaties die erbij gemaakt kunnen worden, is geanalyseerd op twee niveaus: intern en extern. Het beeld dat men heeft van de provincie West-Vlaanderen komt op de twee niveaus sterk overeen.

Analyse van de regio

Intern

De kracht van West-Vlaanderen ligt in haar cultureel-historische achtergrond, de karakteristieken van de bevolking en de natuurlijke omgevingsfactoren. West-Vlamingen zijn dynamisch en creatief en erg op hun eigen identiteit gesteld. Het zijn harde werkers maar ze missen voldoende zelfvertrouwen om dit alles uit te dragen en hard te maken over de provinciegrenzen heen.

De kust en de aanwezigheid van de zee is een duidelijke troef. West-Vlaanderen wordt aanzien als de recreatie-provincie van Vlaanderen. Ook het historisch opgebouwd economisch potentieel vergroot enorm door de aanwezigheid van 2 havens. Het uitgestrekte

platteland wordt sterk benut door de landbouwsector, die in West-Vlaanderen zeer sterk vertegenwoordigd is.

Ondanks het feit dat een echte kopstad met een grote aantrekkingskracht en uitgestrekt bedieningsgebied ontbreekt, laat een deel van de provincie ook een verstedelijkte indruk na. Hiervan getuigt ook het stedenbouwkundig uitzicht dat de Belgische kust gekregen heeft.

Extern

West-Vlaanderen is een gebied met een grote verscheidenheid: “op een zakdoek groot heb je alles”, “we hebben alles behalve plaats”,...

Een korte opsomming:

- Toeristische attractiepool Brugge en kust
- Grote economische mogelijkheden (bedrijventerreinen), sterke individuele activiteit van KMO's
- Groot agrarisch, landelijk gebied
- Groene provincie, recreatieve mogelijkheden (provinciale terreinen)
- Franse en Nederlandse grens
- Schitterende havens
- Diversiteit van steden met waarde
- Regionale luchthavens
- Relatief goede wegen, weinig verkeersproblemen; goede verkeersontsluiting
- 2 havens, centrale ligging
- Visserij

Kenmerkend is de endogene groei en eigen ontwikkeling, een logisch gevolg van de karakteristieken van de bevol-



Russel Wright – Bun warmer and tidbit stand, ca. 1932

king: “zelfplantrekkerij”, arbeidsethos, beroepseer en trots leiden ertoe dat de regio zichzelf ontwikkelt en aanleiding geeft tot kwaliteit. In West-Vlaanderen wordt ook een zeer hoge levenskwaliteit gemeten.

Belangrijk zijn ook de toeristische en culturele ontwikkelingen en de unieke situatie met de kust, die ook op economisch vlak van groot belang is.

De aandacht die in het verleden aan ruimtelijke ordening werd geschonken wordt momenteel duidelijk als onvoldoende geëvalueerd. Ook de afwezigheid van een echte kopstad die ook zo erkend wordt, komt West-Vlaanderen niet optimaal uit. Deze provincie is een geheel van deelregio's, landschappelijk en economisch. Er is een Noord-Zuid tegenstelling, hoewel deze genuanceerd moet worden, maar een globale missie over West-Vlaanderen die de initiatieven stuurt, ontbreekt.

Associaties die gemaakt worden bij West-Vlaanderen

Intern

Als men West-vlaanderen hoort, denkt men aan volgende elementen:

- de mensen: harde werkers, doorzetters, volharders, gastvrij

- de ondernemingen, innovatief
- de kust, cultuurstad Brugge
- een plaats om tot rust te komen, te onthaasten

Enkele van de associaties die spontaan gemaakt worden bij het horen van West-Vlaanderen zijn:

- behoudsgezind, conservatief
- creatief, innoverend
- op eigen identiteit gesteld
- landelijk, landbouw
- de zee, de kust

Extern

Bij het horen van West-Vlaanderen denkt men in eerste instantie aan:

- het sterke en actieve bedrijfsleven
- het landelijke en de landbouw
- de ruimtelijke ordening die verstorend werkt
- de karakteristieken van de bevolking
- de kust, de aanwezigheid van de zee en het toerisme

Volgende connotaties maakt men bij de provincie West-Vlaanderen:

- ondernemend
- zelfgenoegzaam, chauvinistisch, conservatief, eigenzinnig
- arrangeurs, creatief, dynamisch
- lintbebouwing, lelijke gebouwen
- toerisme

Analyse van het provinciebestuur

Uit de bevraging van de verschillende respondenten kwamen een aantal associaties telkens terug:

- diffuus naar burgers toe, naar overheden is het duidelijker
- er is blijkbaar geen structuur, het is een instantie die blijkbaar zonder vooropgestelde algemene strategie opereert
- een sterke transformatie doormaakt het voorbij decennia. Van oubollig en controlerend naar dynamisch en partner
- werken gebiedsgericht, het is een ondersteunende en coördinerende instantie

Het Provinciebestuur is een bestuurlijk orgaan dat een coördinerende taak op bovenlokaal vlak op zich neemt. Het is een overlegstructuur waar de regelgeving van hogere overheden wordt overgebracht naar de steden en gemeenten, dit met een degelijke kennis van de regio. Het Provinciebestuur draagt ook zorg voor de ontwikkeling van de deelregio's door middel van de gebiedsgerichte werking.

Dit imago is redelijk goed doorgedrongen bij de steden en gemeenten, bij andere doelgroepen en zeker naar de bevolking toe is deze profilering zeer diffuus en is zo goed als niet geweten wat het provinciebestuur doet of waarvoor ze staat. Misschien wordt dit mede veroorzaakt door het gebrek aan een duidelijk geformuleerde visie en strategie. De acties die momenteel ondernomen worden komen fragmentair en incoherent over. Dat het Provinciebestuur een sterk veranderingsproces heeft doorgemaakt de laatste 10 jaar, staat ook vast. Vroeger aanzien als controlerend en oubollig maakt men nu associaties met consulenteerbaar, partner en kenniscentrum. ...

Provincie lanceert regiomarketingcampagne

Provincie lanceert regiomarketingcampagne om West-Vlaanderen te profileren als recreatieve topregio, als ondernemende en als kwaliteitsvolle regio.

Na onderzoek en ruim extern overleg selecteerde de Provincie drie speerpunten voor haar toekomstig beleid. Sterktes die in het komende decennium verder ontwikkeld en uitgedragen zullen worden. Om nog sterker te worden waarin we al goed zijn. Dit is het eerste deel van de missie voor West-Vlaanderen.

Speerpunten

Recreatieve topregio

De West-Vlaamse regio beschikt over een uniek recreatief aanbod in West-Europa. Zowel op toeristisch, cultureel als sportief vlak scheert de provincie hoge toppen. Aan de Kust is het altijd een beetje vakantie. Gezellige drukte of een zee van rust. De verblijfs- en sportmogelijkheden zijn er legio. Permanente attracties en topevenementen brengen stevast heel wat mensen op de been. Het binnenland lokt duizenden toeristen, dagjesmensen en recreanten met zijn kunststeden, zijn musea, zijn aangrijpend oorlogsverleden, bewegwijzerde fiets- en wandelroutes doorheen schilderachtige landschappen en charmante dorpjes van het platteland. Het Bourgondische leven en het gastvrije onthaal van de West-Vlaming zijn wijd en zijd vermaard.

Ondernemende regio

Binnen Vlaanderen wordt West-Vlaanderen erkend als economisch welvarende provincie. De ondernemingszin, de werkkraft en het commerciële talent van de West-Vlaming zijn onmiskenbare troeven voor de economische ontwikkeling en een duurzame

welvaart in de regio. De West-Vlaamse economie steunt op enkele stevige pijlers: industriële ontwikkeling, een goed uitgebouwd dienstencentrum, sterke KMO's, een actieve toeristische sector, land- en tuinbouw en visserij. Bovendien beschikt de provincie over een bijzonder goed uitgebouwd economische infrastructuur, zoals wegen, havens, luchthavens, ambachtelijke zones en bedrijventerreinen.

Kwaliteitsvolle regio

De West-Vlamingen zijn van oudsher bekommerd om de omgeving waarin ze leven en de mensen rondom zich. Ze wonen in een open provincie waarin natuur en milieu kansen krijgen. Omdat de ruimte schaars is, moet er zorgzaam mee omgesprongen worden. Een gezond evenwicht tussen de belangen van de landbouwer, de ondernemer, natuur, wonen en infrastructuur, daar streeft de West-Vlaming naar. Dorps- en stadskernen worden opgewaardeerd, verkeersproblemen ingedijkt, onveiligheid en criminaliteit aangepakt. In de zorg voor kwetsbare groepen laat de West-Vlaming zijn groot hart spreken.

Bestuursprofiel

Het samen met anderen ontwikkelen en promoten van deze drie speerpunten is het tweede deel van de missie van het provinciebestuur. Daarom werpt de provincie zich op als bestuur van de hele regio en als ervaren kennispartner. Haar ambitie is dubbel.

Regiobestuur

Zoals een architect plannen uittekent en bouwwerken begeleidt, zo wil de provincie als dynamisch regiobestuur de architect van haar regio zijn, rekening houdend met de wensen van de

bouwheer. De provincie stimuleert visievorming en strategieontwikkeling, ondersteunt haar partners bij het realiseren van hun doelstellingen, leidt samenwerkingsverbanden, financiert belangrijke structurele projecten,...

Kortom, de provincie plant en stuurt de regio in goed overleg en met de betrokkenheid van een architect.

Omdat niet alle streken dezelfde mogelijkheden bieden, kiest de provincie bovendien voor een gebiedsgerichte aanpak. Voor elke streek worden specifieke oplossingen en acties uitgewerkt, in samenwerking met steden en gemeenten, streekplatforms, intercommunales of private partners. Gebiedswerkers, streekhuizen en regiomanagers vormen de drijvende krachten. Zo krijgt West-Vlaanderen gestalte. Het bestuursconcept van gebiedsgerichte werking vormt hierbij een belangrijke meerwaarde.

Kennispartner

De provincie West-Vlaanderen heeft de voorbije decennia heel wat kennis verzameld en expertise opgebouwd. Daar maakt ze trouwens blijvend werk van. Als kennispartner stelt ze die ter beschikking van gemeenten, instellingen en organisaties die de ambitie van de provincie delen om van West-Vlaanderen nog meer een kwaliteitsvolle, recreatieve en ondernemende regio te maken. Vorming en opleiding, seminars en studiedagen, advies en ondersteuning bij nationale of Europese dossiers, databanken, kenniscentra zoals het praktijkgericht onderzoekscentrum voor de land- en tuinbouw in Beitem of het Provinciaal Maritiem Instituut getuigen van de knowhow van de provincie en de wil om die ter beschikking te stellen.

West-Vlaanderen neemt een nieuwe huisstijl aan



Een duidelijke missie, een nieuw logo. West-Vlaanderen is een vlag die vele ladingen dekt. Een wapperende vlag, want er waait een verfrissende wind door de kustprovincie en de deelregio's, er heerst dynamiek, de West-Vlamingen willen vooruit. Daarom een nieuwe handtekening, want West-Vlaanderen wil uitmunten als duurzame, recreatieve en economische regio.

De betekenis

We kozen voor een sterk aantrekkelijk, eenvoudig en vooral communicatief logo dat als een "vlag" verschillende betekenissen dekt. Het symboliseert:

- de kustprovincie;
- de 4 deelregio's;
- de wimpel/vlag;

- de wind (symboliek van dynamiek, beweging, verfrissing);
- de 3 speerpunten.

Het logo draagt ook steeds de baseline "Door mensen gedreven" met zich mee. Deze baseline wil de pit, de drive, de dadendrang van de West-Vlaming meegeven.

Naast het logo werden ook drie beelden ontwikkeld die bij de drie speerpunten horen. Ze gaan vergezeld van de slogans "Genieten. Het zit in ons", "Ondernemen. Het zit in ons" en "Kwaliteit. Het zit in ons".



CAMPAGNE

Op 29/01 start een 20 m² affichage campagne.

Zo'n 118 borden worden in eerste fase met een teaser (=prikkelend beeld) geafficheerd (dit is de van de drie speerpunt beelden). Vanaf 12/02 worden deze overkleefd met het antwoordbeeld.

Vanaf 12/02 ontvangen ook alle inwoners van West-Vlaanderen een folder in de bus. Deze geeft een toelichting over de nieuwe profilering en de verschillende aandachtspunten van de Provincie. Deze folder zal ook te vinden in gemeentehuizen, bibliotheken, ... in West-Vlaanderen.

Op 12/02 start ook de TV-spot op TV1 om 18.55u en op Canvas om 21.00u. De spot blijft dagelijks lopen tot 25 februari, maar wel op verschillende tijdstippen. De TV-spot zal ook te zien zijn op de regionale zenders Focus en WTV.

Vanaf midden februari komen er ook advertenties in De krant van West-Vlaanderen.

De provincie laat verder ook een nieuwe informatiestand bouwen voor jaarbeurzen en grote evenementen.

...

Nulmeting bij de start van de regiomarketingcampagne West-Vlaanderen

Om het effect en het resultaat van dit regiomarketingplan op te volgen werd door Allcomm/Yield Solutions een nulplatform gecreëerd, een startpunt, een meting van de huidige situatie (hoe de West-Vlaming zijn regio evalueert en welk beeld hij zich er van vormt) zodat achteraf de evolutie die de regio zal doormaken, gevolgd kan worden.

Deze nulmeting is gebaseerd op een bevraging van 500 West-Vlamingen, evenredig verdeeld over de 4 deelregio's (De Kust, het Brugse Ommeland, de Leiestreek, de Westhoek), het geslacht en 6 leeftijdscategorieën. De enquête werd uitgevoerd in december 2002.

De enquêtes bestonden uit *2 delen*: in een eerste deel werd gevraagd naar de mate waarin een groot aantal *stellingen* van toepassing zijn op West-Vlaanderen, de stellingen werden geselecteerd met betrekking tot de 3 geselecteerde speerpunten. In een tweede deel werd gepeild naar het belang van *regio-ontwikkeling* als taak van het provinciebestuur.

Bondige weergave van de resultaten: Stellingen:

Alle criteria die getest werden, kregen een hoge score toegekend, we mogen concluderen dat West-Vlamingen een positieve tot zeer positieve indruk over de provincie hebben. Hieruit blijkt het fierheidsgevoel van de West-Vlamingen over hun eigen regio.

