

# Het oprichten van een meldpunt voor veilig voedsel



Oktober 2001  
Adviesopdracht uitgewerkt  
door:

*Geert De Poorter*  
*Jan Eyckmans*  
*Eric Sonnet*  
*Lucie Thuwis*  
*Dominiek Van Goethem*

In het kader van het Public  
Management Programme,  
Katholieke Universiteit Leuven,  
Instituut voor de Overheid en  
Université Libre Bruxelles,  
Ecole de commerce Solvay.

## **Inhoudstafel**

Pagina

1. Executive summary	4
2. Analyse van de opdracht	6
3. Wettelijk kader	8
4. Definities	10
5. Methodologie van de dienstverlening	12
5.1. Verschillende stappen	12
5.2. Praktische uitwerking	14
6. “Stakeholders”	14
6.1. Schematisch	14
6.2. Standpunten van de stakeholders	16
6.3. Grafische voorstelling van de standpunten van de stakeholders	20
7. Referentiemodellen: pragmatisch haalbaar versus ideaal model	21
7.1. Beperkingen vanuit de geformuleerde adviesopdracht: het pragmatisch haalbaar model voor een meldpunt voor veilig voedsel	21
7.2. Het ideale model voor een meldpunt voor consumenten	23
7.3. Besluit	25
8. Outsourcing versus insourcing	26
8.1. Voor- en nadelen	26
8.2. Uitgangspunten	26
9. Analyse van de huidige situatie (“As is”)	29
10. Implementatiestrategie	31
10.1. Globale aanpak	31
10.2. De eigenlijke implementatie	31
10.3. Kritische succesfactoren	43

## **Bijlagen**

1. Afkortingen
2. Opdracht
3. Enquête
4. Wettteksten

## **Woord vooraf**

Het Public Management Programme (PMP), georganiseerd door het Instituut voor de Overheid (Katholieke Universiteit Leuven) wil met de opleiding van een groep van 20 jonge, beloftevolle ambtenaren een bijdrage leveren aan het ambitieuze 'Copernicus' veranderingsproject van de federale overheid.

In kleine groepjes brengen de deelnemers de kennis en vaardigheden die ze verworven hebben tijdens de opleiding in de praktijk, door rond actuele problematieken, via de ontwikkeling of uitvoering van veranderingsprocessen, een concreet project uit te werken waarvan de federale overheid zijn vruchten (hopelijk) kan plukken.

Ons werd de adviesopdracht “het oprichten van een meldpunt voor veilig voedsel” toevertrouwd. Hiertoe werden de nodige bezoeken afgelegd.

De PMP-adviesleden willen alle gesprekspartners bedanken voor het geven van de nodige informatie, die soms zeer gevoelig lag.

Voor het afnemen van de enquête op het Voedingssalon (wat een niet te onderschatten inspanning vergde) worden in het bijzonder Wendy, Michaël, Emmanuelle, Inge, Sonja, Esmeralda en Ingeborg (allen medewerkers van de Consum & BSE Gegevensbank) bedankt.

## 1.Executive Summary

De adviesgroep constateerde dat er diverse wettelijke initiatieven genomen werden met betrekking tot de oprichting van verschillende meldpunten onder de bevoegdheid van één en dezelfde minister (van Consumentenbescherming, Volksgezondheid en Leefmilieu).

In de geest van het veranderingsproject "Copernicus" zou het uitgangspunt van een ideaal meldpunt, één centraal meldpunt moeten zijn waar de consument terecht kan voor klachten, vragen om info, ... van zowel voedings- als niet-voedingsproducten.

Het "meldpunt voor veilig voedsel" dat heden opgericht wordt binnen het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen (verder FAVV) streeft een dubbele doelstelling na :

- voldoen aan wat de wet voorschrijft, i.e. informatie geven en klachten behandelen afkomstig van iedere individuele burger met betrekking tot voeding,
- via evaluatie van de werking en het type klachten het beleid zo (her)oriënteren dat de kwaliteit van de dienstverlening permanent verbetert.

Deze adviesgroep is echter van mening dat het oprichten van een apart meldpunt voor veilig voedsel naast diverse andere meldpunten (i.c. Vlaamse Infolijn, Centraal Meldpunt voor Consumentenproducten) waar consumenten terecht kunnen voor specifieke materies, zal leiden tot een wirwar van initiatieven waarbij de consument door de bomen het bos niet meer zal zien en zal doorverwezen of afgescheept worden. Dit druist in tegen de "één-loket-gedachte" die ook in het kader van e-government tot de toekomstige cultuur van de overheidsorganisaties moet gaan behoren.

Er wordt momenteel binnen de betrokken administraties echter nog te veel weerstand ondervonden om dit meest ideale meldpunt uit te bouwen. De herstructurering die nu bezig is onder de wimpel Copernicus is hier in eerste instantie een obstakel maar zal op middellange termijn (3 à 5 jaar) waarschijnlijk ervoor zorgen dat er één meldpunt komt.

Het recente initiatief tot operationalisering van het "meldpunt voor veilig voedsel" zondigt tegen alle principes van een weldoordachte strategie: het meldpunt is onderbemand, de technische infrastructuur is slechts gedeeltelijk toegankelijk, de communicatiestrategie is verkeerd gekozen. De kritische succesfactoren die moeten vervuld zijn, wil dit meldpunt beantwoorden aan de hierboven vermelde doelstellingen, zijn vooral éénduidige steun vanwege de politieke elite, de nodige financiële ruimte, gemotiveerde medewerkers, een degelijke informatieaudit, ...

Tot slot is een voorbeeld van implementatiestrategie weergegeven in deze adviesopdracht waarbij qua timing vier tot zes maanden wordt vooropgesteld op voorwaarde dat er dringend wordt bijgestuurd wat momenteel reeds is geïmplementeerd.

Het belangrijkste wat echter dient te gebeuren is een interne mentaliteitswijziging, waarbij het meldpunt niet als een extra last wordt aanzien (nog wat werk er bij voor de back-office) maar een tool die bijkomende waarde en transparantie creëert ten aanzien van de burger/consument, dat het efficiënt functioneren van de organisatie verhoogt (in casu het FAVV) en dat voor de beleidsmakers een instrument vormt om voeling te houden met de effecten van het gevoerde beleid inzake voeding en gezondheid.

## 2. Analyse van de opdracht

### Opdrachtgever:

“Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen  
Luc Beernaert, Gedelegeerd Bestuurder  
WTC III, 2<sup>de</sup> verdieping, Simon Bolivarlaan 30, B-1000 Brussel”

### Doelstelling van de opdracht<sup>1</sup>:

"Formuleer een advies over het opzetten van een meldpunt waar de consument vragen of problemen i.v.m. voedsel kan meedelen"

### Bijkomende informatie vanwege de opdrachtgever:

- Het meldpunt is een operationeel en intern onderdeel van het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen (FAVV).
- Er is geen duidelijkheid over de middelen die vrijgemaakt kunnen worden voor de werking van het meldpunt.
- De personeelscapaciteit van het FAVV is onvoldoende voor de bestaffing van het meldpunt.
- Het meldpunt moet binnen de kantooruren bereikbaar zijn.
- De verstrekte informatie moet ingewonnen en gecontroleerd worden door de domeinspecialisten van het FAVV.

### Uitvoerders van deze adviesopdracht:

Volgende 5 PMP-leden stelden zich kandidaat voor deze adviesopdracht:

*Geert De Poorter*, Verantwoordelijke Consum & BSE Gegevensbank, FAVV;

*Jan Eyckmans*, Adjunct-adviseur, Bestuur van de Gezondheidszorg, Ministerie van Sociale Zaken, Volksgezondheid en Leefmilieu;

*Eric Sonnet*, Inspecteur, Bestuur Economische Inspectie, Ministerie van Economische Zaken;

*Lucie Thuwis*, Directeur, Centrum voor Illegalen, Merksplas, Ministerie van Binnenlandse Zaken;

*Dominiek Van Goethem*, e.a. inspecteur, Administratie voor Inkomens- en Ondernemingsfiscaliteit, afdeling Directe Belastingen, Ministerie van Financiën.

---

<sup>1</sup> Zie opdracht, zoals voorgesteld op de briefing van de adviesopdrachten, 26 juni 2001, ULB

### Waarom deze adviesopdracht?

De bedoeling van deze adviesopdracht is het integreren van de kennis en attitudes, opgedaan tijdens de PMP-cyclus en het leren samenwerken in groepsverband om tot een éénsgezind standpunt te komen waarop de opdrachtgever verder kan bouwen.

### **3. Bestaand wettelijk kader met betrekking tot het meldpunt**

Drie verschillende referentieteksten die het functioneren van het meldpunt als onderdeel van het FAVV definiëren, werden bestudeerd:

["Wet dd. 04 februari 2000 houdende de oprichting van het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen \(BS 18 februari 2000\)"](#)

#### Art.9

“Er wordt bij het agentschap een permanent meldpunt opgericht waar de *consument* terecht kan voor objectieve *informatie* en individuele *klachten*behandeling met betrekking tot de kwaliteit en de veiligheid van het voedsel.”

["KB dd. 16 mei 2001 tot vaststelling van de vestigingsplaats, de organisatie en de werking van het Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen"](#)

#### Art. 10.

“De onafhankelijke eenheid van het meldpunt staat ten dienste van elk *individu* dat *klachten* of *suggesties* wenst te uiten of *vragen* te stellen betreffende specifieke onderwerpen of toestanden die het bevoegdheidssterrein van het agentschap betreffen.

Voor de behandeling van de klachten of het beantwoorden van de vragen kan het meldpunt beroep doen op alle diensten van het Agentschap. Die diensten zijn gehouden de gevraagde medewerking zonder verwijl te verlenen.

Als blijkt dat de aangebrachte zaak niet of niet geheel tot de bevoegdheid van het Agentschap behoort, wijst het meldpunt de aanbrengrer daarop, beantwoordt de elementen waarvoor het Agentschap bevoegd is en zendt overigens de zaak voor verder gevolg zelf naar de bevoegde diensten of instellingen over.

Het meldpunt registreert de binnenkomende klachten, suggesties en vragen evenals de respons die daarop werd gegeven.”

["Businessplan van 13 november 2000, opgesteld door de gedelegeerd bestuurder van het FAVV"](#)

In het kader van het contract tussen de Minister van Volksgezondheid en de Gedelegeerd Bestuurder van het FAVV, is voorzien in de opmaak van een businessplan dat de strategie en de

implementatie ervan beschrijft. Dit businessplan geeft de volgende elementen met betrekking tot het meldpunt.

- **Punt 4 : Structuur, Punt 4.4 : Algemene Diensten**

“Meldpunt voor de *vragen en klachten* van de *consument*. In dit meldpunt kunnen de eerste signalen komen die aanleiding moeten geven tot speciale acties. Het is ook trouwens via het meldpunt dat de informatie zal komen over de manier waarop het agentschap wordt ervaren door de consument en eventueel door de inrichtingen. Het is van het grootste belang dat de consument op zijn vragen snel een passend antwoord krijgt. Dit vergt van de verantwoordelijken van het meldpunt een directe toegang tot iedereen in de organisatie en uiteraard ook een grondige kennis van de competenties binnen de organisatie.”

- **Punt 5 : Stappenplan, Punt 5.4 : Opstarten van het meldpunt**

Opstarten van een meldpunt. Dit meldpunt moet een grote toegankelijkheid hebben voor het publiek en heeft tot opdracht *klachten* te registreren en *informatie* te verstrekken aan het publiek voor problemen in verband met de voedselveiligheid. De klachten moeten aanleiding geven tot onmiddellijke opvolging. De verantwoordelijken voor dit meldpunt dienen een grondige kennis te hebben van de diverse diensten zodat ze zeer snel de nodige informatie kunnen inwinnen of zelf snel een antwoord kunnen geven. Zodra het meldpunt is georganiseerd, dient aan het bestaan ervan een brede bekendheid te worden gegeven. Dit meldpunt (dat eventueel kan werken onder meer via een 0800-lijn, e-mail...) moet tegemoet komen aan de verwachtingen van de consument en van *de economische operatoren*.”

Uit deze teksten kan reeds afgeleid worden dat er geen éénduidigheid bestaat rond de concrete taakinvulling van het op te richten meldpunt. Begrippen van consument, individu en economische operatoren worden door elkaar gebruikt.

## **4. Definities**

Om begripsverwarring te vermijden, is het in het kader van deze adviesopdracht belangrijk een repertorium van de definities te geven. Het zijn definities die een pragmatisch nut hebben en die de resultante zijn van opzoekingswerk in de literatuur en van gesprekken met verschillende stakeholders.

### ➤ MELDING:

Iedere mededeling, suggestie, zinvolle tip aan de overheid.

### ➤ INFORMATIE:

Wetenschappelijke kennis dient vertaald te worden naar toegankelijke en op specifieke doelgroepen toegesneden, praktische en toepasbare normen, richtlijnen en adviezen. Deze dienen onafhankelijk, objectief en betrouwbaar te zijn.

### ➤ KLACHT:

Het te kennen geven van ontevredenheid, een misnoegen over iets waarvan in redelijke mate kan verondersteld worden dat een overtreding wordt begaan van wettelijke voorschriften.

Bij deze twee laatste definities is het belangrijk op te merken dat

- een informatieve vraag een vermeende klacht kan worden,
- een klacht dikwijls een verborgen vraag naar informatie is.

### ➤ KWALITEIT:

Het geheel van intrinsieke kenmerken van een product volgens een vooraf gedefinieerd lastenboek, norm, wettelijk kader, ... . Deze kenmerken kunnen divers zijn (samenstelling, hygiëne, chemisch, bacteriologisch, ...)

### ➤ VEILIGHEID:

Het geheel van maatregelen die ervoor moeten zorgen dat een product en zijn productieproces geen schadelijke invloed hebben op mens, dier, milieu (bijv.: voedselinfecties, voedselintoxicaties, vreemde voorwerpen, lozingen van nevenstromen, allergieën, ..)

