

Zijn derhalve overeengekomen:

Artikel 1. Definities en toelichting

De in deze Overeenkomst gebruikte termen (geschreven met een hoofdletter), zullen de volgende betekenis en omschrijving hebben:

1. **Begroting:** de begroting van La Vuelta Holanda, welke in het Projectplan is weergegeven.
2. **Directeurenoverleg:** ambtelijk directeurenoverleg, gevormd door de directies van de Publieke Partners aangevuld met een controller.
3. **Gemeente:** de Gemeente Utrecht.
4. **La Vuelta Holanda:** het gedeelte van de Vuelta a España dat in 2020 wordt georganiseerd in Nederland en waarbij de start van dit evenement in Utrecht en Noord-Brabant zal plaatsvinden.
5. **Opdracht:** de door de Publieke Partners als gezamenlijk opdrachtgever verstrekte opdracht aan de Stichting zoals nader omschreven in Artikel 3.
6. **Overeenkomst:** deze overeenkomst van opdracht.
7. **Partij / Partijen:** de Stichting en de Gemeente, alsmede iedere overige Publieke Partner die tot deze Overeenkomst is toetreden overeenkomstig Artikel 2, individueel als Partij en gezamenlijk als Partijen aangeduid.
8. **Private Partners:** ondernemingen die via sponsoring een bijdrage (diensten, kapitaal, goederen en/of personen) leveren aan de Stichting in het kader van de organisatie van La Vuelta Holanda, waarbij de Stichting een partnerovereenkomst zal sluiten met de betreffende Private Partner.
9. **Projectplan:** plan (welke als bijlage 1 aan deze Overeenkomst is aangehecht) waarin de organisatie van La Vuelta Holanda nader wordt uitgewerkt. Naast het Projectplan worden diverse deelplannen uitgewerkt.
10. **Projectorganisatie:** de organisatie welke onder de Stichting hangt en welke is ingericht met personen die de daadwerkelijke organisatorische activiteiten van La Vuelta Holanda verrichten.
11. **Publieke Partners:** betekent de Gemeente Breda, de Gemeente 's-Hertogenbosch, de Gemeente Utrecht, de Provincie Utrecht en de Provincie Noord-Brabant en indien in deze Overeenkomst over de Publieke Partners wordt gesproken, wordt daarmee bedoeld de Publieke Partners die tot dan toe daadwerkelijk tot deze Overeenkomst zijn toetreden overeenkomstig Artikel 2.
12. **Samenwerkingsovereenkomst:** de overeenkomst tussen de Publieke Partners waarin zij de afspraken van hun samenwerking vastleggen voor wat betreft het gezamenlijk optrekken in de organisatie van La Vuelta Holanda.
13. **Stuurgroep:** bestaat uit personen die worden afgevaardigd door de Publieke Partners. De Publieke Partners sturen de Stichting en de daarbinnen opgetuigde Projectorganisatie aan via de Stuurgroep, zoals nader uitgewerkt in de statuten van de Stichting.
14. **Stichting:** de Stichting La Vuelta Holanda, de opdrachtnemer onder deze Overeenkomst.
15. **Unipublic:** het Spaanse bedrijf dat de Vuelta a España organiseert, zijnde: de rechtspersoon naar Spaans recht: Unipublic SAU, een besloten vennootschap naar Spaans recht, met als hoofdkantoor aan het adres Calle Isla del Hierro, 7, 28703 San Sebastián de los Reyes, Madrid,

Spanje, ingeschreven in het handelsregister van Madrid onder nummer Book 4038, Book 3604, Page 0, Page 115, Section 8a, Sheet M-60.738, Inscription 12, CIF A-28406775.

16. **Unipublic Overeenkomst:** de overeenkomst gesloten tussen de Gemeente Utrecht en Unipublic waarin de Gemeente Utrecht wordt aangewezen als gastheer van de start van de Vuelta a España in Nederland;
17. **Vuelta a España:** ook wel genoemd De Ronde van Spanje, een jaarlijkse wielervedstrijd die wordt georganiseerd in (onder meer) in Spanje.
18. **Voorhangprocedure:** procedure die in de artikelen 160, tweede lid, van de Gemeentewet en artikel 158, tweede lid, van de Provinciewet is voorgeschreven voor gemeentelijke respectievelijk provinciale ontwerp-besluiten inzake de oprichting van en deelneming in privaatrechtelijke rechtspersonen.

Artikel 2. Toetreding Publieke Partners

1. Na het succesvol doorlopen van de Voorhangprocedure en nadat de betreffende Publieke Partner in de statuten van de Stichting is toegevoegd conform het daarin opgenomen toetredingsbeding, zal de betreffende Publieke Partner tevens toetreden tot deze Overeenkomst.
2. De betreffende Publieke Partner zal daartoe deze Overeenkomst ondertekenen en bevestigt daarmee:
 - a. kennis te hebben genomen van de inhoud van deze Overeenkomst en daarmee in te stemmen; en
 - b. zich te zullen verbinden jegens de overige Partijen bij de Overeenkomst en de in Overeenkomst opgenomen relevante bepalingen en verplichtingen.
3. De bestaande Partijen bij de Overeenkomst geven bij voorbaat hun akkoord met betrekking tot het toetreden van de betreffende Publieke Partner.
4. In het kader van dit Artikel 2 zal aan deze Overeenkomst reeds werking toekomen na ondertekening daarvan door de Gemeente Utrecht en de Stichting. Na ondertekening van een Publieke Partner van de Overeenkomst zal de meest recente versie als origineel gelden.

Artikel 3. Opdracht

1. De Publieke Partners verstrekken aan de Stichting de Opdracht, welke Opdracht de Stichting aanvaardt, om voor de Publieke Partners de organisatie van La Vuelta Holanda op zich te nemen.
2. De organisatie van La Vuelta Holanda berust volledig bij de Stichting. Een en ander is nader uitgewerkt in het aan deze Overeenkomst gehechte Projectplan (**Bijlage 1**).
3. De Stichting is gerechtigd ter uitvoering van de Opdracht voor eigen rekening en risico hulppersonen waaronder ondergeschikten in te schakelen.
4. In het kader van de uitvoering van de Opdracht richt de Stichting de Projectorganisatie op, waarin personen werkzaam zullen zijn ten behoeve van de Stichting en belast zijn met organisatorische werkzaamheden. Martijn van Hulsteijn is verantwoordelijk voor de dagelijkse projectleiding.
5. Toke Tom fungeert als eerste contactpersoon voor alle aangelegenheden die deze Opdracht en/of deze Overeenkomst en/of La Vuelta Holanda aangaan. Zij is voorzitter van de Stuurgroep en voorzitter van het Directeurenoverleg.

Artikel 4. Stuurgroep en Directeurenoverleg

1. De Publieke Partners hebben de Stuurgroep ingericht. De Publieke Partners sturen de Stichting en de daarbinnen opgetuigde Projectorganisatie aan via de Stuurgroep, zoals tevens neergelegd in de statuten van de Stichting.
2. De Stuurgroep voert periodiek overleg met het bestuur van de Stichting.

