



WERKGROEP COMMUNICATIE

VERSLAG

24-01-2017

CONVENOR	Jef Hermans (Portmade/VEA) / Katrien De Wachter (Communicatie AAD&A)
NOTULIST	Katrien De Wachter (AAD&A)
AANWEZIG	Daphne Renier (Voka West-Vlaanderen), Eveline Van Riet (AAD&A Brussel), Gerrit De Sterck (BCA –DHL), Ivan Hervent (AAD&A Communicatie), Jean Baeten (VBO), Jef D'Hollander (VBO), Karel Meyers (AAD&A KLAMA), Kim Teirlynck (AAD&A regio Brussel), Kristin Van Kesteren-Stefan (Havenbedrijf), Luc Sambre (VEA-CEB, Marc Wouters (Petroleumfederatie), Olivier Van der Biest (AAD&A KLAMA), Sophany Ramaen (secretariaat Nationaal Forum), Walter Vandenhoute (AAD&A BUEK), Werner Rens (Client Management & Comm)
VERONTSCHULDIGD	Aalain De Heldt (ACB), Annemie Peeters (Havenbedrijf Antwerpen), Bénédicte Somja (AAD&A Comm), Dirk Pottilius (Voka),Hilde Bruggeman ASV/NAVES, Jan Van Wesemael (Voka/Alfaport), Koen De Ceuster (Voka, KvK Limburg), Silvie Hutsebaut (Klama)

Agendapunt 1: STAVAZA actiepunten vorige vergadering

Werkpunten rond EORI n.a.v. de vorige vergadering

De procedure om een EORI-nummer te verkrijgen werd aan de dienst communicatie meegedeeld op 18/12/2016.

De communicatiedienst heeft nadien volgende publicaties rondgestuurd:

- Mailing naar de verschillende federaties en het instituut van boekhouders op 20/12/2016
- Publicatie op internet van de AAD&A op 21/12, op intranet op 22/12 en aanvulling ervan op 16/01 (koppeling van PLDA invoer aan EORI).

Werkgroep e-commerce

Dit wordt voorgelegd op de stuurgroep van 27 januari 2017.

Momenteel bestaat er een regionale werkgroep e-commerce in Luik, maar vanuit de werkgroep communicatie wordt voorgesteld om deze op nationaal niveau te organiseren.

Volgens Kristin gaat het bij e-commerce immers om veel meer dan louter over de snelle afhandeling van pakjes. E-commerce vanuit een entrepot wordt in de toekomst belangrijker en daarom moet duidelijk gecommuniceerd worden wat de regels zijn. Volgens Kristin moeten ook medewerkers van de BTW hierbij betrokken worden.

Nieuw intranet AAD&A

De nota voor diensthoofd ICT werd rondgedeeld en ondertekend door de aanwezige leden van de werkgroep. Deze nota zal op de stuurgroep van 27/1 voorgelegd worden.

Nieuw internet AAD&A

- Voorstel data-management platvorm : werd niet weerhouden door de stafdienst communicatie. Men oordeelt dat de info die vooraan staat het meeste clicks krijgt en dus vooraan blijft staan. Ze zijn van oordeel dat de AAD&A zelf moet bepalen wat waar terecht komt op de website. Ze suggereren om hierbij rekening te houden met:
 - a. Google analytics
 - b. De informatie die de AAD&A zelf in de kijker wenst te plaatsen (afhankelijk van business noden, feedback partners en gebruikers, telefoon, ...)
- Op basis van deze informatie kan informatie "in de kijker" worden geplaatst.
- De kleurenproblematiek: De FOD FIN werkt aan het project visuele identiteit waarin de AAD&A zich dient in te passen.
- Leesbaarheid is een aandachtspunt voor 2017
- De link met fisconet + en het internet moet nog bekeken worden.
- Formulieren met elektronische handtekening elektronisch terugsturen moet in principe lukken.

