



Vlaanderen
verbeelding werkt



PERSBERICHT

25 november 2015

Lancering winter-BOB-campagne: een beetje BOB bestaat niet

De bekendste bestuurder van België viert zijn 20^{ste} verjaardag

De gewesten, de Belgische Brouwers en Assuralia lanceerden vandaag de nieuwe BOB-campagne. De wintercampagne wil de sociale norm, dat BOB voor het rijden enkele glazen alcohol mag drinken, veranderen. Na 20 jaar BOB wil de campagne deze misvatting uit de wereld helpen. Een echte BOB drinkt geen druppel alcohol, ongeacht de omstandigheden.

Drinken en rijden: omvang van het probleem

Uit de laatste gedragsmeting alcohol van het BIVV blijkt dat gemiddeld 2,9% van de automobilisten het stuur neemt met een alcoholgehalte van 0,5‰ of meer in het bloed. Ten opzichte van de vorige metingen is dit resultaat stabiel gebleven of zelfs een beetje gestegen als we vergelijken met nog oudere metingen. Er blijft dus een harde kern bestaan van bestuurders die geen oren hebben naar sensibiliserende boodschappen.

Ontwikkeling van de algemene prevalentie van rijden onder invloed van de automobilisten



Bron: BIVV

Helaas bewijzen de ongevallenstatistieken dat bepaalde bestuurders nog steeds te tolerant zijn ten opzichte van rijden en drinken. Ieder jaar zijn er meer dan 5.400 letselongevallen waarbij ten minste één weggebruiker onder invloed was van alcohol, ofwel 12% van het totale aantal ongevallen (10,0% in Brussel, 11,9% in Vlaanderen en 15,3% in Wallonië). Dat betekent dat in België één letselongeval op 8 te wijten is aan alcohol.

BOB viert zijn 20ste verjaardag

Sinds 1995, is BOB het absolute icoon geworden van de populaire Belgische cultuur. Geleidelijk aan is het duidelijk geworden dat rijden en drinken niet samengaan. BOB is ondertussen DE oplossing bij uitstek die we voorzien als we uitgaan. De resultaten van de vorige winter-BOB-campagne liegen er niet om: slechts 2,8% blies positief tijdens de alcoholcontroles. Dat is het beste resultaat ooit! Reden te meer om 20 jaar efficiëntie te vieren.

Omdat BOB zo'n instituut geworden is in België, hebben de drie gewesten beslist om de BOB-campagnes verder te zetten. Daarmee kiezen de gewesten voor continuïteit en herkenbaarheid. BOB heeft zijn nut op preventiegebied ruimschoots bewezen. De campagnes zijn een onmisbaar actiemiddel in de strijd tegen zware ongevallen.

De campagne van dit jaar zet de verjaardag van BOB uiteraard in de kijker. Dankzij de samenwerking met Assuralia zal een cake-truck de belangrijkste evenementen van België bezoeken en stukjes taart verdelen zodat de Belgen de verjaardag van BOB mee kunnen vieren.

Als kers op de taart zal er een groot BOB-weekend georganiseerd worden van 15 tot 18 januari 2016 waarbij er allerlei activiteiten zullen georganiseerd worden tijdens de politiecontroles. Bestuurders die geen druppel alcohol zullen gedronken hebben, zullen gefeliciteerd en beloond worden met een BOB-zakje met daarin allerlei geschenkjes en BOB-accessoires om zo de 20^{ste} verjaardag van BOB mee te vieren met de teams ter plaatse. Dit zal ook door een aantal nationale media live worden opgevolgd, alsook via de sociale media-kanalen.

Nieuwe campagne

De campagne wordt volledig opgebouwd rond deze boodschap: "Een beetje BOB bestaat niet".

Affiches langs de wegen

Op de affiche, die langs de (autosnel)wegen zal uithangen van 30 november 2015 tot en met 3 januari 2016, zal er een bierviltje te zien zijn dat op een tafel ligt. Een eenvoudig en duidelijk beeld geeft de boodschap, zonder de bestuurders af te leiden.



Hetzelfde beeld zal ook te zien zijn op kleinere affiches op openbare plaatsen, alsook in verschillende cafés en restaurants.

Openbaar vervoer

Veel vrienden maar geen enkele BOB? Reken dan op het openbaar vervoer en de taxichauffeurs om veilig thuis te geraken. Dankzij de steun van Brussel Mobiliteit en de MIVB, zullen de bussen de BOB-campagne uitdragen in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. De Lijn en TEC zullen ook de nodige middelen aanwenden om de campagne zichtbaar te maken in België.

De#nationale Groepering van Ondernemingen met Taxi- en Locatievoertuigen met chauffeur (GTL) zal de BOB-campagne ook ondersteunen door meer dan 4.000 stickers te verdelen onder de taxichauffeurs.