➤ **VOEDING:**

Moet ruim geïnterpreteerd worden: alle schakels die op de voedselketen betrekking hebben (grondstoffen zoals zaaizaden, meststoffen, dierenvoeders, fytofarmaceutische producten over landbouwproducten en getransformeerde producten tot het voedsel op het bord van de consument).

➤ **FRONT-OFFICE:**

Het betreft de structuur waarbij via alle gangbare kanalen meldingen, informatie en klachten ontvangen worden en een eerstelijnsbehandeling op klantvriendelijke en effectieve wijze gebeurt.

➤ **BACK-OFFICE:**

Het geheel van operationele eenheden waarbinnen de vakkennis van de organisatie aanwezig is om:

- het kennissysteem van het meldpunt te voeden,
- in tweede lijn het front-office te helpen met vragen die door hun niet beantwoord kunnen worden,
- controles op te starten naar aanleiding van signalen van het front-office.

➤ **EERSTELIJSINFORMATIE:**

Objectieve, niet-dossiergebonden en niet voor interpretatie vatbare, informatie.

➤ **TWEEDELIJSINFORMATIE:**

Informatie gerelateerd met dossiergebonden, materiespecifieke vragen.

## **5. Methodologie van de adviesopdracht**

### **5.1. Verschillende stappen**

#### **a) Fase 1 : Studiefase: Analyse van de opdracht en bespreking met de opdrachtgever**

In eerste instantie werd een analyse van de opdracht gemaakt in samenspraak met de opdrachtgever. Hierbij werd de opdracht afgebakend en werd bepaald tot welke personen binnen het FAVV de adviesgroep toegang kon krijgen. Met de opdrachtgever werd eveneens besproken met welke externe actoren best contact gelegd werd in het kader van de opdracht. Verder werd gezocht naar de redenen die aan de oorsprong liggen van de adviesvraag (probleemanalyse). Tot slot werden afspraken gemaakt over de financiële en materiële middelen die de opdrachtgever ter beschikking wenste te stellen van de adviesgroep.

#### **b) Fase 2: Analyse van het wettelijk kader en andere research**

Een tweede luik binnen de studiefase bestond uit een analyse van de wettelijke bepalingen omtrent het voorwerp van de opdracht.

Ook werden alle bestaande documenten met betrekking tot het onderwerp van de opdracht opgezocht en doorgenomen zodat de adviesgroep zich een beeld kon vormen van eerder genomen initiatieven.

#### **c) Fase 3 : Omgevingsanalyse**

Tijdens de omgevingsanalyse werden alle rechtstreeks en onrechtstreeks betrokken partijen in kaart gebracht.

Eenzijds ging het hierbij om het inventariseren van alle actoren die om wettelijke en functionele redenen via het FAVV bij het meldpunt betrokken zijn.

Anderzijds werden een aantal stakeholders geïdentificeerd zoals consumenten en betrokkenen uit het middenveld.

#### **d) Fase 4 : Informatieverzameling**

Door middel van interviews met alle actoren en stakeholders werd informatie ingewonnen over de verschillende standpunten met betrekking tot de oprichting van het meldpunt.

e) Fase 5 : Verwerven van vaktechnische expertise

In deze fase werden best practice voorbeelden gezocht binnen het domein van informatieverstrekking aan en klachtenbehandeling van de burger. Door middel van bezoeken, interviews en literatuurstudie werd expertise verworven nodig voor het formuleren van het advies.

f) Fase 6 : Synthetiseren en structureren van de informatie

In deze fase werd alle verzamelde informatie gesynthetiseerd en gestructureerd als basis voor het formuleren van het advies.

g) Fase 7 : Formuleren van het advies

In de laatste fase werd het definitieve advies uitgeschreven in het eindrapport en werd de presentatie voorbereid.

## **5.2. Overzicht van de afgelegde bezoeken**

27 juli 2001: Werkvergadering PMP-adviesgroep & FAVV (Gedelegeerd Bestuurder Luc Beernaert)

27 augustus 2001: Bezoek aan Testaankoop (Jean-Philippe Ducart & Robert Remy)

28 augustus 2001: Bezoek aan Bestuur Economische Inspectie (Marc Van Hende, directeur-generaal)

5 september 2001: Werkvergadering PMP-adviesgroep

6 september 2001: Bezoek aan de Vlaamse Infolijn (Koen Nottebaert, Mireille Van Pollaert)

13 september 2001: Bezoek aan Kabinet van Minister Magda Aelvoet (Paul Coosemans, kabinetsadviseur; Marjan Leicher, perswoordvoerder)

26 september 2001: Bezoek aan Secretariaat-generaal Ministerie van Sociale Zaken, Volksgezondheid en Leefmilieu (Christiaan Decoster, wnd. Secretaris-generaal)

27 september 2001: Werkvergadering PMP-adviesgroep

8 oktober 2001: bezoek aan het FAVV (Guy Temmerman, gezondheidsinspecteur-directeur; Yves Vanden Bosche, medewerker meldpunt)

9 oktober 2001: Bezoek aan Sitel (Isabelle Ernould, European Sales Manager)

6 tot 14 oktober 2001: Enquête op het Voedingssalon

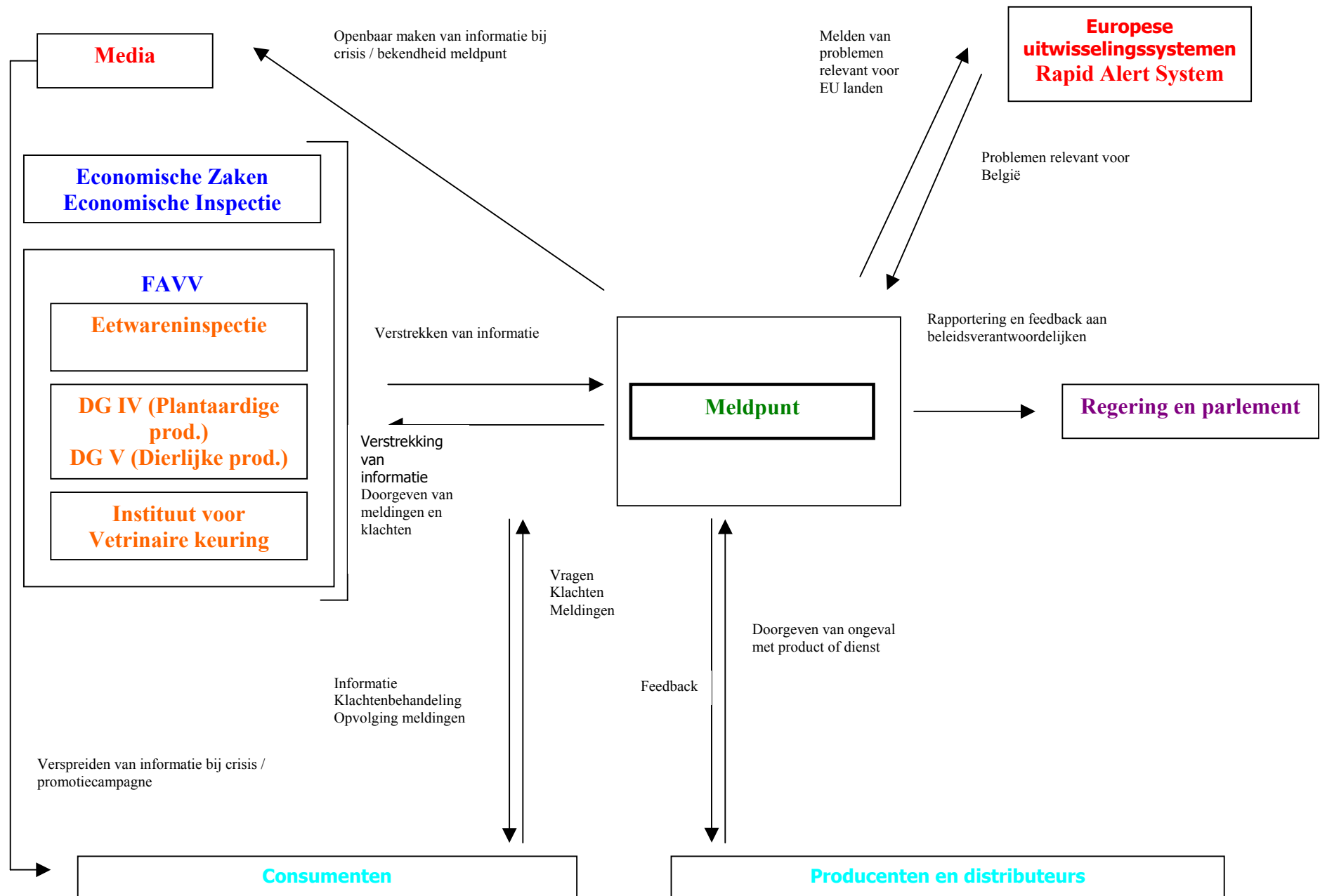
17 tot 19 oktober 2001: Den Haag, Nederland, Bezoek aan de Keuringsdienst van Waren (André Eegdeman, Coördinator Meldkamer)

Werkvergadering PMP-adviesgroep

## **6. Stakeholders**

### **6.1. Schematische voorstelling**

In onderstaand schema werd er getracht een voorstelling te geven van de verschillende stakeholders (belanghebbenden) met betrekking tot de oprichting van het meldpunt en welke de huidige en/of gewenste tweewegscommunicatie is tussen de betrokkenen.



## 6.2. Standpunten van de stakeholders

Het voorgaande schematisch overzicht is zeer uitgebreid en betreft alle actoren die nationaal en internationaal in kaart kunnen gebracht worden.

Door het relatief korte tijdsbestek konden slechts een beperkt aantal actoren gesproken worden. Deze kunnen opgesplitst worden in de vier volgende niveaus.

### a) Politiek niveau

#### ➤ Wanneer? Wie?

Op 13 september 2001 werd een bezoek gebracht aan het kabinet van de Minister van Consumentenbescherming, Volksgezondheid en Leefmilieu waar gesproken werd met Paul Coosemans (kabinetsadviseur) en Marjan Leicher (perswoordvoerder van Minister Magda Aelvoet).

#### ➤ Wat?

De bedoeling van dit bezoek was het inwinnen van informatie over het standpunt van dit kabinet omtrent het inhoudelijk aspect van het meldpunt, in te richten bij het FAVV.

#### ➤ Conclusies?

Duidelijk wordt dat de beslissing tot oprichting van het meldpunt bij KB van 4 februari 2000 gebeurde in de nasleep van de parlementaire onderzoekscommissie dioxine.

Het meldpunt moet beperkt worden tot de bevoegdheden van het FAVV (in casu veiligheid van de voeding) en het is aan de consument om zelf onderscheid te maken tussen de diverse federale en Vlaamse meldpuntinitiatieven.

Het mag geen gratis nummer (0800-...) zijn omwille van budgettaire constraints.

Uit dit gesprek kan afgeleid worden dat het Primaat van de Politiek prevaleert op het belang van de consument.

Het blijkt wel dat de meningen van de twee geïnterviewden uiteenlopen op sommige punten.

### b) Administratief niveau

#### ➤ Wanneer? Wie?

Op 26 september 2001 werd een gesprek gevoerd met Christiaan Decoster, wnd. Secretaris-generaal van het Ministerie van Sociale Zaken, Volksgezondheid en Leefmilieu.

➤ **Wat?**

Inzicht krijgen op het standpunt van deze topambtenaar op de wijze van functioneren van het meldpunt binnen het FAVV en de eventuele samenwerking met andere meldpunten.

➤ **Conclusies?**

Er wordt geopteerd voor één federaal meldpunt waar de consument terecht kan voor informatie en klachten zowel met betrekking tot voeding als niet-voeding.

Klachten zijn een kwaliteitsindicator om de werking van de betrokken organisaties (FAVV en FOD Volksgezondheid, Leefmilieu en Veiligheid van de Voedselketen) te verbeteren.

Tweesporeninformatie naar de consument moet vermeden worden.

➤ **Wanneer? Wie?**

Op 8 oktober 2001 werd een afspraak gemaakt met Guy Temmerman, gezondheidsinspecteur-directeur bij het FAVV.

➤ **Waarom?**

Deze ambtenaar startte initieel, naar aanleiding van het businessplan van de gedelegeerd bestuurder, in december 2000 de werkgroep 'beleidsvoorstel klachtenmeldpunt' binnen het FAVV op. Deze werkgroep richtte zich in eerste instantie tot de praktische uitwerking van het meldpunt.

➤ **Conclusies?**

Het meldpunt moet toegankelijk zijn voor zowel consumenten als producenten.

Er zijn reeds een faxnummer en een e-mail adres operationeel sinds 6 oktober 2001 (dit werd aangekondigd op het Voedingssalon in Brussel). Het is ook de bedoeling om op het Voedingssalon het meldpunt te promoten door de eerste werknemer die aangeworven werd begin oktober 2001 op deze beurs aanwezig te laten zijn.

De meest ideale situatie is één federaal meldpunt waar individuen terecht kunnen voor zowel voeding als niet-voeding. Doch aangezien dit budgettair en politiek niet haalbaar is, moet er voor een pragmatische oplossing gekozen worden: een meldpunt voor voedsel binnen het FAVV met beperkte financiële middelen.

➤ **Wanneer? Wie?**

Op 28 augustus 2001 was er een gesprek met Marc Van Hende, directeur-generaal bij het Bestuur Economische Inspectie van het Ministerie van Economische Zaken.

➤ **Waarom?**

Luc Beernaert, gedelegeerd bestuurder FAVV stelde voor contact op te nemen met de verantwoordelijke voor het op te richten “Centrale Meldpunt Consumentenproducten”<sup>2</sup> om diens standpunt te kennen over een eventuele samenwerking voor het opzetten van een gemeenschappelijk georganiseerd meldpunt voeding en niet-voedingsgoederen.

