

► Informatiecampagne over risico's en het juiste gedrag bij noodsituaties

Ter attentie van de federale diensten van de gouverneurs en de gemeenten

VERSIE 4 - 2019

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
1 Context	4
2 Algemene strategische visie	5
2.1. Context	5
2.2. Preventie door de lokale overheden	5
2.3. De burger centraal in de strategie	6
3 Communicatiestrategie	7
3.1. Drie thema's: Geïnformeerd. Voorbereid. Samen.	7
3.2. Visuele identiteit	8
3.2.1. Het logo en de baseline	8
3.2.2. Het schild als beschermingssymbool.	8
3.2.3. Animatiefiguurtjes	9
3.3. Website Risico-Info	9
3.4. Sociale media Risico-Info	9
3.5. Materiaal ter beschikking	10
4 Planning 2016 - 2019	11
5 Communicatiecampagnes en -acties 2016	12
5.1. Juni – December 2016: Seveso-risico	12
5.2. November-december 2016: met de Federal Truck naar de scholen	13
6. Communicatiecampagnes en -acties 2017	14
6.1. April 2017: Informeer je – 'Hoe reageer jij in een noodsituatie?'	14
6.2. Juni-september 2017: Meteen verwittigd in een noodsituatie - BE-Alert	15
6.3. November 2017: Bereid je voor - Een eigen noodplan voor jouw familie	16
7. Communicatiecampagnes en -acties 2018	17
7.1. Maart - december 2018: Weet jij wat te doen bij een nucleair ongeval?	17
7.2. Juni – december 2018: Nationale test BE-Alert & #bealertchallenge	18
7.3. November – December 2018: Samen - Ik help in nood	19
8. Communicatiecampagnes en -acties 2019	20
8.1. September 2019: educatief project voor lagere scholen *coming soon*	20
8.1.1. Acties	20
8.1.2. Samenwerking	20
8.1.3. Lessenpakketten per graad	20
8.1.4. Een online game	21
8.1.5. Timing	21



1 Context

Uit de post-tests, die na afloop van de nucleaire en Seveso-campagnes van 2011 en 2012 werden uitgevoerd, bleek dat 75% van de bevolking een bijzondere belangstelling heeft voor de **risico's in hun directe omgeving**: 63% is geïnteresseerd in **tips om zich voor te bereiden**, 53% is benieuwd naar de **(re)acties van de overheden**.

Preventief informeren heeft een drievoudige rol, die (on)rechtstreeks een **positieve impact heeft op crisisbeheer**: educatief, overtuigend en transparant. Als de burger zijn verantwoordelijkheid wil opnemen bij noodsituaties om zo het werk van de overheden en de hulp- en interventiediensten te vergemakkelijken, moet hij/zij uiteraard vooraf over de nodige informatie te beschikken.

Om aan die vraag tegemoet te komen, voert het Nationaal Crisiscentrum (NCCN), in samenwerking met zijn partners, tijdens de **communicatiecampagne Risico-info 2016-2019**, verscheidene preventieve informatieacties, met één uniforme look-and-feel, waardoor we de herkenbaarheid en efficiëntie van de campagne verhogen.

Het doel van dit document is om de federale diensten van de gouverneurs en de gemeenten een globale visie te geven van de campagne Risico-info, de verschillende communicatieacties toe te lichten en de huidige kalender tot en met 2019 te delen. Dit document zal evolueren. In elke ontwikkelingsfase van de campagnes zal je een nieuwe versie ontvangen.

Opmerkingen, eigen initiatieven, verwachtingen of verbeterpistes kunnen steeds meegedeeld worden via [**comm@nccn.fgov.be**](mailto:comm@nccn.fgov.be).

2 Algemene strategische visie

2.1. Context

Risico's zijn altijd aanwezig in ons dagelijks leven, of het nu gaat om natuurlijke, technologische en gezondheidsrisico's of om risico's verbonden aan openbare orde (bv. terrorisme). Elke burger moet in staat zijn om de **juiste reflexen** te vertonen bij een noodsituatie.

Om te weten hoe te reageren, is het noodzakelijk je eerst **informer** over de **risico's in jouw omgeving**, je te informeren over de **acties van de overheden**, én over de **acties die je zelf kan ondernemen** voor je eigen veiligheid.

De burger moet zich dus voorbereiden om efficiënt te kunnen reageren in alle omstandigheden. Naargelang de situatie, moet hij/zij in staat zijn om te alarmeren of om de alarmeringen die hij/zij ontvangt te beheren. Hij/zij moet snel kunnen schuilen wanneer hij/zij een bericht van BE-Alert ontvangt of veilig kunnen evacueren wanneer de overheden dit aanraden.