3. De Stuurgroep bestaat uit de volgende vertegenwoordigers van de Publieke Partners:
 - a. Portefuillehouder La Vuelta Holanda, Marianne van der Sloot, gedeputeerde, College van GS, provincie Noord-Brabant;
 - b. Portefuillehouder La Vuelta Holanda, Hanke Bruins Slot, gedeputeerde, College van GS, provincie Utrecht;
 - c. Klaas Verschuure, wethouder, College van B&W, gemeente Utrecht;
 - d. Daan Quaars, wethouder, College van B&W, gemeente Breda;
 - e. Huib van Olden, wethouder, College van B&W, gemeente 's-Hertogenbosch; en
 - f. Toke Tom, directeur Sociaal, directieraad, gemeente Utrecht.

Vanaf 1 september 2019 wordt de Stuurgroep (met het oog op de verbinding naar openbare orde en veiligheid) uitgebreid met de volgende vertegenwoordigers van de Publieke Partners:

 - g. Jan van Zanen, burgemeester, College van B&W, gemeente Utrecht;
 - h. Paul Depla, burgemeester, College van B&W, gemeente Breda; en
 - i. Jack Mikkers, burgemeester, College van B&W, gemeente 's-Hertogenbosch.
4. Het Directeurenoverleg bereidt vergaderingen van de Stuurgroep voor. Het Directeurenoverleg adviseert de Stuurgroep en maakt verbinding tussen aspecten en onderdelen van La Vuelta Holanda in relatie tot de beleidsdoelstellingen van de Publieke Partners.

Artikel 5. Verantwoordelijkheid Stichting

1. De Publieke Partners behouden volledig hun publiekrechtelijke taken als het zorgdragen voor veiligheid en het verlenen van vergunningen, zoals nader in deze Overeenkomst is bepaald. De Stichting is daarvoor niet verantwoordelijk.
2. De Stichting verplicht zich om de Opdracht uit te voeren met inachtneming van de Unipublic Overeenkomst. Voorts respecteert zij de rechten en verplichtingen die voor de Gemeente Utrecht uit de Unipublic Overeenkomst voortvloeien en zal zij zich inspannen om te waarborgen dat de Gemeente haar verplichtingen jegens Unipublic kan nakomen.

Artikel 6. Duur van de overeenkomst

1. De Overeenkomst wordt aangegaan voor de duur van de organisatie van La Vuelta Holanda alsmede de (financiële) afwikkeling daarvan. Deze Overeenkomst gaat aldus in op de datum dat deze Overeenkomst door de Gemeente Utrecht en de Stichting is ondertekend en eindigt van rechtswege, zonder dat opzegging is vereist, uiterlijk op 1 juli 2021 of zoveel eerder als Partijen overeenkomen dat deze Overeenkomst als beëindigd kan worden beschouwd.
2. Het van rechtswege eindigen van deze Overeenkomst als in het vorige lid bedoeld zal niet geschieden als de afwikkeling van alle rechten en verplichtingen voortvloeiende uit deze Overeenkomst nog niet (volledig) is afgerond, in welk geval deze Overeenkomst zal worden verlengd totdat volledige afronding van alle rechten en verplichtingen voortvloeiende uit deze Overeenkomst heeft plaatsgevonden.
3. De Stichting streeft ernaar om zichzelf op te heffen nadat afwikkeling van alle rechten en verplichtingen voortvloeiende uit de organisatie van La Vuelta Holanda heeft plaatsgevonden. Het bestuur van de Stichting zal daartoe alsdan een besluit tot ontbinding nemen.

Artikel 7. Tussentijdse beëindiging

1. Tenzij in deze Overeenkomst anders is bepaald, is tussentijdse beëindiging - gezien de aard van de Overeenkomst - door middel van opzegging van deze Overeenkomst door een van de Partijen - niet mogelijk.
2. Aan de Gemeente Utrecht komt in ieder geval de bevoegdheid toe deze Overeenkomst tussentijds te beëindigen indien de Stichting naar het oordeel van de Gemeente Utrecht de Unipublic Overeenkomst niet nakomt, dan wel indien de Gemeente Utrecht redelijkerwijs aan mag nemen dat de Stichting de Unipublic Overeenkomst niet (meer) zal nakomen. De Opdracht aan de Stichting komt dan te vervallen. De Gemeente Utrecht is gerechtigd reeds aangegane

overeenkomsten respectievelijk verplichtingen van de Stichting over te nemen, zodat de doorgang van La Vuelta Holanda geen gevaar loopt.

3. In het geval de Stichting faillieert, surseance van betaling aanvraagt, dan wel ontbonden casu quo geliquideerd wordt, hebben de Publieke Partners het recht om deze Overeenkomst te ontbinden, onverminderd het recht van de Publieke Partners om schadevergoeding en/of boeten te vorderen en onverminderd de verplichtingen van de andere Partij(en) uit hoofde van de Overeenkomst.

Artikel 8. Financiën

1. In verband met de uitvoering van de Opdracht hebben de Publieke Partners de Begroting opgesteld die is toegevoegd in het Projectplan.
2. De inkomsten die de Stichting kan aanwenden ter uitvoering van de in Artikel 3 genoemde Opdracht en ter voldoening van de op de Begroting genoemde kostenposten bestaan uit de volgende componenten:
 - a. bijdragen van de Publieke Partners op basis van deze Overeenkomst;
 - b. sponsorbijdragen;
 - c. fondsen;
 - d. subsidies; en
 - e. andere inkomsten.
3. De Stichting verplicht zich om de in lid 2 genoemde inkomsten op verantwoorde wijze aan te wenden ten behoeve van de Opdracht. Bij het doen van uitgaven streeft zij er te allen tijde naar om binnen de Begroting te blijven, c.q. de Opdracht af te ronden met een positief of neutraal financieel resultaat.
4. De in Artikel 8 lid 2 onder a genoemde bijdragen van de Publieke Partners in verband met de uitvoering van de onderhavige Opdracht wordt nog nader door de Publieke Partners vastgesteld, inclusief een liquiditeitsprognose. Op basis van deze liquiditeitsprognose kunnen de Publieke Partners de Stichting een voorschot geven, waarna definitieve afrekening volgt. De Stichting stuurt de Publieke Partners een daarmee overeenstemmende factuur, binnen 60 dagen na ondertekening van deze Overeenkomst c.q. toetreden tot deze Overeenkomst (voor wat betreft het voorschot) en binnen 60 dagen na het einde van de Opdracht (voor wat betreft de definitieve afrekening).
5. De Gemeente Utrecht is gerechtigd om met haar bijdrage alle kosten te verrekenen die zij, voorafgaand aan het oprichten van de Stichting, in het kader van de organisatie van La Vuelta Holanda heeft moeten maken en als gevolg van de onderhavige Opdracht voor rekening en risico van de Stichting zouden moeten komen. Het resultaat van deze verrekening wordt uiterlijk medio oktober 2019 overgemaakt op de bankrekening van de Stichting. De Gemeente Utrecht reikt voor de te verrekenen kosten een gespecificeerde factuur uit aan de Stichting, binnen 60 dagen na ondertekening van deze overeenkomst. Indien en voor zover enige van de overige Publieke Partners overeenkomstig dit Artikel kosten zou hebben gemaakt, komt aan de betreffende Publieke Partner ook een mogelijkheid tot verrekening toe.
6. De Stuurgroep is te allen tijde bevoegd om aan de Stichting redelijke aanwijzingen te geven over (de wijze van verwerven van) de voor de Opdracht noodzakelijke inkomsten en de door de Stichting in het kader van de opdracht te maken kosten/uitgaven. De Stichting zal aan deze aanwijzingen naar redelijkheid gehoor geven.