➤ **Conclusies?**

De consument zal zelf het onderscheid maken tussen food en non-food. Eén gemeenschappelijk meldpunt is dus niet opportuun. Er dienen drie aparte meldpunten opgezet, nl. één voor voedingsproblematiek, één voor veiligheid (niet gerelateerd met voeding) en één voor informatie of klachten over handelspraktijken.

c) Verbruikersorganisatie (middenveld)

➤ **Wanneer? Wie?**

Op 27 augustus 2001 was er een gesprek met Jean-Philippe Ducart en Robert Remy van Testaankoop.

➤ **Waarom?**

Aangezien het meldpunt een oplossing voor eventuele consumentenproblemen zou kunnen bieden, is het interessant het standpunt te kennen van het middenveld en meer bepaald van een verbruikersorganisatie.

➤ **Conclusies?**

Het opzetten van een meldpunt voor voeding is geen prioriteit voor het FAVV. Inkomende vragen of klachten dienen overgemaakt naar de bevoegde dienst om daar beantwoord of afgehandeld te worden. In tijden van crisis kan eventueel een call-center opgezet worden om de consument verder te helpen. In normale situaties is de taak van het FAVV beperkt tot controles op het terrein.

---

<sup>2</sup> Wet van 4 april 2001 tot wijziging van sommige bepalingen betreffende de veiligheid en de gezondheid van de consumenten, art 12 voorziet de oprichting van een Centraal Meldpunt voor Consumentenproducten, verder Centraal Meldpunt genoemd.

#### d) De consument

##### ➤ Wanneer? Wie?

Op het Voedingssalon te Brussel werd van 6 oktober tot 14 oktober 2001 een enquête gehouden onder de aanwezige bezoekers. Het aantal respondenten was 233.

##### ➤ Waarom?

Aangezien het meldpunt opgezet wordt voor de consument, is het absoluut noodzakelijk zijn mening te kennen. Een enquête afnemen op het Voedingssalon leek hiervoor het meest geschikte instrument binnen de beperkte tijdspanne van de adviesopdracht.

##### ➤ Conclusies?

1) Met betrekking tot de informatiebronnen die de consument gebruikt, kan een grote interesse gesignaleerd worden voor boodschappen omtrent voeding en gezondheid zolang deze aangeboden worden via de gangbare media (TV, krant en algemene tijdschriften).

Slechts 20 tot 30% van de ondervraagden gaat actief op zoek naar gespecialiseerde informatie over deze onderwerpen (media, vakpers en gespecialiseerde websites).

Een groot aantal consumenten zegt regelmatig de informatie op het etiket van het gekochte product te raadplegen.

**1° Conclusie: de informatie bereikt de consument vooral langs kanalen met een lage drempel.**

2) De vragen die leven bij de consument situeren zich vooral op de kwaliteit van het product, gezondheid van de voeding en de prijs. Ongeveer de helft van de consumenten stelt zich wel eens de vraag over de herkomst van de voeding of het dierenwelzijn.

**2<sup>de</sup> Conclusie: bij het oprichten van een meldpunt zullen de vragen vooral beperkt zijn tot kwaliteit, gezondheid en prijs van de voeding.**

3) Ontevreden consumenten richten hun klachten hoofdzakelijk tot het verkooppunt of nog opmerkelijker, doen niets (meer dan 50%).

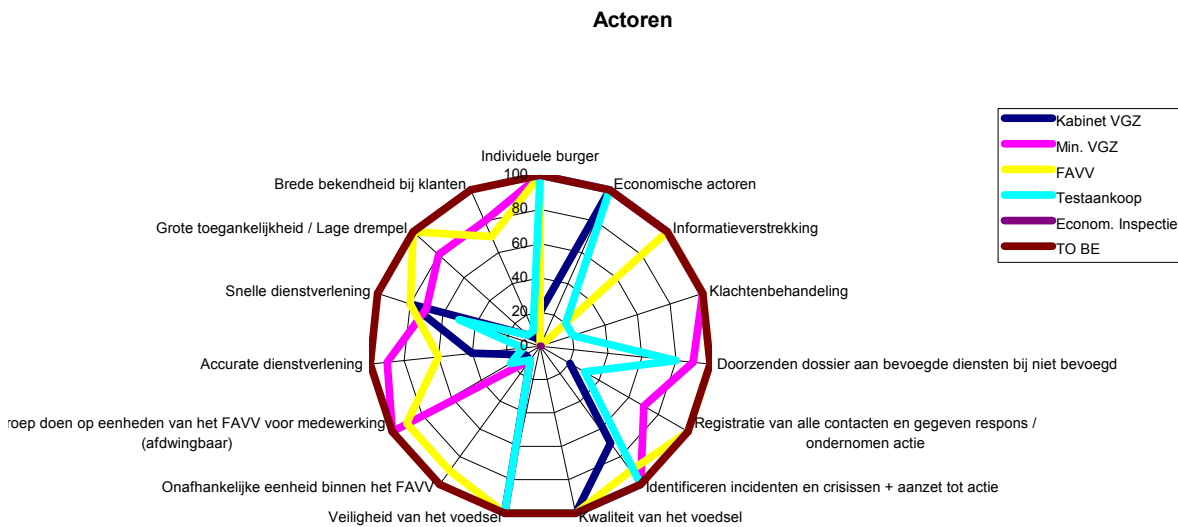
**3<sup>de</sup> Conclusie: de consument kan geen duidelijk kanaal voor zijn klacht identificeren.**

Indien een dergelijk kanaal voorhanden zou zijn, verkiest de consument een gratis nummer.

Besluit: Als algemene conclusie kan gesteld worden dat de consument zijn vragen of klachten het liefst beantwoord of behandeld zou zien via een telefonisch meldpunt.

### 6.3. Grafische voorstelling van de standpunten van de stakeholders

Met onderstaande grafiek worden de standpunten van de verschillende stakeholders voorgesteld t.o.v. het minimum wettelijk verplichte kader. Het model, zoals dat volgens het wettelijk kader vastgelegd werd (hier TO BE-model genoemd), wordt hier weergegeven door de buitenste rand van de cirkel. Naarmate meer naar het centrum van de cirkel gegaan wordt, zal het opgerichte meldpunt niet beantwoorden aan de verwachtingen van de consument en zal er weinig feedback zijn naar het beleid (om zo de organisatie te optimaliseren).



## **7. Referentiemodellen: pragmatisch haalbaar versus ideaal model**

Het wettelijk kader geeft een aantal minimumvoorwaarden waaraan een meldpunt voor voeding minstens moet voldoen (TO BE-model) .

De adviesopdracht, zoals vooropgesteld op de briefing van 26 juni 2001, in aanwezigheid van de gedelegeerd bestuurder van het FAVV, beperkt de rol van het meldpunt tot de informatie en klachten met betrekking tot voeding, waardoor het takenpakket van het meldpunt zich beperkt tot de bevoegdheden van het FAVV. Een model hiervoor werd in een eerste deel (7.1) uitgewerkt en wordt door de adviesgroep 'het *pragmatisch haalbaar model* van meldpunt voor veilig voedsel' genoemd.

De adviesgroep is echter van mening dat een ideaal model van meldpunt ruimer moet zijn dan het huidige TO BE-model (zoals wettelijk bepaald) en meer materies moet omvatten dan de voedinggerelateerde items (pragmatisch haalbare model). Dit model wordt uitgewerkt in een tweede deel (7.2) en wordt '*ideaal model* voor een meldpunt voor consumentenproducten' genoemd.

### **7.1. Beperkingen vanuit de geformuleerde adviesopdracht: het pragmatisch haalbaar model voor een meldpunt voor veilig voedsel.**

De op 26 juni 2001 gedefinieerde adviesopdracht beperkt de rol van het meldpunt, binnen het FAVV tot voedinggerelateerde vragen om informatie en klachten van consumenten met betrekking tot de kwaliteit van de producten en de veiligheid.

Vanuit deze vooropgestelde benadering van het meldpunt kan het volgende afgeleid worden:

- vragen of klachten beperkt tot voedselkwaliteit en –veiligheid zullen een beperkte kritische massa vertegenwoordigen. Dit kan afgeleid worden uit een vergelijking met de Nederlandse Meldkamer (Keuringsdienst van Waren) waar jaarlijks 5500 oproepen geregistreerd worden, over voeding maar ook andere consumentenproducten, op een bevolking van 17 miljoen inwoners. Omgerekend naar de Belgische situatie komt dit overeen met jaarlijks 3500 oproepen, zijnde 100 oproepen per dag. 80% hiervan zijn naar Nederlandse normen gerelateerd naar voeding wat herleid wordt naar 80 oproepen per dag

verdeeld over 8 werkuren, i.e. 10 oproepen per uur. Dit geeft een aantal indicatoren voor het organiseren van de front-office.

- vragen of klachten zullen enkel de bevoegdheden van het FAVV betreffen en kunnen binnen de bestaande directoraten-generaal beantwoord worden. Dit geeft aanwijzingen voor de organisatie van de back-office.

#### a) Implicaties voor het organiseren van de front-office

De beslissing tot insourcen of outsourcen van de front-office is afhankelijk van de aanwezigheid van volgende factoren:

- service level
- mediastrategie
- infrastructuur
- bereikbaarheid
- kritische massa

Op deze elementen (voor- en nadelen) wordt uitvoerig ingegaan in hoofdstuk 8.

#### b) Implicaties voor het organiseren van de back-office

In het KB van 16 mei 2001 is weergegeven dat alle diensten binnen het FAVV verplicht zijn hun medewerking te verlenen (artikel 9). Concreet betekent dit dat de op te richten 4 directoraten-generaal en de stafdiensten “gehouden zijn alle informatie mee te delen waarover ze beschikken”. Dit kan het best gerealiseerd worden via het directiecomité waar de verantwoordelijke van het meldpunt in zetelt.

De samenwerking tussen het meldpunt en de directoraten-generaal/stafdiensten van het FAVV zal gebaseerd zijn op een win-win relatie. Dit houdt in dat alle betrokken partijen er beter van worden. Het meldpunt enerzijds doet een inspanning om de (telefonische) bereikbaarheid te garanderen en informatie aan te leveren of klachten in ontvangst te nemen. Anderzijds worden de (controle)diensten ontlast van het geven van duidelijk aflijnbare informatie aan de consument en kunnen ze zich volop concentreren op hun kerntaken, i.s. de controles.

Ook de beleidsmakers kunnen hun voordeel doen uit deze kanalisatie van vragen en klachten want ze krijgen zo een beter zicht op de verlangens van de consument. Er worden eventuele

hiaten en disfuncties in de organisatie blootgelegd zodat de kwaliteitszorg binnen het FAVV hier remediërend kan werken.

Middelen om deze samenwerking te formaliseren, zijn:

- het “mission statement” dat door de gedelegeerd bestuurder moet opgesteld worden alsook de intentieverklaring. Deze laatste moet garanderen dat een klantvriendelijke dienstverlening en hoogstaande samenwerking tussen het meldpunt en de bevoegde directoraten-generaal tot stand komt. Van essentieel belang is de wil van alle diensten om deze intentieverklaring te onderschrijven.
- samenwerkingsovereenkomsten (SO's): zodra de intentieverklaring door alle betrokken diensten ondertekend is, moet de individuele samenwerking tussen het meldpunt en de diensten op punt gesteld worden onder vorm van het afsluiten van samenwerkingsovereenkomsten waarin de taken duidelijk worden afgebakend en afspraken rond het aanleveren van informatie en correct afhandelen van klachten worden gemaakt. Er moet hier gewerkt worden met duidelijk meetbare doelstellingen zodat er op regelmatige tijdstippen een evaluatie kan gebeuren om nadien bij te sturen (plan, do, act, evaluate, redirect).
- hiertoe dienen meerdere contactpersonen aangeduid te worden die dossierbehandelaars of materiespecialisten zijn, waarnaar het meldpunt voor veilig voedsel de consument kan doorverwijzen of die verantwoordelijk zijn voor het aanleveren van nieuwe of vernieuwde informatie aan de medewerkers van het front-office.

## **7.2. Het ideale model voor een meldpunt voor consumenten**

De op 26 juni 2001 geformuleerde adviesopdracht beperkt enigszins het wenselijk advies van deze groep. In de geest van het veranderingsproject 'Copernicus' was het uitgangspunt van deze adviesgroep beter “**de burger als consument van overheidsdiensten**” geweest.

De overheid staat immers ten dienste van de burger en bovendien bepaalt het wettelijk kader (KB van 16 mei 2001, artikel 10) van het FAVV dat het meldpunt er moet zijn voor elk individu.

Link hieraan de wet van 9 februari 1994, gewijzigd bij wet van 4 april 2001 (Wet tot wijziging van sommige bepalingen betreffende de veiligheid en de gezondheid van de consumenten) waar in artikel 12 een “Centraal Meldpunt voor Consumentenproducten” dient opgericht te worden.

Deze adviesgroep is van mening dat het oprichten van diverse meldpunten waar consumenten terecht kunnen voor specifieke materies zal leiden tot een wirwar van initiatieven waarbij de consument door de bomen het bos niet meer zal zien en zal doorverwezen of afgescheept worden. Dit druist in tegen de “één-loket-gedachte” die ook in het kader van het e-government tot de toekomstige cultuur van de overheidsorganisaties moet gaan behoren.

De consument heeft recht op duidelijke, kwalitatieve dienstverlening. Vandaar het uitgangspunt dat er één centraal meldpunt zou moeten zijn voor de voedings- en niet-voedingsproducten en consumentenbelangen. Men kan zelfs nog verder gaan en zich de vraag stellen of er niet één meldpunt moet komen waarbij de burger met zijn vragen terecht kan voor alle materies die heden ofwel federaal ofwel gewestelijk geregeld worden (cfr. een samenwerkingsovereenkomst met de Vlaamse Infolijn).

De adviesgroep vindt daarom dat er behoefte is aan een coördinatieprogramma dat alle relevante initiatieven bundelt en inbedt in gemeenschappelijke strategische doelstellingen. Dit programma moet zich richten op de uitbouw van een [geïntegreerd informatieloket](#). Hier in eerste instantie georganiseerd volgens de klassieke communicatiekanalen (telefoon, fax, e-mail) en later omgevormd tot een elektronisch informatie- en dienstenloket.