Door over een langere periode campagne op nationaal én lokaal niveau te voeren die gericht is op de risico's en reflexen, willen we:

- Inwoners preventief en adequaat informeren over **de risico's in hun omgeving** door:
 - elk van deze risico's te beschrijven
 - de nodige tips te geven over hoe je voor te bereiden op een noodsituatie, zodat de burger beter kan reageren tijdens een crisis, maar ook na een noodsituatie sneller kan terugkeren naar het normale leven.
- Op elk beleidsniveau een **weerbaarheid** ontwikkelen door:
 - aan de federale diensten van de gouverneurs en de gemeenten, de nodige informatie en tools te geven om deze weerbaarheid te stimuleren bij jullie inwoners;
 - aan de federale diensten van de gouverneurs en de gemeenten, te betrekken als partners en drijvende kracht bij het vooraf informeren van de bevolking.

Gelet op de (inter)nationale verplichtingen inzake preventieve informatie over de nucleaire en Seveso-
risico's, gelet op de publicatie van een nieuw nationaal nucleair noodplan, en gelet op de noodzaak om de burger te informeren over de juiste reflexen en de nood aan zelfredzaamheid en solidariteit in een noodsituatie, wilt het Crisiscentrum, in samenwerking met alle actoren die verantwoordelijk zijn voor de informatie aan de burger, deze strategische visie voortzetten door verschillende communicatieacties, in het bijzonder rond het nucleair en Seveso-
risico, te integreren in **één geharmoniseerd en gestructureerd geheel**.

2.2. Preventie door de lokale overheden

Communiceren op een lokaal niveau, dat naamsbekendheid en een zeker vertrouwen geniet bij de burgers, blijft een grote troef bij de ontwikkeling van de weerbaarheid en -preventie.

Lokale overheden kennen immers beter de kenmerken van hun grondgebied en van hun bevolking. Door deze kennis blijven ze geloofwaardige gesprekspartners in de ogen van de burger en maken ze een directe en menselijke communicatie mogelijk.

Bovendien hebben de burgemeesters en de gouverneurs de wettelijke verplichting om de mogelijke risico's op hun grondgebied te inventariseren en te analyseren, maar ook om informatie vooraf te geven aan de burger over de noodplanning, voor, tijdens en na een noodsituatie.

Om ondersteuning te bieden aan de gemeenten en federale diensten van de gouverneurs stelt het Nationaal Crisiscentrum tools ter beschikking, die de actieve deelname van de burger verhogen, en waarbij de burger dus steeds als partner en belangrijkste actor beschouwd wordt.

2.3. De burger centraal in de strategie

De plaats van de burger bij de preventie van risico's en bij het beheer van een noodsituatie is centraal. Als de burger zich bewust is van de risico's in zijn/haar omgeving, kan hij/zij de juiste reflexen aannemen om de soms dramatische gevolgen van een noodsituatie te beperken.

De overheden verwachten van de burger dat hij/zij de instructies volgt zodra er een alarm wordt afgekondigd, dat hij/zij gaat schuilen en dat hij/zij de goede werking van de hulp- en interventiediensten niet belemmert. Een burger die weet hoe hij/zij zichzelf en zijn/haar gezin beschermt, hoe hij/zij correct alarm slaat, hoe hij/zij efficiënt handelt en de noodsituatie niet verergert: dit zijn allemaal factoren die jullie, als overheden, toelaten om een crisis goed te beheren.

Kan louter passieve informatie aan de bevolking bijdragen tot de toepassing van deze goede preventiemaatregelen en veiligheidsacties?

De studies die onze Europese burens gedaan hebben, tonen aan dat het passief informeren van de burger **niet voldoende is** om gedragswijzigingen teweeg te brengen bij de bevolking, noch om een risicocultuur bij de bevolking te ontwikkelen. De transparantie van de overheden is dan ook essentieel en blijft een goede motor om de bevolking bewust te maken¹.

De betrekking van de burger op het terrein heeft als voordeel dat:

- **de burger zich bewuster wordt** van de omgevingsrisico's om zo de weerbaarheid actief te ontwikkelen
- **de mobilisering van de burger gestimuleerd wordt** door zijn engagement, de bewustwording, en responsabilisering bij het crisisbeheer te doen toenemen;
- **de bevolking zich gewaardeerd voelt** en in het achterhoofd houdt dat het essentieel is om samen te werken voor de veiligheid van iedereen;
- de heropleving van de solidariteit gestimuleerd wordt.

¹ Eindwerk Peter Mertens, *Risicocommunicatiebeleid in België. Visie voor een preventieve informatie over risico's*. (2012)

3 Communicatiestrategie

3.1. Drie thema's: Geïnformeerd. Voorbereid. Samen.

Het doel van de campagne Risico-info is om de juiste reflexen te 'kweken' die zich langdurig kunnen nestelen in de hoofd van de burger via duidelijke identifiers die steeds herhaald worden in de verschillende thematische campagnes.

Het doel is dus om tools en communicatieacties in te voeren die de bestaande basis (website www.risico-info.be, logo en baseline "**Geïnformeerd. Voorbereid. Samen.**", [pedagogische video's](#), ...) versterken.