Uit de resultaten kan geconcludeerd worden (gemiddelde score eerder zeer positief) dat West-Vlaandere

ren een vooruitstrevende, creatieve en ondernemende regio met economisch potentieel is waar veel opleidings- en ontspanningsmogelijkheden zijn en waar de bewoners een hoge levenskwaliteit ervaren. West-Vlaanderen heeft daarenboven een ruim cultuurhistorisch aanbod. Echte uitschieters in positieve zin zijn het woonklimaat en de schoonheid van de provincie.

Eerder positief scoorden de vlotte mobiliteit en de eenvoud waarmee betaald werk gevonden kan worden.

Een neutrale of negatieve gemiddelde score werd voor geen van de stellingen bekomen. Dit bewijst nog meer de algemeen hoge satisfactiegraad van de West-Vlamingen met betrekking tot hun regio.

Naar leeftijd zien we dat de oudere categorieën positiever ingesteld zijn dan de jongere. Bij een groot deel van de stellingen komen de antwoorden echter sterk overeen.

De regionale verschillen zijn niet noemenswaardig. De Kust, het Brugse Ommeland en de Westhoek scoren gelijkaardig. Respondenten uit de Leiestreek hebben soms een positievere indruk van hun provincie, zeker wat het economisch aspect aangaat.

Een opdeling naar professionele activiteit kan in algemene termen voor enkele stellingen gemaakt worden tussen 1) de gepensioneerden, studenten/zonder beroep & 2) arbeiders en vrije beroepen, kaderleden, zelfstandige, bediende en landbouwers. Deze verschillen komen voor bij zowel economi-



**Warren Mc Arthur
Radio operator seat, ca. 1938-48**

sche, recreatieve, culturele stellingen als wat de mobiliteit en creativiteit betreft. De eerste groep scoort gemiddeld hoger dan de tweede groep.

Regionale ontwikkeling wordt unaniem als een belangrijke taak van het provinciebestuur aanzien.

Provinciehuis Boeverbos
Koning Leopold III-laan 41
B-8200 Sint-Andries
Telefoon: 050 40 74 01
Fax.: 050 40 74 00

Le Marketing social

Le marketing social constitue un processus planifié visant à susciter le changement; le terme est dérivé du marketing traditionnel de produits et services.

Composé d'éléments issus de la recherche commerciale et de consommation, de la publicité et de la promotion (y compris le positionnement, la segmentation, la stratégie créative, la conception et l'évaluation du message, la stratégie et la planification médiatiques, et le suivi réel), le marketing social peut jouer un rôle central en ce qui a trait à la santé, à l'environnement et dans d'autres domaines importants.

la stratégie militaire. Il emprunte également à des disciplines intellectuelles comme la psychologie, la sociologie, les sciences politiques, la théorie de la communication et l'anthropologie. En pratique, il a des affinités avec la publicité, les relations publiques, la recherche-marketing ainsi que le travail et l'expérience d'activistes sociaux, de groupes de défense et d'organismes communautaires.

“Déjà, dans la Rome et la Grèce antiques, on faisait campagne pour la libération des esclaves”

Dans son sens le plus large, le marketing social est une nouvelle façon de concevoir de très anciens projets humains. Depuis les tous premiers systèmes sociaux, l'humain tente sans cesse d'informer, de persuader, d'influencer, de motiver, de gagner la confiance de nouveaux adhérents relativement à un ensemble d'idées; de promouvoir des causes et de convaincre des groupes particuliers; de renforcer ou de modifier des comportements (par des faveurs, la discussion ou la force). Le marketing social a des racines profondes dans la religion, la politique, l'éducation et, à un certain point, dans

Comme le souligne Phil Kotler dans son livre *Marketing Social : Strategies for Changing Public Behaviour*, les campagnes visant à susciter le progrès social ne sont pas un phénomène nouveau. Déjà, dans la Rome et la Grèce antiques, on faisait campagne pour la libération des esclaves. Durant la révolution industrielle, en Angleterre, on organisait des campagnes contre l'incarcération pour endettement et le travail des enfants, ainsi que pour le droit de vote des femmes. Durant le XIXe siècle, aux États-Unis, les mouvements pour l'abolition de l'esclavage, pour la tempérance et la prohibition, ainsi que

celui des suffragettes ont mis en œuvre des campagnes notoires de réformes sociales; sans compter le mouvement pour la défense des droits des consommateurs qui revendiquait des gouvernements une réglementation sur la qualité des aliments et des médicaments.

Plus récemment, on a mené des campagnes dans divers domaines, dont les suivants: promotion de la santé (anti-tabagisme, sécurité, abus de médicaments, alcool au volant, sida, forme physique, immunisation, dépistage du cancer du sein, santé mentale, allaitement, planning familial); protection de l'environnement (eau potable, qualité de l'air, conservation de l'énergie, parcs nationaux, forêts); éducation (alphabétisation, “l'école avant tout”); économie (relance du perfectionnement et de la formation, mesures pour attirer les investisseurs, revitalisation des villes anciennes); violence familiale; droits de la personne; racisme, etc.

Le marketing social combine les meilleurs éléments des approches traditionnelles visant à susciter le progrès social de façon planifiée et structurée; il mise sur le progrès et les compétences en matière de technologie des communications et de mise en marché. Il fait appel aux techniques de marketing pour susciter la discussion, promouvoir la diffusion de l'information et l'adoption de valeurs et de comportements. Il contribue de la sorte à créer un climat propice au progrès social et à l'adoption de nouveaux comportements.

“Social marketing seeks to influence social behaviors not to benefit the marketer”

...



Marc Newson – Lockheed Lounge, 1986-88

What is Social Marketing?

The health communications field has been rapidly changing over the past two decades. It has evolved from a one-dimensional reliance on public service announcements to a more sophisticated approach which draws from successful techniques used by commercial marketers, termed “social marketing.” Rather than dictating the way that information is to be conveyed from the top-down, public health professionals are learning to listen to the needs and desires of the target audience themselves, and building the program from there. This focus on the “consumer” involves in-depth research and constant re-evaluation of every aspect of the program. In fact, research and evaluation together form the very cornerstone of the social marketing process.

**Hands-On Social Marketing:
A Step-by-Step Guide**
by Nedra Kline Weinreich
Sage Publications (June 1999)

This book demystifies the process of developing and implementing a social marketing campaign. The author translates the concepts of marketing into a clear, step-by-step process that almost anyone can follow. It will be indispensable to practitioners in the fields of public health, social services, and health care communications.

Social marketing was “born” as a discipline in the 1970s, when Philip Kotler and Gerald Zaltman realized that the same marketing principles that were being used to sell products to consumers could be used to “sell” ideas, attitudes and behaviors. Kotler and

Andreasen define social marketing as “differing from other areas of marketing only with respect to the objectives of the marketer and his or her organization. Social marketing seeks to influence social behaviors not to benefit the marketer, but to benefit the target audience and the general society.” This technique has been used extensively in international health programs, especially for contraceptives and oral rehydration therapy (ORT), and is being used with more frequency in the United States for such diverse topics as drug abuse, heart disease and organ donation.

Like commercial marketing, the primary focus is on the consumer--on learning what people want and need rather than trying to persuade them to buy what we happen to be producing. Marketing talks to the consumer, not about the product. The planning process takes this consumer focus into account by addressing the elements of the “marketing mix.” This refers to decisions about 1) the conception of a Product, 2) Price, 3) distribution (Place), and 4) Promotion. These are often called the “Four Ps” of marketing. Social marketing also adds a few more “P’s.” At the end is an example of the marketing mix.

Product

The social marketing “product” is not necessarily a physical offering. A continuum of products exists, ranging from tangible, physical products (e.g., condoms), to services (e.g., medical exams), practices (e.g., breastfeeding, ORT or eating a heart-healthy diet) and finally, more intangible ideas (e.g., environmental protection). In order to have a viable product, people must first perceive that they have a genuine prob-

lem, and that the product offering is a good solution for that problem. The role of research here is to discover the consumers’ perceptions of the problem and the product, and to determine how important they feel it is to take action against the problem.

Price

“Price” refers to what the consumer must do in order to obtain the social marketing product. This cost may be monetary, or it may instead require the consumer to give up intangibles, such as time or effort, or to risk embarrassment and disapproval. If the costs outweigh the benefits for an individual, the perceived value of the offering will be low and it will be unlikely to be adopted. However, if the benefits are perceived as greater than their costs, chances of trial and adoption of the product is much greater.

In setting the price, particularly for a physical product, such as contraceptives, there are many issues to consider. If the product is priced too low, or provided free of charge, the consumer may perceive it as being low in quality. On the other hand, if the price is too high, some will not be able to afford it. Social marketers must balance these considerations, and often end up charging at least a nominal fee to increase perceptions of quality and to confer a sense of “dignity” to the transaction. These perceptions of costs and benefits can be determined through research, and used in positioning the product.

Place

“Place” describes the way that the product reaches the consumer. For a tangible product, this refers to the distribution system--including the warehouse,

...

trucks, sales force, retail outlets where it is sold, or places where it is given out for free. For an intangible product, place is less clear-cut, but refers to decisions about the channels through which consumers are reached with information or training. This may include doctors' offices, shopping malls, mass media vehicles or in-home demonstrations. Another element of place is deciding how to ensure accessibility of the offering and quality of the service delivery. By determining the activities and habits of the target audience, as well as their experience and satisfaction with the existing delivery system, researchers can pinpoint the most ideal means of distribution for the offering.



Margeret Macdonald & Frances Macdonald
Picture frame 1897

Promotion

Finally, the last "P" is promotion. Because of its visibility, this element is often mistakenly thought of as comprising the whole of social marketing. However, as can be seen by the previous discussion, it is only one piece. Promotion consists of the integrated use of advertising, public relations, promotions, media advocacy, personal selling and entertainment vehicles. The focus is on creating and sustaining

demand for the product. Public service announcements or paid ads are one way, but there are other methods such as coupons, media events, editorials, "Tupperware"-style parties or in-store displays. Research is crucial to determine the most effective and efficient vehicles to reach the target audience and increase demand. The primary research findings themselves can also be used to gain publicity for the program at media events and in news stories.

Additional Social Marketing "P's"

Partnership--Social and health issues are often so complex that one agency can't make a dent by itself. You need to team up with other organizations in the community to really be effective. You need to figure out which organizations have similar goals to yours--not necessarily the same goals--and identify ways you can work together.

Policy--Social marketing programs can do well in motivating individual behavior change, but that is difficult to sustain unless the environment they're in supports that change for the long run. Often, policy change is needed, and media advocacy programs can be an effective complement to a social marketing program.

Politics--The issues addressed by social marketing programs are often controversial or complex, such as safer sex or violence, and may need some political diplomacy with community organizations to gain support, to get access to the target audience or to head off potential adversaries at the pass.

Example of a Marketing Mix Strategy

As an example, the marketing mix strategy for a breast cancer screening campaign for older women might include the following elements:

The **product** could be any of these three behaviors: getting an annual mammogram, seeing a physician each year for a breast exam and performing monthly breast self-exams.

The **price** of engaging in these behaviors includes the monetary costs of the mammogram and exam, potential discomfort and/or embarrassment, time and even the possibility of actually finding a lump.

The **place** that these medical and educational services are offered might be a mobile van, local hospitals, clinics and worksites, depending upon the needs of the target audience.

Promotion could be done through public service announcements, billboards, mass mailings, media events and community outreach.

Partnerships could be cultivated with local or national women's groups, corporate sponsors, medical organizations, service clubs or media outlets.

The **policy** aspects of the campaign might focus on increasing access to mammograms through lower costs, requiring insurance and Medicaid coverage of mammograms or increasing federal funding for breast cancer research.

Politically, the groups you would want "on your side" in the campaign would depend upon the way you frame the campaign. Some possible allies to cultivate are physicians, insurance companies, women's health organizations, or the American Cancer Society.

Each element of the marketing mix should be taken into consideration as the program is developed, for they are the core of the marketing effort. Research is used to elucidate and shape the final product, price, place, promotion and related decisions.

Nedra Kline Weinreich

L'exemple de la Fondation Médias Verts

La Fondation Médias Verts regroupe des gens de différents milieux qui ont à coeur le développement d'initiatives médiatiques permettant au public de prendre conscience des véritables enjeux écologiques. Nous organisons des rencontres entre-nous pour discuter à fond des nouveaux enjeux et nous formons des groupes de travail qui permettent de faire avancer divers projets innovateurs.

Philosophie

Nous prônons des changements fondamentaux dans la structure des médias de masse. Ceci étant dit, les membres de notre association comprennent que la tâche d'introduire un discours plus juste et équitable dans le milieu des communications et des médias est ardue. Le fait qu'il n'y a que peu de place pour des messages alternatifs tels que ceux qui adressent la surconsommation des ressources naturelles fait en sorte que les citoyens de nos sociétés ne sont pas placés devant l'impact de leur style de vie. Il faut réussir à prendre une place dans ce milieu et de donner la voix à tous ceux et celles qui sont sous représentés dans les médias de masse.

Pour cette raison, la Fondation continuera à travailler pour apporter de la programmation alternative sur les ondes de radio et de télévision et de développer des stratégies de communications qui joindront les citoyens. Nous favoriserons également des liens avec des communautés ailleurs dans le monde, particulièrement en Afrique et en Amérique latine, où l'impact des grandes agences de marketing ne fait que commencer à se faire voir.

En attente de la catastrophe?

En attente de la catastrophe? de l'auteur Michel LeBlanc DesNeiges, Directeur-exécutif de la Fondation.



En attente de la catastrophe? explore les grands enjeux écologiques du 21e siècle avec un accent particulier sur la question à savoir si les citoyens sont une source importante de changements vis-à-vis les menaces écologiques les plus critiques. En puisant principalement dans les théories émergentes du domaine de l'écopsychologie, l'auteur avance que l'individu est en grande mesure incapable de recevoir les connaissances écologiques et de faire des choix appropriés par rapport aux questions environnementales les plus cruciales. On identifie comment les citoyens sont aujourd'hui débordés dans leur vie quotidienne et comment leurs moyens de s'informer, principalement par les médias de masse, ne leur permettent pas de recevoir une présentation adéquate des enjeux écologiques globaux. L'auteur explore en plus la possibilité que les Occidentaux sont trop attachés psychologiquement à un style de vie de consommation et qu'une transformation radicale des structures socio-économiques nécessaire pour répondre à la dégradation de l'environnement représente une menace à la sécurité psychologique de la majorité de la population occidentale. Enfin, l'auteur développe une appréciation des défis et des possibilités qui existent dans la lutte pour la protection de l'environnement et il soulève la nécessité pour le mouvement écologique de mener une véritable lutte pour la démocratie.