Dit zal ongetwijfeld leiden tot een aanpassing van het wettelijk TO BE-kader alsook van een aantal bestaande structuren binnen organisaties.

#### [a\) Implicaties voor de front-office](#)

Aangezien er verschillende overheidsdiensten betrokken zijn bij het laten functioneren van dit ideaal meldpunt voor consumentenproducten, zal het zeer moeilijk zijn om dit in eigen beheer uit te voeren. De informatieverstrekking zal belemmerd worden door de heterogeniteit van de vragen en ontbrekende of ontoereikende (infra)structuren.

Daarom is het meest aangewezen om de front-office uit te besteden (voor- en nadelen zie hoofdstuk 8).

Om de impact te kennen naar kostprijs en het raamcontract op te stellen met het Call Center is er nood aan een degelijke voorstudie en een haalbaarheidsonderzoek.

### b) Implicaties voor de back-office

De verschillende organisaties moeten zo gestructureerd worden dat de totaliteit van de diensten als back-office kunnen fungeren. Een goede coördinatie is hierbij onontbeerlijk. Er zou hier kunnen gedacht worden aan een overkoepelende werkgroep (over de diverse FOD's en Ministeries heen), die als taken heeft:

- a. advies geven over het opstellen van de intentieverklaring;
- b. opmaken van de samenwerkingsovereenkomsten tussen het meldpunt en de betrokken diensten (Economische Inspectie, AEWI, DG4, IVK, DG5, FI, ...);
- c. onderhouden van intensieve relaties met de verschillende diensten; (contactpersonen) die de informatie aanleveren voor een geavanceerd kennissysteem: een database die door intelligente opzoekmogelijkheden vlot kan bediend worden en die aan trendanalyse kan doen.
- d. ervoor te zorgen dat de communicatie en de samenwerking met de front-office efficiënt verloopt.

### 7.3. Besluit

Uit de gesprekken met de verschillende stakeholders werd snel duidelijk dat voorlopig politiek en administratief de wil ontbreekt een dergelijk initiatief tot oprichting van een "ideaal meldpunt voor consumentenproducten" aan te vatten. Vandaar dat de adviesgroep zich verder in dit werk zal beperken tot het "pragmatisch haalbaar model van meldpunt voor veilig voedsel".

## **8. Outsourcing versus insourcing**

Uit voorgaande blijkt dat de back-office dient georganiseerd te worden door de bestaande betrokken diensten doordat zij de materiespecifieke kennis in handen hebben. De front-office kan in eigen beheer genomen worden of uitbesteed worden.

Eerst worden de voor- en nadelen van outsourcing versus insourcing besproken. Dan worden een aantal uitgangspunten bestudeerd die de keuze kunnen beïnvloeden.

### **8.1. Voor- en nadelen**

De voor- en nadelen kunnen als volgt geschematiseerd worden:

Outsourcing		Insourcing	
Voordelen	Nadelen	Voordelen	Nadelen
Gebruik van bestaande/geteste infrastructuur	Te afhankelijk van een derde partij	Eigenaar infrastructuur/kennis	Voldoende kritische massa
Noodplanning	Beveiliging	Directe communicatie met actoren	Beperking in noodscenario
Flexibiliteit (ook qua personeel)	Kostprijs	Controle over niveau van de dienstverlening	Gebrek aan functionele ervaring
Regelmatige update infrastructuur	Monopoliepositie	Beperking en controle van de kosten	Beperking in ruimte
Ervaring			Niet flexibel qua personeel
Cost management			

### **8.2. Uitgangspunten**

De uitgangspunten om te bepalen of het front- office moet uitbesteed worden of niet, zijn:

- service level
- mediastrategie
- infrastructuur
- bereikbaarheid

- kritische massa

Hieronder worden een aantal “massabalken” weergegeven waarop de opdrachtgever uiteindelijk zal moeten aangeven wat belangrijk is binnen zijn mission-statement. De resultante van dit geheel (verticale balk) zal dan uitwijzen of voor out- dan wel insourcing moet gekozen worden.

**Dienstverlening min.**

Wegwijs

**Dienstverlening maximum**

wegwijs, 1<sup>st</sup>e lijns, 2<sup>de</sup> lijns

Actuele info, brochures,  
ondersteuning crisis, opbouw  
kennissysteem, feedback beleid

---

**Toegankelijkheid min.**

Binnen de diensturen  
Betalend telefoneren

**Toegankelijkheid max.**

24u/24

gratis telefoonnummer, fax,  
mail, gratis brieven

---

**Mediastrategie/kritische massa min.**

Geen strategie, weinig fluctuatie oproepen

(tenzij crisis)

**Mediastrategie/kritische massa max.**

Radio, TV, brochures, ...: naambekendheid  
stijgt

---

**Infrastructuur max.**

Wel moderne telefooncentrale, wel aangepaste lokalen,

Wel netwerk, wel kennissysteem/software

**Infrastructuur min.**

niet aangepaste centrale, niet aangepaste lokalen

geen netwerk, geen kennissysteem/software

---

**Service level min.**

Geen vereisten

**Service level max.**

snel beantwoorden van de telefoon, wachtrij-opties,  
Respecteren van termijn voor beantwoorden van  
vragen en klachten

---

Bij wijze van voorbeeld kan enerzijds het initiatief van de Vlaamse Infolijn worden uitgezet op deze massabalken, waarbij men tot de logische beslissing komt de front-office uit te besteden aan SITEL. Maximale dienstverlening, mediastrategische benadering, hoge kritische massa, een eigen minimale infrastructuur en vereisten van service levels leiden ertoe dat uitbesteding hier de beste oplossing is.

Anderzijds kan het initiatief van de Nederlandse Meldkamer bestudeerd worden waar de front-office in eigen beheer bleef daar er een goede infrastructuur aanwezig was, de toegankelijkheid zich tot de diensturen beperkt en er weinig service levelvereisten vooropgesteld werden.

## **9. Analyse van de huidige situatie (“As is”)**

Sedert 6 oktober 2001 is het meldpunt operationeel. Dit houdt in:

\*Aanwerving van één niveau 2+ medewerker (opleiding graduaat diëtler en informatica);

\*Een groen faxnummer (0800-13455)

\*Een e-mailadres: [meldpunt@favv-afsca.be](mailto:meldpunt@favv-afsca.be), [pointcontact@favv-afsca.be](mailto:pointcontact@favv-afsca.be), website: [www.favv.be](http://www.favv.be) ; [www.afsca.be](http://www.afsca.be))

Er is momenteel geen groen telefoonnummer.

Het meldpunt werd bekend gemaakt op het Voedingssalon (6-22 oktober) d.m.v. pamfletten.

Hierop was te lezen dat het meldpunt volledig operationeel zal zijn op 1 januari 2002.

Er is binnen het FAVV geen enkele communicatie geweest over de oprichting van de back-office en de beoogde samenwerking met de verschillende huidige diensten (DG4, DG5, IVK en AEWI) en de rol van de toekomstige directoraten-generaal.

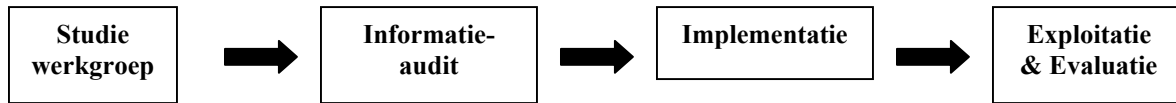
Hieronder volgt een tabel die de inventarisatie weergeeft van de “as is” en “to be” (gebaseerd op het wettelijke kader) situatie.

<b>Criteria</b>	<b>TO BE</b>	<b>AS IS</b>
<b>Klanten</b>		
Individuele burger	<b>X</b>	<b>X</b>
Economische actoren	<b>X</b>	<b>0</b>
<b>Dienstverlening</b>		
Informatieverstrekking	<b>X</b>	<b>0</b>
Klachtenbehandeling	<b>X</b>	<b>0</b>
Registreren van suggesties	<b>X</b>	<b>0</b>
Doorzenden dossier aan bevoegde diensten bij niet bevoegd	<b>X</b>	<b>0</b>
Registratie van alle contacten en gegeven respons / ondernomen actie	<b>X</b>	<b>0</b>
Identificeren incidenten en crisissen + aanzet tot actie	<b>X</b>	<b>0</b>
<b>Domein</b>		
Kwaliteit van het voedsel	<b>X</b>	<b>X</b>
Veiligheid van het voedsel	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Organisatie</b>		
Onafhankelijke eenheid binnen het FAVV	<b>X</b>	<b>X</b>
Beroep doen op alle eenheden van het FAVV voor medewerking (afdwingbaar)	<b>X</b>	<b>0</b>
<b>Service level</b>		
Accurate dienstverlening	<b>X</b>	<b>0</b>
Snelle dienstverlening	<b>X</b>	<b>0</b>
Grote toegankelijkheid / Lage drempel	<b>X</b>	<b>0</b>
Brede bekendheid bij klanten	<b>X</b>	<b>0</b>

Conclusie: De huidige situatie voldoet absoluut niet aan de wettelijke “to be” bepalingen.

## 10. Implementatiestrategie

### 10.1. Globale aanpak



### 10.2. De eigenlijke implementatie

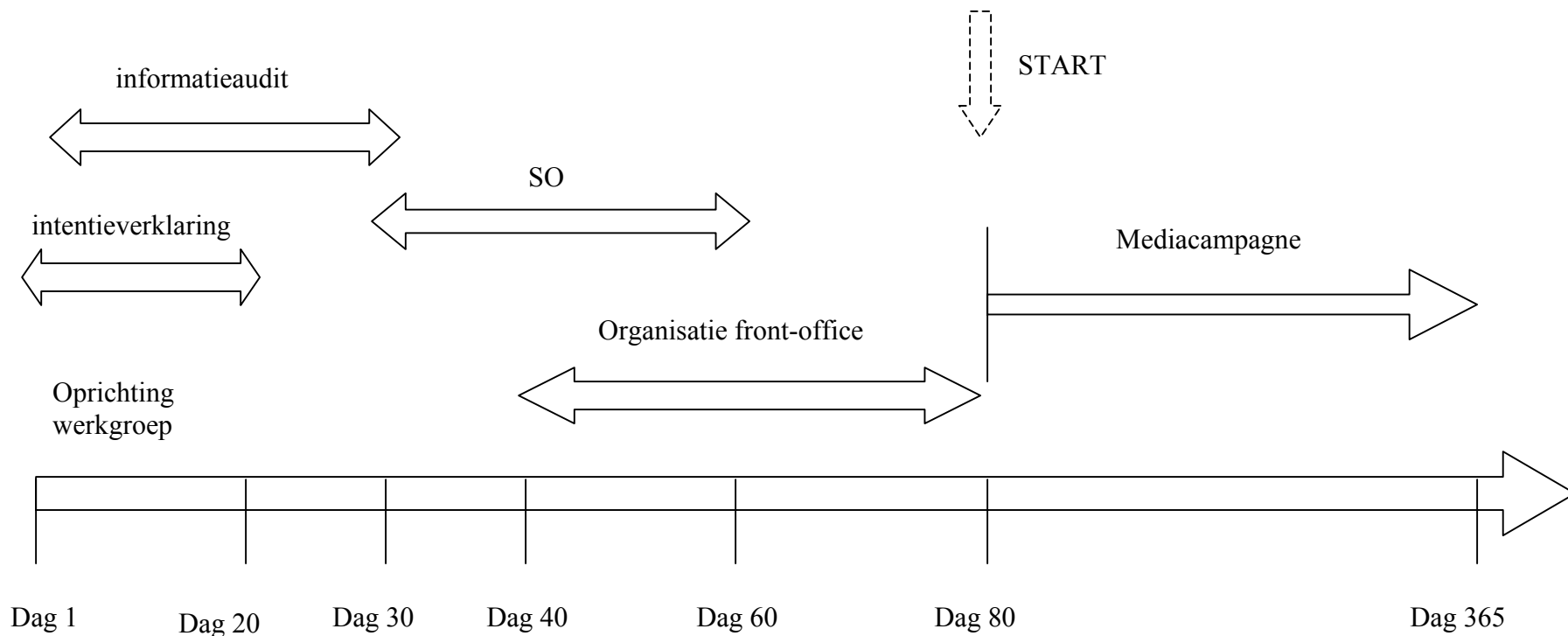
Binnen het kader van de op 26 juni 2001 geformuleerde adviesopdracht én na de analyse van het "ideale model" en het "pragmatisch haalbare model" wordt hieronder een strategie weergegeven voor de implementatie van dit laatste model.

Er moeten een aantal fasen doorlopen worden:

- a) creëren van een werkgroep
- b) informatieaudit;
- c) intentieverklaring;
- d) realiseren van de back-office: samenwerkingsovereenkomsten met de directoraten-generaal
- e) organisatie van de front-office (personeel, infrastructuur, kosten-batenanalyse, opleidingsplan)
- f) communicatiestrategie
- g) feedback: terugkoppeling naar beleid (beleidsevaluatie)

Deze fasen zullen toegelicht worden alsook in een tijdsbalk gegoten worden.

De tijdsbalk hieronder geeft in absolute dagen weer binnen welk tijds kader het geheel kan gerealiseerd worden. Er zal uitdrukkelijk moeten rekening gehouden worden met wat momenteel reeds gerealiseerd is.



NB: dag = werkdag

### a) Creëren van een werkgroep

De beslissing tot het oprichten van een werkgroep moet genomen worden in het Strategisch Comité van het FAVV. De leden die deel zullen uitmaken van deze werkgroep moeten voldoende hoog in de hiërarchie staan. Het moet vooral een werkgroep van “gelijken” zijn waarbij de medewerkers gekozen worden op vrijwillige basis. De werkgroep moet geleid worden door een voorzitter met onderstaand profiel. Te noteren valt dat het permanente werkgroep is en geen ad hoc werkgroep (zie verder feedback).