Artikel 9. Eventueel negatief resultaat

1. De Stichting dient zich tot het uiterste in te spannen om in verband met de onderhavige Opdracht voldoende inkomsten te doen verwerven als bedoeld in Artikel 8 lid 2. De Stichting kan daartoe om niet gebruik maken van de Projectorganisatie. Indien en voor zover de Stichting - ondanks haar inspanningen in dezen - zich op enig moment niet in staat acht om voldoende van genoemde inkomsten te verwerven om daarvan, tezamen met de bijdragen, alle in verband met de Opdracht gemaakte en te maken kosten te kunnen voldoen, dan wel de te behalen baten te realiseren, informeert zij de Stuurgroep per ommegaande over het dreigende negatieve financieel resultaat. De

Stichting treedt alsdan met de Stuurgroep in nauw overleg teneinde de Stichting in staat te stellen om de Opdracht alsnog met een positief of neutraal financieel resultaat af te ronden.

2. Uitsluitend indien en voor zover het overleg tussen de Stichting en de Stuurgroep niet zal leiden tot een positief of neutraal financieel resultaat en er na afloop van La Vuelta Holanda daadwerkelijk een negatief financieel resultaat is ontstaan, kan de Stichting bij de Stuurgroep een verzoek indienen voor een extra bijdrage (aanvullende bijdrage) ter hoogte van maximaal het negatieve eindresultaat. Een extra bijdrage zal enkel door de Publieke Partners worden verstrekt in geval van onvoorziene, extreme omstandigheden die onverhoopt alsnog financiële risico's veroorzaken. De extra bijdrage wordt over de Publieke Partners naar rato verdeeld, gebaseerd op de bijdrage van iedere Publieke Partner als bedoeld in artikel 8 lid 2 onder a van deze Overeenkomst. De Stichting is niet betrokken bij het opstellen van de Begroting voor La Vuelta Holanda en kan daar geen verantwoordelijkheid voor nemen. De Stichting spant zich in om de kosten te bewaken die verband houden met de aan haar verstrekte Opdracht zoals weergegeven in Artikel 3. De Publieke Partners zullen hun goedkeuring - behoudens in geval de Stichting toerekenbaar tekort is geschoten bij de uitvoering van haar contractuele verplichtingen - niet kunnen weigeren.
3. Een eventueel batig liquidatiesaldo van de Stichting wordt in eerste instantie uitgekeerd aan het ministerie VWS en wel tot maximaal het bedrag van de door het ministerie van VWS ontvangen subsidie. Een daarna eventueel batig liquidatiesaldo van de Stichting wordt overgedragen aan de Publieke Partners naar rato van de door hen verstrekte publieke bijdragen als bedoeld in artikel 8 lid 2 onder a van deze Overeenkomst.

Artikel 10. Informatieverschaffing en overleg

1. Voortbordurend op de voorziening die daarvoor is opgenomen in de statuten van de Stichting, zal de Stichting de Stuurgroep in ieder geval de volgende financiële informatie verschaffen:
 - a. Maandelijks, te weten via een managementrapportage, op de 10e van iedere maand: een financiële rapportage van de Stichting, waaronder een cashflow overzicht, een balans en winst- en verliesrekening, welke de Publieke Partners in staat stelt een goed beeld te vormen van de (financiële) situatie waarin de Stichting zich bevindt in relatie tot de uitvoering van deze Opdracht en de Begroting;
 - b. op eerste verzoek van de Stuurgroep: andere financiële en/of managementinformatie die relevant is voor de uitvoering van deze Opdracht.
2. De Stichting treedt tot aan de datum dat La Vuelta Holanda plaatsvindt drie keer, of zoveel vaker als Partijen noodzakelijk achten, in overleg met de Stuurgroep over de voortgang van de Opdracht.
3. De Publieke Partners worden via de Stuurgroep (en eventueel het Directeurenoverleg) voorafgaand door de Stichting geïnformeerd over belangrijke beslissingen aangaande de Opdracht. Onder belangrijke beslissingen wordt verstaan beslissingen die van wezenlijke invloed (kunnen) zijn op de organisatie en/of het voortbestaan van het evenement respectievelijk beslissingen waarmee aanzienlijke (financiële) risico's voor de publieke partners gepaard gaan. De Publieke Partners kunnen van tijd tot tijd aanvullende onderwerpen aangeven bij de Stuurgroep waarover zij geïnformeerd wensen te worden.

Artikel 11. Verzekeringen en vergunningen

1. De Stichting zal in verband met de onderhavige Opdracht, de daarvoor noodzakelijke verzekeringen sluiten waaronder in ieder geval begrepen, doch niet beperkt tot een (bestuurders-) aansprakelijkheids- en evenementenverzekering. De kosten van deze verzekeringen worden gedragen door de Stichting.
2. De Publieke Partners zullen zich - met inachtneming van hun publiekrechtelijke taken en bevoegdheden - inspannen om zorg te dragen voor de voor de organisatie van de etappes (van La Vuelta Holanda) noodzakelijk vergunningen/vrijstellingen et cetera, waaronder begrepen, doch niet beperkt tot:

- evenementenvergunningen(en);
- parkeervergunningen voor officials;
- gebruik openbare weg;
- gebruik busbanen door voertuigen wielrenners en officials.

De leges verbandhoudende met de verkrijging van vergunningen en vrijstellingen en dergelijke, komen voor rekening van de Stichting.

Artikel 12. Aanbesteden

De Stichting is zich bewust van de gevolgen die voor haar voortvloeien uit wet- en regelgeving op het gebied van het aanbestedingsrecht, een en ander zoals beschreven in bijgevoegde notitie Inkoopbeleid La Vuelta Holanda 2020 (**Bijlage 2**). De Stichting verplicht zich als aanbestedende dienst om eventueel gewenste leveringen, diensten en werken die in verband met de uitvoering van de opdracht aan derden worden opgedragen, ingeval deze opdrachten vallen onder de reikwijdte van de toepasselijke nationale en Europese aanbestedingswet- en regelgeving, aan te besteden in overeenstemming met het in de Aw 2012 bepaalde, voor zover niet reeds voor de oprichting van de Stichting door de Gemeente verplichtingen ter zake hiervan zijn aangegaan. De Stichting zal daartoe om niet gebruik kunnen maken van de bij de Publieke Partners aanwezige expertise.