We voorzien een campagne, die zich over drie jaar spreidt, om zo **in te spelen op de herhaling en het onthouden te bevorderen**.

De basis van de campagne is **de baseline van Risico-info: "Geïnformeerd. Voorbereid. Samen"**. Alles ligt immers vervat in deze drie woorden, maar het is niettemin nodig om deze drie concepten beter uit te leggen en ze op die manier duidelijker te maken voor iedereen.

De burger moet onthouden dat hij/zij, ongeacht het risico, **drie reflexen** moeten toepassen:

- Zich informeren.
 - Zich informeren **vóór** een noodsituatie over wat hij/zij moet doen om efficiënt te reageren, over hoe en waar hij/zij zich moet informeren en op welke officiële bronnen hij/zij zich moet baseren, ...
 - Zich informeren **tijdens** een noodsituatie: zich laten waarschuwen (eerste informatie), zich informeren over de aanbevelingen van de overheden, en zich correct informeren via sociale netwerken bij een noodsituatie (educatie inzake de media).
- Zich voorbereiden.
 - Het gezin voorbereiden om efficiënt te reageren in een noodsituatie: bv. door een noodpakket te maken of een familiaal noodplan op te stellen, in functie van specifieke noodsituaties.
- Solidair zijn. [Samen]
 - Steun bieden aan familie en personen in zijn/haar omgeving die hulp nodig hebben voor, tijdens of na een noodsituatie.

3.2. Visuele identiteit

Om dit initiatief te ondersteunen en een **uniek, herkenbaar en vooral betrouwbaar imago** bij de burgers te creëren, is het nodig om een **sterke visuele identiteit** te hebben. Het project moet duurzaam zijn in de tijd, dus is het belangrijk dat deze visuele identiteit gebruikt kan worden bij elke actie.

3.2.1. Het logo en de baseline

Het logo **Risico-info** is het centraal element van de campagne. Het eerste doel ervan is om de burgers aan te zetten de website te bezoeken.



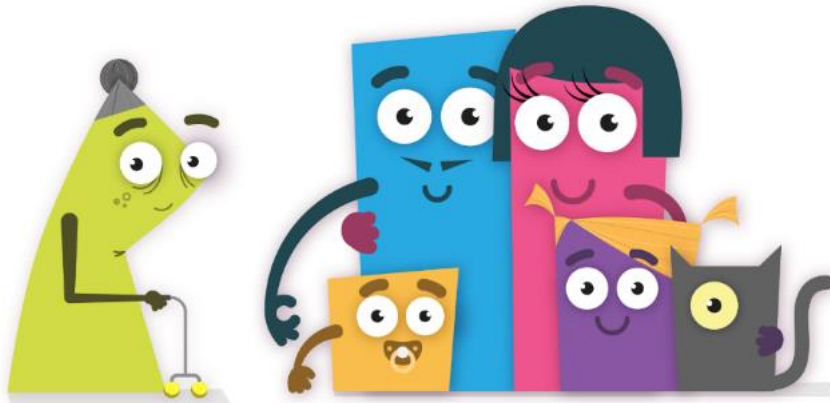
3.2.2. Het schild als beschermingssymbool.

Om te zorgen voor een visuele coherentie tussen alle tools, wordt het schild de grafische identifier van de campagne **Risico-info**. De slogan, « **Ga voor veilig in 1-2-3** » weerspiegelt de baseline « **Geïnformeerd. Voorbereid. Samen.** ».



3.2.3. Animatiefiguurtjes

De personages, oorspronkelijk gebruikt in de 3 video's (Zelfbescherming van de burger - Schuilen – Veilig evacueren) werden hergebruikt tijdens de Seveso-campagne in 2016 en zullen o.a. opduiken in nieuwe video's, maar ook in de tools die bestemd zijn voor specifieke doelgroepen of tijdens activiteiten zoals de Federal Truck.



3.3. Website Risico-Info

Het platform www.risico-info.be blijft het vertrekpunt voor al onze acties. Naast risico-info.be, bestaan er ook drie thematische websites: www.be-alert.be (met inschrijvingsformulier), www.seveso.be, www.nucleairrisico.be.

Al deze websites werden in dezelfde lay-out opgemaakt, zodat de link tussen de vier steeds duidelijk is.

3.4. Sociale media Risico-Info

Sinds begin 2017 beschikt het project Risico-Info ook over een eigen **Facebook & Youtubepagina**.

- Op Youtube (youtube.com/riskinfobe) vind je steeds de animatievideo's die voor elk campagne-onderdeel gemaakt worden.
- Via de Facebook-pagina (<https://www.facebook.com/riskinfobe>) verspreiden we steeds de social media advertenties voor elke campagne. Daarnaast zetten we ook wekelijkse verschillende posts online, met informatie over actuele risico's, tips en tricks die burgers kunnen helpen in een noodsituatie, belangrijke campagnes van partners, ed. Kortom, alle risicocommunicatie op één plek. Neem zeker eens een kijkje en aarzel niet om posts te delen met je eigen pagina of die van jouw gemeente.