Het profiel van de voorzitter van de werkgroep meldpunt is best als volgt:

- een coach figuur;
- leiderstalent;
- onderhandelingskracht, iemand die kan overtuigen;
- moet in staat zijn om deadlines te halen;
- visible manager

Deze functie kan in de beginfase gecombineerd worden met andere taken. Er wordt geschat dat hij/zij 30 tot 50 % van de dagtaak zal moeten wijden aan dit voorzitterschap. Eens het meldpunt volledig operationeel is, wordt de voorzitter van de werkgroep tevens de algemeen coördinator van het meldpunt. Dit zal dan een voltijdse taak worden. Als lid van het directiecomité en toegevoegd aan het hoogste ambt, zal hij op de hoogte zijn van het reilen en zeilen van het FAVV en zal hij bepaalde structuren kunnen afdwingen bij de back-office.

### b) Informatieaudit

Een informatieaudit moet verticaal en horizontaal door de volledige huidige organisatie uitgevoerd worden (dit om te vermijden het warm water opnieuw uit te vinden). Als de medewerkers van de organisatie aanvoelen dat “Rome” niet opnieuw moet gebouwd worden, maar dat gebruik gemaakt wordt van wat reeds aanwezig is qua informatie naar derden toe, dan zal de medewerking later vanuit de back-office naar de front-office toe, ook beter verlopen.

Een inventaris moet opgesteld worden van wat er beschikbaar is aan publicaties, of deze nog actueel zijn, welke communicatiekanalen er bestaan binnen de huidige diensten, hoe deze kunnen geïntegreerd worden in het totale concept van het informatiebeleid, wat eerste- en

tweedelijnsinfo is en hoe ze momenteel gestructureerd is en of deze voldoet aan wat het beleid voorschrijft (N.B.: het verstrekken van tweedelijnsinformatie heeft hoofdzakelijk te maken met specifieke (technische) materiekennis, individuele dossiers en hiermee gerelateerde vragen, interpretatie van het bestaande en toekomstige beleid en achtergrondinformatie).

Uit deze informatieaudit kan achteraf blijken dat bepaalde diensten anders moeten georganiseerd worden of bestaande structuren moeten gewijzigd worden. Daarvoor is de intentieverklaring van de gedelegeerd bestuurder en het belang dat hij hecht aan de efficiënte werking van het meldpunt cruciaal.

### c) Intentieverklaring

De fasen van het creëren van de werkgroep en van de intentieverklaring kunnen elkaar overlappen.

De gedelegeerd bestuurder moet met betrekking tot het meldpunt een intentieverklaring maken, die kadert in het mission-statement van het FAVV (die de missie van het totale Agentschap dekt), en daarna moeten de leidinggevenden van de directoraten-generaal en stafafdelingen zich zo aangesproken voelen dat zij elk de intentieverklaring medeondertekenen zodanig dat zij bijdragen tot de verwezenlijking van de strategische doelstellingen van het FAVV, i.c. het meldpunt.

Afhankelijk van een uitgebreide of beperkte intentieverklaring kan de hulp van de werkgroep ingeroepen worden.

### d) Organisatie van de back-office: samenwerkingsovereenkomsten met de directoraten-generaal

De resultante van de informatieaudit is de basis voor het opstellen van samenwerkingsovereenkomsten tussen het meldpunt en de directoraten-generaal enerzijds en tussen het meldpunt en de andere stafdiensten anderzijds (kwaliteitszorg, interne en externe communicatie). Deze samenwerkingsovereenkomsten moeten duidelijk meetbare doelstellingen omvatten (vastlegging van informatie in het kennissysteem, aanleveren van gestructureerde informatie voor front-office, wijze van communicatie tussen back-office en front-office, behandelingstijden van klachten door de back-office volgens hun belangrijkheid, wat verwacht het meldpunt van de directoraten-generaal omtrent de eerstelijnsafhandeling en de tweedelijnsafhandeling, welke feedback naar de consument gegeven moet worden, controle ter

plaats naar aanleiding van een klacht, aanduiden van contactpersonen, informatiebeheerders, technische experts,...)

#### e) Organisatie van de front-office

In een vroeg stadium zal moeten beslist worden of de front-office zal uitbesteed worden of niet. Men mag zich niet blindstaren op de kostprijs van outsourcing. Ook bij insourcing komen er heel wat onrechtstreekse kosten kijken: opleiding van het personeel, evaluatiekost, infrastructuurkosten, ... .

Als de Nederlandse situatie getransponeerd wordt naar België toe en rekening houdende met het aantal inwoners en de twee- (zelfs drie)taligheid komt men tot 5 FTE om de front-office te bemannen. Houdt men rekening met verlof, een telefonische permanentie buiten de diensturen, ziekte, tijdscrediet, ... dan komt men aan 7 tot 8 personen (exclusief de coördinator) om de front-office gestalte te geven.

De *personeelskost* moet dus zeker op 17,2 miljoen BEF (inclusief de coördinator) gerekend worden.

Het ideale profiel voor front-office medewerkers is hieronder weergegeven:

- communicatief, stressbestendig, klantvriendelijk, flexibel.
- ervaring als controleur strekt tot aanbeveling (dan weet men hoe het er in de back-office aan toe gaat).

Qua *lokalen* worden alle front-office medewerkers best in 1 lokaal geplaatst, waarbij de landschapsarchitectuur voor de inrichting van de burelen veel voordelen biedt: er is direct contact tussen de medewerkers zodat er snel kan ingespeeld worden als over een korte periode veel dezelfde terugkerende klachten binnenkomen; er kan rustig en efficiënt gewerkt worden als de telefoonoproepen rechtstreeks verbonden zijn met het informaticasysteem. In deze ruimte kan men dan ook de nodige televisietoestellen, telexen en toegang tot Internet voorzien zodat alle medewerkers op de hoogte blijven van de actualiteit.

Het meldpunt moet een zeer grote *bereikbaarheid* hebben: er wordt voorgesteld van 8u00 tot 18u00 en nadien wordt een permanentiedienst georganiseerd volgens een beurtrol. Er moet hierbij gelet worden op het feit dat er compensatie gegeven wordt (in verlof of financieel) en dat

de technische infrastructuur voorzien wordt (GSM, toegang via draagbare computer en een beveiligde Bilan lijn tot het kennissysteem van het meldpunt, coördinatenlijsten van personen om te verwittigen in geval van crisis). De *hardware-investeringen* worden geraamd op ± 600.000 BEF. De operationele kosten (0800-lijn, GSM-abonnementen) worden geraamd op 300.000,- BEF/jaar.

Het meldpunt moet ook in een eerste fase als call center kunnen optreden in het geval van een nationale of een internationale crisis. Het is evident dat na verloop van tijd een extern call center zal moeten ingeschakeld worden dat zal moeten voorzien worden van de nodige ‘frequently asked questions’ (FAQ’s) en de antwoorden hierop. Hierop voortbouwend kan ook het Europese Rapid Alert System (RAS) gekoppeld worden aan het meldpunt. Dit laat toe dat alle informatie bij voedselincidenten zich op één plaats bevindt (i.e. het meldpunt).

De *telefooncentrale* bij insourcing moet zeer performant zijn en zal er voor moeten zorgen dat de nodige oproepen vlot kunnen doorgeschakeld worden. Volgens informatie van de dienst Logistiek (Ministerie van Middenstand en Landbouw) is de huidige telefooncentrale van WTC III niet in staat om alle technische know-how te leveren om een professioneel meldpunt uit te bouwen. Er komt een nieuwe centrale maar in afwachting hiervan kan een kleine centrale van 30 posten met doorschakelmogelijkheid en koppeling aan het te ontwikkelen kennissysteem, soelaas brengen. De leasingprijs wordt op 100.000,- BEF/jaar geraamd.

Bij insourcing dient ook de kostprijs in rekening genomen worden voor de ontwikkeling en het onderhoud van de *software* die het *kennissysteem* ondersteunt. Bovendien zal bij insourcen steeds enige vorm van helpdesk voor hard- en softwareproblemen voorhanden moeten zijn. Dit om te vermijden dat bij technische problemen de dienstverlening van het meldpunt voor langere tijd wegvalt.

Het concept en de kostprijs van het kennissysteem worden bepaald door het service level waarvoor gekozen wordt. Een minimaal softwarepakket ondersteunt de registratie van de binnenkomende informatie en laat toe om snel contactinformatie over personen in de back-office op te sporen. Indien vanuit de eerstelijns een maximum aan antwoorden gegeven worden op de gestelde vragen, dan zal een krachtig en aanzienlijk duurder kennissysteem vereist zijn. Voor de ontwikkelingskost door een externe partner mag op minimaal 250.000 BEF gerekend worden.

Een uitgebreid kennissysteem op maat laten ontwikkelen, dient begroot te worden op 2.400.000 BEF. Afhankelijk van de complexiteit van het systeem dienen ook onderhoudskosten voor de software voorzien te worden.

De kosten kunnen als volgt samengevat worden:

Kostendrijvers	Omvat	Kostprijs in BEF	Kostprijs per jaar in BEF (afschrijving op 3 jaar)
<b>Personeelskost</b>	• 8 FTE front-office	15.000.000	15.000.000
	• 1 coördinator Meldpunt	2.200.000	2.200.000
<b>Hardware</b>	• PC's	540.000	180.000
	• Server	120.000	40.000
	• Bekabeling	300.000	100.000
	• GSM-toestellen	21.000	7.000
	• Fax	30.000	10.000
	• Printers	60.000	20.000
	• Fotokopieermachine	120.000	40.000
	• Telefooncentrale	300.000	100.000
	• Onderhoudskosten	100.000	100.000
<b>Communicatie</b>	• GSM-abonnementen	96.000	96.000
	• 0800-nummer	200.000	200.000
	• Internetconnectie	40.000	40.000
<b>Software</b>	• Ontwikkelingskost kennissysteem	2.400.000	800.000
<b>Mediacampagne</b>	• Zie ook verder onder "budgetraming mediacampagne"	15.000.000	5.000.000
<b>ALGEMEEN TOTAAL</b>			<b>23.933.000</b>

#### f) Communicatiestrategie

Er moet een duidelijke communicatiestrategie opgesteld worden voor de bekendmaking van het meldpunt.

Om dit te realiseren volgt hier een advies over de communicatiestrategie gericht op het realiseren van deze doelstelling.

### ➤ Doelstelling van de communicatiestrategie

De primaire doelstelling van de communicatiestrategie bestaat erin om de Belgische bevolking in te lichten over het bestaan van een meldpunt waar men terecht kan voor allerlei informatievragen, klachten en meldingen met betrekking tot de kwaliteit en veiligheid van de voeding.

Deze communicatie moet steeds benadrukken dat het meldpunt deel uitmaakt van het FAVV zodat op termijn het meldpunt het aanspreekpunt van de federale overheid wordt voor wat betreft de voedselveiligheid.

Om het meldpunt te introduceren en naambekendheid te geven, kunnen verschillende initiatieven genomen worden. Er worden enerzijds een informatiecampagne onderscheiden, gericht op het brede publiek en ondersteund door middel van een mediamix en anderzijds een aantal kleinere initiatieven van geïntegreerde communicatie.

### ➤ De informatiecampagne

De informatiecampagne heeft tot doel om het bestaan van het meldpunt bekend te maken aan de bevolking. Dit gebeurt best via een brede mediamix waarin zowel de geschreven pers als de audiovisuele pers worden ingeschakeld om de boodschap over te brengen. Hiermee kan een zo breed mogelijk scala aan doelgroepen bereikt worden en zal de boodschap doeltreffend overgebracht worden doordat ze in verschillende media gelijktijdig aanwezig is.

De volgende communicatiemiddelen komen in aanmerking om ingeschakeld te worden bij de informatiecampagne.

#### a. Radiospot

Tijdens een periode van 4 tot 6 weken wordt een radiospot uitgezonden, die informeert over het meldpunt. Herkenning en herinnering zijn optimaal wanneer de spot aan een hoge frequentie wordt uitgezonden op de verschillende openbare en commerciële stations.

In de spot dient de nadruk te liggen op het bekendmaken van het 0800-nummer en het adres van de website van het FAVV waar meer informatie gevonden kan worden over de aangeboden diensten.

Een creatieve en dynamische aanpak maakt van een radiospot een zeer efficiënt communicatiemiddel. Aan dit facet dient dus zeker aandacht besteed te worden. Radiospots worden namelijk, in tegenstelling tot TV-spots, zelden weggezapt.

### b. TV-spot

In grote lijnen dezelfde aanpak als de radiospot waarbij er dus zeker gewaakt moet worden over een brede programmering over alle openbare en commerciële stations.

De uitzendfrequentie van de TV-spot mag lager liggen dan die van de radiospot. Om de impact van de boodschap te verhogen kan de uitzendperiode wel best samenvallen met die van de radiospot.

De TV-spot heeft als voordeel dat 0800-nummer en websiteadres visueel aangebracht worden waardoor ze bijvoorbeeld makkelijk te noteren zijn door de kijker.

### c. Joint-venture met radio- en televisiestations

Korte redactionele bijdrages (60 –180 s) in samenwerking met enkele radiostations waarbij bijvoorbeeld elke dag tips over voeding gegeven worden en waarbij steeds het FAVV en het meldpunt vermeld worden.

Op televisie kunnen joint-ventures aangegaan worden met bestaande programma's over voeding en gezondheid of kan samengewerkt worden met themazenders (bijv. Vitaya) aan korte thematische reportages (15 – 30 min.). Deze initiatieven kunnen over verschillende maanden lopen en starten best na afloop van de eerste intensieve campagne op radio, TV en in de geschreven pers.

