



GRUPE DE TRAVAIL COMMUNICATION

VERSLAG

24-01-2017

CONVENOR	Jef Hermans (Portmade/VEA) / Katrien De Wachter (Communication AGD&A)
RAPPORTEUR	Katrien De Wachter (AGD&A)
PRÉSENTS	Daphne Renier (Voka Flandre-Occidentale), Eveline Van Riet (AGD&A Bruxelles), Gerrit De Sterck (BCA –DHL), Ivan Hervent (AGD&A Communication), Jean Baeten (FEB), Jef D'Hollander (FEB), Karel Meyers (AGD&A KLAMA), Kim Teirlynck (AGD&A région de Bruxelles), Kristin Van Kesteren-Stefan (Régie portuaire), Luc Sambre (VEA-CEB, Marc Wouters (Fédération pétrolière), Olivier Van der Biest (AGD&A KLAMA), Sophany Ramaen (secrétariat du Forum national), Walter Vandenhoute (AGD&A BUEK), Werner Rens (Client Management & Comm)
EXCUSÉS	Alain De Heldt (ACB), Annemie Peeters (Régie portuaire d'Anvers), Bénédicte Somja (AGD&A Comm), Dirk Pottilius (Voka), Hilde Bruggeman ASV/NAVES, Jan Van Wesemael (Voka/Alfaport), Koen De Ceuster (Voka, KvK Limburg), Silvie Hutsebaut (Klama)

Point 1 à l'ordre du jour : Quid des points d'action de la réunion précédente

Points en matière d'EORI à la suite de la réunion précédente

La procédure visant à obtenir un numéro EORI a été communiquée au service communication le 18/12/2016.

De service communication a par la suite envoyé les publications suivantes :

- Mailing aux différentes fédérations et à l'Institut des comptables, le 20/12/2016
- Publication sur l'internet de l'AGD&A, le 21/12, sur l'intranet le 22/12 et un complément à cette publication le 16/01 (liaison de PLDA importation à EORI).

Groupe de travail e-commerce

Sera soumis au comité de pilotage du 27 janvier 2017.

Un groupe de travail e-commerce existe actuellement à Liège, mais le groupe de travail communication propose de l'organiser au niveau national.

Selon Kristin, e-commerce signifie en effet bien plus que le simple traitement rapide de petits paquets. E-commerce à partir d'un entrepôt va à l'avenir prendre de l'importance, et pour cette raison, une communication claire est primordiale en matière de règles. Selon Kristin, des collaborateurs de la TVA doivent également y être associés.

Nouvel intranet AGD&A

On a fait circuler la note au chef de service ICT, et elle a été signée par les membres présents du groupe de travail. Cette note sera soumise au comité de pilotage du 27/1.

Nouvel internet AGD&A

- Proposition de plateforme data-management : n'a pas été retenue par le service d'encadrement communication. On estime que les informations à l'avant-plan obtiennent le plus de clics et resteront donc à l'avant-plan. On estime que l'AGD&A doit elle-même déterminer ce qui doit aller où sur le site web. À ce propos, il est suggéré de tenir compte :
 - a. De Google analytics
 - b. Des informations que l'AGD&A souhaite mettre en avant (selon les besoins du business, du feed-back des partenaires et des utilisateurs, du téléphone,...)
- Sur la base du type d'informations, elles peuvent être placées dans les informations « à la loupe ».
- La problématique des couleurs : Le SPF FIN œuvre à un projet d'identité visuelle dans lequel l'AGD&A doit s'insérer.
- La lisibilité constitue un point d'attention pour 2017.
- Le lien avec fisconet + et l'internet doit encore être examiné.
- Le renvoi électronique de formulaires portant une signature électronique doit en principe être possible.

Compte Twitter ou whatsapp pour le helpdesk PLDA

Selon Joris De Cock, RSS feed pour le helpdesk PLDA a été demandé à ICT et cela devrait rapidement être réglé (95,99% sûr). Le SLA entre le responsable PLDA helpdesk et ICT sera discuté au comité de pilotage du 27/01/2017.

G. De Sterck communique que la convivialité laisse parfois à désirer au helpdesk PLDA. Les entreprises ne doivent pas savoir qu'il existe un manque de personnel et que le personnel est surchargé.

NOUVEAUX POINTS D'ACTION (À FORMULER DE MANIÈRE CLAIRE ET EXPLICITE !)	RESPONSABLE	ÉCHÉANCE
Examiner la possibilité de lien entre Fisconet+ et l'internet d'AGD&A	Service communication AGD&A	Avant le 24-03-2017

Prendre contact avec C. De Clerck du helpdesk PLDA afin d'améliorer la convivialité.	Service communication AGD&A	a.s.a.p.
Fournir un état de la situation au sujet d'un groupe éventuel autour d'e-commerce.	Convenors	24/03/2017
Fournir un état de la situation quant à la note sur l'intranet AGD&A au dirigeant d'ICT.	Convenors	24/03/2017
État de la situation quant au SLA entre le responsable PLDA helpdesk et ICT	Convenors	24/03/2017

Point 2 à l'ordre du jour : Commentaire sur le nouvel organigramme opérationnel

Werner Rens commente le nouvel organigramme opérationnel et fait savoir qu'il entrera en vigueur le 1^{er} mars 2017. Werner souligne qu'il y a peu de changements sur le terrain et que ces sont principalement la gestion et les lignes de rapportage qui changent.

Avant que ne débute la communication externe, des sessions d'informations internes sont organisées pour le personnel. Ces sessions commencent début février.

L. Sambre se demande s'il existe déjà un plan de communication externe.

Il lui est communiqué que différentes options existent déjà, mais qu'elles doivent encore être développées. Les directeurs de centres doivent en effet d'abord déterminer au sein de leur région, qui aura la direction des services/divisions au niveau régional. Le secteur commercial propose d'organiser cette communication, au sein du Forum national, par le biais de groupes de travail régionaux.