3.5. Materiaal ter beschikking

Al het materiaal dat we ontwikkelen voor de campagne Risico-Info 2016-2019 staat ter beschikking van de gemeenten en de federale diensten van de gouverneur. Je kan al dit materiaal downloaden op www.risico-info.be/nl/downloads.

Voorbeelden van materiaal:

- Wordt er een storm aangekondigd? Nadert de periode van bosbranden? Deel duidelijke adviezen met de burgers via de infographics.
- Wil je een actueel risico in de kijker zetten op je Facebook-pagina, op Twitter of op YouTube, dan kan je de verschillende omslagfoto's gebruiken.
- Wil je één van de campagnes mee ondersteunen? Gebruik een webbanner om die campagne op je website in-the-picture te zetten.



4 Planning 2016 - 2019

2016	
Juni - december	“Weet jij wat te doen bij een chemisch ongeval?” Informatiecampagne over het Seveso-risico
November – december	Federal Truck Op bezoek bij scholen
2017	
April	“Hoe reageer jij in een noodsituatie?” Informatiecampagne over de correcte manier om je te informeren voor, tijdens en na een noodsituatie
Juni – september	“Meteen verwittigd in een noodsituatie” Informatiecampagne rond BE-Alert
November	“Een noodplan voor jou en je familie” Informatiecampagne om je voor te bereiden op een noodsituatie
2018	
Maart – december	“Weet jij wat te doen bij een nucleair ongeval?” Informatiecampagne over het nucleaire risico
Juni – september	#bealertchallenge Informatiecampagne rond BE-Alert
November - december	“Ik help in nood” Informatiecampagne over solidariteit in noodsituaties
2019	
September	Educatief project voor lagere scholen

5 Communicatiecampagnes en -acties 2016

5.1. Juni – December 2016: Seveso-risico

In december 2016 voerden we een informatiecampaagne rond het **Seveso-risico** (herhaling van 2011) om de inwoners van de gemeenten, die minstens één Seveso-hogedrempelonderneming op hun grondgebied hebben, te sensibiliseren.

De informatiecampaagne was tweevoudig: een eerste actie op het terrein vond plaats in juni 2016, een tweede actie in december:

- Federal Truck: ontmoeting met **buurtbewoners** van Seveso-sites

Van 6 tot 24 juni hebben we ons met de **Federal Truck** opgesteld in meer dan 15 gemeenten. De Federal Truck is een initiatief van de Kanselarij van de eerste Minister. Zij stellen een ingerichte 'truck' ter beschikking van alle federale diensten, zodat die burger rechtstreeks kunnen ontmoeten en met hen kunnen praten over verschillende thema's.

- Sensibiliseringscampagne via de gemeenten « Seveso hoge drempel »

Van 1 tot 6 december 2016 organiseerden we opnieuw een sensibiliseringscampagne, '**Weet jij wat te doen bij een chemisch ongeval?**'. Deze campagne bestond uit:

- Vernieuwde website www.seveso.be
- Affiches – verspreid in alle gemeenten met een Seveso-hogedrempelonderneming op het grondgebied
- Deurhangers – verspreid in alle gemeenten met een Seveso-hogedrempelonderneming op het grondgebied
- Video 'Weet jij wat te doen bij een chemisch ongeval?'
- Webbanners 'Weet jij wat te doen bij een chemisch ongeval?'

Beschikbaar materiaal:

➔ Affiches, webbanners: www.risico-info.be/nl/downloads

➔ Animatievideo: <http://bit.ly/2BgYGrp>



5.2. November-december 2016: met de Federal Truck naar de scholen

In november en december 2016 ging het Crisiscentrum opnieuw de baan op met de **Federal Truck** om in het hele land bijna **1000 leerlingen** van het lager (5de en 6de) en het secundair (1ste en 2de) te ontmoeten (educatie met betrekking tot de risico's en crisissen).

Via een **interactief spel** leerden we leerlingen van 17 verschillende scholen hoe belangrijk het is zich voor te bereiden om het hoofd te kunnen bieden aan een storm of overstromingen, hoe ze best kunnen reageren wanneer er paniek ontstaat in een menigte of wanneer ze een gele wolk zien.

Gezien het algemeen belang dat gehecht wordt aan het thema van risico's, zullen er **in 2019** specifieke acties worden uitgewerkt worden voor deze bijzondere doelgroep.