Artikel 13. Contractsovername

Partijen komen overeen dat de Stichting naar redelijkheid zal meewerken om alle overeenkomsten die de Gemeente reeds voor de oprichting van de Stichting heeft gesloten in het kader van deze Opdracht - mits de wederpartij van de Gemeente bij deze overeenkomsten hieraan haar toestemming verbindt of heeft verbonden - zal overnemen op basis van contractsoverneming in de zin van art. 6:159 Burgerlijk Wetboek. Alle rechten en verplichtingen die uit deze overeenkomsten voortvloeien zullen alsdan overgaan op de Stichting. De Gemeente en de Stichting zullen, indien noodzakelijk, de contractsoverneming bij separate akte(n) effectueren.

Artikel 14. Overdracht van rechten en verplichtingen

Het is Partijen niet toegestaan zonder voorafgaande toestemming van de andere Partij en Unipublic hun rechten en verplichtingen uit deze Overeenkomst en de bijlagen geheel of gedeeltelijk aan derden over te dragen, tenzij met schriftelijke toestemming van de andere Partijen en Unipublic. Een beperking van de overdraagbaarheid van vorderingsrechten zoals genoemd in dit Artikel 14 heeft naast verbintenisrechtelijke werking ook goederenrechtelijke werking zoals bedoeld in artikel 3:83 lid 2 Burgerlijk Wetboek.

Artikel 15. Slotbepalingen

1. Op deze Overeenkomst is uitsluitend Nederlands recht van toepassing.
2. Partijen verplichten zich zowel tijdens als na de onderhavige Overeenkomst, strikte en volstrekte geheimhouding te betrachten ter zake van alle gegevens, zulks in de ruimste zin des woords, die aan hun in het kader van hun werkzaamheden onder deze Overeenkomst bekend zullen worden, tenzij deze gegevens van algemene bekendheid zijn dan wel de openbaarmaking daarvan wettelijk vereist is. Partijen zullen deze geheimhoudingsverplichting ook opleggen aan hun werknemers alsmede aan de door hen voor de uitvoering van de werkzaamheden in het kader van de Overeenkomst ingeschakelde derden.
3. Indien een van de bepalingen uit deze Overeenkomst nietig of vernietigbaar blijkt te zijn, zal de Overeenkomst voor het overige onverkort blijven gelden. Partijen zullen dan in overleg treden om een nieuwe bepaling ter vervanging overeen te komen, welke bepaling zoveel als mogelijk in overeenstemming dient te zijn met het doel en de strekking van de nietige of de vernietigde bepaling.
4. Wijzigingen en/of aanvullingen van de bepalingen van deze Overeenkomst zijn slechts bindend, indien schriftelijk overeengekomen.

5. Indien zich bij de uitvoering van deze Overeenkomst of naar aanleiding daarvan tussen Partijen een geschil voordoet, is er sprake van een geschil, indien één van Partijen aan een ander Partij schriftelijk verklaart dat dit het geval is.
6. In geval van een geschil zullen de betrokken Partijen eerst trachten onder leiding van een door hen gezamenlijk aan te wijzen mediator zelf tot een oplossing van het geschil te komen en die oplossing in een vaststellingsovereenkomst vast te leggen. Indien Partijen geen overeenstemming bereiken over een door hen aan te wijzen mediator zullen zij het bestuur van de Stichting Nederlands Mediation Instituut te Rotterdam verzoeken een mediator aan te wijzen. De plaats waarin de mediation zal plaatsvinden zal de stad Utrecht zijn.
7. Indien een Partij of de mediator op enig moment tijdens de mediation de totstandkoming van een vaststellingsovereenkomst niet haalbaar of mogelijk acht, wordt het geschil voorgelegd aan de daartoe bevoegde rechter te Utrecht, die tevens bevoegd is in spoedeisende gevallen van het geschil kennis te nemen zonder dat lid 2 voordien toepassing vindt.
8. Bij deze Overeenkomst behoren de volgende twee bijlagen, welke onverbrekelijk deel uitmaken van deze Overeenkomst:
 - bijlage 1: Projectplan
 - bijlage 2: Memo Inkoopbeleid

Gemeente Utrecht

De heer K. Verschuure

Wethouder, gemeente Utrecht



27/9/2019

Conform het toetredingsartikel (Artikel 2):

Gemeente 's-Hertogenbosch

Door: H.C. van Olden

Functie: Wethouder

Datum toetreding: 5 - 11 - 2019

Gemeente Breda

Door: D.J. Quars

Functie: Wethouder

Datum toetreding: 5 - 12 - 2019

Provincie Utrecht

Door: H. Bruins Slot

Functie: Gedeputeerde

Datum toetreding: 5 - 11 - 2019

Provincie Noord-Brabant

Door: M.P.J.M. van Gruythuyzen

Functie: Gedeputeerde

Datum toetreding: 19 - 11 - 2019

Stichting

R. Kraan

Voorzitter

Stichting La Vuelta Holanda

Datum: 30-09-2019

Mevrouw J. de Vries

Secretaris

Stichting La Vuelta Holanda

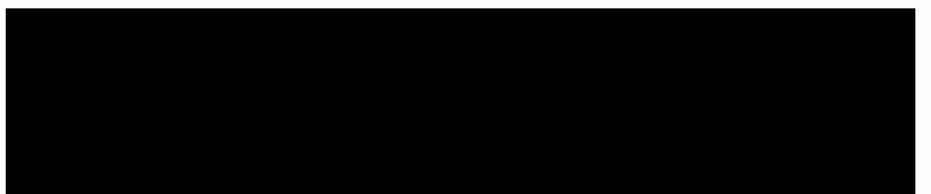
Datum: 30-09-2019

N. van Os

Penningsmeester

Stichting La Vuelta Holanda

Datum: 30/9/19



SAMENWERKINGSOVEREENKOMST La Vuelta Holanda 2019-2020

Ondergetekenden:

1. GEMEENTE BREDA,

rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer D.J. (Daan) Quaars, wethouder,
gemachtigd door de burgemeester d.d. 03-09-2019, handelende ter uitvoering van het
besluit van burgemeester en wethouders d.d. 03-09-2019,
hierna te noemen: Gemeente Breda

2. GEMEENTE 'S-HERTOGENBOSCH,

rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer mr. H.C. (Huib) van Olden, wethouder,
gemachtigd door de burgemeester d.d. 03-09-2019, handelende ter uitvoering van het
besluit van burgemeester en wethouders d.d. 03-09-2019,
hierna te noemen: Gemeente 's-Hertogenbosch

3. GEMEENTE UTRECHT,

rechtsgeldig vertegenwoordigd door de heer K. (Klaas) Verschuure, wethouder,
gemachtigd door de burgemeester d.d. 03-09-2019, handelende ter uitvoering van het
besluit van burgemeester en wethouders d.d. 03-09-2019,
hierna te noemen: Gemeente Utrecht

4. PROVINCIE NOORD-BRABANT,

rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw mr. M.A.B. (Marianne) van der Sloot,
gedeputeerde,
gemachtigd door de Commissaris van de Koning d.d. 03-09-2019, handelende ter
uitvoering van het besluit van gedeputeerde staten d.d. 03-09-2019,
hierna te noemen: Provincie Noord-Brabant