Twitter account of whatsapp voor helpdesk PLDA

RSS feed voor de helpdesk PLDA is volgens Joris De Cock gevraagd aan ICT en dit zou (95,99% zeker) in orde komen.

SLA tussen de verantwoordelijke PLDA helpdesk en ICT wordt besproken op de stuurgroep van 27/01/2017.

G. De Sterck deelt mee dat de klantvriendelijkheid bij de helpdesk PLDA soms te wensen overlaat. Bedrijven hoeven niet te weten dat er een personeelstekort is en dat mensen overbezet zijn.

NIEUWE ACTIEPUNTEN (DUIDELIJK EN SPECIFIEK FORMULEREN!)	VERANTWOORDELIJKE	EINDDATUM
Mogelijke link tussen Fisconet+ en het internet AAD&A onderzoeken	Dienst Communicatie AAD&A	Voor 24-03-2017

Contact opnemen met C. De Clerck van de helpdesk PLDA om klantvriendelijkheid te verbeteren.	Dienst Communicatie AAD&A	a.s.a.p.
Stand van zaken geven over een eventuele groep rond e-commerce	Convenors	24/03/2017
Stand van zaken geven over de nota over intranet AAD&A aan hoofd ICT	Convenors	24/03/2017
Stand van zaken over SLA tussen verantwoordelijke PLDA helpdesk en ICT	Convenors	24/03/2017

Agendapunt 2: Toelichting bij het nieuwe operationeel organigram

Werner Rens licht het nieuwe operationeel organigram toe en deelt mee dat dit vanaf 1 maart 2017 in voege treedt.

Werner benadrukt dat er op het terrein niet zo veel veranderd en dat het vooral de aansturing en de rapporteringslijnen zijn die wijzigen.

Vooraleer de externe communicatie start, worden interne informatiesessies georganiseerd voor het personeel. Deze starten begin februari.

L. Sambre vraagt zich af of er reeds een extern communicatieplan bestaat.

Er wordt hem meegedeeld dat er reeds verschillende opties zijn, maar dat ze nog worden uitgewerkt. De centrumdirecteurs moeten immers eerst nog binnen hun regio bepalen wie de leiding krijgt over de regionale diensten/afdelingen. De handel stelt voor om deze communicatie via de regionale werkgroepen binnen het Nationaal Forum te doen.

Volgens Kristin biedt dit de mogelijkheid om het regionaal overleg te promoten.

J. Baeten beklemtoont dat de informatie zeker ook op de website moet komen aangezien dit de basis is waarop alle informatie over de AAD&A moet terug te vinden zijn.

NIEUWE ACTIEPUNTEN (DUIDELIJK EN SPECIFIEK FORMULEREN!)	VERANTWOORDELIJKE	EINDDATUM
Private sector vraagt brede communicatie over dit nieuwe operationeel organigram (waar, wanneer, doelgroepen,...), dus communicatieplan hierover opstellen.	Dienst communicatie en public relations	15-02-2017

Agendapunt 3: Oprichten werkgroep quick wins om de LPI (Logistics Performance Indicator) van België te verbeteren.

Ivan Hervent verklaart waarom de AAD&A deze ranking wil optrekken en licht dit toe aan de hand van enkele slides. Hij lanceert ook de oproep om hiervoor een kleine werkgroep op te richten die is samengesteld uit vertegenwoordigers van het bedrijfsleven en de AAD&A.