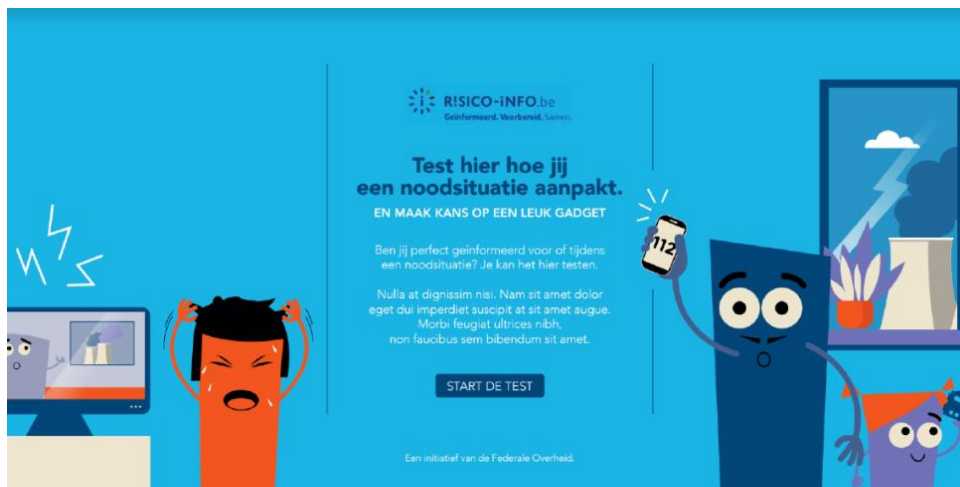


6. Communicatiecampagnes en -acties 2017

6.1. April 2017: Informeer je – ‘Hoe reageer jij in een noodsituatie?’

Met de alomtegenwoordigheid van de (sociale) media in ons dagelijks leven, moeten we ermee rekening houden dat burgers meer dan ooit de middelen hebben om informatie te sturen, ze door te sturen, maar ook om ze te vervormen. Deze nieuwe tendens van de **burger-journalist** kan een hulp blijken bij het werk van de interventiediensten, maar kan dat werk ook belemmeren en paniek creëren als de circulerende informatie fout is of gebaseerd is op geruchten.

Voor deze campagne ontwikkelde we een **online quiz**: ‘Hoe reageer jij in een noodsituatie?’. Aan de hand van 10 vragen kan je testen of jij **perfect geïnformeerd bent voor of tijdens een noodsituatie**.



Daarnaast verspreiden we ook een **animatievideo** met de bekende figuurtjes, waarin we de juiste antwoorden op de quiz gaven, door alle belangrijke tips op te sommen.

Beschikbaar materiaal:

- Online quiz: <http://www.hoereageerjijbijeennoodsituatie.be/nl-BE/start/>
- Animatievideo https://youtu.be/4L47nNKf_bA

6.2. Juni-september 2017: Meteen verwittigd in een noodsituatie - BE-Alert

Op 13 juni 2017 lanceerden we **BE-Alert**, een nieuw systeem dat je meteen op de hoogte stelt van een noodsituatie via sms, e-mail of telefoon. De lancering van de tool was meteen de aftrap van een grote campagne, waarmee we zoveel mogelijk burgers wilden aanzetten **zich in te schrijven** op BE-Alert.

De campagne BE-Alert omvatte:

- Vernieuwde website www.be-alert.be met inschrijvingsluik
- Radiospot – gedurende 2 weken te beluisteren op Radio 1, Radio 2, Studio Brussel, Radio Contact, La Première, Vivacité
- Online advertising (Facebook, Youtube, Google Display, webvertising)
- Animatievideo ‘Meteen verwittigd in een noodsituatie’
- Affichage in de treinstations
- Virtual Reality-game ‘Weet jij wat te doen in een noodsituatie?’ – aanwezig op Plage préféré (Radio 2), Gentse Feesten, Beau Vélo de Ravel, Fêtes de Wallonie, Brussels Summer Festival

Beschikbaar materiaal:

➔ Affiches, banners, visitekaartjes: www.risico-info.be/nl/downloads

➔ Animatievideo <https://youtu.be/qzX0HBJUACw>

➔ Virtual Reality-game: Wil je BE-Alert promoten op een evenement? Dan kan je een communicatiepakket huren bij het Crisiscentrum. Dat pakket bevat 2 virtualrealitybrillen (+ toebehoren) en promotiemateriaal, zodat ook jullie inwoners op een ludieke manier hun reflexen kunnen testen in een noodsituatie.

Voorwaarden:

- Het pakket huren is volledig gratis. Uiteraard vragen we wel goed zorg te dragen voor het materiaal.
- Je dient het pakket op te halen en terug te brengen naar het Crisiscentrum, Hertogstraat 53, 1000 Brussel.
- Interesse? Reserveer het pakket tijdig. Mail naar lien.vermeire@ibz.fgov.be.