La publication du livre, dans son ensemble, est prévue pour le mois de mars, 2003.

À propos de l'auteur

Michel LeBlanc DesNeiges (BPs et MÉE) a influencé et façonné le mouvement écologique dans la région de Moncton tout en se faisant remarquer sur la scène nationale comme un jeune leader avec un avenir prometteur. Il fonda Écoverité en 1993, un groupe étudiant qui a radicalisé la scène environnementale au Nouveau-Brunswick. En 1999, Michel mis sur pied Petitcodiac Riverkeeper avec l'appui de Robert F. Kennedy Jr.. Il est présentement le directeur exécutif de la Fondation Médias Verts. En attente de la catastrophe? est son premier livre.

<http://www.mediasverts.org>



Is er een toekomst voor de Belgische markt van loterijen, kansspelen en weddenschappen in Europa?

Sinds 1999 is het juridische landschap in België voor loterijen, kansspelen en weddenschappen fundamenteel gewijzigd. Voor de wet van 7 mei 1999 was het wettelijk kader voor casino onbestaand, of liever gezegd werden casino's geregeld door strikte, doch ongeschreven regels.

De wet van 7 mei 1999 bracht hier na lange discussies een eerste fundamentele verandering aan. Een nieuwe dienst werd opgericht binnen het Ministerie van Justitie, zijnde de Kansspelcommissie. De wet was echter van bij de aanvang

den en geschenken kunnen aanbieden om het hoofd te bieden aan de scherpe buitenlandse concurrentie. Ook de lunaparken kregen een verhoging van het uurverlies. Alleen de horeca sector blijft (hopelijk voorlopig) in de kou staan. Wat zijn hier-

“Is het “Faites vos jeux” of “Rien ne va plus”?”

onvolkomen en bracht nieuwe problemen met zich mee. De toestand van de casinosector in België is, volgens de gespecialiseerde internationale pers, vrij dramatisch te noemen. Financiële en sociale problemen vereisen een diepgaande hervorming van het wettelijk en uitvoerend kader. Hoe erg is de toestand en welke maatregelen zijn er nodig?

Een eerste aanzet, alhoewel nog onvolgende, om hieraan te verhelpen werd in 2003 onder de huidige Minister van Justitie genomen. Krediet kaarten worden toegelaten wat een einde kan maken aan een reeks spectaculaire roofovervallen. Daarboven zullen casino's opnieuw maaltij-

voor de redenen en wat kan hieraan gedaan worden? Welke verdere hervormingen zijn nodig of wenselijk?

De Brusselse casino staat in de Wet. Kandidaten hebben zich kenbaar gemaakt. Politici hebben hierover gedebatteerd. Waar staat de procedure? Is het “Faites vos jeux” of “Rien ne va plus”?

Doch niet alleen de kanspelsector is onderhevig aan verandering. In 2002 werd tevens de Nationale Loterij omgevormd tot een naamloze vennootschap van publiek recht. Ook de Nationale Loterij, zoals blijkt uit de debatten in het Federale Parlement, was immers aan het slabakken en



was op dramatische wijze terrein verloren, van zomaar 25% in 1995 naar 17% in 2001 van de Belgische markt. Recent werd de Nationale Loterij op de rails gezet met een eerste modern beheerscontract waarbij veel aandacht besteed wordt aan de maatschappelijke rol van de Nationale Loterij als operationele kanalisator van speelplezier. De Nationale Loterij wordt een partner van de Kansspelcommissie en kan aldus haar enorme ervaring aanbrengen aan een nog

In Nederland hebben op initiatief van De Lotto en Holland Casino recent twee rechtbanken een halt toegevoerd aan illegale buitenlandse internet initiatieven. Hoe evolueert deze markt?

Al deze evoluties gaan daarenboven gepaard met een groter bewustzijn van de plaats van de speler en de noodzaak deze een gepaste bescherming te verlenen. De kansspelwet heeft dit uitgedrukt. De

*“De Nationale Loterij wordt
een partner van de Kansspelcommissie”*

jonge Kansspelcommissie. Zal de Nationale Loterij kunnen slagen in haar opdracht en is de Kansspelcommissie bereid hieraan mee te werken binnen het kader zoals door de Wetgever bepaald werd?

Paardenwedrennen vormen tenslotte het voorwerp van dringend, doch levensnoodzakelijke hervormingen in 2003. Zowel Vlaanderen als Wallonië buigen zich over deze stervende sector. Ruim 5000, voornamelijk ongeschoolde, arbeidsplaatsen lopen gevaar om alleen al in Vlaanderen verloren te gaan indien de paardensport en de hiermee gepaard gaande weddenschappen geen nieuwe impuls krijgen. Zullen de Vlaamse en Waalse initiatieven deze sector kunnen redden?

Tenslotte is er Europa. Internet en de verdere Europese integratie brengen nieuwe vragen en uitdagingen. Het Hof van Justitie wordt geconfronteerd met diverse vragen. Hoe moet hierop worden gereageerd?

wet op de Nationale Loterij en het eerste beheerscontract besteden hieraan veel aandacht en ook bij de discussies over de hervorming van de paardenwedrennen in het Vlaams Parlement staat dit hoog op de agenda van de initiatiefnemers van de hervorming. Regels inzake verantwoord spelen zijn nieuw voor België. Nederland staat hier eens te meer veel verder. Hoe kunnen wij dit benaderen?

Op deze en andere vragen wil deze conferentie een antwoord geven. Belanghebbenden uit alle betrokken sectoren, experts en politici zullen hieromtrent hun mening geven en debatteren. Is er een toekomst in België voor loterijen, kansspelen en weddenschappen?

Ph. Vlaemminck
Advocaat-vennoot
Vlaemminck & Partners
Conferentie Voorzitter

“The developments of lotteries, betting and games of chance in Belgium”
“23 april 2003”

Language - Langue - Taal: UK - FR - NL

Place - Lieu - Plaats: De Universitaire Stichting - La Fondation Universitaire
Rue d'Egmontstraat 11 - 1000- Brussel Bruxelles

Oracle's toegepaste CRM:

Relatiebeheer in de Zorg-verzekering

“De ziekenfondsen zijn verenigingen van natuurlijke personen die het bevorderen van het fysiek, psychisch en sociaal welzijn als streefdoel hebben in een geest van voorzorg, onderlinge hulp en solidariteit... Naast de uitvoering van de verplichte verzekering geneeskundige verzorging en uitkeringen kan het ziekenfonds diensten organiseren op het gebied van ziekte- en arbeidsongeschiktheid, activiteiten ontwikkelen op het vlak van hulpverlening, voorlichting en begeleiding én in rechte optreden ter verdediging van de individuele en collectieve rechten van hun leden...”.

(uit de wet van 6 augustus 1990).

Deze wet vervulde het legale kader waarbinnen in België ondertussen zeven nationale bonden van mutualiteiten operationeel zijn. De **Landsbond der Christelijke Mutualiteiten** biedt, met zijn ‘markt-aandeel’ van bijna 45%, een onderkomen aan bijna 4,5 miljoen leden. Het hoeft geen betoog dat voor een zulkdanig wijde organisatie, met tevens een steeds groeiende dienstenwaaier, de thematiek rond ledentevredenheid en adequate dienstverlening centraal staat.

Ook hier evolueert het verwachtingspatroon van ‘de klant’, mede onder invloed van het internet, razendsnel. Het bedrijfsmodel en de relatie (communicatie) met de leden dienen hierop dynamisch te worden afgestemd. Men merkt bijvoorbeeld de duidelijke stijging van het aandeel van de elektronische transacties en het ontstaan van cash-loze loketten enerzijds (waarbij de behoefte aan persoonlijk contact duidelijk afneemt) terwijl anderzijds zowel de complexiteit van het dienstenpakket als de eisen van de klanten (leden) in stijgende lijn gaan.

Tevens mag de groeiende concurrentie, ook binnen deze sector van sociale voorzieningen, niet uit het oog worden verloren en vormt deze een reden te meer tot bezinning over strategie en tactiek op vlak van leden-relatiebeheer.

Ter gelegenheid van zijn nakende honderdste verjaardag werd deze bezinning binnen de Landsbond geïntensifiëerd met als resultaat een aantal vernieuwende initiatieven. Daaronder een project met als doelstelling het verhogen van de waarde van de ledenrelatie en het tegelijkertijd beter beheersbaar maken van deze relatie : Client Relationship Management met de expliciete bedoeling de CRM-filosofie uit te bouwen vanuit het sociale engagement eigen aan de organisatie LCM.

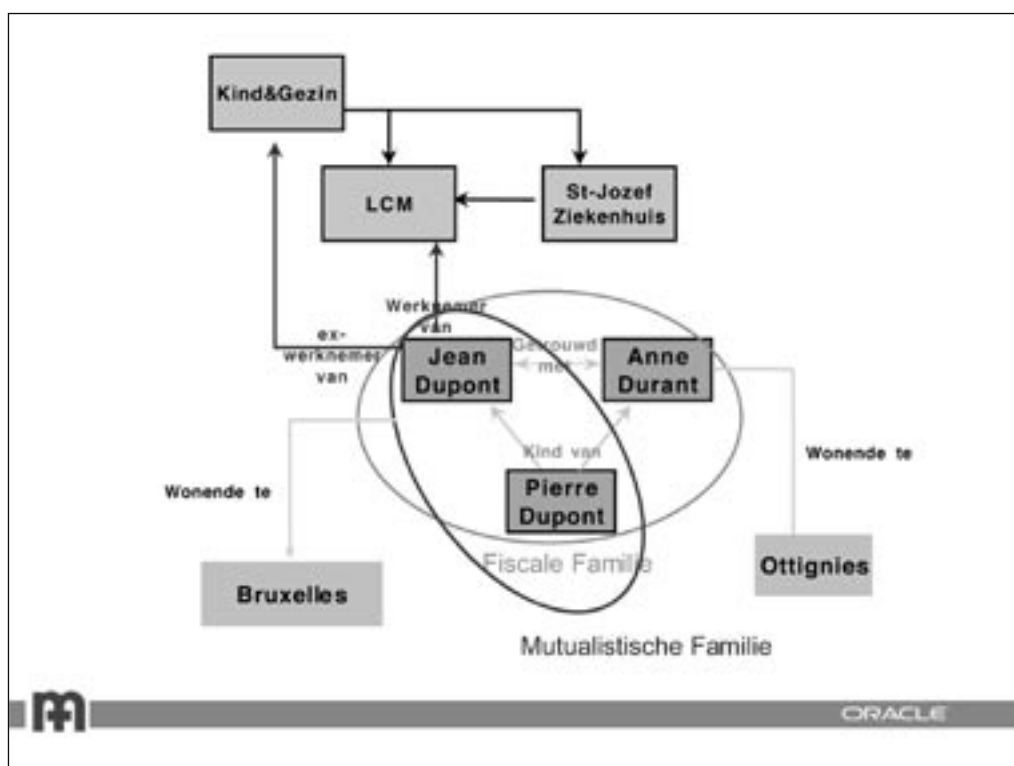
Een aantal objectieven werden in kaart gebracht, zoals het uitbreiden van de communicatie-kanalen, het verder personaliseren van het dienstenpakket, het veruitwendigen van het imago van en de waarde-perceptie rond LCM-diensten, dit alles ter versterking van de loyaliteit van de leden.

Van bij het ontstaan van het initiatief ging men erover akkoord dat de uitwerking ervan door een gezamenlijke inspanning van Informatica- én Ledenbeheer-experten tot stand zou komen.

“CRM is echt géén technologie-project, de onderliggende technologie is er wel nodig om het project mogelijk te maken, ze dient optimaal te ‘faciliteren’. Zodoende kan maximale aandacht gaan naar de functionele inhoud van het initiatief.”

Na een grondige evaluatie-fase over de mogelijkheden en voordelen van Oracle’s CRM-oplossing, vooral ten opzichte van eigen ontwikkeling ‘binnens-huis’, en op basis van workshops gedurende dewelke men inzoomde op de belangrijke componenten en facetten van Oracle’s oplossing, werd er door het selectie-team unaniem voor geöpteerd een gefaseerd project op te zetten op basis van Oracle’s CRM Applications suite.

Een belangrijk argument ten voordele vinden we in Oracle’s TCA-model. Dit staat voor Trading Community Architecture, een concept wat toelaat complexe en uitgebreide relaties uit te drukken en te ondersteunen tussen alle mogelijke ‘deelnemers’ in een ‘collaboratief gebeuren’. In het domein van de zorg verstaan we onder ‘deelnemers’ o.a. patiënten, hun familie-leden, werkgevers, huisdokter, ziekenhuizen, medewerkers van de ziekenhuizen, mutualiteiten, toeleveranciers, regelgevers, betalende partijën, etc..Het model laat toe de huidige relatie’s op te slaan maar tevens de historiek van vroegere relaties bij te houden en te onderkennen waar nodig. Volgend schema toont daarvan een eenvoudig start-model.



Oracle implementeert dit model en de toepassingen die erop geënt worden via het principe van ‘Business Flows’. Men gaat uit van voorgedefiniëerde process-flows die beproefde operationele processen weergeven (*‘best practices’-principe*). Zodoende slagen we er in, samen met onze klanten en partners, korte implementatieprojecten aan te houden met maximale ROI. Het ledenrelatiebeheer bij de LCM levert daarvan een overtuigend praktijkvoorbeeld. Oracle’s medewerkers staan tot uw dienst om verdere informatie te verschaffen enerzijds over oplossingen en mogelijkheden, en over meer referenties en lopende initiatieven anderzijds.

Inlichtingen via marc.metten@oracle.com of bellen op 0800 - 73 280.

Elargissement de l'Union européenne

Dès sa création en 1951, la Communauté européenne devenue Union européenne a eu pour vocation de s'élargir à l'ensemble des pays européens

Les 6 pays d'origine: Allemagne Fédérale, France, Belgique, Italie, Luxembourg et Pays-Bas sont rejoints en 1973 par le Royaume-Uni, l'Irlande et le Danemark, en 1981 par la Grèce, en 1986 par l'Espagne et le Portugal et en 1995 par l'Autriche, la Finlande et la Suède.