Selon Kristin, cela donne la possibilité de promouvoir la concertation régionale.

J. Baeten met l'accent sur le fait que les informations doivent certainement aussi apparaître sur le site web, étant donné que c'est la base de données dans laquelle toutes les informations relatives à l'AGD&A doivent se retrouver.

NOUVEAUX POINTS D'ACTION (À FORMULER DE MANIÈRE CLAIRE ET EXPLICITE !)	RESPONSABLE	ÉCHÉANCE
Le secteur privé demande une large communication au sujet de ce nouvel organigramme opérationnel (où, quand, groupes cibles,...), par conséquent : établir un plan de communication à ce sujet.	Service communication et public relations	15-02-2017

Point 3 à l'ordre du jour : Création d'un groupe de travail quick wins visant à améliorer le LPI (Logistics Performance Indicator) de la Belgique.

Ivan Hervent explique pourquoi l'AGD&A veut étoffer ce classement et l'explique au moyen de quelques slides. Il lance également un appel pour créer à cet effet, un petit groupe de travail composé de représentants des entreprises et de l'AGD&A.

Le secteur commercial ne voit pas directement la nécessité de créer un groupe de travail commun à cet effet. Il est proposé de s'atteler surtout aux points suivants :

- Le nouveau site web contenant suffisamment d'informations et la recherche d'informations par groupes cibles.
- Une liste de FAQ sur le site web
- Selon Kristin, il ne faut pas être fort en communication, mais ne pas donner l'impression que la Douane n'est pas accessible. Le fait de désigner une personne de contact par entreprise (coordinateur clientèle) était notamment une bonne initiative.
- Rester convivial lors des échanges téléphoniques et transférer les communications vers des personnes qui maîtrisent effectivement la matière.
- Introduire plus d'informations pour le grand public dans l'application « Belgian Customs » et éventuellement aussi ajouter des informations axées sur les entreprises. Par exemple l'achat d'un véhicule à l'étranger,...
- Publier nos données de contact à un endroit visible.
- M. Wouters attire l'attention sur le fait que la Douane des Pays-Bas ne mentionne quasi pas de points de contact, mais diffuse l'information le plus possible par le biais du site web.
- Jef Hermans trouve que la Douane belge doit un peu plus montrer ce qu'elle fait. Il y a peu, la Douane des Pays-Bas a reçu beaucoup de publicité négative et y a réagi en plaçant un petit film sur YouTube en les médias sociaux.
- Établir des fiches produit à la mesure du groupe cible.

NOUVEAUX POINTS D'ACTION (À FORMULER DE MANIÈRE CLAIRE ET EXPLICITE !)	RESPONSABLE	ÉCHÉANCE
Demander si nous pouvons placer des extraits de la série « De Fiscus » sur le site web et les médias sociaux	Service communication AGD&A	05-02-2017
Achever le nouveau film promotionnel Douane avant le salon des vacances et effectuer ensuite une mise à jour des derniers chiffres. Ensuite, diffuser également ce film sur YouTube.	Service communication	31-01-2017
Sensibiliser les services législatifs à la communication sur les sites web et examiner si l'établissement de listes FAQ est réalisable par le biais de la	W. Rens	15-02-2017

réunion de l'équipe management.		
Sur le nouveau site web, mentionner clairement les coordonnées des services.	Service communication AGD&A	a.s.a.p.

Point 4 à l'ordre du jour : Divers :

Présentation par Werner, d'une fiche produit entrepôt de la douane.

L'intention est d'en obtenir un feed-back du secteur privé de manière à pouvoir éventuellement retravailler les fiches.

Feed-back du secteur privé :

Kristin : Mettre l'accent sur les choses importantes et ne pas ajouter trop de texte. Des fiches produit sont également disponibles auprès de la Régie portuaire, et peuvent être consultées.

Luc : D'abord délimiter votre groupe cible et ensuite établir une fiche produit. Vous ne mentionnez ainsi que ce que ce groupe souhaite savoir. L'intention est ainsi d'attirer les clients éventuels.

J. Hermans : Le point de départ doit être : Qui est la personne qui recherche les informations proposées ?

NOUVEAUX POINTS D'ACTION (À FORMULER DE MANIÈRE CLAIRE ET EXPLICITE !)	RESPONSABLE	ÉCHÉANCE
Examiner les fiches produit de la Régie portuaire et en parler avec l'équipe marketing de la Régie portuaire	Service communication et PR et l'Équipe marketing et portfolio produit	Mars 2017
Définir des groupes cibles sur la base du plan de marketing	Équipe marketing et portfolio produit	À partir de février 2017
Kristin envoie une invitation à l'équipe marketing et à l'équipe communication	Kristin	a.s.a.p.

Selon le secteur privé, une stratégie de marketing et de communication doit être définie, à laquelle on peut coupler un plan de marketing et de communication.

Selon Kristin, un SLA est nécessaire entre les différents services afin d'harmoniser la communication entre les différents services. On crée de cette manière des accords de travail clairs, de sorte que chaque collaborateur/collaboratrice sait clairement ce que l'on attend de lui/d'elle.

Kristin propose d'organiser également une réunion à ce sujet, afin de voir comment la Régie portuaire agit en la matière.

NOUVEAUX POINTS D'ACTION (À FORMULER DE MANIÈRE CLAIRE ET EXPLICITE !)	RESPONSABLE	ÉCHÉANCE
Prendre rendez-vous avec la Régie portuaire	Kristin et le service marketing et communication	Début mars 2017

La prochaine réunion aura lieu le 24 mars 2017 à 10 heures.