6.3. November 2017: Bereid je voor - Een eigen noodplan voor jouw familie

In ons dagelijks leven maken we lijstjes voor de zotste dingen: een verlanglijstje voor de Sint, een to-do lijstje met klusjes in het huis, een lijstje met goede voornemens voor het nieuwe jaar, ... Maar wie heeft er ook de belangrijkste lijst? Een lijst met contactpersonen in geval van nood, de evacuatiewegen in jouw huis en de plaats van de rookmelders?

Voor de campagne 'Bereid je voor' ontwikkelde we een **online tool**, waarop burgers een **eigen noodplan** kunnen maken dat hen helpt om snel én goed te reageren als er iets ernstig gebeurt. In slechts 7 stappen krijg je een plan op jouw maat gemaakt.



MAAK JOUW EIGEN NOODPLAN

Voor de zotste dingen maak je online persoonlijke lijstjes. Maar heb je ook de belangrijkste lijst? Een noodplan dat jou en jouw familie helpt om snel én goed te reageren als er iets ernstigs gebeurt.

IN SLECHTS 7 STAPPEN KRIJG JE EEN PLAN OP JOUW MAAT GEMAAKT.

1. Vul de vragen in.
2. Download je gepersonaliseerd noodplan.
3. Print het uit en hang het zichtbaar op in huis. Zet het ook op je smartphone.

START

RISICO-INFO .be
Geïntegreerd. Voorbereid. Samen.

Om voldoende burgers naar de site te lokken, werd de campagne uitgebreid online geadverteerd. Daarnaast was er ook opnieuw een animatievideo gemaakt die de belangrijkste informatie samenvat.

Beschikbaar materiaal:

- Online tool <https://www.mijnnoodplan.be/>
- Webbanners, covers sociale media: www.risico-info.be/nl/downloads
- Animatievideo <https://youtu.be/8MwgxmLe2Jw>

7. Communicatiecampagnes en -acties 2018

7.1. Maart - december 2018: Weet jij wat te doen bij een nucleair ongeval?

6 maart 2018 was de start van een nationale campagne 'Weet jij wat te doen bij een nucleair ongeval?'. De campagne en de predistributie van jodiumtabletten in heel het land werd die dag aangekondigd op een persconferentie, in aanwezigheid van de Minister van Veiligheid en Binnenlandse Zaken en de Minister van Volksgezondheid, de FOD Binnenlandse Zaken en Volksgezondheid, het FANC, FAVV en FAGG.

De campagne bestond uit:

- Een vernieuwde website www.nucleairrisico.be met online rekenmodule om uit te rekenen hoeveel doosjes jodium nodig zijn voor jouw collectiviteit (school, bedrijf, ...)
- Brochure via alle apothekers in België en alle gemeenten binnen de noodplanningszones (20 km)
- Content partnerships, met een sterk inhoudelijke focus
 - Radio 1 (Hautekiet) en RTBF
 - Metro
 - De Persgroep : HLN.be, LaDH.be, Lalibre.be
- Online advertising (Facebook, Youtube, Google Display, webveruiting)
- Animatievideo 'Weet jij wat te doen bij een nucleair ongeval?'
- Interactieve informatiesessies 'Weet jij wat te doen bij een nucleair ongeval?', waarop experts van o.a. FANC, FAVV, Volksgezondheid en het Crisiscentrum uitleg geven over het nucleair risico, de acties van de overheid en de juiste reflex bij een nucleair ongeval. Een professionele moderator leidt de avond in goede banen.
- Facebook Live 'Weet jij wat te doen bij een nucleair ongeval?'



Beschikbaar materiaal:

- Brochure, advertenties, banners, flyers en affiches: <https://www.risico-info.be/nl/downloads>
- Infographics 'Nucleair risico ? Bereid je voor.', 'Weet jij wat te doen bij een nucleair ongeval?' & Jodiumtabletten : <https://www.risico-info.be/nl/downloads>
- Animatievideo: <https://www.youtube.com/watch?v=xftWQZbTT0k>
- Facebook Live:
 - <https://www.facebook.com/CrisiscenterBE/videos/2205728619640842/>
 - <https://www.facebook.com/CrisiscenterBE/videos/565290227223809/>
- Video informatiesessies ***coming soon*** : <https://www.youtube.com/riskinfo>

7.2. Juni – december 2018: Nationale test BE-Alert & #bealertchallenge

Naar aanleiding van de eerste verjaardag van BE-Alert, zetten we een nieuwe campagne op poten om het aantal inschrijvingen op het alarmeringssysteem nog stevig te doen stijgen.