Prévu dans le cadre financier de l'Agenda 2000, un élargissement d'ampleur jusqu'ici inégalée est en préparation. Treize pays ont déposé une demande d'entrée dans l'Union européenne: Chypre, Malte, dix Pays d'Europe centrale et orientale (Bulgarie, Estonie, Hongrie, Lettonie, Lituanie, Pologne, République tchèque, Roumanie, Slovaquie, Slovénie) et la Turquie. La Suisse l'a suspendue pour tenir compte de l'opinion défavorable de la majorité de ses citoyens.

Pour l'Union européenne, cet élargissement présente plusieurs avantages:

- étendre la zone de stabilité et de paix à tout le continent européen pour éviter que des conflits, comme celui de l'ex-Yougoslavie ne se reproduisent;
- stimuler la croissance économique et commerciale, le marché unique passant de 379 à 480 millions de consommateurs;
- accroître sa place dans le monde, notamment dans les négociations commerciales.

Les conditions d'adhésion

Les pays qui souhaitent adhérer à l'Union européenne doivent être des Etats européens (article 49 du traité sur l'Union européenne (UE)) et respecter les principes de l'article 6 du traité sur l'UE: liberté, démocratie et respect des

droits de l'homme et des libertés fondamentales, ainsi que de l'Etat de droit.

Ils doivent également satisfaire aux critères de Copenhague: maintenir des institutions stables, avoir une économie de marché ouverte et concurrentielle et souscrire aux objectifs de l'union politique, économique et monétaire.

Enfin, ils doivent intégrer l'acquis juridique communautaire, c'est-à-dire l'ensemble des principes, des règles et des objectifs qui fondent l'Union européenne.



Boris Bally – Transit chairs, 1997

Qui sont les acteurs du processus d'adhésion ?

Les **15 États membres** sont les parties aux négociations d'adhésion du côté de l'UE.

La Présidence du Conseil des ministres, à laquelle les États membres se succèdent tous les six mois (actuellement la Grèce), présente les positions de négociation arrêtées par les États membres et préside les sessions de négociations au niveau des ministres ou de leurs suppléants.

Le **Secrétariat Général** du Conseil et les pays candidats assurent le secrétariat des négociations.

Chaque **pays candidat** arrête sa position sur chacun des 31 chapitres de "l'acquis" communautaire et engage les négociations avec les États membres. Chaque candidat a nommé un Négociateur en chef, assisté d'une équipe d'experts.

La **Commission européenne** mène l'exercice de screening avec les candidats et élabore les projets de position de négociation pour les États membres. La Commission est en étroite relation avec les pays candidats afin de chercher des solutions aux problèmes survenant pendant les négociations. La Commission a mis en place la Task Force Négociations d'adhésion le 21 janvier 1998 afin de pouvoir concentrer ses travaux

Le **Parlement européen** est tenu informé des progrès des négociations et donne son accord aux traités d'adhésion qui en résultent.

Chaque État membre devra ratifier les traités d'adhésion. Dans la plupart des cas cette étape nécessite un acte du **Parlement**. Les débats sur la ratification fourniront aux représentants du peuple dans chaque État membre une occasion d'exprimer leurs vues sur l'élargissement.

L'**acceptation publique** de l'élargissement sera exprimée principalement par la procédure d'approbation du Parlement européen et par la ratification par chacun des États membres et des pays candidats. Dans certains pays, un référendum peut aussi être organisé au moment de l'approbation finale des traités d'adhésion.

Modalités et calendrier

L'Union européenne et les pays candidats préparent ensemble l'élargissement dans le cadre de partenariats d'adhésion bilatéraux (Union européenne/pays candidat) qui fixent pour chaque pays les efforts prioritaires à accomplir pour assumer les obligations liées à son adhésion, avec des échéances précises.

Les négociations s'appuient sur le principe de "différenciation" qui établit que chaque pays avance selon ses efforts de préparation à l'adhé-

sion. Ainsi, la durée de négociation variera d'un pays à l'autre en fonction des résultats d'évolution de cha-

que pays. Les négociations d'adhésion ont démarré le 31 mars 1998 avec les six pays les mieux préparés (Chypre, Estonie, Hongrie, Pologne, République tchèque et Slovaquie) et le 15

février 2000 avec les autres pays candidats (Bulgarie, Lettonie, Lituanie, Malte, Roumanie et Slovaquie) dans le cadre de conférences intergouvernementales bilatérales. Le Conseil européen d'Helsinki a officiellement désigné la Turquie comme pays candidat à part entière, ayant vocation à rejoindre l'Union européenne sur la base des mêmes critères que ceux qui s'appliquent aux autres candidats.

Approuvée par le Conseil européen de Nice en décembre 2000, "la feuille de route" est un élément essentiel de la stratégie de l'élargissement. Cette feuille de route énumère et planifie les chapitres de négociation, qui peuvent ainsi être clôturés provisoirement.

Parallèlement, une Conférence européenne réunit périodiquement les dirigeants de tous les pays membres de l'Union européenne et de tous les pays candidats à l'adhésion qui travaillent ensemble sur des sujets de politique étrangère et sécurité, de lutte contre le trafic de drogue et la criminalité internationale, d'affirmation de l'Etat de droit, de coopération économique et régionale, d'environnement.

Les chefs d'Etats ou de gouvernement ont décidé, lors du Conseil européen de Copenhague de décembre 2002, que Chypre, la République tchèque, l'Estonie, la Hongrie, la Lettonie, la Lituanie, Malte, la Pologne, la République slovaque et la Slovénie entre-

“Les négociations s'appuient sur le principe de «différenciation» qui établit que chaque pays avance selon ses efforts de préparation à l'adhésion”

raient dans l'Union européenne le 1er mai 2004. La Bulgarie et la Roumanie devraient intégrer l'Union européenne en 2007. Aucune date n'a encore été fixée pour la Turquie.

...



George Blickensderfer – Featherweight Blick Typewriter ca. 1894

Le traité de Nice, qui entre en vigueur le 1er février 2003, vise à mettre en oeuvre les réformes nécessaires afin d'améliorer le fonctionnement des institutions de l'Union européenne en vue de l'élargissement: nombre maximum de députés et de commissaires, nouvelle pondération des voix pour les votes au sein du Conseil de l'Union européenne, assouplissement des coopérations renforcées...

“Le coût de l’élargissement évalué par la Commission européenne à 60 milliards d’euros”

Le coût de l'élargissement évalué par la Commission européenne à 60 milliards d'euros (près de 400 milliards de francs) pour la période 2000-2006 est en cours de discussion entre les Etats membres, dans le cadre de l'Agenda 2000. Ceux-ci ne souhaitent pas voir augmenter leur contribution au budget communautaire et demandent que soit établie une double programmation financière distinguant les dépenses destinées aux 15 pays actuellement membres de l'Union européenne de celles liées à l'élargissement. Le programme communautaire PHARE apporte une aide financière

aux investissements et aux réformes des appareils administratifs et judiciaires. De plus, deux autres instruments de pré-adhésion ont été mis en place pour aider les pays candidats: ISPA (Instrument structurel de pré-adhésion) pour le cofinancement d'investissements

dans les domaines de l'environnement et des transports et SAPARD, soutien à l'agriculture et au développement rural. Enfin, les programmes européens s'ouvrent aux pays candidats notamment en matière d'éducation, de formation, de recherche...

Copenhagen European Council

13th December 2002

Copenhagen was an historic Summit that saw the completion of accession negotiations with 10 candidate countries. The EU will now enlarge to 25 Member States on 1 May 2004. After difficult negotiations, agreement was found on all outstanding points.

The Council concluded Accession negotiations with Cyprus, the Czech Republic, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Malta, Poland, the Slovak Republic and Slovenia. The Accession Treaty will be signed in Athens on 16 April 2003 and, following ratification, enlargement will take place on 1 May 2004. Commissioners from the new Member States will join the current Commission on that date. After the nomination of the next President of the Commission, the new Commission will take office on 1 November 2004.

Whilst going ahead with the accession of Cyprus in the absence of the hoped-for settlement, the Council restated its strong preference for the accession of a united Cyprus to the EU. The Council confirmed its objective of welcoming Bulgaria and Romania as members of the European Union in 2007, provided that the current pace of progress is maintained.

The European Union will open accession negotiations with Turkey if the European Council in December 2004 decides that Turkey fulfils the Copenhagen political criteria.

Pays candidats à l'adhésion: données géographiques et administratives et chefs d'Etats

13 pays sont candidats à l'Union européenne: la Bulgarie, Chypre, l'Estonie, la Hongrie, la Lettonie, la Lituanie, Malte, la Pologne, la République Tchèque, la Roumanie, la Slovaquie, la Slovénie, la Turquie. De taille différente, ils présentent des structures administratives variées.

Pour chaque Etat candidat, le nom du Chef de l'Etat est suivi de celui du Chef de gouvernement.

Bulgarie

- Capitale: Sofia; 110 944 Km²; 8 149 500 hab.
- Gueorgui Parnanov (Président de la République - gauche); Siméon de Saxe Coburg-Gotha (Premier ministre - mouvement national)
- 28 régions, 5 312 communes.

Chypre

- Capitale: Nicosie; 9251 Km²; 759 300 hab.
- Glafcos Clerides (droite); Premier ministre: Poste inexistant dans la constitution chypriote
- 6 districts, 33 municipalités, 421 villages

Estonie

- Capitale: Tallinn; 45 227 Km²; 1 366 700 hab.
- Arnold Rüütel (Président de la République); Siim Kallas (Premier ministre - libéral)
- 15 comtés, 47 villes, 205 communes

Hongrie

- Capitale: Budapest; 93 032 Km²; 10 005 300 hab.
- Ferenc Madl (Président de la République); Péter Medgyessy (Premier ministre - parti socialiste)
- 19 comitats, 22 villes à statut provincial, 195 villes, 2 913 communes

Lettonie

- Capitale: Riga; 64 597 Km²; 2 366 100 hab.
- Vaira Vike-Freiberga (Président - indépendante); Einars Repse (Premier ministre - droite libérale)
- 26 régions, 77 villes, 496 municipalités

Lituanie

- Capitale: Vilnius; 65 300 Km²; 3 692 600 hab.
- Rolandas Paksas (Président - libéral démocrate); Algirdas Brazauskas (Premier ministre - social-démocrate)
- 10 régions, 44 districts

Malte

- Capitale: La Valette; 316 Km²; 391 400 hab.
- Tassos Papadopoulos (Président - parti démocratique); Eddie Fenech-Adami (Premier ministre - parti nationaliste)
- 3 régions, 68 communes

Pologne

- Capitale: Varsovie; 312 678 Km²; 38 644 200 hab.
- Aleksander Kwasniewski (Président - parti indépendant); Leszek Miller (Premier ministre - gauche-social démocrate)
- 16 voïvadies, 373 arrondissements, 2 489 communes

République tchèque

- Capitale: Prague; 78 870 Km²; 10 266 500 hab.
- Vaclav Klaus (Président de la République - démocrate); Mikulas Dzurinda (Premier ministre - démocrate)
- 14 régions, 6 242 communes

Roumanie

- Capitale: Bucarest; 237 550 Km²; 22 430 500 hab.
- Ion Lliescu (Président de la République - social démocrate); Adrian Nastase (Premier ministre - social démocrate)
- 41 départements, 2 872 communes

Slovaquie

- Capitale: Bratislava; 49 035 Km²; 5 402 500 hab.
- Rudolf Schuster (Président de la République - centre gauche); Mikulas Dzurinda (Président du gouvernement - social-démocrate)
- 21 régions, 8 districts, 79 municipalités

Slovénie

- Capitale: Ljubljana; 20 273 Km²; 1 990 100 hab.
- Janez Drnovsek (Président de la République - libéraux); Anton Rop (Premier ministre - libéraux)
- 12 régions, 59 arrondissements, 192 communes

Turquie

- Capitale: Ankara; 814 578 Km²; 65 784 000 hab.
- Ahmet Necdet Sezer (Président de la République); Abdullah Gül (Premier ministre - parti islamiste modéré)
- 81 provinces

Dans le cadre de l'élargissement de l'Europe, 4INSTANCE a décidé d'aller à la rencontre des différents pays candidats-membres. Le premier de la série est la Turquie.

...



Dossier Turquie

Première partie

Les relations entre la Turquie et l'UE au début du 21^{ème} siècle *Moins de rhétorique, plus d'actes*

2000, l'année de transition vers le 21^{ème} siècle a été pour la Turquie le commencement d'une nouvelle relation avec l'Union Européenne. A la fin de l'année 1999, en admettant la Turquie en qualité de candidat à l'adhésion à l'UE sur pied d'égalité avec les douze autres candidats, les conclusions du sommet de l'UE d'Helsinki ont ouvert une nouvelle ère dans le chapitre turc de l'histoire européenne.

Deux ans plus tôt, la déclaration du sommet de Luxembourg sur les perspectives d'un nouvel élargissement de l'UE était considérée, par la Turquie, comme ambiguë et injuste. L'Union européenne, suite notamment à l'insistance du gouvernement allemand de Helmut Kohl, avait refusé d'accorder à la Turquie le statut de candidat à l'adhésion.

Cette politique d'élargissement était aussi considérée comme injuste parce qu'elle ignorait la légitimité de l'accord d'association de la Turquie avec la C.E.E.¹, l'objectif à long terme de cet accord², son appartenance politique au monde européen occidental en tant que pays membre de l'OTAN d'une impor-

tance géostratégique significative, son dynamisme économique et ses potentialités régionales en tant que marché émergent, les préférences de l'opinion publique de faire partie de l'Europe en tant que démocratie laïque et enfin l'engagement de la société civile turque à accélérer les réformes démocratiques et économiques.

La Turquie comme candidat officiel pour l'adhésion à l'UE

En septembre 1999, le gouvernement finlandais, agissant en qualité de président de l'UE, soulevait la question turque dans les termes suivants: "La question du statut de la Turquie devrait-elle être posée sur la base de la situation actuelle ou en termes d'une stratégie globale,

ournée vers l'avenir pour ce qui concerne l'élargissement et l'intérêt que représente la Turquie pour l'UE?" La réponse du monde des affaires européen à cette question était claire: "La Turquie est importante pour l'Europe et devrait se voir garantir le statut de candidat"³. Dans les conclusions de ses rapports annuels sur les progrès des pays candidats, la Commission européenne avait aussi recommandé une prise en considération formelle de la Turquie comme pays candidat, ainsi qu'une série d'actions ayant pour but de donner une forme concrète à son statut⁴.