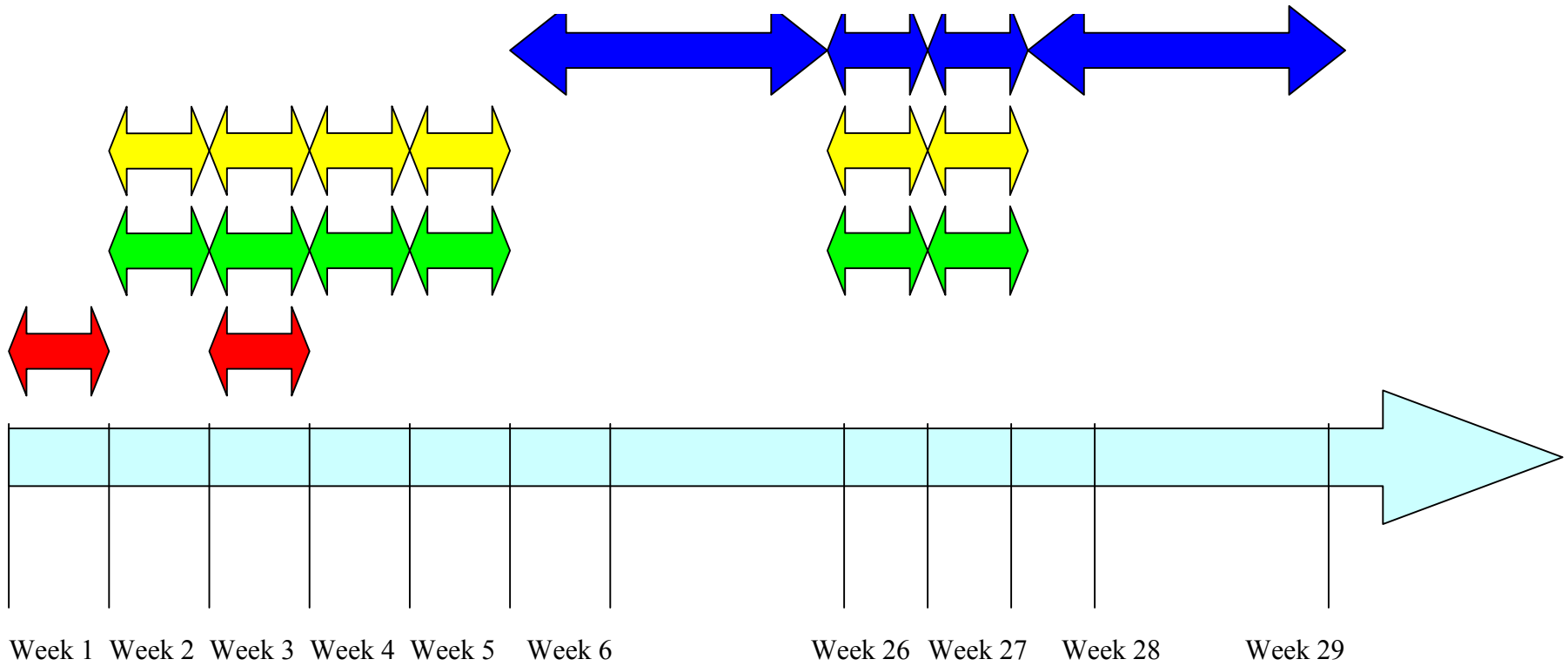
### d. Geschreven pers

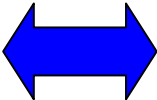
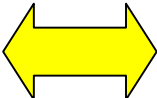
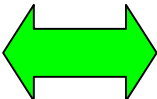

In de dag- en weekbladen wordt bij voorkeur gewerkt met een grafisch sterke advertentiecampaigned waarin de nadruk ligt op het bekendmaken van het 0800-nummer en het adres van de website.

### ➤ Mediaplanning

In onderstaand schema volgt een voorstel voor de timing van de verschillende mediainitiatieven. In de eerste fase van de campagne is de mediamix samengesteld uit geschreven pers, radio en televisie en wordt de lancering van het meldpunt intensief gecommuniceerd. In fase twee wordt overgeschakeld op joint-venture initiatieven om de naambekendheid van FAVV en meldpunt te consolideren. In fase drie wordt de campagne op radio en televisie hernomen gedurende twee weken.

# Tijdsbalk mediaplanning campagne Meldpunt FAVV



-  Joint-ventures radio & TV
-  Radiospot
-  Televisiespot
-  Advertenties geschreven pers

### ➤ Stijl en concept van de mediacampagne

De stijl van de mediaproducten moet overeenstemmen met de huisstijl van het FAVV. Het meldpunt kan zich hiermee profileren als het aanspreekpunt van het FAVV.

Er dient gezocht naar een sterk creatief concept dat gelijk is voor de verschillende mediaproducten.

### ➤ Partnerships

Voor de realisatie van de campagne moet samengewerkt worden met een creatieve partner voor het ontwikkelen van het concept en het uitwerken van de mediastrategie en planning. Als intermediair tussen het FAVV en deze partner kan de ex-Federale Voorlichtingsdienst (nu Dienst Externe Communicatie ondergebracht bij de FOD Algemene Zaken en Kanselarij, ) ingeschakeld worden. Deze samenwerking garandeert een professionele begeleiding en maakt het mogelijk om mediaruimte (advertentieruimte en zendtijd) te kopen aan het basistarief dat gereserveerd is voor overheidsmededelingen.

### ➤ Budgetraming mediacampagne

Onderwerp	Kostprijs (in BEF)
Productiekosten mediaproducten (advertenties, radio- en TV-spot)	2.000.000
Fee creatieve partners	1.000.000
Aankoop mediaruimte	8.000.000
Joint-venture initiatieven radio en TV	2.500.000
Geïntegreerde communicatie	1.500.000
<b>TOTAAL</b>	<b>15.000.000</b>

### ➤ Geïntegreerde en bijkomende communicatie-initiatieven

Het gaat hier om initiatieven die beperkt in omvang zijn en over het algemeen tegen lage kostprijs gerealiseerd kunnen worden. Hieronder volgt een niet-limitatieve lijst met suggesties.

- Lancering van het meldpunt door middel van een persconferentie. Wanneer hierbij de bevoegde minister aanwezig is, kan een vrij brede weerslag in de nieuwsuitzendingen en in de geschreven pers gerealiseerd worden;

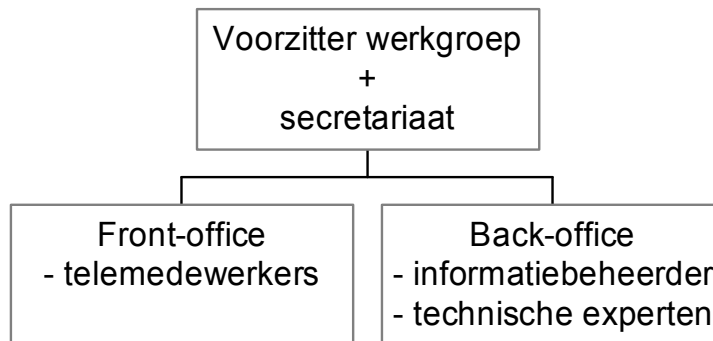
- Duidelijke vermelding van het meldpunt in alle landelijke telefoongidsen (te vergelijken met de vermelding van het antigifcentrum en de noodnummers 100, 101, ...);
- Vermelding van het meldpunt (0800-nummer) op alle informatiecampagnes en publicaties over voedsel(veiligheid) van de federale overheid;
- Vermelding van het meldpunt in de pers op crisismomenten;
- Het organiseren van persconferenties op belangrijke momenten zoals de publicatie van het jaarverslag.

#### g) Feedback: terugkoppeling naar beleid

De coördinator van het meldpunt moet op tussentijdse momenten een evaluatie maken. Deze evaluatie omvat enerzijds de werking (meten van klanttevredenheid, nagaan of de eerder afgesloten samenwerkingsovereenkomsten worden gerespecteerd) en anderzijds probleemgebieden die betrekking hebben op de werking van het FAVV in het algemeen. De werkgroep meldpunt moet deze gegevens verwerken tot formele aanbevelingen, dit in samenwerking met de stafdienst Kwaliteit. Deze aanbevelingen moeten vervolgens het directiecomité en de gedelegeerd bestuurder toelaten om remediërend de organisatie bij te sturen zodat het mission statement en de strategische doelstellingen van het FAVV maximaal worden bereikt.

### 10.3 Kritische succesfactoren

De structuur van het meldpunt kan als volgt worden voorgesteld:



Of de oprichting en het correct functioneren van dit meldpunt zal slagen, is afhankelijk van een aantal “kritische succesfactoren”.

Deze factoren zijn:

1. De blijvende politieke wil om het meldpunt te zien als direct contact tussen de consument en het FAVV, alsook de steun van de bevoegde minister voor het realiseren van het meldpunt;
2. De samenstelling van de werkgroep en het leiderschap van de voorzitter van deze werkgroep;
3. Het budgettaire kader waarin er zal moeten gewerkt worden ('het mag niets kosten' leidt bij voorbaat tot een mislukking)
4. De gevoerde mediastrategie om dit meldpunt bij het grote publiek kenbaar te maken.
5. De consument moet natuurlijk bereid zijn om te bellen (en derhalve is de communicatiestrategie een KSF)

## **BIJLAGEN**

### **Bijlage 1: Afkortingen**

As is situatie: bestaande situatie

AEWI: Algemene Eetwareninspectie

BS: Belgisch Staatsblad

BEF: Belgische Frank

BSE: Boviene Spongiforme Encephalopathie

CONSUM: Contaminants Surveillance System

DG: Directoraat-generaal

DG4: Bestuur voor de Kwaliteit van de Grondstoffen en de Plantaardige sector

DG5: Bestuur voor de Dierengezondheid

FAQ: Frequent by Asked Questions

FAVV: Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen

FI: Farmaceutische inspectie

FTE: Full Time Equivalent (het equivalent van een voltijds werkend persoon)

FOD: Federale Overheidsdienst

ic: in casu

i.e.: id est

i.s. : id sunt

IVK: Instituut voor Veterinaire Keuring

KB: Koninklijk Besluit

KSF: Kritische Succes Factor

KUL: Katholieke Universiteit Leuven

MB: Ministerieel Besluit

PMP: Public Management Programme

RAS: Rapid Alert System

SO: Samenwerkingsovereenkomsten

To be situatie: toekomstige situatie

## **Bijlage 2: Opdracht**

### **Project Fiche (checklist)**

#### **1. Algemene gegevens**

- Naam van de instelling : **FAVV (Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen)**
- Naam van de dienst waar het project zich situeert : FAVV
- Naam van de leidend ambtenaar : **Luc Beernaert**
- Adres : **WTC III, 2de verd., Simon Bolivarlaan 30, 1000 Brussel**
- Tel, fax, e-mail : **02/208.33.36 – 02/208.33.37 – [Luc.Beernaert@minsoc.fed.be](mailto:Luc.Beernaert@minsoc.fed.be)**

#### **2. Doelstellingen van het project + verwachte resultaten**

Hoe kan concreet een meldpunt opgezet worden waarbij de consument vragen omtrent veilig voedsel of problemen i.v.m. voedsel (in de meest ruime zin van het woord) kan meedelen?

#### **3. Context van het project**

##### **3.1. Historiek**

Er is een werkgroep opgestart die een aantal aftastende gesprekken heeft gehad, zodat hierop kan doorgebouwd worden.

##### **3.2 Link met andere projecten**

De leden van de adviesgroep zullen zeer nauw moeten samenwerken met de – hopelijk tegen dan – aangestelde communicatiemanager.

#### **4. Middelen ter beschikking gesteld voor het project**

Het is zeer moeilijk om hier een concrete invulling te geven maar de nodige steun op administratief vlak zal ter beschikking gesteld worden via de CONSUM & BSE Gegevensbank.

#### **5. Interne en externe beperkingen van het project**

Interne beperkingen : een vertrouwelijkheidsclausule zal moeten ondertekend worden i.v.m. documenten die de PMP'ers onder ogen zullen krijgen.

### **Bijlage 3: Enquête**

De vragen die gesteld werden aan de verschillende respondenten zijn in onderstaande tabel weergegeven. Er werd een opsplitsing gemaakt van leeftijd, geslacht. Er werden vier grote groepen van vragen gesteld, gerelateerd met informatie over voeding, vragen over voeding, klachten en de wijze waarop deze geuit worden. De respondenten konden antwoorden met Ja, Neen en Geen Antwoord.

<b>Geslacht :</b> M / <input type="checkbox"/> <b>Leeftijd :</b> < 15 j.      15-35 j.      35-55 j.      55 j. < <input type="checkbox"/>			
	<b>Ja</b>	<b>Neen</b>	<b>G.A.</b>
<b>1. Zijn de volgende uitspraken op u van toepassing ? Antwoorden met ja of neen.</b>			
a) Ik kijk op televisie graag naar programma's over voeding en gezondheid.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) In de krant of in tijdschriften lees ik vaak de artikels over voeding en gezondheid.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Ik koop soms gespecialiseerde tijdschriften over voeding en gezondheid.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Op internet bezoek ik soms websites over voeding en gezondheid.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Als ik inkopen doe, lees ik regelmatig de informatie op het etiket van een product.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Ik lees soms boeken over voeding en gezondheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>2. Als ik voeding koop, heb ik soms vragen over :</b>			

a) De kwaliteit van de voeding	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Of de gekochte voeding gezond is (gebruik van additieven, pesticiden...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) De verpakking van het product	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Hoe de voeding geproduceerd werd in het bedrijf of op de boerderij	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) De prijs van het gekochte product	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) De herkomst van de voeding (uit welk land, van welk bedrijf)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Het welzijn van de dieren bij vleesproducten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>3. Als ik niet tevreden ben over een voedingsproduct dan :</b>			
a) Klaag ik bij de winkel waar ik de voeding gekocht heb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Bel ik naar het gratis telefoonnummer op de verpakking (groen nummer – 0800-nummer)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Richt ik mij tot de overheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Schrijf ik een brief naar de producent	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Doe ik niets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>4. Zou u gebruik maken van :</b>			
a) Een website met duidelijke informatie over voedingsproducten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Een telefoonnummer waar u terecht kan met uw vragen en klachten over voeding	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Een e-mail adres waar u uw vragen en opmerkingen kan insturen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Terug te bezorgen: aan Geert De Poorter, CONSUM Gegevensbank, WTC III, 12<sup>de</sup> verd., Simon Bolivarlaan 30, B-1000 Brussel