Een overzicht van de verschillende acties:

Juli - juli 2018

- Een nationale test op 5 juli, met deelname van 145 gemeenten
- Herneming van radiospot en online advertising (Facebook, Youtube, Google Display, webveruiting)
- Nieuwe (verkorte) animatievideo
- Een pakket met visitekaartjes voor alle Belgische gemeenten



September – december 2018 #bealertchallenge

- Clean City tags: BE-Alert zichtbaar in het straatbeeld
- Grootschalige e-mailtest op 6/09
- Video's ambassadeurs: ambassadeurs uit verschillende disciplines (brandweer, politie, civiele bescherming, KMI, ...) schudden je wakker en roepen je op om je in te schrijven op BE-Alert.
- Online barometer "Samen voor meer veiligheid": één veilige actie per 20.000 nieuwe inschrijvingen op www.be-alert.be/nl/challenge
 - Verdeling van 5 noodpakketten
 - Samenwerking met OKRA & ENEO rond brandveiligheid
 - Samenwerking met Rode Kruis rond EHBO
- Geautomatiseerde mailing: nodig je vrienden uit om zich in te schrijven via een knop op de website www.be-alert.be/nl/challenge
- Facebookbot: tag je vriend of vriendin en schud hem/haar wakker met een persoonlijke boodschap: "Tijd om je in te schrijven op BE-Alert":
<https://www.facebook.com/riskinfoBE/photos/a.1329431383767222/2150067738370245/?type=3&theater>
- Samenwerking met *influencer* Achterklap: <https://www.youtube.com/watch?v=AKds57o40A0>

Beschikbaar materiaal:

- Banners 'Onze gemeente test BE-Alert op {datum}' – open file beschikbaar om zelf aan te passen : <https://www.risico-info.be/nl/downloads>
- Banners 'Meteen verwittigd in een noodsituatie in {naam gemeente}' – open file beschikbaar om zelf aan te passen : <https://www.risico-info.be/nl/downloads>
- Banners algemeen – sms-berichten : <https://www.risico-info.be/nl/downloads>
- Visitekaartjes (om zelf te printen) : <https://www.risico-info.be/nl/downloads>
- Banners & advertenties #bealertchallenge : <https://www.risico-info.be/nl/downloads>
- Video's ambassadeurs: <http://youtube.com/riskinfo>
- Animatievideo: <https://www.youtube.com/watch?v=9eXA8iiWaNo>

7.3. November – December 2018: Samen - Ik help in nood

Na de mini-campagnes *Informeer je* en *Bereid je voor*, sloten we 2018 af met een minicampagne rond *Samen*, waarbij de focus lag op 'samenredzaamheid'.

Iedereen kan in een noodsituatie zijn steentje bijdragen. Vaak kunnen kleine acties al het verschil maken. Als omstaanders **vóór, tijdens of na een noodsituatie** een handje toesteken kunnen politie, ziekenwagen of brandweer voorrang geven aan de meest dringende slachtoffers. Uiteraard krijgt de eigen veiligheid (en die van familie) altijd prioriteit.

Voor deze campagne kreeg de pagina **Samen** op de website www.risico-info.be een update met nieuwe informatie. Daarnaast maakten we opnieuw een **animatievideo en een infographic** met verschillende tips om (kwetsbare) personen in je omgeving te helpen voor, tijdens en na een noodsituatie. Tenslotte zijn er ook drie **testimonialvideo's** (1x NL, 2x FR) met getuigenissen van personen die in nood hulp verleenden of hulp kregen.



Beschikbaar materiaal:

- Pagina Samen www.risico-info.be/samen.
- Animatievideo: <https://www.youtube.com/watch?v=Q6EgJN7krRY>
- Testimonialvideo over storm op Pukkelpop: <https://www.youtube.com/watch?v=eOe2-rD9Kvg>
- Infographic 'Ik help in nood': <https://www.risico-info.be/nl/downloads>
- Banners 'Ik help in nood': <https://www.risico-info.be/nl/downloads>

8. Communicatiecampagnes en -acties 2019 - 2020

8.1. September 2019: educatief project voor lagere scholen

Als laatste luik van de campagne ontwikkelen we in 2019 een educatief project voor lagere scholen. Een verhoogde weerbaarheid begint bij **educatie**. Het onderwijs kan hier een belangrijke rol in spelen. In november 2016 gingen we met de Federal Truck voor een eerste keer op bezoek bij verschillende scholen in België. Uit deze actie bleek dat er een grote interesse was vanuit scholen om met onze materie aan de slag te gaan. Uiteraard bestaat er reeds lesmateriaal rond verschillende 'veiligheids'onderwerpen zoals EHBO, cyberveiligheid, bosbranden, ... Toch kwamen we tot de conclusie dat een overkoepelend aanbod rond risico's en de juiste reflexen in noodsituaties ontbrak. Daar willen wij met deze campagne verandering in brengen.

8.1.1. Acties

De campagne voor scholen zal bestaan uit:

- **Lessenpakketten** voor graad 1 – 2 – 3
- Een online **game**

Op de **centrale website** www.risico-info.be/school komt een nieuwe pagina, speciaal voor scholen, waarop leerkrachten en leerlingen kant-en-klaar materiaal kunnen vinden. We streven ernaar om materiaal aan te bieden dat interessant (en niet te moeilijk), gebruiksvriendelijk, modern en op maat van de ontvanger is. We sluiten zoveel mogelijk aan bij de eindtermen om leerkrachten te stimuleren aan de slag te gaan met onze lessenpakketten.