Les déclarations du Conseil européen d'Helsinki de décembre 1999 servent de principe directeur de la relation entre la Turquie et l'UE: "La Turquie est un Etat candidat destiné à rejoindre l'Union sur la base des mêmes critères appliqués aux autres Etats candidats. La Turquie, comme tous les autres Etats candidats, bénéficiera d'une stratégie, préalable à l'accession, destinée à stimuler et à soutenir ses réformes."

En conséquence, comme principale caractéristique d'une telle stratégie, La Commission européenne a finalisé un "Partenariat d'Accession" en novembre 2000. En un plan unique, ce document

défini en ce qui concerne l'adhésion de la Turquie à l'Union Européenne:

- Les priorités politiques et économiques en fonction des critères de Copenhague et des obligations des membres de l'UE, et
- les ressources financières destinées à aider la Turquie à exécuter ces priorités.

La relation entre la Turquie et l'UE a certainement gagné une nouvelle impulsion à la suite du sommet de l'UE d'Helsinki et du Partenariat d'Accession. Toutefois, différents défis et obstacles existent, potentiellement ou immédiatement, sur la "voie longue et étroite" empruntée par cette relation.

De tels défis comprennent:

1. le fonctionnement efficace de ce processus de candidature,
2. les relations entre la Grèce et la Turquie,
3. les réactions conservatrices au partenariat avec la Turquie du côté de l'UE,
4. les problèmes liés à la perception qu'a de la Turquie l'opinion publique européenne.

Ces questions seront déterminantes pour l'avenir des relations entre la Turquie et l'UE. Toutefois les problèmes internes en Turquie jouent aussi un rôle crucial. Les plus importants domaines centraux sont vraisemblablement:

1. le processus de réformes politiques, économiques et administratives,
2. et la continuité du soutien apporté par l'opinion publique turque à l'intégration à l'UE.

D'autre part, un élément fondamental dans l'équation de l'élargissement reste toujours inconnu: le cadre politique et institutionnel qui caractérisera l'Union Européenne dans les dix prochaines années. L'évolution interne de l'UE en termes de fédéralisme versus l'Etat-nation et de différents degrés d'intégration flexible, est aussi un facteur déterminant pour l'avenir des relations entre la Turquie et l'UE.

Le Partenariat d'Accession pour la Turquie

En conséquence de la reconnaissance de la Turquie en qualité de candidat à part entière, un secrétariat pour l'intégration européenne nouvellement créé a commencé à coordonner le travail de transformation de l'ordre public turc⁵. De son côté, TÜSIAD, la principale association représentant les milieux d'affaires turcs, s'est réorganisée afin de mieux contribuer au processus d'harmonisation avec la législation de l'UE. L'économie a récupéré des désastres de la crise financière de dernières années, l'inflation a décliné, les revenus du tourisme augmentent et les compagnies turques ont une confiance accrue dans la qualité globale de leur gestion et de leurs entreprises.

Le Partenariat d'Accession concerne principalement les initiatives qui doivent être prises pour se conformer aux normes et à la législation aussi bien qu'au large éventail de priorités dans les domaines politiques et économiques. Les priorités dans le domaine économique sont considérées, tant à Bruxelles qu'à Ankara, comme de nature à inciter la Turquie à restructurer son économie. Le Partenariat demande aussi l'implantation rapide des réformes urgentes qui s'imposent dans le secteur financier. Dans le domaine politi-

que, le document souligne un nombre de réformes politiques de grande envergure basées sur les critères politiques de Copenhague. Ceux-ci comprennent l'accroissement des droits individuels et culturels et l'abolition formelle de la peine de mort, qui a fait l'objet d'un moratoire depuis 1983.

Lorsque le Conseil des ministres de l'UE a donné son approbation officielle finale au Partenariat d'Accession en mars 2001, le commissaire à l'élargissement, Günter Verheugen a déclaré: "C'est une carte routière qui indique à la Turquie la voie à suivre pour se conformer aux critères d'adhésion à l'Union Européenne. Son adoption par l'Union vient à un moment crucial des relations ...

¹ Accord établissant une Association entre la C.E.E. et la Turquie, *Journal Officiel des Communautés européennes*, n° 217, 29 décembre 1964.

² Article 28 de l'accord d'Association prévoit l'adhésion de la Turquie.

³ Conseil des présidents de l'U.N.I.C.E. (Union des Confédérations des Industriels et des Employeurs d'Europe), "Déclaration de l'U.N.I.C.E. sur l'Élargissement", 3 décembre 1999, Helsinki.

⁴ Commission européenne, "Rapport sur les progrès réalisés en vue de l'accession de chacun des pays candidats", Bruxelles, 13 novembre 1999

⁵ Pour information sur le Secrétariat pour l'Intégration européenne de la Turquie, www.abgs.gov.tr



Philippe Starck – W.W. Stool – 1990

entre la Turquie et l'UE. C'est un signe clair de l'attachement de l'Union à la Turquie. Il stimulera les réformes en Turquie non seulement dans le domaine politique mais aussi économique." Son insistance sur le timing renvoyait à la crise financière de la Turquie qui avait réduit à néant le programme de désinflation appuyé par le F.M.I. et dévalué la valeur de la monnaie turque d'à peu près un tiers. L'une des conséquences de fait de la crise fut qu'elle a retardé inévitablement les projections turques visant à réduire l'inflation à un niveau conforme aux critères de Maastricht.

Entre-temps, la Turquie s'est hissée au niveau suivant du processus en adoptant le Programme national pour l'adoption des acquis, les "acquis" étant le corps de lois existant de l'UE. Dans ce document, la Turquie s'étend sur ses différentes priorités, incluant des calendriers pour l'adoption des mesures législatives et des investissements nécessaires. Le gouvernement turc de l'époque, une coalition entre le centre gauche, les libéraux et les nationalistes, a présenté au Parlement ce programme national de réformes comprenant 200 nouveaux articles de lois et d'amendements.

De son côté la Commission européenne a accueilli le Programme national de la Turquie en notant qu'une analyse préliminaire indiquant que des efforts ultérieurs devraient être faits en ce qui concerne les critères politiques; la question de Chypre serait discutée plus tard, dans le cadre du dialogue politique.

Lentement mais progressivement, la Turquie a commencé aussi à apprendre à discuter le processus d'adhésion à l'UE en termes plus concrets. Là où l'establishment politique turc tend à se

traîner dans la voie vers l'accession, la société civile réagit rapidement face aux réalités en constante évolution. Les ONG, le monde des affaires, les syndicats les universités et les médias ont joué un rôle moteur dans le nouveau processus.

Le résultat de ce processus de réformes démocratiques en vue de se conformer aux critères politiques de Copenhague, a été spectaculaire. Le parlement turc a réussi à adopter en une seule journée du 4 août 2002 un paquet de réformes couvrant de domaines sensibles, notamment:

1. l'abolition de la peine de mort
2. les émissions de télévision et l'enseignement de la langue kurde
3. la suppression des restrictions à la liberté d'expression.

Quand, à l'issue des élections législatives du 3 Novembre 2002, le Parti de Justice et de Développement (AK Parti) est arrivé au pouvoir avec une majorité absolue au Parlement, le processus de

réformes démocratiques est entré dans une phase finale. Les déficits de la Turquie signalés par le rapport de progrès annuel de la Commission européenne⁶ (9 octobre 2002) ont été les principaux cibles de la première action du nouveau gouvernement. En même temps, le leader du AK Parti, Recep Tayyip Erdogan, a lancé un tour de quinze capitales de l'Union, afin de transmettre quelques messages prioritaires:

1. Le nouveau gouvernement n'est pas "islamique". Il s'agit d'un parti conservateur démocrate qui s'inscrit aux principes républicaines et laïcs.
2. La Turquie a gagné un momentum considérable avec l'achèvement imminent de l'agenda de réformes démocratiques soutenu à l'unanimité par le Parlement et la société civile.
3. Le Conseil européen de Copenhague (12-13 décembre 2002) était une occasion historique pour les intérêts politiques et économiques de l'Europe en vue d'ouvrir les négociations d'adhésion avec la Turquie. Au lendemain du 11 Septembre, ce serait aussi une démonstration de la détermination de l'UE à aller au-delà des hypothèses de conflits de "civilisations" et de réfuter une vision religieuse et xénophobe de l'avenir de l'Europe.
4. Avec le Plan Annan de l'ONU (11 Novembre 2002), la question chypriote a une chance de trouver enfin une solution. Des négociations ultérieures accompagnées d'une décision positive en tant qu'entité unifiée.

"La Turquie se doit de gérer la société de l'information émergente et les transformations de la nouvelle économie"

Un autre développement important de la nouvelle phase dans les relations entre l'Union européenne et la Turquie, est la participation de la Turquie aux programmes et agences de l'UE. Ceci est un facteur clé dans la mesure où il mobilise des canaux d'intégration horizontale entre des sociétés européennes, ...

⁶ www.deltur.eu.int

allant au-delà des relations entre autorités publiques centrales. La Turquie peut aussi ajouter d'importantes dimensions géostratégiques et économiques aux réseaux trans-européens des infrastructures de l'énergie, des transports et des télécommunications.

En juillet 2001, un pas concret a été fait dans cette direction quand, suite à une initiative commune entre les ministres Cem et Papandréou, un groupe de travail dirigé par la Commission européenne commença à étudier la possibilité de raccorder les réseaux de transport de gaz naturel grecs et turcs. A l'intérieur du programme INOGATE de l'UE, cet effort vise aussi à faciliter l'intégration de réseaux entre le bassin de la Caspienne, la Mer Noire, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord.

Les défis politiques

Dans le moyen terme, l'étape cruciale pour la Turquie sera le démarrage des négociations pour l'accession à la qualité de membre de l'UE. Afin de réaliser cet objectif, la candidature de la Turquie devra être évaluée par le Conseil européen sur base de sa conformité aux critères politiques de Copenhague, qui conditionne son accession aux négociations formelles.

Un nouveau défi pour la Turquie? Tandis que certaines franges de la nébuleuse politique turque craignent que les critères politiques de Copenhague peuvent devenir un instrument pour imposer à la Turquie des changements constitutionnels radicaux avec pour conséquence l'affaiblissement de l'unité de la nation et de son peuple; pour d'autres, ces critères pourraient s'inscrire dans l'évolution du modèle républicain turc. Il n'y a pas de doute qu'en Turquie le débat interne sur les critères politi-

ques de Copenhague, spécialement en ce qui concerne les "droits des minorités", a provoqué une nouvelle approche sur cette question, en plus de celles déjà existantes sur cette même question dans différents Etats membres de l'UE.

Une question fréquemment posée depuis le débat de 1995 à propos de l'accord d'union douanière est de savoir s'il existe in fine une alliance de facto entre certaines attitudes anti-turques dans l'Union et certains instincts eurosceptiques en Turquie?

Au-delà des réactions conservatrices des deux côtés, entre certaines craintes turques relatives à la création d'un statut

“Les perspectives démographiques sur le long terme indiquent que la société turque correspondra au modèle européen moyen”

de minorité susceptible d'ouvrir la voie à la discrimination ethnique et à la balkanisation, et certaines critiques émanant de l'UE à propos de la question kurde, lesquelles sont caractérisées par des analyses superficielles et des clichés médiatiques, le défi réel pour les décideurs politiques de l'UE et de la Turquie repose sur une base rationnelle: la Turquie améliore rapidement son profil de démocratie stable et solide, respectueuse des libertés individuelles et progressant de manière décisive sur la voie de l'adhésion à l'UE. Aussi longtemps que cet objectif est considéré comme répondant à un intérêt commun, tous les instruments politiques, y compris le Partenariat pour l'Accession liant la Turquie et l'UE, doivent être conçus pour servir cette cause.

Les perspectives économiques

Les critères politiques constituent le noyau dur du Partenariat pour l'Accession à l'UE. Parallèlement, l'engagement de la Turquie dans un processus d'intégration durable représente un autre défi pour la Turquie. Grâce à l'expérience acquise au terme de l'accord d'union douanière, la Turquie peut actuellement être qualifiée comme plus avancée et mieux préparée que certains pays candidats à assumer les exigences économiques, législatives et administratives requises pour pouvoir accéder à la qualité de membre de l'Union. Dans le prolongement de ces avantages comparés en matière économique, la Turquie développe ses investissements et son commerce. Sur le plan macro-économique, le succès probable de l'euro présente de nouvelles solutions pour les politiques monétaires de la Turquie, y compris une liaison éventuelle de la valeur de la lire turque à l'euro.

Considérant que le niveau de l'activité entrepreneuriale est relativement plus bas en Europe que dans d'autres parties industrialisées du monde, la Turquie devrait restructurer son économie par référence aux meilleures pratiques et tendances de l'Europe, et éviter de répéter les échecs enregistrés par les politiques suivies par les gouvernements européens dans les domaines suivants⁷: en accroissant la flexibilité de la production, du capital et du marché

⁷ UNICE, *Fostering Entrepreneurship in Europe - Benchmarking Report*, Brussels, May 1999.

⁸ TÜSIAD, *Demographic Trends in Turkey: A Window of Opportunity*, Ed. By Cem Behar, Istanbul, January 1999

du travail; en réduisant la part du secteur public et le fardeau de la taxation; en promouvant la recherche privée et le développement.

La Turquie se doit de gérer la société de l'information émergente et les transformations de la nouvelle économie. Ceci constitue un défi à la fois pour l'UE et les pays candidats. Le système économique de l'UE, comme objectif d'harmonisation à moyen terme, connaît une rapidité de changement croissante. Néanmoins, les structures du nouveau marché émergent, les réalités du monde des affaires et les réseaux de communication sont probablement en train de créer non seulement un nouveau monde mais aussi une nouvelle Europe où l'allure de l'intégration politique et institutionnelle peut être plus lente que le rapprochement entre les économies et les sociétés.

Dans les années à venir, la Turquie possède des potentialités considérables pour continuer à croître en tant que marché dynamique et base régionale pour le monde des affaires international. Environ 30% de la population turque a moins de 15 ans, une famille moyenne est composée de 4,4 personnes et 65% de la population vit en milieu urbain. Entre 2025 et 2030, la croissance démographique de la Turquie devrait être stabilisée au niveau d'environ 85 millions d'individus. Les perspectives démographiques sur le long terme indiquent que la société turque correspondra au modèle européen moyen⁸.