5. PROVINCIE UTRECHT,

rechtsgeldig vertegenwoordigd door mevrouw H. (Hanke) Bruins Slot, gedeputeerde,
gemachtigd door de Commissaris van de Koning d.d. 03-09-2019, handelende ter
uitvoering van het besluit van gedeputeerde Staten d.d. 03-09-2019,
hierna te noemen: Provincie Utrecht

Hierna tezamen te noemen 'Partijen', ook wel ieder afzonderlijk te noemen 'Partij',

In aanmerking nemende dat:

- A. in deze Overeenkomst de definities worden gebruikt zoals genoemd in Artikel 1;
- B. de Vuelta a España in 2020 voor de 75ste keer zal worden georganiseerd;
- C. de Publieke Partners (de gemeenten Utrecht, 's-Hertogenbosch, Breda en de provincies Utrecht en Noord-Brabant) vanaf medio 2017 gezamenlijk hebben

onderzocht of het haalbaar is om de Vuelta a España in Utrecht en Noord-Brabant te laten starten;

- D. de Publieke Partners tot een positieve eindconclusie zijn gekomen van dat haalbaarheidsonderzoek;
- E. de directie van de Vuelta a España heeft besloten om de Vuelta a España in Nederland te laten starten, meer specifiek in Utrecht en Noord-Brabant, onder de voorwaarde dat er namens de Publieke Partners één partij zal optreden als contactpersoon en contracterende partij;
- F. de Publieke Partners hebben besloten om de Gemeente Utrecht aan te stellen als contracterende partij van de Vuelta a España;
- G. de Gemeente Utrecht in dat kader een overeenkomst met als titel "Official Departure Contract La Vuelta 2020" heeft gesloten met Unipublic, het bedrijf dat de Vuelta a España organiseert (de Unipublic Overeenkomst);
- H. de Gemeente Utrecht op grond van de Unipublic Overeenkomst de rechten heeft verworven om als gastheer te fungeren van de start van de Vuelta a España;
- I. de 75ste editie van de Vuelta a España in 2020 in Nederland zal starten en dit evenement zal worden aangeduid als La Vuelta Holanda;
- J. de Publieke Partners tezamen zullen optrekken voor wat betreft de organisatie van La Vuelta Holanda en daartoe hun samenwerkingsafspraken in deze Samenwerkingsovereenkomst wensen vast te leggen;
- K. de Stichting is opgericht ten behoeve van de organisatie van La Vuelta Holanda en de Publieke Partners in dat kader aan de Stichting gezamenlijk de opdracht hebben verstrekt zoals neergelegd in de Overeenkomst van Opdracht;
- L. de Publieke Partners in het kader van het sluiten van deze Samenwerkingsovereenkomst, alsmede de Overeenkomst van Opdracht een Voorhangprocedure wensen te doorlopen c.q. dat reeds hebben gedaan; en
- M. iedere Publieke Partner deze Samenwerkingsovereenkomst zal aangaan onder de opschortende voorwaarde dat zij de Voorhangprocedure succesvol heeft doorlopen zoals nader gespecificeerd in Artikel 4.



VERKLAREN HET VOLGENDE TE ZIJN OVEREENGEKOMEN:

1. DEFINITIES

De in deze Overeenkomst gebruikte termen (geschreven met een hoofdletter), zullen de volgende betekenis hebben:

- a. Begroting: de begroting van La Vuelta Holanda, welke in het Projectplan wordt weergegeven.
- b. Directeurenoverleg: ambtelijk directeurenoverleg, gevormd door de directies van de Publieke Partners aangevuld met een controller.
- c. La Vuelta Holanda: het gedeelte van de Vuelta a España dat in 2020 wordt georganiseerd in Nederland en waarbij de start van dit evenement in Utrecht en Noord-Brabant zal plaatsvinden.
- d. Opdracht: de door de Publieke Partners als gezamenlijk opdrachtgever verstrekte opdracht aan de Stichting zoals nader omschreven in de Overeenkomst van Opdracht.
- e. Overeenkomst van Opdracht: de overeenkomst waarin de Publieke Partners als gezamenlijk opdrachtgever de opdracht aan de Stichting verstrekken voor wat betreft de organisatie van La Vuelta Holanda.
- f. Private Partners: ondernemingen die via sponsoring een bijdrage (diensten, kapitaal, goederen en/of personen) leveren aan de Stichting in het kader van de organisatie van La Vuelta Holanda, waarbij de Stichting een partnerovereenkomst zal sluiten met de betreffende Private Partner.
- g. Projectplan: plan waarin de organisatie van La Vuelta Holanda nader wordt uitgewerkt. Naast het Projectplan worden diverse deelplannen uitgewerkt.
- h. Projectorganisatie: de organisatie welke onder de Stichting hangt en welke is ingericht met personen die de daadwerkelijke organisatorische activiteiten van La Vuelta Holanda verrichten (zie tevens onder punt 2, de uitwerking van de samenwerking).
- i. Publieke Partners: betekent de Gemeente Breda, de Gemeente 's-Hertogenbosch, de Gemeente Utrecht, de Provincie Utrecht en de Provincie Noord-Brabant.
- j. Samenwerkingsovereenkomst: deze overeenkomst tussen de Publieke Partners waarin zij de afspraken van hun samenwerking vastleggen voor wat betreft het gezamenlijk optrekken in de organisatie van La Vuelta Holanda.
- k. Stuurgroep: bestaat uit personen die worden afgevaardigd door de Publieke Partners. De Publieke Partners sturen de Stichting en de daarbinnen opgetuigde Projectorganisatie aan via de Stuurgroep, zoals nader uitgewerkt in de statuten van de Stichting.



- l. Stichting: de Stichting La Vuelta Holanda, de opdrachtnemer onder deze Overeenkomst.
- m. Unipublic: het Spaanse bedrijf dat de Vuelta a España organiseert, zijnde: de rechtspersoon naar Spaans recht: Unipublic SAU, een besloten vennootschap naar Spaans recht, met als hoofdkantoor aan het adres Calle Isla del Hierro, 7, 28703 San Sebastián de los Reyes, Madrid, Spanje, ingeschreven in het handelsregister van Madrid onder nummer Book 4038, Book 3604, Page 0, Page 115, Section 8a, Sheet M-60.738, Inscription 12, CIF A-28406775.
- n. Unipublic Overeenkomst: de overeenkomst gesloten tussen de Gemeente Utrecht en Unipublic waarin de Gemeente Utrecht wordt aangewezen als gastheer van de start van de Vuelta a España in Nederland.
- o. Vuelta a España: ook wel genoemd De Ronde van Spanje, een jaarlijkse wielervedstrijd die wordt georganiseerd in (onder meer) in Spanje.
- p. Voorhangprocedure: procedure die in de artikelen 160, tweede lid, van de Gemeentewet en artikel 158, tweede lid, van de Provinciewet is voorgeschreven voor gemeentelijke respectievelijk provinciale ontwerp-besluiten inzake de oprichting van en deelneming in privaatrechtelijke rechtspersonen.