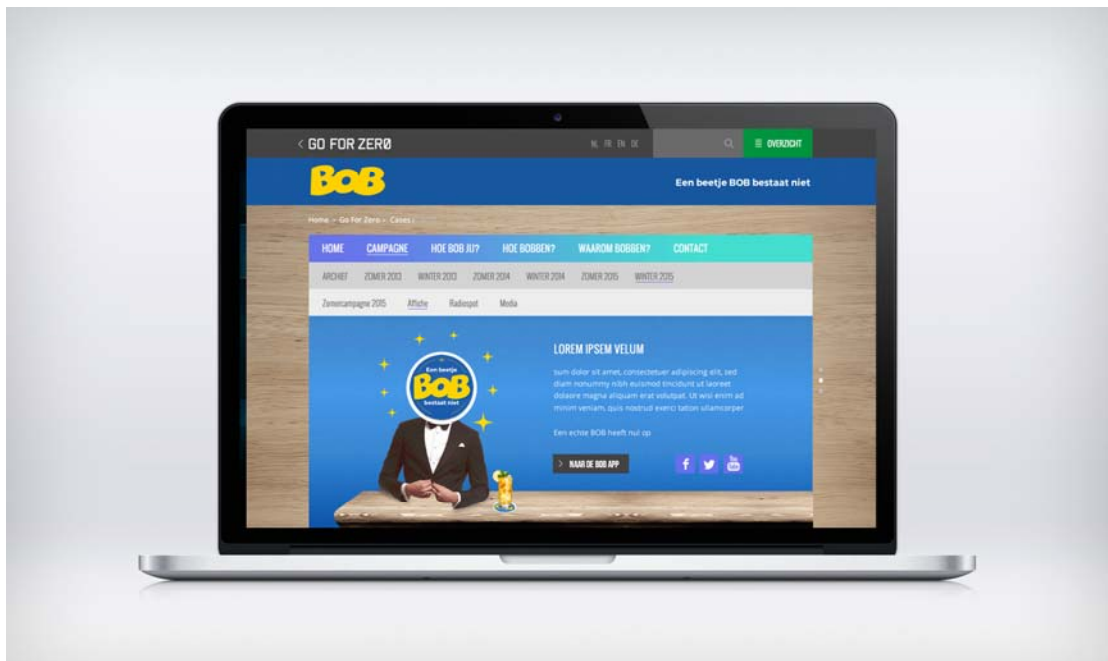
Radiospots

In december en in januari zal er een nationale radiocampagne te horen zijn om luisteraars te sensibiliseren rond de nieuwe BOB-boodschap. Radiospotjes van 15 seconden zullen met de nodige humor de campagne mee uitdragen.

Of het nu om een chirurg aan zijn operatietafel gaat of om iemand die de was sorteert alvorens de wasmachine aan te zetten, de boodschap blijft hetzelfde: 'een beetje' volstaat niet, net zoals men ook niet 'een beetje BOB' is.

Website

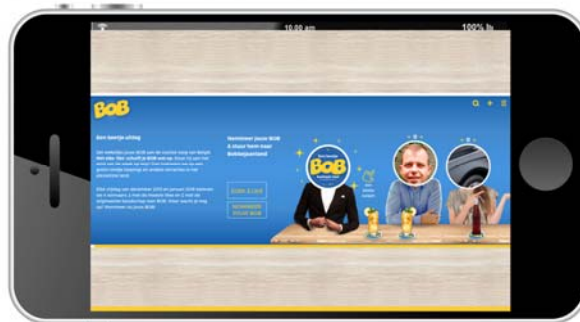
Alle informatie over de campagne en de beste manieren om te *bobben* zijn terug te vinden op de website www.bob.be.



Steden en gemeenten zullen er ook een personaliseerbare kleine affiche kunnen aanmaken; particulieren een badge met hun naam erop en restaurants/cafés een originele sticker... Mogelijkheden te over dus om de campagne te declineren!

Sociale media

Naast een goedgevulde website, staat er ook heel wat te gebeuren op de sociale media: via een Facebook-applicatie zal het mogelijk zijn om een favoriete BOB te nomineren om de vrienden te bedanken. Wie BOB van de week wordt, wint een BOB-box met daarin vier tickets voor *Bobbejaanland* en exclusieve goodies voor de 20^{ste} verjaardag van BOB. De verzekeraars zullen via hun kanalen de online promotie van de wedstrijd ondersteunen. #



Horeca

De Belgische Brouwers en Febed (Belgische federatie van drankenhandelaren) ondersteunen de BOB-campagne opnieuw deze winter door het verdelen van 2 miljoen bierviltjes, met het beeld van de campagne erop, bij restaurants en cafés. Want dit blijven nog steeds de risicoplatsen voor de bestuurders.



Op de achterkant van het bierviltje zal alle informatie staan rond de Facebookwedstrijd "Nomineer jouw favoriete BOB".

Terreinacties

Deze winter zullen BOB-teams de grootste Belgische events bezoeken met de BOB-Blaasmachine. De BOB die 0,00 blaast in het toestel kan hiermee een "limited edition 20 jaar BOB-sleutelhanger" winnen, alsook bijkomende geschenkjes. Deze actie kwam tot stand dankzij de steun van de Nationale Loterij.

Ook tijdens de alcoholcontroles in het BOB-weekend van 15 tot 18 januari zullen zij op zoek gaan naar de ECHTE BOB. Hij krijgt een geschenk, alsook een mini-feestje van 30 seconden ter plaatse. Reden te meer om geen druppel alcohol meer te drinken alvorens terug het stuur te nemen.

Controles

Ook dit jaar zal de politie gerichte alcoholcontroles houden om de BOB-campagneboodschap mee te ondersteunen en uit te dragen. De cijfers tonen ieder jaar aan dat een combinatie van sensibilisering en controles het beste resultaat oplevert. Dit is dan ook de reden van de doorgedreven controles tijdens het BOB-weekend van 15 januari 2016 om 18u tot 18 januari 2016 om 6u. Bij deze controles zal de een "limited edition 20 jaar BOB-sleutelhanger" verdeeld worden.

Perscontacten:

Jeroen Tiebout, woordvoerder minister Ben Weyts: 0477/99.80.88

Pierre Migisha, woordvoerder staatssecretaris Bianca Debaets: 0475/72.04.12

Audrey Jacquiez, woordvoerder minister Maxime Prévot: 0497/16.18.61

Belinda Demattia, woordvoester AWSR: 0498/04.83.61