Entre-temps, la Turquie devra poursuivre la transformation radicale de sa gouvernance économique et de son système d'enseignement. De l'autre côté, bien que la Turquie soit une société de

l'information en expansion rapide avec plus de 18 millions d'abonnés au GSM, 2,5 millions d'internautes et environ 30 chaînes TV au niveau national, l'administration et les services publics nécessitent des changements structurels afin de devenir technologiquement efficaces, accessibles et transparents. Ce tels changements impliquent la redéfinition des relations Etat-citoyen et Etats-entreprises.

Les défis européens pour la Turquie et le défi de la Turquie pour l'Europe font apparaître plus que jamais des convergences d'intérêts aux niveaux politique et économique.

Dans les cercles européens, d'autre part, on met souvent l'accent sur le fait que la Turquie est un grand pays en termes de géographie et de population, et que son intégration se révélera, par conséquent, difficile. Au sommet de Nice de décembre 2000, cette approche sous-tend la décision de l'UE de ne pas inclure la Turquie dans les projets de distribution de sièges institutionnels pour l'année 2010. Il n'est pas nécessaire d'être un expert en sociologie politique de la Turquie pour réaliser comment une telle exclusion peut servir les intérêts de certains euro-sceptiques ou de groupements anti-européens en Turquie. En raison de cas d'exclusion répétés, la question essentielle qui reste à ce jour non résolue dans l'esprit de toutes les parties est la suivante: "Si, dans le moyen terme, la Turquie satisfait à toutes les conditions posées pour sa candidature, l'UE sera-t-elle prête à l'admettre comme membre?" Ou bien, comme le craignent de nombreux Turcs: "L'UE



Aluminium Musical Instrument Company - Violin ca. 1932

suscitera-t-elle de nouveaux obstacles?" (suite dans le 4Instance n° 37: Le coût de la Turquie - Vers les négociations en vue de l'adhésion - Les questions fondamentales - Progrès et perspectives - e-Turkey - Public Management in Turkey - The Representation of the European Commission to Turkey.)

Bahadir KALEAGASI

Directeur de la Représentation de TUSIAD auprès de l'UE et de l'UNICE.

Collaborateur scientifique à l'Institut d'Etudes Européennes de l'U.L.B..



Dans le prochain numéro de 4INSTANCE vous lirez le reportage que nous aurons réalisé à Ankara

SAS

Beter Bestuurlijk Beleid zet een stap voorwaarts

De Vlaamse regering besliste op 19 januari 2001 om de Vlaamse overheid grondig te reorganiseren. De reorganisatie kreeg de naam Beter Bestuurlijk Beleid mee.

Ongeveer een jaar later heeft de Vlaamse regering het ontwerp-decreet goedgekeurd dat de basis legt voor de hervorming van de administratie. Ze wil dat het decreet nog voor het zomerreces in het Vlaams Parlement wordt goedgekeurd.

Elke overheid heeft als uitdaging de dienstverlening aan haar burgers voortdurend te verbeteren en haar werking zo te organiseren dat ze soepel kan inspelen op nieuwe uitdagingen.

Ook de Vlaamse regering maakt daarvan een prioriteit. In haar regeerprogramma heeft ze het eerste hoofdstuk gewijd aan bestuurlijke vernieuwing en de optimalisering van de overheidsadministratie. Aandachtspunten daarin zijn onder andere:

- de vereenvoudiging van de regelgeving;
- resultaatgerichtheid en klantvriendelijkheid;
- een grotere verantwoordelijkheid voor de Vlaamse administratie;
- de inkringing van de ministeriële kabinetten;
- een geïntegreerd loket voor de gemeentelijke, provinciale en Vlaamse dienstverlening;
- e-government.

Deze beleidsopties werden gekoppeld aan het politieke primaat: het beleid moet voluit door de politieke bewindslieden worden bepaald. Dat heeft een fundamentele en dwingende impact op de organisatiestructuur en de taakstelling van de onderdelen van de Vlaamse overheid.

Vlaamse administratie wil voorbeeld worden op internationaal niveau.

In 1998 werd een internationaal vergelijkend onderzoek uitgevoerd over een aantal landen uit de OESO-kopgroep inzake administratieve modernisering en performantie van de overheidsadministraties. Daarbij werd Vlaanderen bij de subtop geklasseerd. De uitdaging is nu om de eigen slagkracht en de kwaliteit van de dienstverlening tot het topniveau op te tillen.

Actie en reactie

Maar reorganisaties brengen vragen met zich mee. Sommigen stellen zich vragen over het nut ervan, over de toekomst en voelen zich bedreigd.

“Ik werk al meer dan 20 jaar voor de Vlaamse overheid en heb dus al een en ander meegemaakt. De laatste jaren is alles hier constant

in beweging. Nu gaan ze weer eens alles omgooien. Heeft de administratie na alle voorbije veranderingen eigenlijk geen behoefte aan rust om haar dienstverlening te optimaliseren?”

Het klopt dat alles voortdurend beweegt en dat heeft te maken met de zich wijzigende omgeving waarin overheidsdiensten werken. Alles verandert, bijvoorbeeld door de eisen die burgers stellen of door toenemende automatisering. Zowel overheid als bedrijven moeten op die veranderingen inspelen, of ze verliezen hun bestaansrecht. Het zal ook nooit meer zo zijn dat iemand op zijn twintigste in een job stapt die tot zijn pensioen ongewijzigd blijft. Dat hoeft geen bezwaar te zijn. Veranderingen kunnen u de kans bieden uit de dagelijkse routine te stappen, nieuwe dingen aan te leren en eens een andere job binnen de overheid aan te pakken.

“Men heeft een groot plan opge maakt, maar alles is in zo’n vage termen gesteld dat je er alle kanten mee uitkan. Wanneer horen we wat de veranderingen voor ons concreet inhouden?”

De Vlaamse regering heeft een duidelijke visie op de modernisering van de overheid en die is in verscheidene beslissingen geconcretiseerd. De richting die BBB uit gaat ligt dus vast. Totnogtoe zat het project vooral in een conceptuele fase, wat betekent dat we de ambtenaren niets concreets kun-

nen vertellen over wat hun werkplek of taakinvulling in de nieuwe organisatiestructuur zal zijn. En dat is precies hetgeen hun het meeste interesseert. Van zodra de besluitvorming de mensen in hun dagelijks werk gaat raken, zal de communicatie persoonlijker en rechtstreeks gebeuren.

“Een reorganisatie van het ministerie? Ik denk dat het met politiek te maken heeft. Achter de schermen gaat het zeker over benoemingen.”

De aanstelling van topambtenaren is slechts een zeer kleine stap in het totale traject, maar het is uiteraard een zeer belangrijke stap. BBB mag niet tot die ene stap herleid worden. In de webpagina's "de burger" is een overzicht te vinden van alle acties en projecten die deel uitmaken van BBB, gaande van

Elke overheid heeft als uitdaging de dienstverlening aan haar burgers voortdurend te verbeteren

e-government en het kerntakendebat, over decreetvorming tot en met het nieuwe personeelsstatuut. Andere stappen die u als personeelslid zeker zullen interesseren: het nieuwe beloningsbeleid, de globale interne arbeidsmarkt, de grotere autonomie voor de verschillende entiteiten,...

“Wat mij stoort is het eerste deel van de benaming. “Beter”. Conclusie: tot nu toe waren we allemaal wat aan het aanmodderen. Maar nu heeft een of andere bolleboos het antwoord gevonden, en worden we opgepadeld met “Beter Bestuurlijk

Beleid”. Wedden dat over twee jaar diezelfde bollebozen ons komen zeggen dat ze eigenlijk fout zaten, maar dat ze nu wel degelijk de juiste formule gevonden hebben? NBBB: Nog Beter Bestuurlijk Beleid.”

We hebben in geen enkel document gelezen dat u (of iemand anders) wat aan het aanmodderen bent. Zelf denken we ook dat we ons werk goed doen, maar dat neemt niet weg dat we ons eigen functioneren in vraag kunnen stellen. Ongetwijfeld is er ruimte voor verbetering en zullen wij ons moeten aanpassen aan zich wijzigende omstandigheden. BBB zet die stap. Er wordt grondig voorbereidend werk geleverd. Het vooropgestelde model is wetenschappelijk onderbouwd en sluit aan bij internationale aanbevelingen. De kans is dus gering dat het binnen twee jaar allemaal fout blijkt te zijn.

“Misschien hadden ze onze mening kunnen vragen, alvorens er aan te beginnen. Veel mensen die hier al 20, 30 jaar werken, hebben jarenlang problemen gesignaleerd en oplossingen gesuggereerd. Meestal met als resultaat dat zij als het probleem werden beschouwd. Maar blijkbaar wordt er beter geluisterd naar dure externe managers.”

U hebt gelijk: wanneer ambtenaren signalen geven aan de top, moet daar aandacht voor zijn. Op zijn minst door aan te geven waarom suggesties niet worden gevolgd of beter nog door er iets mee te doen. Anders demotiveer je mensen en houd je hen voor de gek. De situatie van het project BBB is anders. Het veranderingstraject voorzag geen dialoog bij de probleemanalyse. Die dialoog tussen veranderingsmanagement en personeel moet er in de implementatiefase zeker

zijn. Ook nog even aanstippen dat de beslissingen in het kader van BBB voorbereid worden door de twee bijzondere commissarissen en eigen Vlaamse ambtenaren. Dure (of goedkope) externe consultants komen er niet aan te pas.

“De mensen voelen zich (nog) niet betrokken. Het is allemaal vaag. Een organogram zegt niet veel. Pas als de structuren concreet ingevuld zijn en er klaarheid is over waar ze gaan terechtkomen, zal er echt interesse zijn. De vraag is: waarom moet dat drie jaar duren? Waarom sleept het zolang aan voor men concrete resultaten ziet?”

Er is aangehaald dat grondig wordt gewerkt aan de invulling van het toekomstige model. Het voorbereiden van alle stappen is zeer arbeidsintensief en ook de politieke afstemming en besluitvorming nemen veel tijd in beslag. Dat er niet op korte termijn grote successen kunnen worden geboekt, stelt effectief het geduld van vele ambtenaren op de proef.

De Organisatie van de Vlaamse overheidsadministratie

Door de hervorming krijgt de administratie dertien kerndepartementen: (1) Diensten van de Minister-President (2) Buitenlands Beleid & Internationale Samenwerking (3) Wetenschappen & Technologische Innovatie (4) Bestuurszaken (5) Financiën & Begroting (6) Onderwijs & Vorming (7) Welzijn & Volksgezondheid (8) Cultuur, Jeugd, Sport & Media (9) Economie, Werkgelegenheid & Toerisme (10) Landbouw & Visserij (11) Leefmilieu & Natuur (12) Mobiliteit (13) Ruimtelijke ordening, Woonbeleid en Onroerend erfgoed.



*Colorama tumblers
Heller Hostess-ware ca. 1955*

De Vlaamse regering groepeert het takenpakket van de Vlaamse overheid in homogene beleidsdomeinen. Dat wil zeggen dat de Vlaamse regering alle bevoegdheden die samenhangen, in een zelfde beleidsdomein samenbrengt. Elk beleidsdomein krijgt een zelfde basisstructuur met:

- een Vlaams ministerie, bestaande uit een departement en desgevallend een of meer intern verzelfstandigde agentschappen (IVA);
- eventueel een of meer intern verzelfstandigde agentschappen met rechtspersoonlijkheid (IVA-rp)
- eventueel een of meer extern verzelfstandigde agentschappen (EVA);
- een beleidsraad.

“De functies van alle leidende ambtenaren – een 70-tal – worden vacant verklaard”

Het departement is belast met beleids- ondersteunende taken. De verzelfstandigde agentschappen zijn belast met beleidsuitvoerende taken. Agentschappen worden opgericht wanneer aan vier voorwaarden is voldaan:

- er is een voldoende massa uitvoeringstaken;
- de te leveren producten/diensten zijn meetbaar;
- er is mogelijkheid om doelmatig aan te sturen;
- er is een invulbare informatierelatie.

Tussen het departement en de agentschappen is er een structurele samenwerking. De Vlaamse regering organiseert een globale interne arbeidsmarkt en bepaalt het personeelsstatuut van de departementen, de IVA's en de publiekrechtelijk vormgegeven EVA's.

Intern verzelfstandigde agentschappen (IVA)

Wanneer verzelfstandiging verantwoord is, wordt de uitvoeringstaak in beginsel toevertrouwd aan een intern verzelfstandigd agentschap. Een IVA wordt opgericht door de Vlaamse regering, heeft geen eigen rechtspersoonlijkheid en werkt onder het gezag van de bevoegde minister. Het hoofd beschikt over operationele autonomie. De Vlaamse regering (de bevoegde ...

Is een cultuuromslag noodzakelijk voor het realiseren van een reorganisatie?

Werken volgens de één-loketgedachte houdt (bijna) altijd een cultuurverandering in: in plaats van te denken vanuit de organisatie (aanbodgericht) moet men vanuit de klant (vraaggericht) gaan denken en werken. Het doormaken van een cultuurverandering wordt versterkt door het feit dat ook de organisatie moet veranderen (scheiding front- backoffice). Verschillende organisatieculturen komen hierdoor bij elkaar of krijgen meer met elkaar te maken.

De cultuurverandering zit vooral in het extern gerichte denken en werken. Voor veel medewerkers is vraaggericht werken door middel van een front- en een backoffice een flinke verandering. Het contact met hun klanten verandert radicaal; alleen de specialistische contacten komen nog bij de vakafdelingen terecht. Ook wordt van de medewerkers verwacht dat zij zich beter kunnen inleven in de vragen en behoeften van de klant. Iedere medewerker moet zich verantwoordelijk gaan voelen voor de dienstverlening aan de klant. Dit is niet alleen beter voor de klant, maar heeft vaak ook een positieve uitwerking op de (taken van) de medewerker. Naast deze verandering in denken en houding kan men ook te maken krijgen met verschillende organisatieculturen die moeten samenwerken in het geïntegreerde loket. Binnen een organisatie kan de cultuur immers per afdeling verschillen. Dit is helemaal het geval als men gaat samenwerken met organisaties buiten de eigen grenzen. Een onderdeel van die cultuurverschillen kan komen door ICT. Maar juist door ICT gericht in te zetten, kan een beoogde cultuurverandering tot stand worden gebracht. Daarbij werkt vaak het motto 'zien doet geloven'.

Omslag van “we doen het toch goed” naar “het kan altijd beter”.