## RESULTATEN / RESULTATS

### Geslacht / Sexe

	aantal / nombre	%
Man / Homme	96	41,20
Vrouw / Femme	137	58,80
<b>totaal / total</b>	<b>233</b>	

### Taalgroep / Groupe de langue

	aantal / nombre	%
Nederlandstalig / néerlandophones	171	73,39
Franstalig / francophones	62	26,61
<b>totaal / total</b>	<b>233</b>	

### Leeftijd / Age

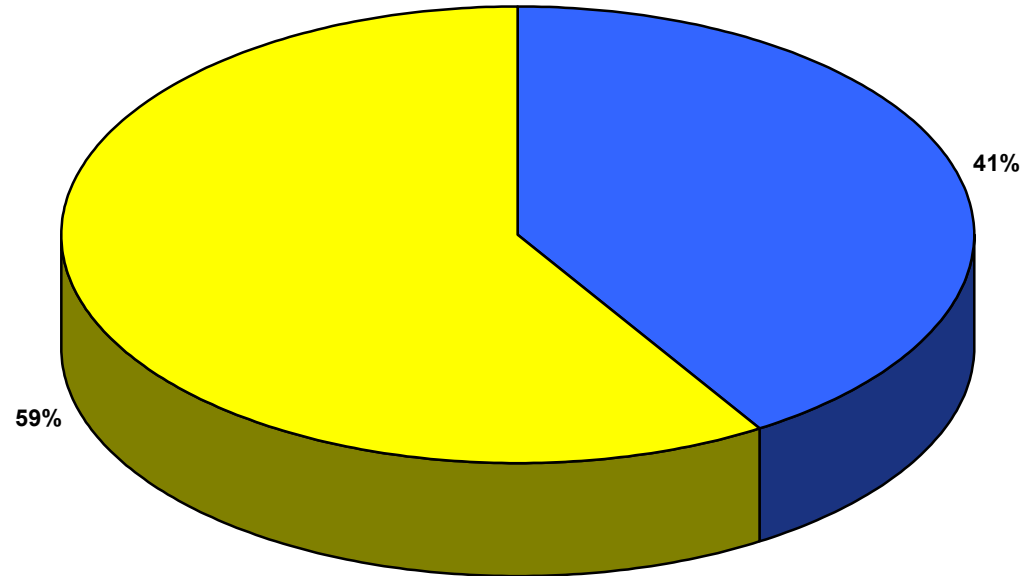
	aantal / nombre	%
< 15 j.	7	3,00
15-35 j	90	38,63
35-55 j	84	36,05
> 55 j	52	22,32
<b>totaal / total</b>	<b>233</b>	

### Vragen / Questions

	JA / OUI		NEEN / NON		G.A. / P.R.	
	aantal / nombre	%	aantal / nombre	%	aantal / nombre	%
1 A	167	71,67	66	28,33	0	0,00
1 B	158	67,81	73	31,33	2	0,86
1 C	67	28,76	166	71,24	0	0,00
1 D	52	22,32	178	76,39	3	1,29
1 E	174	74,68	58	24,89	1	0,43
1 F	111	47,64	120	51,50	2	0,86
<b>totaal / total</b>	<b>729</b>		<b>661</b>		<b>8</b>	
2 A	186	79,83	45	19,31	2	0,86
2 B	183	78,54	49	21,03	1	0,43
2 C	102	43,78	129	55,36	2	0,86
2 D	103	44,21	120	51,50	10	4,29
2 E	183	78,54	49	21,03	1	0,43

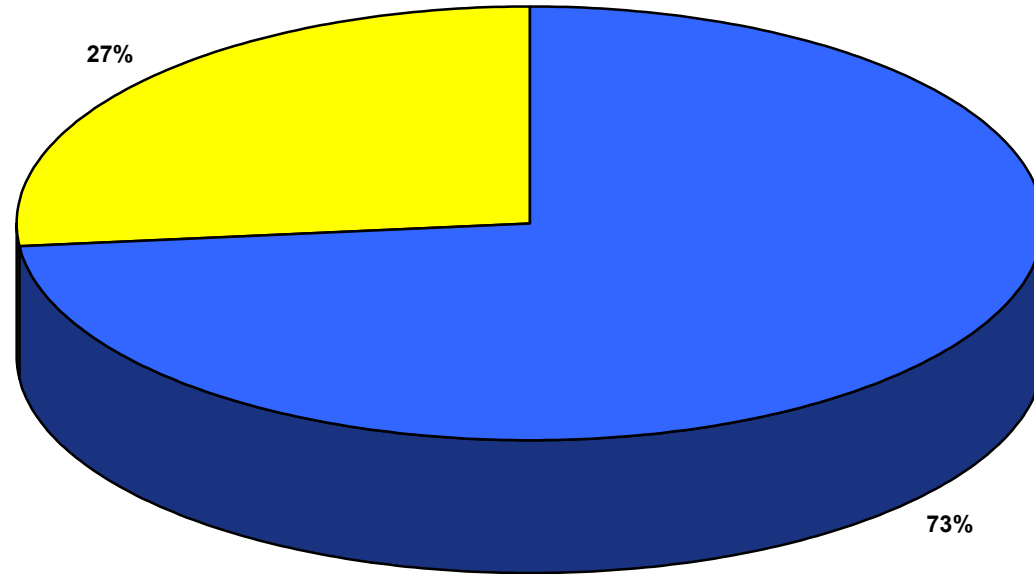
2 F	120	51,50	111	47,64	2	0,86
2 G	146	62,66	79	33,91	8	3,43
<b>totaal / total</b>	<b>1023</b>		<b>582</b>		<b>26</b>	
3 A	143	61,37	86	36,91	4	1,72
3 B	53	22,75	174	74,68	6	2,58
3 C	25	10,73	205	87,98	3	1,29
3 D	37	15,88	192	82,40	4	1,72
3 E	93	39,91	129	55,36	11	4,72
<b>totaal / total</b>	<b>351</b>		<b>786</b>		<b>28</b>	
4 A	79	33,91	149	63,95	5	2,15
4 B	131	56,22	101	43,35	1	0,43
4 C	77	33,05	155	66,52	1	0,43
<b>totaal / total</b>	<b>287</b>		<b>405</b>		<b>7</b>	

