

**Question n° 47 de M. David WEYTSMAN
du 5 décembre 2022**

Monsieur l'Echevin Dhondt a annoncé avoir touché 6 millions de personnes sur Facebook dans le cadre de la campagne Good Move Pentagone.

Combien cette campagne a coûté à la Ville de Bruxelles ?

Combien pour 6 millions de personnes touchées ?

Je vous remercie pour vos réponses.

Réponse du Collège :

Dans le cadre de l'exécution la mission du bureau de communication sprl *Lewis Communications* (marché n° CDA/011564/DDR), 20.000,00 EUR a été prévu pour booster le matériel de communication élaboré pour la campagne de réseaux sociaux. Cette campagne s'écoulait de début juin 2022 à fin août 2022. Après analyse, 19.340,95 EUR ont finalement été utilisés pour un reach total de 6,5 millions de personnes. Le reach est le nombre de personnes qui ont vu les posts sur Facebook et Instagram au moins une fois.

La campagne de communication sur les réseaux sociaux s'est divisée en 3 "vagues": une première en juin où le but était de conscientiser les différents groupes visés (habitants, commerçants et navetteurs/travailleurs) au nouveau plan de circulation et l'impact qu'il aura dans leur quotidien. Nous avons atteint 1.472.175 personnes durant cette première vague. La deuxième et le début de la troisième vague consistaient en l'apport d'informations concrètes et d'outils aux groupes visés et touchés. En juillet, 3.228.056 personnes ont vu les posts et en août (troisième vague) 1.768.541 personnes. Ce qui donne un reach total de 6.468.772.

Coûts par vague :

Vague 1	4.955,621 EUR
Vague 2	5.441,76 EUR
Vague 3	8.943,57 EUR
TOTAL	19.340,95 EUR

**Vraag nr. 47 van dhr. David WEYTSMAN
dd. 5 december 2022 (Vertaling)**

De heer Schepen Dhondt heeft aangekondigd 6 miljoen mensen bereikt te hebben op Facebook in het kader van de campagne Good Move Vijfhoek.

Hoeveel heeft deze campagne de Stad Brussel gekost?

Hoeveel voor 6 miljoen bereikte mensen?

Ik dank u voor uw antwoorden.

Antwoord van het College :

In het kader van de opdracht van het communicatiebureau bvba *Lewis Communications* (opdracht nr. CDA/011564/DDR) is er 20.000,00 EUR voorzien om het opgemaakte communicatiemateriaal van de social media campagne te boosten. Deze campagne werd uitgevoerd van begin juni 2022 tot eind augustus 2022. Na analyse werden slechts 19.340,95€ gebruikt voor een reach van 6,5 miljoen personen. De reach is het aantal personen die de posts op z'n minst één keer gezien hebben op Facebook of Instagram.

De communicatiecampagne op de social media werd in 3 "waves" of "golven" verdeeld: een eerste in juni, waarbij het doel was om de verschillende doelgroepen (bewoners, handelaars, pendelaars/werknemers) bewust te maken van het nieuw circulatieplan en wat de impact in hun dagelijks leven zou zijn. Tijdens deze eerste golf hebben we 1.472.175 mensen bereikt. De tweede en het begin van de derde golf hadden als doel om concrete informatie en tools mee te geven aan de doelgroepen en targets. In juli hebben 3.228.056 mensen de posts gezien en in augustus (derde golf) 1.768.541 personen. Dit geeft een totale reach van 6.468.772 personen.

Kosten per golf :

Golf 1	4.955,621 EUR
Golf 2	5.441,76 EUR
Golf 3	8.943,57 EUR
TOTAAL	19.340,95 EUR