



FRAKTION

| | |
|---|---|
| Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture et de la Protection des consommateurs | 2 |
| Référence | |
| 13 JUIN 2018 | |
| A traiter par | |

Monsieur ~~Maria~~ Di Bartolomeo
Président de la Chambre des
Députés
Luxembourg

Luxembourg, le 12 juin 2018

Monsieur le Président,

Par la présente, nous avons l'honneur de vous informer que, conformément à l'article 80 du Règlement de la Chambre des Députés, nous souhaiterions poser une question parlementaire à Monsieur le Premier Ministre, Monsieur le Ministre des Finances et à Monsieur le Ministre de l'Agriculture, de la Viticulture et de la Protection des consommateurs.

Suite au vote de la loi sur la protection des animaux, le gouvernement vient de lancer une large campagne publicitaire y relative. Ainsi, des spots publicitaires sont diffusés dans la presse audiovisuelle, sur internet et même dans les salles de cinéma. Alors que nous soutenons cette loi, nous nous interrogeons sur l'envergure et le coût d'une telle campagne.

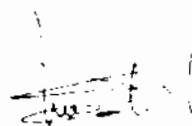
C'est dans ce contexte que nous aimerions poser les questions suivantes à Monsieur le Premier Ministre, Monsieur le Ministre des Finances et à Monsieur le Ministre de l'Agriculture, de la Viticulture et de la Protection des consommateurs :

- Le gouvernement envisage-t-il de lancer de telles publicités pour la mise en vigueur d'autres lois ?
- Sur base de quels critères les lois sont-elles choisies pour l'organisation de si larges campagnes publicitaires ?
- Quelle est l'attitude coordonnée du Gouvernement par rapport à l'organisation de campagnes de publicité sur l'entrée en vigueur de nouvelles lois ?
- Le Gouvernement estime-t-il que l'organisation de campagnes publicitaires telles que « #une première victoire » constitue le meilleur moyen pour une information approfondie des citoyens ?
- Messieurs les Ministres voudront-ils donner des renseignements sur le coût encouru par cette campagne publicitaire ?
- Monsieur le Premier Ministre estime-t-il le coût de la campagne adapté à l'information véhiculée ?

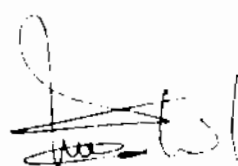
Nous vous prions d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de notre très haute considération.



Martine Hansen
Députée



Octavie Modert
Députée



Réponse commune de Monsieur le Premier ministre, ministre d'État, de Monsieur le Ministre de l'Agriculture, de la Viticulture et de la Protection des consommateurs et de Monsieur le Ministre des Finances à la question parlementaire N°3866 de Mesdames les Députées Martine HANSEN et Octavie MODERT

Mesdames les Députées s'interrogent sur la campagne publicitaire que le Gouvernement a lancée au sujet de la loi sur la Protection des animaux.

Il faut souligner que le bien-être animal est un sujet hautement sensible, comme l'ont montré les nombreuses discussions menées et avis exprimés durant la procédure législative qui a précédé le vote du texte final à la Chambre des Députés. Souvent les discussions sont menées de manière subjective alors que les dispositions de la loi ont un caractère objectif et se basent sur des connaissances scientifiques.

Ad 1, 2 et 3) À plusieurs occasions, la question quant à la diffusion des nouvelles exigences auprès du grand public ainsi qu'à l'existence d'un point de contact en matière de bien-être animal a été posée. C'est pour répondre à cette demande légitime, qu'une campagne d'information, qui se base essentiellement sur la mise en ligne d'un site Internet spécifique, a été lancée. Ce site, facilement accessible, permet une mise à disposition au profit du grand public de textes législatifs, ainsi que des principales Questions / Réponses susceptibles de se poser.

En outre, le site offre la possibilité d'envoyer des questions, commentaires ou plaintes, qui seront traités par les experts dans leur domaine siégeant au sein de l'Administration des Services vétérinaires.

De façon générale, la question de l'opportunité de lancer une campagne d'information à propos de nouvelles législations requiert une appréciation au cas par cas pour en déterminer l'utilité.

Ad 4) La campagne de sensibilisation en question s'est avérée d'autant plus importante que cette loi est pionnière en matière de droits des animaux sur la scène européenne et qu'il est primordial d'en informer la société civile. Par ailleurs, et comme les animaux ne peuvent faire prévaloir eux-mêmes leurs droits, il a paru indispensable d'en informer le public.

Le Ministère de l'Agriculture a préféré cette voie de communication plutôt que celle d'une conférence de presse, puisqu'elle permet d'atteindre une proportion nettement plus importante de la population sur un intervalle plus étendu.

Ad 5) Le coût encouru par cette campagne de sensibilisation se présente comme suit :

Coût total production :

- Consultance en communication, positionnement de la nouvelle loi, définition des messages essentiels: 8.330 euros
- Plateforme internet et médias sociaux: 10.695 euros
- Conception et réalisation d'une vidéo et d'un spot radio: 22.200 euros
- Gestion du projet, community management et monitoring: 7.790 euros

Total : 49.015 euros (HTVA)

Coût total diffusion médias :

- Campagne plurimédia de deux semaines
- Les médias ont été choisis selon des critères spécifiques tels que le CPM (coût pour mille), qualité emplacement ou encore impact support.

Total : 48.570,74 euros HTVA

Le coût total de 97.585,74 (HTVA) a été apporté par un article budgétaire inscrit dans le budget du Ministère de l'Agriculture, de la Viticulture et de la Protection des consommateurs.

Ad 6) Oui.