Om deze omslag te bereiken zal er veel tijd in bijeenkomsten en discussies gestoken moeten worden om mensen bewust te maken dat het echt beter kan. Maar vooral om de klantgerichte manier van werken en denken “tussen de oren te krijgen”. Een andere manier om een cultuuromslag te maken is het laten beschrijven van de werkprocessen. Door de medewerkers te confronteren met de huidige gang van zaken, vooral ook over gerelateerde producten, krijgen ze inzicht in het “waarom”.

Wat is veranderingsmanagement?

Veranderingsmanagement heeft te maken met de vraag: hoe geef ik vorm aan een organisatieverandering? Hoe geef ik sturing aan het ingrijpende reorganisatietraject dat het opzetten van een dienstverlening met zich meebrengt? Het gaat om het creëren en behouden van draagvlak op verschillende niveaus binnen de eigen organisatie, maar ook bij andere organisaties. Het gaat om vragen als: hoe ga ik om met weerstanden bij het invoeren van een verandering? Hoe zorg ik dat verschillende afdelingen samenwerken in één geïntegreerd loket? Hoe krijg ik mensen mee bij het opzetten van elektronische dienstverlening? Hoe krijg ik als projectleider bestuurlijk commitment? Wie neem ik op in mijn projectteam? Deze vragen horen bij veranderingstrajecten. Iedere manager die leiding geeft aan een veranderingstraject krijgt hiermee te maken. Dit zijn bij uitstek ook vragen waarop niet één uniform antwoord is te geven. Hoe je omgaat met weerstanden is afhankelijk van plaats, tijd, organisatie, je eigen positie enz.

minister) kan beslissen een raadgevend comité op te richten bij het hoofd van het IVA. Een IVA met rechtspersoonlijkheid wordt bij decreet opgericht wanneer:

- 1 de voorwaarden voor interne verzelfstandiging voldaan zijn
- 2 en bovendien uit een voorafgaande afweging blijkt dat een IVA zonder rechtspersoonlijkheid vanuit budgettaire en fiscaal oogmerk niet dezelfde voordelen kan bieden als een IVA met rechtspersoonlijkheid.

De bevoegde minister stuurt de beleidsuitvoering aan door middel van een beheersovereenkomst. De beheersovereenkomsten worden aan het Vlaams Parlement meegedeeld. Hun duurtijd is gekoppeld aan de legislatuur. Een beheersovereenkomst bevat minimaal de wijze van taakvervulling, meetbare doelstellingen, middelen, informatie en planning (jaarlijks ondernemingsplan en operationeel plan), rapportering (jaarlijks uitvoeringsrapport en eindrapport) en de sanctionering bij niet-naleving.

Extern verzelfstandigde agentschappen (EVA)

Extern verzelfstandigde agentschappen worden opgericht wanneer aan de algemene voorwaarden voor verzelfstandiging voldaan is en interne verzelfstandiging niet dezelfde voordelen als externe verzelfstandiging kan bieden.

De minimaal noodzakelijke voorwaarden voor externe verzelfstandiging zijn:

- mogelijkheid van verregaande autonomie en onafhankelijkheid van de uitvoering;

- mogelijkheid van structureel partnership van andere overheden of maatschappelijke actoren bij uitvoering.

EVA's worden door de Vlaamse Gemeenschap of het Vlaamse Gewest opgericht voor taken van beleidsuitvoering. De Vlaamse overheid oefent een bepalende invloed uit op het EVA, wat blijkt uit de financiering, het toezicht, of de samenstelling van de bestuursorganen. Er zijn twee generieke basisvormen:

- publiekrechtelijk vormgegeven EVA's
- privaatrechtelijk vormgegeven EVA's

Publiekrechtelijk vormgegeven EVA

Wanneer de voorwaarden voldaan zijn voor externe verzelfstandiging wordt in de regel een publiekrechtelijk vormgegeven EVA opgericht. De oprichting gebeurt bij decreet. De Vlaamse regering sluit een beheersovereenkomst af met het EVA. Voor de beheersovereenkomst geldt dezelfde regeling als bij het IVA.

De raad van bestuur is belast met en verantwoordelijk voor het bestuur van het EVA. De duurtijd van het bestuursmandaat is aan de legislatuur gekoppeld. De Vlaamse regering oefent het toezicht uit. Dat toezicht omvat het recht op inzage en informatie.

Privaatrechtelijk vormgegeven EVA

Privaatrechtelijk vormgegeven EVA's worden opgericht wanneer aan alle voorwaarden voor externe verzelfstandiging voldaan is en de privaatrechtelijke weg bovendien te verkiezen is boven de publiekrechtelijke weg. Essentiële overheidstaken kunnen niet aan privaatrechtelijk vormgegeven EVA's

worden toevertrouwd. De Vlaamse regering heeft een decretale machtiging nodig om een privaatrechtelijk vormgegeven EVA op te richten of erin te participeren.

Het statuut van het privaatrechtelijk vormgegeven EVA wordt geregeld door het privaatrecht (vzw, vennootschap...). De Vlaamse regering oefent geen algemeen toezicht uit. Sturing en controle gebeuren door middel van aandeelhouderschap, mandaten in de raad van bestuur, financiering of overeenkomsten. In een samenwerkingsovereenkomst tussen de Vlaamse regering en het EVA worden de krachtlijnen van de beleidsuitvoering vastgelegd en kunnen afspraken over inzet van middelen, infrastructuur of personeel worden gemaakt.

Functies worden vacant verklaard

De functies van alle leidende ambtenaren – een 70-tal – worden vacant verklaard. De beleidsuitvoering wordt toevertrouwd aan verzelfstandigde agentschappen waarmee de bevoegde minister een beheersovereenkomst mee afsluit. Bij de gehele operatie zijn 26.000 ambtenaren betrokken.

De regering wil dat de hervorming snel door het parlement geraakt. Het decreet over de adviesraden, een onderdeel van de BBB, belandt nog voor 18 mei in het Vlaams parlement. Het kaderdecreet zelf komt na 18 mei in het Vlaams parlement.

Het comptabiliteitsdecreet over de parlementaire controle op het functioneren van de Vlaamse overheid, een derde pijler van het BBB, moet nog wachten op de federale tegenhanger.

www.vlaanderen.be/BBB
johan.claeys@coo.vlaanderen.be

Les enjeux de l'Administration publique wallonne

Pour répondre aux attentes légitimes d'une démocratie moderne, l'administration publique wallonne doit envisager ses prestations sous l'angle de la qualité totale des services offerts au citoyen et à l'entreprise.

Cette qualité totale implique une administration à l'écoute de la population, une simplification des procédures administratives, une transparence dans la gestion des dossiers, ainsi que la communication de l'information via les techniques les plus adaptées et les plus performantes. La gestion de la Fonction publique wallonne doit reposer sur les principes modernes de management, tout en sauvegardant la condition spécifique du fonctionnaire.

L'administration publique wallonne se veut moderne mais possède également une dimension éthique. Elle se doit d'être impartiale et équitable à l'égard de ses administrés, porteuse des valeurs de justice et de démocratie.

La structure et les chiffres de l'Administration publique wallonne

L'Administration de la Région wallonne se compose de deux grands Ministères: le Ministère de la Région wallonne (M.R.W.) et le Ministère de l'Équipement et des Transports (M.E.T.).

Le Ministère de la Région wallonne est composé de 2.970 agents statutaires et de 1.819 contractuels, soit un total

de 4.789 personnes. Le M.R.W. gère des matières diverses regroupées sous un même Ministère afin de maximiser les synergies et la connaissance des interventions de chacune des Directions générales qui le composent. Tout d'abord, le M.R.W. est compétent dans des matières à caractère économique (les P.M.E., l'aide aux grandes entreprises, l'emploi, la formation professionnelle, l'agriculture, les technologies, le tourisme et le commerce extérieur).

Ce Ministère gère également les compétences relatives à la qualité de la vie (l'aménagement du territoire, le logement, le patrimoine, l'environnement, les affaires sociales et la santé). Enfin, le M.R.W. gère les matières dites d'autorité (la tutelle sur les communes et les C.P.A.S., la fonction publique et le budget).

Le Ministère de l'Équipement et des Transports est composé de 3.229 statutaires et de 2.019 contractuels, soit un total de 5.248 personnes. Ses services gèrent, entretiennent et développent 800 kilomètres d'autoroutes, 7.000 kilomètres de routes ordinaires,

1.318 kilomètres de pistes cyclables, 281 kilomètres de fleuves et de rivières, 170 kilomètres de canaux.

Le M.E.T. est également compétent en ce qui concerne les ouvrages d'art sur ces deux réseaux, les deux aéroports régionaux de Liège et de Charleroi, les deux aérodromes publics de Spa et de Saint-Hubert. Le M.E.T. dispose enfin d'un réseau de télécommunications propre qui diffuse en temps réel une série d'informations utiles au bon fonctionnement des installations qu'il gère.

L'Administration wallonne, c'est aussi plusieurs organismes régionaux d'intérêt public. Parmi ceux-ci, 15 sont soumis au Statut des agents de la Région wallonne. Un total de 5.609 agents (dont 1.822 statutaires et 3.787 contractuels) travaillent dans leurs services. Enfin, les 2 organismes régionaux d'intérêt public qui ne dépendent pas du Statut représentent 1.411 agents (dont 1.123 statutaires et 288 contractuels).

En ce qui concerne les recrutements de statutaires pour les services des administrations wallonnes, des règles et des procédures précises existent. Un emploi doit tout d'abord être déclaré vacant par le Gouvernement et, dans la mesure où il n'y est pas pourvu par accession, mutation ou transfert, le SELOR procède à la consultation des lauréats au sein des réserves de recrutement en respectant l'ordre des clas-

sements établis lors des concours. Dans un souci d'objectivité, les contractuels sont également engagés par priorité parmi les lauréats de réserves de recrutement.

L'évaluation globale de la Fonction publique wallonne

Cette évaluation d'envergure vise à sonder l'Administration wallonne au plus profond de ses structures et des ses procédures afin de les rendre les plus opérationnelles possibles en vue d'une meilleure adéquation entre l'attente du citoyen et les services rendus, quelle que soit leur nature. A terme, un processus d'évaluation permanent sera mis en place et des outils de gestion modernes seront mis à disposition: les "tableaux de bord prospectifs".

La réforme du statut des agents de la Région wallonne

Afin de définir un statut humaniste, soucieux d'amener chaque fonctionnaire wallon à déployer ses qualités essentielles au service public, une réflexion profonde a été entamée. Elle prend en considération la particularité de la place qu'occupe le fonctionnaire dans nos sociétés. Pour plus de souplesse et donc d'efficacité, la mobilité des fonctionnaires et un système de mandats doivent devenir une réalité.

Le nouveau statut est aussi l'occasion d'énoncer formellement 10 grands principes déontologiques que tout agent de la Région devra respecter (par exemple: la courtoisie, la serviabilité, l'accusé de réception dans les 15 jours, la transpa-

rence des procédures administratives, le respect de la vie privée, la possibilité d'un recours auprès du Médiateur wallon).

Le Comité de Secteur XVI

Le Comité de Secteur XVI, présidé par le Ministre de la Fonction publique, est l'organe de négociation qui réunit les représentants du Gouvernement et les représentants des 3 organisations syndicales représentatives (la CGSP, la CCSP et le SLFP).

Le Comité est compétent pour négocier les réglementations ayant trait au statut administratif et pécuniaire, aux directives générales en matière d'organisation du travail ainsi qu'au régime de congé des fonctionnaires de la Région. Il est

...

Suite of jewelry – ca. 1860



également compétent pour ce qui concerne l'organisation du service social en faveur des fonctionnaires de la Région.

Son champ d'application vise à la fois le personnel des Services du Gouvernement et le personnel de 17 organismes d'intérêt public ou de personnes morales de droit public dépendant de la Région (exemples: le FOREm, l'AWIPH, le CESRW, la SWDE, etc.).

La simplification administrative

Afin de répondre aux besoins de transparence administrative et d'accessibilité pour le citoyen, l'exemple de la diffusion de formulaires du Ministère de la Région wallonne sur Internet mérité d'être souligné (<http://www.wallonie.be>, rubrique "consulter les formulaires"). Dans un souci parallèle de lisibilité des documents et de transparence des mécanismes, la simplification des documents administratifs et des procédures a été lancée. A terme, elle aboutira à une simplification, tant sur le fond que sur la forme.

De plus, depuis début 2002, le Commissariat wallon à la simplification administrative a été créé. Cet organe est chargé de la mise en œuvre des décisions transversales et sectorielles en matière de simplification du Gouvernement.

Les démarches "qualité"

La Wallonie est au cœur d'une partie du monde parmi les plus productives. A ce titre, elle a le devoir de rechercher la qualité totale et permanente de son Administration publique et ses organismes pararégiонаux mais aussi de ses pouvoirs locaux (voir également rubrique Pouvoir Locaux). L'esprit général de ces démarches " qualité " repose sur l'amélioration des structures, des procédures et des prestations offertes par les services publics aux citoyens-utilisateurs, pour leur plus grande satisfaction.

E- Gouvernement

Le projet E-Gouvernement consiste en la transformation progressive des relations internes et externes du sec-

teur public grâce aux technologies de l'information et de la communication (TIC). Dans l'optique de la satisfaction des demandes des citoyens, les services électroniques (documents administratifs on-line, communication par mail, etc.) devront devenir la norme dans les rapports entre les services publics et les citoyens et les entreprises, et ce tant au niveau des administrations que des pouvoirs locaux wallons.

Principes de Déontologie

Dans un texte en cours d'élaboration, le Ministre Charles MICHEL a souhaité mettre l'accent sur la déontologie des agents de la Région wallonne. Il s'agit de lignes de conduite internes, d'attitudes à adopter pour contribuer à améliorer la qualité des services rendus par l'Administration wallonne, comme par exemple la courtoisie, la serviabilité, la célérité dans le traitement des données, la clarté dans les informations et les décisions communiquées aux citoyens, ou encore la correcte orientation de ceux-ci.

●

Les sites de la réforme de l'administration

Projet de Code de la Fonction publique wallonne
www.charlesmichel.be

Une modernisation participative de la Communauté française par objectifs
www.cfwb.be/gouver/cabinet.demotte/pg002.htm

Beter Bestuurlijk Beleid
www.vlaanderen.be/bbb

De copernicushervorming
www.copernic-us.be

Programme de l'OCDE sur la Gestion publique et la gouvernance.
<http://www1.oecd.org/puma/about/index-fr.htm>

Un label pour l'accueil et la qualité des services des villes et communes en Wallonie

Le Gouvernement wallon a adopté la circulaire "Communes à bras ouverts", un label pour l'accueil et la qualité des services des villes et communes en Wallonie. Les villes et communes sont des acteurs et des partenaires privilégiés du Contrat d'Avenir pour la Wallonie actualisé.