1. DOEL VAN HET SAMENWERKINGSVERBAND

De Partijen nemen de verantwoordelijkheid op zich om samen op te trekken in de organisatie van de start van Vuelta a España, La Vuelta Holanda. La Vuelta Holanda wordt geladen via de centrale thema's Gezond stedelijk leven en Duurzaamheid en innovatie, en is gericht op 'Feest in de stad' door het (laten) organiseren van allerlei activiteiten op het gebied van sport, cultuur, kennisprogramma's en scholenprogramma's.

2. UITWERKING VAN DE SAMENWERKING

a) Uitgangspunten

- Het uitgangspunt is dat La Vuelta Holanda een gezamenlijk evenement is van de Partijen. Zij vormen als de Publieke Partners 'het hart van La Vuelta Holanda'.
- De Partijen dragen financieel bij aan La Vuelta Holanda (zie Projectkosten, financiering en risico's in artikel 3).
- Partijen sturen erop aan dat La Vuelta Holanda niet op zichzelf staat, maar "van, voor en door de steden en regio's" wordt georganiseerd. Hiervoor is samenwerking met maatschappelijke organisaties nodig: stakeholders op het gebied van sport, cultuur, kennis en het bedrijfsleven in Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch en regionaal in de provincie Utrecht en de provincie Noord-Brabant. Dit geldt primair voor evenementen en activiteiten in het activatieprogramma.

- Nadere uitwerking van (de samenwerking in) La Vuelta Holanda vindt in Q2 van 2019 plaats via een overall Projectplan en deelplannen voor de onderdelen (1) Techniek Veiligheid en Mobiliteit, (2) Marketing en Communicatie, (3) Activatie, (4) Human Resources en (5) Overige staffuncties. De Projectorganisatie stelt deze plannen op; de Stuurgroep accordeert het Projectplan en de deelplannen.
- De exposure van La Vuelta Holanda en de verdeling van media-aandacht in de aanloop worden door de Projectorganisatie binnen het deelplan Marketing en Communicatie uitgewerkt. Daarbij zal een proactief mediabeleid gevoerd worden (voor La Vuelta Holanda, voor het toeristische profiel van steden en regio's, voor eventuele projecten en beleid).

b) Samenwerkingsvorm

- Voor La Vuelta Holanda is een (uitvoerende) Projectorganisatie ingericht welke deel uitmaakt van de Stichting. Alle betalingen in relatie tot La Vuelta Holanda lopen via de Stichting. De stichtingsvorm biedt mogelijkheden om de publieke en private bijdragen (van de Publieke Partners en de Private Partners) via één rechtsvorm te beheren en te organiseren.

c) De Projectorganisatie

In de Projectorganisatie zijn mensen actief vanuit de Partijen, vanuit een aantal externe organisaties (met een specifieke expertise) en eventueel vanuit Private Partners binnen La Vuelta Holanda. Martijn van Hulsteijn is verantwoordelijk voor de dagelijkse projectleiding. De Projectorganisatie is belast met de uitvoerende werkzaamheden voor wat betreft de organisatie van La Vuelta Holanda, binnen de verkregen kaders vanuit de Partijen. De Projectorganisatie werkt plannen en voorstellen uit, legt deze voor aan de Stuurgroepen voert deze na goedkeuring uit. Ook stelt zij volgens een vast format periodieke rapportages op voor de Stuurgroep en het Directeurenoverleg. De Projectorganisatie stelt kwartaalrapportages op over de resultaten, de planning en de eventuele afwijkingen van La Vuelta Holanda.

d) De Stuurgroep

- De Stuurgroep bestaat uit de portefeuillehouders van de Partijen:
 - o Marianne van der Sloot, gedeputeerde, College van GS, provincie Noord-Brabant;
 - o Hanke Bruins Slot, gedeputeerde, College van GS, provincie Utrecht;
 - o Klaas Verschuure, wethouder, College van B&W, gemeente Utrecht;
 - o Daan Quaars, wethouder, College van B&W, gemeente Breda;
 - o Huib van Olden, wethouder, College van B&W, gemeente 's-Hertogenbosch;
 - o Toke Tom, directeur Sociaal, directieraad, gemeente Utrecht.



Vanaf 1 september 2019 wordt de Stuurgroep (met het oog op de verbinding naar openbare orde en veiligheid) uitgebreid met de volgende vertegenwoordigers van de Partijen:

- o Jan van Zanen, burgemeester, College van B&W, gemeente Utrecht;
- o Paul Depla, burgemeester, College van B&W, gemeente Breda; en
- o Jack Mikkers, burgemeester, College van B&W, gemeente 's-Hertogenbosch.

- Partijen sturen middels de Stuurgroep op de beleidsdoelstellingen voor La Vuelta Holanda inclusief daarbij behorende inhoudelijke en financiële kaders. In dat kader voeren de Partijen middels de Stuurgroep onder meer periodiek overleg met het bestuur van de Stichting. De Stuurgroep wordt voorgezeten door de ambtelijk opdrachtgever en komt tot en met oktober 2019 eens per 6 tot 8 weken bij elkaar, daarna frequenter.

Namens de Stuurgroep fungeert mevrouw Toke Tom (directeur Sociaal, gemeente Utrecht) als contactpersoon voor alle aangelegenheden die La Vuelta Holanda aangaan.

- De door de Projectorganisatie opgestelde kwartaalrapportages worden door de Stuurgroep vastgesteld, waarna de Stuurgroep eens per drie maanden de Provinciale Staten en Gemeenteraden van de Publieke Partners over de kwartaalrapportages informeert.

e) Het Directeurenoverleg

- Het Directeurenoverleg bestaat uit directieleden van de Partijen, aangevuld met een controller, en bereidt de overleggen van de Stuurgroep voor. Zij adviseert de Stuurgroep, maakt verbinding tussen aspecten en onderdelen van La Vuelta Holanda in relatie tot de beleidsdoelstellingen van de publieke organisaties, en is ook het gremium voor zaken die urgente aandacht, actie en advisering vragen. In het Directeurenoverleg zijn de financiële verantwoording en het risicomanagement vaste onderdelen. Het overleg vindt tot november 2019 eens per 6 tot 8 weken plaats, daarna wordt de frequentie van de overleggen verhoogd.

f) Liaisons platform

- Tenslotte is er een 'liaisons platform' gevormd, met ambtelijk vertegenwoordigers vanuit de Partijen. Hun taak is om verbindingen te maken tussen de Projectorganisatie en hun eigen publieke organisaties, gericht op een goede uitvoering van La Vuelta Holanda én het realiseren van de beleidsdoelstellingen van de eigen organisatie. Ook zorgen zij voor de doorgeleiding van college- en raads/statenvoorstellen en van periodieke rapportages.



g) *Tussentijdse wijzigingen en aanvullingen*

- Indien de situatie daarom vraagt en al dan niet in het kader van een Voorhangprocedure, kunnen de Partijen de inhoud van deze Samenwerkingsovereenkomst wijzigen en/of aanvullen, op voorwaarde dat dit in overleg met alle Partijen zal worden gedaan en dat alle Partijen akkoord gaan met de betreffende wijziging en/of aanvulling.
- De Partijen zullen in alle redelijkheid hun medewerking verlenen aan een wijziging en/of aanvulling van de Samenwerkingsovereenkomst indien deze wijziging en/of aanvulling bijdraagt aan een voorspoedige organisatie van La Vuelta Holanda.
- Elke wijziging en/of aanvulling van de Samenwerkingsovereenkomst zal op schrift worden gesteld en worden ondertekend door de Partijen.