Geslacht / Sexe



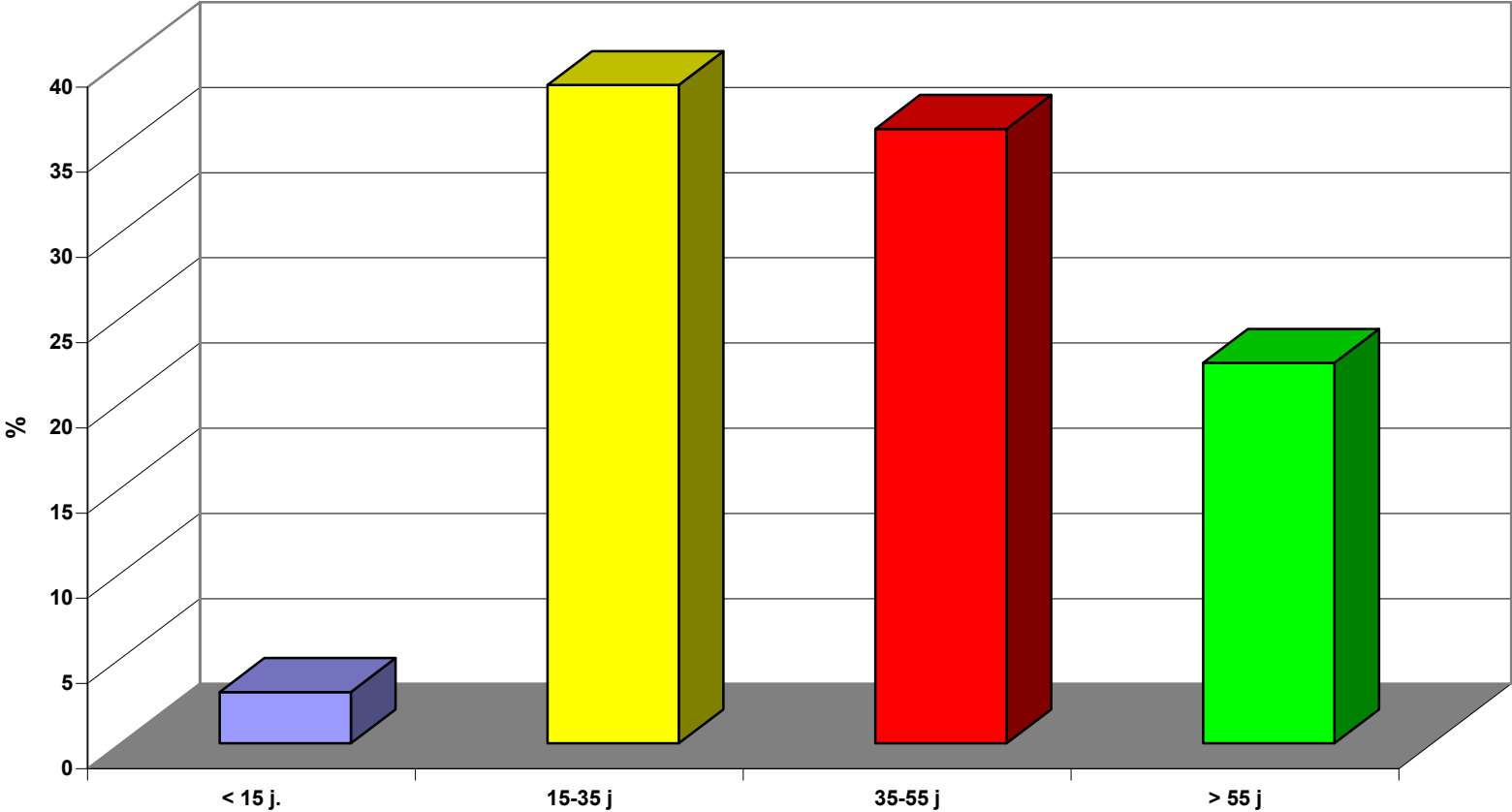
■ Man / Homme ■ Vrouw / Femme

Taalgroep / Groupe de langue

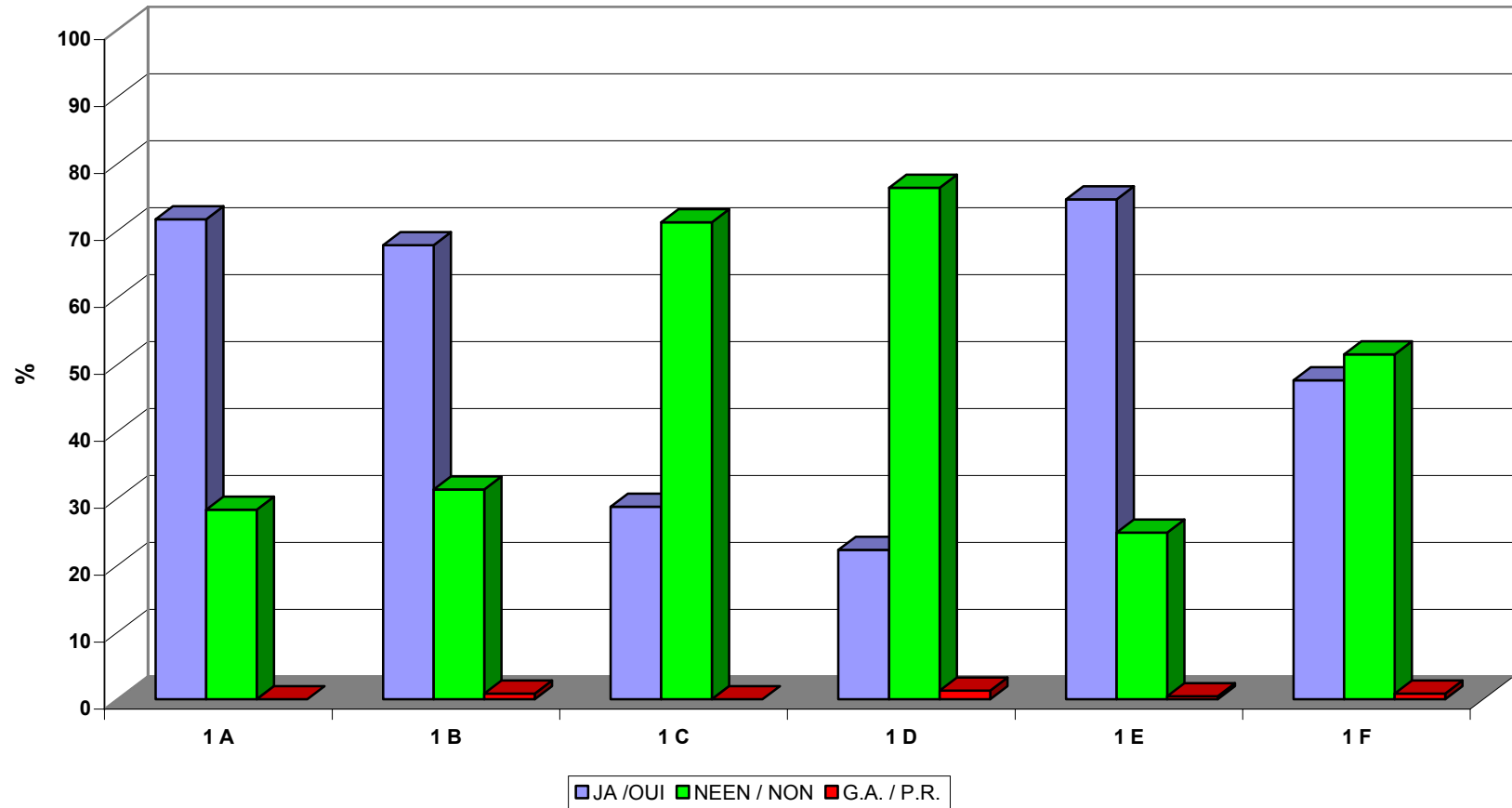


■ Nederlandstalig / néerlandophones ■ Franstalig / francophones

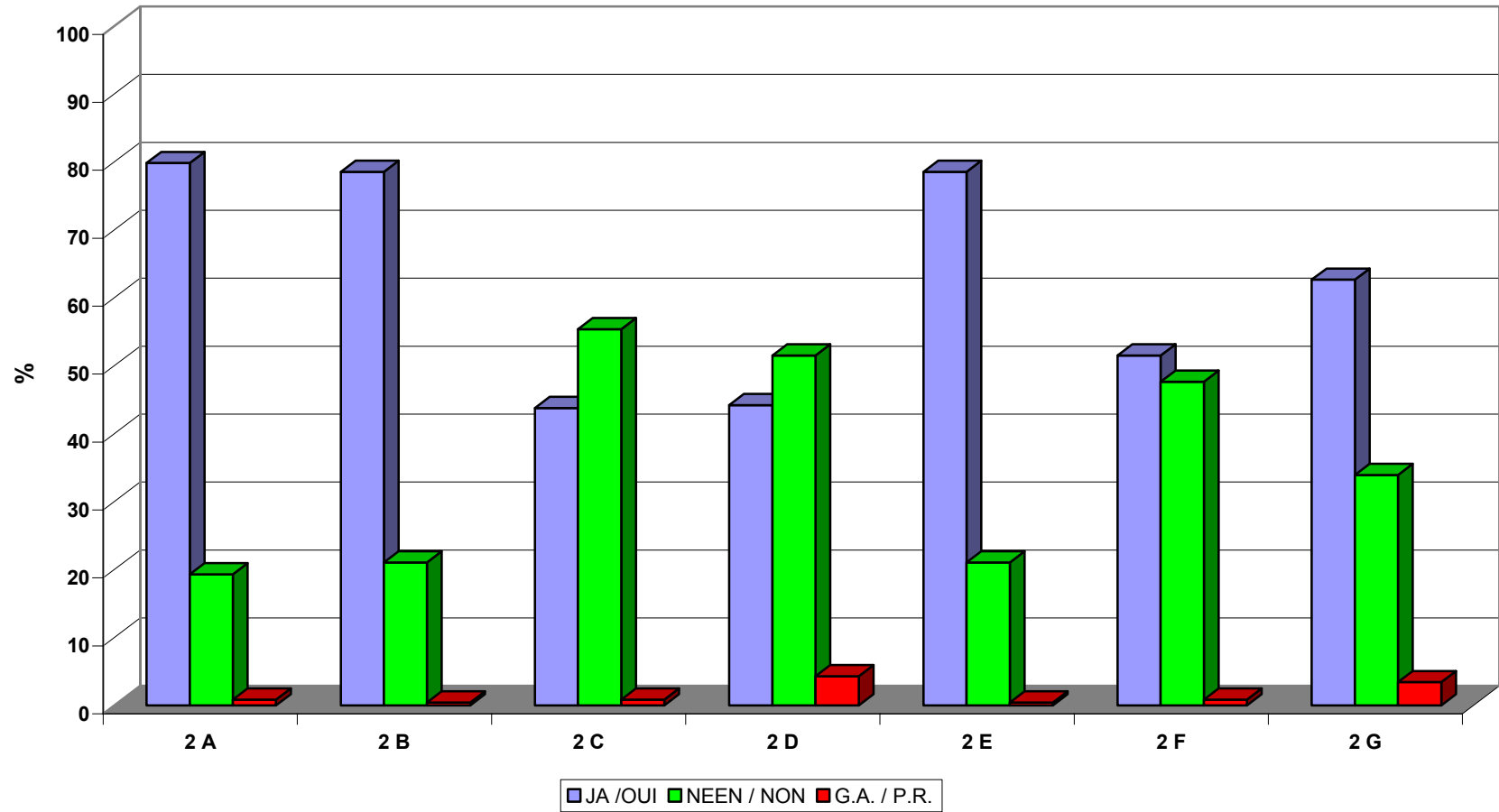
Leeftijd / Age



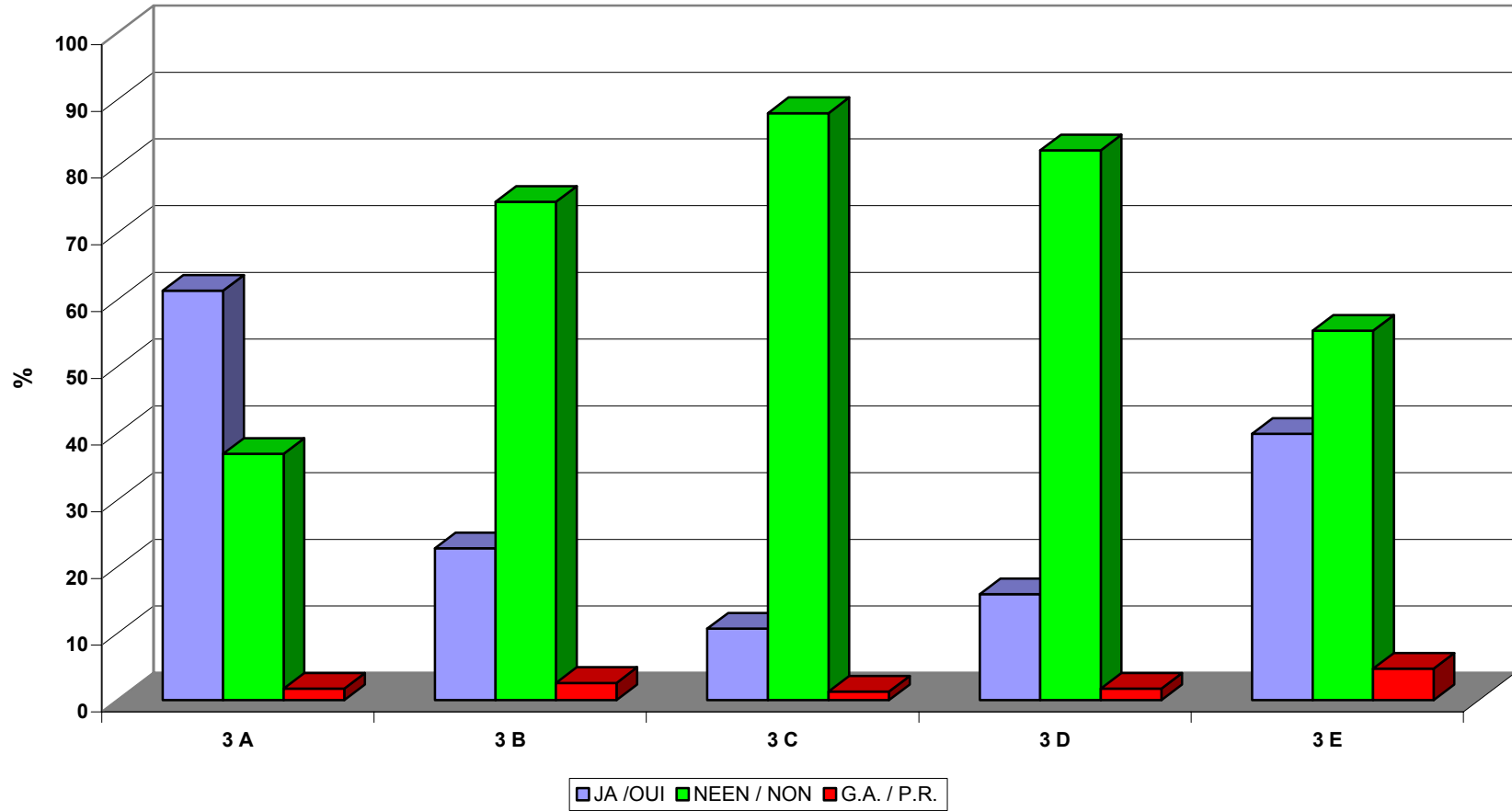
Resultaten reeks 1 / Résultats série 1



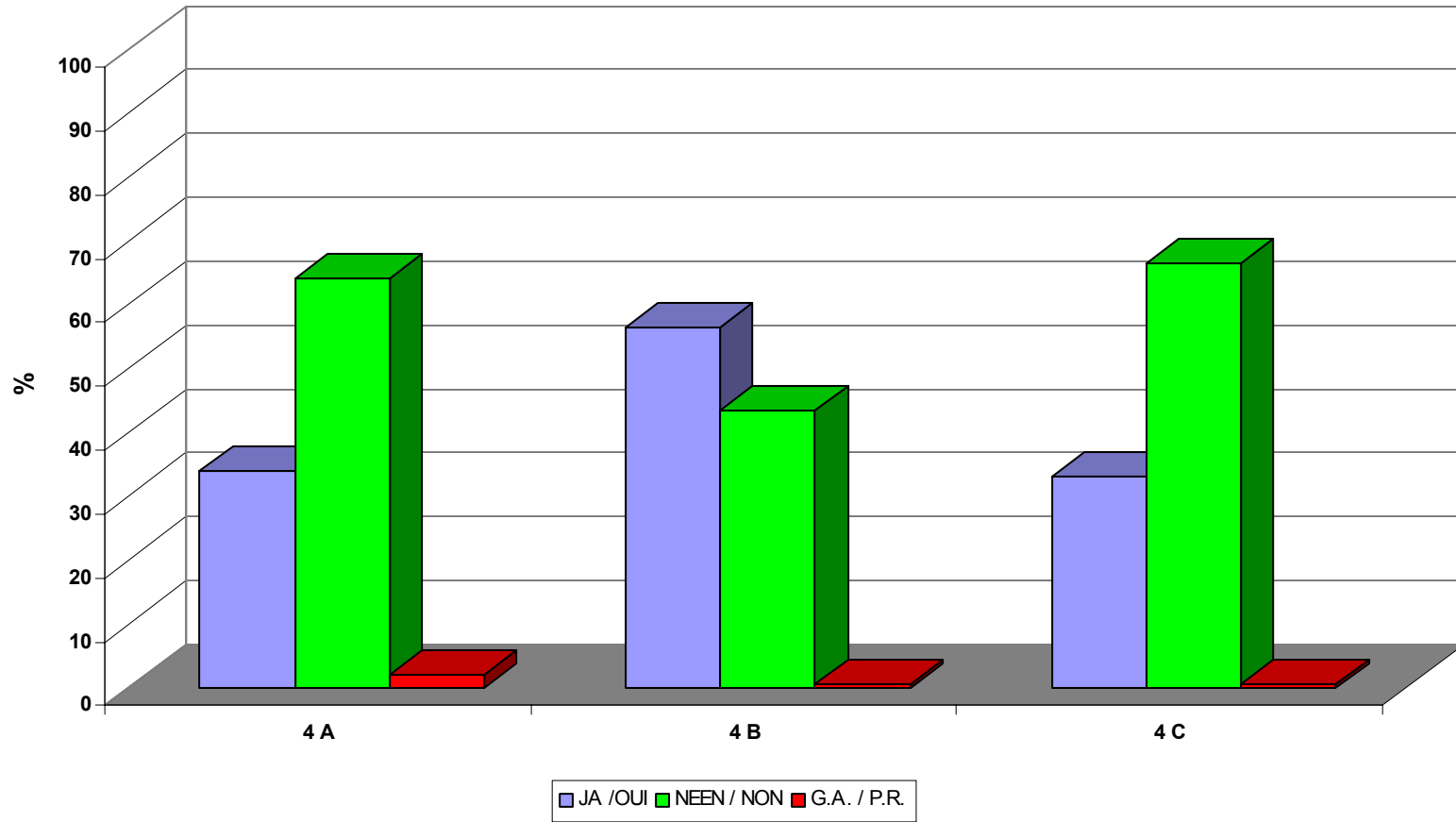
Resultaten reeks 2 / Résultats série 2



### Resultaten reeks 3 / Résultats série 3



Resultaten reeks 4 / Résultats série 4



## **Bijlage 4: Referentieteksten**

## **Bijlage 5: Coördinaten van de groepsleden**

**De Poorter Geert**, Verantwoordelijke CONSUM & BSE-gegevensbank

Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen

WTC III, 8<sup>ste</sup> verdieping

Simon Bolivarlaan 30

1000 Brussel

Tel: 02/208.38.29

GSM 0476/45.75.11

Fax : 02/208.38.62

[Geert.de.poorter@cmlag.fgov.be](mailto:Geert.de.poorter@cmlag.fgov.be)

Merelbekerstraat 77

9090 Melle

Tel./ Fax : 09/232.24.05

**Eric Sonnet**

Ministerie van Economische Zaken

WTC III, 9de verdieping

Simon Bolivarlaan 30

1000 Brussel

Tel : 02/208.40.04

Fax : 02/208.39.75

GSM : 0476/55.50.09

[Eric.sonnet@mineco.fgov.be](mailto:Eric.sonnet@mineco.fgov.be)

Salvialaan 23

9140 Steendorp

Tel: 03/744 18 39

**Thuwis Lucie**, Directeur

Ministerie van Binnenlandse Zaken

Steenweg op Wortel 1 A

2330 Merksplas

Tel: 014/63.91.19

Fax: 014/63.91.11

[luciethuwis@pandora.be](mailto:luciethuwis@pandora.be)

Achterlee 133

2460 Kasterlee

GSM: 0475/20.70.06

**Van Goethem Dominiek**, Inspecteur

Ministerie van Financiën

Italiëlei 41

2000 Antwerpen

Tel: 03/203.31.63

GSM: 0486/30.02.11

[nicovandersteichel@hotmail.com](mailto:nicovandersteichel@hotmail.com)

Koestraat 5

9190 Stekene

Tel: 03/779.43.63

**Eyckmans Jan**, Adjunct-adviseur

Ministerie van Sociale Zaken

R.A.C. Vesalius V/529

1010 Brussel

Tel: 02/210.48.02

Fax: 02/210.47.91

[Jan.eyckmans@health.fgov.be](mailto:Jan.eyckmans@health.fgov.be)

[Jan.eyckmans@wanadoo.be](mailto:Jan.eyckmans@wanadoo.be)

Weggevoerdenstraat 18

9200 Dendermonde

Tel: 052/22.08.87

GSM: 0495/25.47.24