Vanuit de handel voelt men niet direct de noodzaak om hiervoor een gezamenlijke werkgroep op te richten. Er wordt voorgesteld om vooral te werken aan volgende punten:

- Nieuwe website met voldoende informatie en info op te zoeken per doelgroep.
- FAQ lijst op de website
- Volgens Kristin moet je niet sterk zijn in communicatie, maar moet je de perceptie wegnemen dat de douane niet toegankelijk is. Een contactpersoon aanduiden per bedrijf (klantencoördinator) was o.a. een goed initiatief.
- Klantvriendelijkheid bij het opnemen van telefoons en doorverwijzen naar personen die effectief de materie beheersen.
- In de applicatie "Belgian Customs" meer informatie steken voor het grote publiek en eventueel ook info gericht op bedrijven toevoegen. Bv Aankopen van een voertuig in het buitenland,...
- Onze contactgegevens op zichtbare plaats publiceren.
- M. Wouters wijst erop dat de Nederlandse douane haast geen contactpunten vermeld, maar de info zoveel mogelijk via de website verspreidt.
- Jef Hermans vindt dat de Belgische douane meer moet tonen wat ze doet. De Nederlandse douane kreeg onlangs veel negatieve publiciteit en reageerde daarop door een filmpje op youtube en sociale media te plaatsen.
- Productfiches opstellen op maat van de doelgroep

NIEUWE ACTIEPUNTEN (DUIDELIJK EN SPECIFIEK FORMULEREN!)	VERANTWOORDELIJKE	EINDDATUM
Vragen of we stukjes uit de docu-reeks "De Fiscus" op de website en sociale media mogen plaatsen	Dienst Communicatie AAD&A	05-02-2017
Afwerken nieuwe promofilm Douane voor vakantiesalon en nadien updaten met laatste cijfers. Deze film nadien ook via youtube verspreiden.	Dienst Communicatie	31-01-2017
Sensibiliseren van de wetgevende diensten over communicatie op de websites en bekijken of het opstellen van FAQ lijsten haalbaar zijn via de vergadering van het managementteam.	W. Rens	15-02-2017
Op de nieuwe website duidelijk contactgegevens van de diensten vermelden.	Dienst Communicatie AAD&A	a.s.a.p.

Agendapunt 4: Varia:

Voorstelling van een productfiche douane-entrepot door Werner.

Bedoeling hiervan is feedback te krijgen van de private sector zodat deze eventueel kunnen herwerkt worden.

Feedback private sector:

Kristin: De belangrijke zaken accentueren en niet te veel tekst vermelden. Bij het Havenbedrijf zijn ook productfiches beschikbaar die kunnen geconsulteerd worden.

Luc: Eerst uw doelgroep afbakenen en dan een productfiche opstellen. Zo vermeld je enkel wat die groep wenst te weten. Het is de bedoeling dat je de mogelijke klanten ermee gaat triggeren.

J. Hermans: Uitgangspunt moet zijn: Wie is de persoon die de aangeboden informatie zoekt?

NIEUWE ACTIEPUNTEN (DUIDELIJK EN SPECIFIEK FORMULEREN!)	VERANTWOORDELIJKE	EINDDATUM
De productfiches van het Havenbedrijf bekijken en afspreken met het marketingteam van het Havenbedrijf	Dienst communicatie en PR en Team marketing en productportfolio	Maart 2017
Doelgroepen bepalen op basis van het marketingplan	Team marketing en productportfolio	Vanaf februari 2017
Kristin stuurt uitnodiging naar het marketing-en communicatieteam	Kristin	a.s.a.p.

Volgens de private sector moet er een marketing-en communicatiestrategie worden opgesteld waaraan een marketing- en een communicatieplan kan worden gekoppeld.

Volgens Kristin is er nood aan een SLA tussen de verschillende diensten om de communicatie tussen de verschillende diensten te stroomlijnen. Op die manier zijn er duidelijke werkafspraken zodat elke medewerker duidelijk weet wat van hem of haar verwacht wordt.

Kristin stelt voor om ook hiervoor eens af te spreken zodat we kunnen zien hoe dit bij het Havenbedrijf geregeld is.

NIEUWE ACTIEPUNTEN (DUIDELIJK EN SPECIFIEK FORMULEREN!)	VERANTWOORDELIJKE	EINDDATUM
Afspraak regelen met het Havenbedrijf	Kristin en dienst marketing en communicatie	Begin maart 2017

De volgende vergadering vindt plaats op 24 maart 2017 om 10u.