3. PROJECTKOSTEN, FINANCIERING EN RISICO'S

- De totale begroting van La Vuelta Holanda is vooralsnog € 14,3 mln. De dekking van de begroting wordt gevormd door publieke bijdragen van de Partijen (€ 6,4 mln.), private bijdragen (vooralsnog € 5,4 mln.) van de Private Partners en een subsidie van het ministerie van VWS (€ 2,5 mln.). De ambitie is om bij de start van La Vuelta Holanda in ieder geval € 6,0 mln. private middelen, afkomstig van de Private Partners te hebben. Daarmee zou de totale begroting naar € 14,9 mln. Kunnen stijgen.
- De Partijen dragen € 6,4 mln. Bij, volgens onderstaande verdeling:

Gemeente Utrecht	€ 2,1 mln.
Provincie Utrecht	€ 2,1 mln.
Gemeente Breda	€ 0,95 mln.
Provincie Noord-Brabant	€ 0,95 mln.
Gemeente 's-Hertogenbosch	€ 0,3 mln.
- De verhouding van de publieke bijdrage aan La Vuelta Holanda is 2/3 Utrechtse partners – 1/3 Brabantse partners.
- De totale projectbegroting van La Vuelta Holanda is op detailniveau inzichtelijk voor de 5 publieke partijen.
- Er wordt vanuit de Stuurgroep nadrukkelijk gestuurd op het financieel resultaat. De begroting wordt door de Projectorganisatie aangepast op het moment dat er in de aanloop naar La Vuelta Holanda extra kosten zijn of worden voorzien; oplossingen worden binnen de begroting gevonden en een aangepaste begroting wordt voorgelegd aan de Stuurgroep, conform de statuten van de Stichting.



Mochten door onvoorziene, extreme omstandigheden kort voor of tijdens La Vuelta Holanda onverhoopt alsnog financiële risico's ontstaan, dan wordt voor de aangepaste begroting akkoord gevraagd aan de Stuurgroep. Na akkoord van de Stuurgroep wordt het eventuele risico op het resultaat verdeeld naar rato van de financiering van de Publieke Partners. Het Directeurenoverleg heeft in deze een adviserende rol.

4. OPSCHORTENDE VOORWAARDE

- a. Deze Samenwerkingsovereenkomst wordt door de Publieke Partners aangegaan onder de opschortende voorwaarde van het succesvol doorlopen van de Voorhangprocedure:
 - i. deze Samenwerkingsovereenkomst zal voor de betreffende Publieke Partner pas werking sorteren zodra deze Publieke Partner de Voorhangprocedure succesvol heeft doorlopen; en
 - ii. indien en voor zover door een Publieke Partner de Voorhangprocedure niet succesvol wordt doorlopen, zal de Samenwerkingsovereenkomst richting deze Publieke Partner geen werking sorteren.
- b. Vanaf de datum van ondertekening van deze Samenwerkingsovereenkomst zullen de Partijen zich naar beste vermogen inspannen om te bewerkstellingen dat de voorwaarde zoals opgenomen in dit artikel zo spoedig mogelijk zal worden vervuld.
- c. De Gemeente Utrecht heeft de Voorhangprocedure reeds succesvol doorlopen en is reeds Partij bij deze Overeenkomst. De leden a en b van dit artikel zijn derhalve niet op de Gemeente Utrecht van toepassing.

5. SLOTBEPALINGEN

- a. Het samenwerkingsverband en de Samenwerkingsovereenkomst houdt op te bestaan na afronding en (financiële) eindverantwoording van het project La Vuelta Holanda, naar verwachting in de loop van 2021. Tussentijdse beëindiging van de Samenwerkingsovereenkomst door de Partijen is gezien haar aard niet mogelijk.
- b. De Samenwerkingsovereenkomst bevat alle afspraken tussen de Partijen met betrekking tot hun samenwerkingsverband en treedt in de plaats van alle eerdere schriftelijke en mondelinge afspraken welke de Partijen in dat kader hebben gemaakt.
- c. De overwegingen maken integraal deel uit van de Samenwerkingsovereenkomst.




- d. Wijzigingen en/of aanvullingen van de bepalingen van deze Overeenkomst zijn slechts bindend, indien schriftelijk overeengekomen.
- e. Op de Samenwerkingsovereenkomst is Nederlands recht van toepassing.
- f. Ingeval van geschillen in verband met de Samenwerkingsovereenkomst, zullen de Partijen trachten deze in eerste instantie op te lossen met behulp van mediation, conform het Reglement van de Mediatorsfederatie Nederland (MfN) zoals dat luidt op de aanvangsdatum van de mediation. Zolang de mediation niet is beëindigd, zal geen van de Partijen het geschil aan de rechter voorleggen, tenzij uitsluitend ter bewaring van rechten. De Partijen verplichten zich de eerste mediationbijeenkomst gezamenlijk bij te wonen. Indien het onmogelijk is gebleken een geschil als hiervoor bedoeld op te lossen met behulp van mediation, zal dat geschil worden voorgelegd aan de bevoegde rechter van de rechtbank Midden-Nederland, locatie Utrecht.

ONDERTEKENING

Aldus overeengekomen en in vijfvoud ondertekend d.d. 05-11-2019

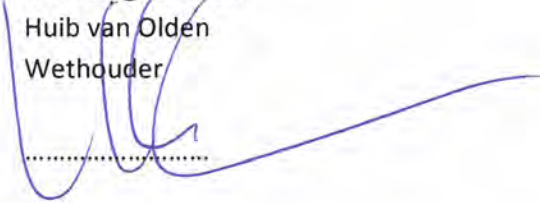
Breda

Daan Quaars
Wethouder



's-Hertogenbosch

Huib van Olden
Wethouder




Utrecht

Klaas Verschuure
Wethouder



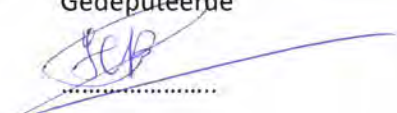
Provincie Noord-Brabant

Marianne van der Sloot
Gedeputeerde

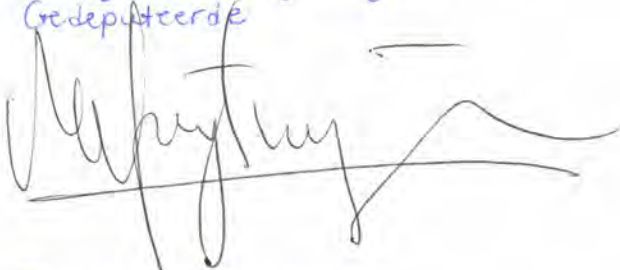


Provincie Utrecht

Hanke Bruins Slot
Gedeputeerde



Provincie Noord-Brabant
Martijn van Gruijthuisen
Gedeputeerde



Datum: 18-11-2019

LA VUELTA 20 **HOLANDA**

Augustus 2020

MARKETING EN COMMUNICATIE





INHOUD

Inleiding	4
1. Strategisch kader	5
2. Marcom. strategie	10
3. Merk en Branding	13
4. Strategie online	16
5. Mediastrategie	21
6. Communicatie activatieprogramma	24
7. Partnerhuis	25
8. Bereikbaarheidscommunicatie	25
9. Interne communicatie	27
10. Begroting en organisatie	29