8.1.2. Samenwerking

Voor de ontwikkeling van het materiaal werken we samen met **verschillende partners**:

- Algemene Directie Civiele Veiligheid
- Algemene Directie Veiligheid en Preventie
- Rode Kruis
- Centrum voor Cybersecurity België.

Zij zijn de experts in hun materie rond respectievelijk het noodnummer 112, brandveiligheid en diefstalpreventie, eerste hulp bij ongevallen en cyberveiligheid. Door hen te betrekken willen we ons bereik vergroten: enerzijds zullen lessenpakketten hierdoor een brede informatie bevatten, die beter aansluit bij de eindtermen. Anderzijds kunnen we het pakket ook via de partners verder verspreiden.

Uitgeverij Averbode zal ons bijstaan in de uitwerking van het lesmateriaal. Zij hebben de nodige pedagogische kennis in huis en een groot netwerk binnen het onderwijs.

8.1.3. Lessenpakketten per graad

Per graad voorzien wij **één pakket** dat bestaat uit **verschillende modules/delen**. Leerkrachten kunnen kiezen of zij alle materie behandelen, of één deel eruit pikken.

Een overzicht van thema's per graad:

1. Eerste graad (6 – 8 jaar)
 - a. Inleiding: wat is een noodsituatie?
 - b. Deel 1: risico's herkennen – welke risico's zijn er in mijn buurt / in België?
 - c. Deel 2: hulp vragen – wie kan me helpen in een noodsituatie? Hoe bel ik 112?
 - d. Deel 3: weet jij wat te doen bij ...? – koude, hitte, overstroming, storm, brand

2. Tweede graad (8 – 10 jaar)
 - a. Inleiding: herhaling van *key messages* graad 1
 - b. Deel 1: je voorbereiden – belangrijke spullen in nood, een eigen noodplan
 - c. Deel 2: handel efficiënt – hoe moet ik schuilen / evacueren?
 - d. Deel 3: weet jij wat te doen bij ...? – een chemisch ongeval (Seveso), bosbrand, griep epidemie, stroomonderbreking, diefstal
3. Derde graad (10 – 12 jaar)
 - a. Inleiding: herhaling van *key messages* graad 1 & 2
 - b. Deel 1: anderen helpen in een noodsituatie – solidariteit, EHBO
 - c. Deel 2: juiste informatie zoeken in een noodsituatie – mediawijsheid
 - d. Deel 3: weet jij wat te doen bij ...? – een nucleair ongeval, massa-evenement, cyberveiligheid, terrorisme

In augustus ontvangt iedere leerkracht reeds een landkaart, met een stickervel via een zending van Averbode. Deze kaart kunnen ze ophangen in de klas. Met de verschillende stickers kunnen ze de verschillende risico's in België aangeven op de kaart (bv. bosbrand, overstroming industrieel ongeval, nucleair ongeval, ...). Vervolgens nodigen we ze uit om ook te kijken naar de risico's in de eigen gemeente.

8.1.4. Een online game

We willen leerlingen de kans geven om ook thuis met de leerstof aan de slag te gaan, via een online game. De game is gericht op kinderen van 8 tot 12 jaar. Ze kunnen het spel online spelen via de website risico-info.be als downloaden als app. Het spel spelen kan een aanvulling zijn op wat ze in de klas geleerd hebben (aan de hand van de lespakketten), maar kan ook zonder achtergrondkennis.

Per level komt de speler in een ander type noodsituatie terecht. Hij/zij moet steeds de juiste reflexen kennen om goed te scoren en het volgende level te ontgrendelen. Op het einde van elk level krijg hij/zij drie belangrijke tips te zien om toe te passen in dat soort noodsituatie.

- Level 1: overstroming
- Level 2: brand
- Level 3: industrieel ongeval
- Level 4: stroomonderbreking
- Level 5: cyberveiligheid
- Level 5: EHBO

8.1.5. Timing

Voor de ontwikkeling van het educatief programma is volgende timing vooropgesteld.

April – mei	Ontwikkeling pakket
Juni	Testfase Eerste communicatie naar gemeenten en scholen
Juli - augustus	Aanpassingen op basis van testresultaten
Eind augustus	Uitgebreide communicatie naar scholen Zending Averbode met kaart & stickers
Eind september	Lancering lessenspakketten & online game Communicatie via Klasse, ministriële omzendbrief, partners Persmoment

November - december	Educ-beurs te Brussel Tweede communicatie via Averbode (onder voorbehoud)
---------------------	--

8.1. Augustus 2020: extra les coronavirus

In augustus 2020 voegden we een extra les rond het coronavirus toe aan het lessenpakket. Deze les kan je ook downloaden op www.risico-info.be/school