Les villes et communes ont aussi la responsabilité d'organiser une série de service de première ligne au bénéfice de la population. De nombreux efforts ont déjà été accomplis par ces pouvoirs pour fournir à leurs habitants des services toujours plus performants et plus conformes à leurs attentes.

Ce projet a pour objectif d'améliorer et d'harmoniser l'accueil et la qualité des services organisés au sein des administrations communales au bénéfice des citoyens.

Tel est l'objet de l'opération "Communes à bras ouverts". Les villes et communes qui remplissent les quatre critères énumérés ci-après recevront un label de qualité. Ce label sera décerné par le Ministre des Affaires intérieures et de la Fonction publique sur proposition d'un jury organisé par province, présidé par le Gouverneur de la province et composé de représentants de l'Union des Villes et Communes de Wallonie, du Mouvement Wallon pour la Qualité, de l'Union Wallonne des Entreprises ou de l'Entente Wallonne des Classes Moyennes et d'un représentant du service extérieur de la Direction générale des Pouvoirs locaux.

L'opération "Communes à bras ouverts" a également pour objectif, outre la mise en évidence de la qualité des services rendus par les administrations communales, de favoriser un échange concret de bonnes pratiques et de susciter l'émulation entre les communes.

Les quatre critères à rencontrer afin de pouvoir obtenir le label "Communes à bras ouverts" sont :

- un aménagement des heures d'ouverture et d'accès aux services administratifs, à tout le moins les services de l'état civil, de la population et de l'urbanisme, au minimum une fois par semaine jusque 19 heures et le samedi matin jusque 12 heures, ou, pour les plus petites communes, le samedi sur rendez-vous.
- une accessibilité aux informations générales et aux décisions prises par la ville ou la commune. Dans ce cadre, les technologies de l'information et de la communication sont un merveilleux vecteur d'information de la population.
- la possibilité de paiement électronique aux guichets des administrations communales.
- l'envoi d'un accusé de réception aux courriers adressés aux administrations communales.

Toutes ces recommandations tendent à rendre un service de meilleure qualité aux citoyens, s'inscrivant en cela dans le cadre du Contrat d'Avenir pour la Wallonie Actualisé.

Participatiemaatschappij Vlaanderen brengt Vlaamse overheid dichterbij economische initiatieven.

Participatiemaatschappij Vlaanderen (PMV) werd door het Vlaams Parlement aangeduid als spilfiguur van het Vlaams economisch overheidsinitiatief.

In opdracht van de Vlaamse regering treedt PMV op als advies- en uitvoeringsorgaan in uiteenlopende domeinen. De opdrachten van PMV kaderen binnen drie strategische functies:

Vooreerst vervult PMV de rol van stimulator van privé-initiatief. Zo geeft zij momenteel gestalte aan de ARKImedes-regeling, die private risicokapitaalverschaffers moet aanzetten tot het investeren in Vlaamse KMO's. Daarnaast zal PMV in de nabije toekomst onderdak verlenen aan het Vlaams Waarborgfonds.

Verder neemt PMV deel in nieuwe economische initiatieven en groot-schalige projecten. Daarbij wil zij geenszins de plaats van de privésector innemen, maar samen met privé-investeerders risico's delen en rendement nastreven. Binnen deze functie kan PMV de Vlaamse overheid vertegenwoordigen in projecten van publiek-private samenwerking (PPS) in tal van beleidsdomeinen.

Ten slotte treedt PMV op als beheerder van participaties voor rekening van het Vlaamse Gewest.

Aldus streeft PMV ernaar om op beredeneerde manier en met een gezonde economische visie een catalysator te zijn voor al wat in Vlaanderen op economisch vlak wordt ondernomen en waar de overheid wordt bij betrokken.

PUZZLE

Digipolis wordt nieuwe telematicapartner voor Gent en Antwerpen

Vrijdag 31 januari werd 'Digipolis' boven de doopvont gehouden. Digipolis is de naam van de nieuwe intergemeentelijke samenwerking voor telematica die ontstond uit de fusie van Telepolis (de telematicaleverancier van de Stad, haven & het OCMW Antwerpen) met de telematicadiensten van de Stad en het OCMW van Gent

Beide burgemeesters, Leona Detiège en Frank Beke ondertekenden de oprichtingsakte in het stadhuis van Antwerpen.

Samenwerking zorgt voor verbreding financieel draagvlak

Zowel Gent als Antwerpen zijn ervan overtuigd dat een intensievere samenwerking op het vlak van telematica tussen de twee grootste Vlaamse centrumsteden belangrijke voordelen oplevert. De synergie maakt dat meer kan worden gerealiseerd met minder middelen. Een belangrijk gegeven in een periode waarin de stedelijke begrotingen steeds zwaarder onder druk komen te staan. We denken in dit verband vooral aan het delen van knowhow, het optimaal benutten van zowel technische als personeelsmiddelen, volumekortingen door gebundelde aankopen, en samenwerking op het vlak van toekomstige uitdagingen zoals elektronische dienstverlening. Bovendien staan Antwerpen en Gent door deze fusie ook sterker tegenover hogere overheden en vormen zij een waardevolle gesprekspartner bij de uitbouw van de elektronische dienstverlening in België.

Omdat het beide grote steden betreft, zijn ook hun behoeften op ICT (Informatie en Communicatietechnologie)-vlak erg vergelijkbaar. Bovendien zijn Antwerpen en Gent complementair in hun werking:

Antwerpen heeft een grote expertise op het vlak van eigen realisaties, Gent heeft vooral ervaring op het vlak van inkoop van pakketten en diensten. De fusie bundelt deze expertises in één organisatie met verhoogde slagkracht.

Wat voorafging

Aan de oprichting van Digipolis ging al een intensief onderzoeks- en goedkeuringstraject vooraf. Zo werd in oktober 2001 een overlegorgaan opgericht, dat de opportuniteit van deze intergemeentelijke samenwerking tussen Antwerpen en Gent verder moest onderzoeken. Precies een jaar later had het overlegorgaan zijn adviesdossier klaar. Dit werd in oktober-november ter goedkeuring voorgelegd aan de schepencolleges en de gemeente- en OCMW-raden van Gent en Antwerpen. Allen gaven een gunstig advies voor de oprichting van Digipolis.

Oprachthoudende intercommunale

Digipolis wordt een oprachthoudende intercommunale, dat wil zeggen dat Digipolis wordt gezien als een verlenging van de stedelijke bevoegdheid op

het vlak van telematica en dat de organisatie kan optreden in naam van beide steden. Deze specifieke bevoegdheden worden ondergebracht in een afzonderlijke organisatie, om een autonome en flexibele werking mogelijk te maken, wat in de snel evoluerende ICT-wereld een belangrijke vereiste is. Binnen de bestuursorganen van Digipolis geldt het principe van de pariteit, namelijk dat Antwerpen en Gent optreden als gelijkwaardige partners op het vlak van besluitvorming.

De oprichting van Digipolis heeft geen consequenties voor de telematicabegrotingen van beide steden en OCMW's. Ook op personeelsvlak zijn de gevolgen minimaal: het personeel van de betrokken organisaties zal worden overgenomen door Digipolis.

Verder verloop

Het Digipolis-dossier wordt nu overgemaakt aan het Vlaams Gewest, dat als toezichthoudende overheid als laatste zijn fiat moet geven. Dit advies mag worden verwacht binnen een periode van twee maanden. Ondertussen treffen de Stad en het OCMW van Antwerpen de nodige schikkingen voor uittreding uit CIPAL (Centrum voor Informatica van de Provincies Antwerpen en Limburg). Ook het overleg met de vakbonden over de personeelsstatuten en de overgangsregeling is al gestart. De operationele start van Digipolis is voorzien voor oktober 2003. ...

Informatie

- Dienst Informatietechnologie en GIS, Johan Van der Bauwhede, Administratief Centrum, Woodrow Wilsonplein 1, 9000 Gent, tel. (09)266 73 07, fax (09)266 73 49, e-mail informatietechnologie@gent.be
- Cel Externe Samenwerkingen, Paul Van der Cruyssen, tel. (03)216 77 44

Democracy is a Conversation

E The People is a public forum for democratic and deliberative discussion. The conversations on E The People explore the political issues we see in the news, rejecting the traditional spin and conventional wisdom that tends to fill the airwaves. We have built E The People in a way that allows members to have maximum control over the topics and frames for discussion; it's our attempt at a citizen-driven town hall.

E The People is operated by the Democracy Project, a nonprofit organization aimed at creating of citizen-centric public spaces on the Internet. We started it in 1999 when Michael Weiksner and I left our jobs at an Internet company called Cyber Dialogue. We believed that the Internet would have a profound (and potentially positive) impact on the national political conversation, and that our dot-com marketing experience made us a potentially valuable addition to the mix of people already working toward Internet applications for civic good.

We opened for business as Quorum.org in August 2000. We joined forces with E The People and among other things adopted that name for the new combined entity. E-thepeople.com's founder and President, Alex Sheshunoff, has also joined us as a Trustee. David Perkowski, our crackerjack developer, has created the new E The People site that integrates and extends the quorum discussion forum and the classic E The People letters and petitions functionality.

We are a organization funded by the charitable donations of over 50 individ-

uals and foundations, including larger grants from Alex Sheshunoff, The Sandra and George Weiksner Foundation, The William and Flora Hewlett Foundation and Wand Partners, a New York-based venture capital firm.

Our small organization has big plans. Through joint programs with local media and nonprofits, E The People host deliberative discussions around important public policy issues (if you are interested in learning more about these joint programs, go here). In addition, we are improving and expanding the services we offer to other Web sites, including our Reflect survey, our Candidate Comparator, and our hosted deliberative discussions (if you are interested in learning more about these hosted services, go here).

Just what is it we're really trying to do? We're trying to set a high standard for civil discourse on the Internet by building a network of deliberative discussion spaces. As explained in our statement of purpose, we believe that the Internet has tremendous potential to improve civic participation. Our approach and philosophy is the product of many sources, including Web sites we use and the many smart people who are working toward similar goal (some of whom have even joined our board of advisors). If you share our purpose, I invite you to join us by joining the conversation on E The People. If you have questions, take a look at the list of frequently asked questions at the left on the top of the page, and of course, feel free to contact us.

Scott Reents

President, Democracy Project
<http://www.e-thepeople.org>

Ondernemen in Antwerpen

Prokmo.be is de portaalsite voor ondernemers uit de provincie Antwerpen, maar blijkt ook interessant voor wie elders in Vlaanderen woont.

Naast het laatste ondernemersnieuws uit de regio Antwerpen, biedt de webstek een erg overzichtelijke linklijst. Via verschillende deelrubrieken krijg je daar een pak doorklikmogelijkheden naar sites met praktische informatie over het opstarten van je onderneming, het verkrijgen van vergunningen of human resources.

De overheid neemt initiatieven om het bedrijfsleven in Vlaanderen en België aan te moedigen en te ondersteunen. Veel startende en bestaande ondernemingen weten niet waar ze terecht kunnen voor hulp. Ze zijn niet op de hoogte van bepaalde steunmaatregelen en komen sommige verplichtingen uit onwetendheid niet na....

In onze moderne informatiemaatschappij vindt u op het internet allerlei nuttige informatie die u helpt bij uw zakenactiviteiten. Het internet is echter ook een labyrint waarin u makkelijk kunt verdwalen.

Daarom heeft de provincie Antwerpen een website opgestart die u niet alleen zal gidsen door de informatiejungle, maar ook wenst bij te dragen tot de slaagkansen van uw onderneming. De site ondersteunt en maakt deel uit van het vernieuwde provinciaal KMO- en zelfstandigenbeleid van de Provincie Antwerpen.

Frank Geudens,

Député voor Economie en KMO-beleid
<http://www.prokmo.be>

...

CISCO

Relation manifeste entre revenus et détention de PC et connexion Internet

Ce n'est pas une surprise : les communes avec un revenu fiscal moyen élevé sont également celles où la pénétration d'Internet est la plus forte. Quelques exemples : Lasne (où 68% des ménages possèdent un PC), Hove (64%), Aartselaar et Oud-Heverlee (63%), Lint, De Pinte, Schilde, Kraainem, Wezembeek-Oppem, Rhode-Saint-Genèse, Ottignies-Louvain-la-Neuve, Waterloo et Chaumont-Gistoux. Les communes de Herent, Sint-Martens-Latem, Keerbergen, Zoersel et Tervuren sont très bien équipées en ordinateurs personnels. Les provinces du Brabant wallon et du Brabant flamand, qui sont celles avec les revenus fiscaux moyens les plus élevés, arrivent en tête en matière de possession de PC. Lasne est aussi la commune avec la plus forte proportion de ménages connectés à Internet : 54%, soit une bonne avance par rapport au reste du pays. Á Kraainem (48%), Sint-Martens-Latem, Wezembeek-Oppem, Rhode-Saint-Genèse et Waterloo (47%), près de la moitié des ménages disposent d'une connexion à Internet.

La détention d'un GSM est moins corrélée avec le montant du revenu fiscal moyen. Mais c'est pourtant une fois de plus Lasne qui se détache, avec 83% des ménages disposant d'un (ou plusieurs) GSM, juste devant Chaumont-Gistoux, Waterloo, Neupré, Rhode-Saint-Genèse, Braine-l'Alleud et Mont-Saint-Guibert. Le GSM est encore davantage populaire en Wallonie qu'en Flandre.

Info: <http://statbel.fgov.be>



*Jorge Pensi
Toledo Chair
designed 1866-1989,
manufactured 1989*



4 INSTANCE[®]

PRACTICAL CONFERENCES

● 13-03-2003

How e-government is transforming the public sector

Charles Picqué
François-Xavier de Donnea
Louis Tobback

...

● 25-03-2003

**Leasing voor overheidsdiensten
Le leasing pour le secteur public**

Didier Reynders
David D'Hooghe

...

● 23-04-2003

The developments of lotteries, betting and games of chance in Belgium

● 13-05-2003

Outsourcing

Plaats - Lieu

De Universitaire Stichting - La Fondation Universitaire
Rue d'Egmontstraat 11
1000 Bruxelles - Brussel

Inschrijvingen - Inscriptions

Tel. +32 2 534 94 51
Fax. + 32 2 534 84 41
info@4instance.be

Info

www.mypublica.com