Bijlagen: Facts en Figures La Vuelta

INLEIDING

In augustus 2020 start de 75ste editie van de Spaanse wielerronde in Nederland. Een zeldzame gebeurtenis; La Vuelta España startte slechts 3 keer eerder in het buitenland. In de zomer van 2020 trekt het wielerpeloton door het Utrechtse en Brabantse landschap. Met op donderdagavond een ploegenpresentatie in Utrecht, vrijdagavond een ploegentijdrit door de straten van de Domstad, op zaterdag de etappe 's-Hertogenbosch – Utrecht en de etappe Breda-Breda op zondag. Een weekend lang topsport waar de wereldwijde wielerslachten door het Nederlandse landschap koersen. Met in aanloop een 3 maanden lang activatieprogramma waar alle steden en regio's het beste van zichzelf kunnen laten zien in de meest brede zin van het woord. Samen met alle publieke en private partners willen we hier een onvergetelijke gebeurtenis van maken! Een fietsa roja!

In de maanden april en mei van 2019 worden de deelprojectplannen en het overall projectplan voor La Vuelta Holanda opgesteld. Het voorliggende plan heeft betrekking op de marketingcommunicatie van het evenement La Vuelta Holanda. In dit plan wordt beschreven wat de doelen zijn, hoe deze gerealiseerd gaan worden, welke middelen daarvoor ingezet worden en welke fasering we zien. Dit plan vormt een globale outline. Voor de meeste onderdelen worden nog aparte gedetailleerde subplannen geschreven. Het evenement La Vuelta Holanda leent zich uitstekend als platform om het beste van alle betrokken steden, regio's en partners te laten zien. Er wordt dan ook nauw opgetrokken met de verschillende marketingorganisaties (DMO's).

Dit projectplan is geschreven in opdracht van de projectorganisatie La Vuelta Holanda en heeft betrekking op de volledige start van La Vuelta in Brabant en Utrecht. Wanneer in het plan gesproken wordt over de publieke partners dan heeft dit betrekking op de betrokken vijf lokale overheden; gemeente Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht en de provincies Utrecht en Noord-Brabant.

1. STRATEGISCH KADER

La Vuelta Holanda 2020 is een evenement dat tot stand komt met veel partners en partijen. Het is daarom van essentieel belang een breed gedragen campagne te voeren die door de partijen ingezet kan worden op verschillende niveaus. Een campagne die eenheid en herkenbaarheid uitstraalt, maar waarbij er ook ruimte is om eigen verhalen en iconen te laden. Zodat het evenement optimaal kan worden ingezet door alle steden, regio's en partners passend binnen de overall boodschap. In dit hoofdstuk wordt het strategisch kader omschreven. In hoofdstuk 2 staat de concrete uitwerking doorvertaald in het concept dat we gaan gebruiken voor de La Vuelta Holanda campagne.

1.1 Uitgangspunten en randvoorwaarden

- Het concept/de campagne is door te vertalen voor gebruik (publieke) partners. Zowel in toepasbaarheid als de ruimte om de eigen identiteit en iconen te kunnen laden, zonder de overkoepelende boodschap uit het oog te verliezen
- Het concept biedt een logische verbinding naar het activatieprogramma. Het activatieprogramma vormt de bewijslast van het verhaal dat we willen vertellen
- Het marketingcommunicatieplan is erop gericht om het event La Vuelta Holanda te vermarkten. Het extra profileren van de regio's en steden kan aanvullend door de aangesloten marketingorganisaties. Uiteraard vormt die topsportevenement het platform in 2020 om de regio's en steden in de schijnwerpers te zetten.
- La Vuelta Holanda is onderscheidend ten opzichte van de Tourstart in 2015. Niet alleen door de spreiding over Utrecht en Brabant, ook door de aanpak en het verhaal dat we gaan vertellen
- Een aantal elementen wordt centraal vanuit de overkoepelende projectorganisatie opgepakt en gefaciliteerd, bij een aantal onderdelen zijn de (publieke) partners zelf belegd. Dit wordt per onderdeel benoemd.
- Waar mogelijk wordt in gezamenlijkheid opgetrokken richting partners zoals het NBTC en de NS

La Vuelta Holanda is vooral verantwoordelijk voor het vermarkten van het evenement. Met de city- en regiomarketing-organisaties is (juist ook op hun verzoek) afgesproken dat zij verantwoordelijk zijn voor het vermarkten van de steden en regio's. Coördinatie vindt plaats via de projectorganisatie (afstemming van boodschappen etc), maar de marketingorganisaties moeten en kunnen het evenement zelf aangrijpen om uit te dragen waar de steden en regio's voor staan. Dat is ook hun kernexpertise. Dat geldt voor organisaties als Utrecht Marketing en RBT Heuvelrug en ook voor Visit Brabant en Citymarketing Breda. La Vuelta Holanda denkt uiteraard mee en voert uit wat betreft boodschap, middelen (indien gerelateerd aan het evenement) etc. Het wordt daarmee een wisselwerking.

1.2 Positionering

La Vuelta Holanda biedt een podium om met elkaar van sport te genieten, elkaar te ontmoeten en een groot Spaans wielerveest te vieren waarin duurzaamheid, gezond stedelijk leven en innovatie samenkomen.

La Salida Oficial en het activatieprogramma in aanloop bieden volop mogelijkheden om de mooie en unieke aspecten van de provincies Noord-Brabant en Utrecht en de steden Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht te tonen aan de wereld. De bijzondere historische band tussen Nederland en Spanje te laden en nieuwe blijvende verbindingen te maken.

1.3 Doelstelling marketingcommunicatie

Op basis van de overall eventdoelstellingen die zijn vastgelegd in het projectplan, zijn de onderstaande doelstellingen voor de marketingcommunicatie afgeleid.

- (Inter)nationale awareness La Vuelta Holanda zowel het topsportevenement als het activatieprogramma
- (Inter)nationale awareness van de provincies Utrecht en Noord-Brabant en de steden Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht (via het vermarkten van het evenement)
- De thema's duurzaamheid (duurzame mobiliteit, fiets en fietsbeleid, gezond stedelijk leven), innovatie en feest met elkaar laden
- Promotie van het gezamenlijke feest La Vuelta Holanda (inclusief activiteiten)

1.4 Insights marketingpartners

Om de juiste strategie te bepalen, is het van belang de doelstellingen en boodschap van de vijf partners goed inzichtelijk te hebben. We hebben hiervoor, na een kick-off meeting, alle vijf partners een enquête gestuurd en hen gevraagd hun marketing en eventdoelstellingen en verwachtingen door te geven. Met deze informatie kunnen we zowel qua doelgroepaanpak als qua contentcreatie duidelijker keuzes maken. Het gaat met name om hetgeen overkoepelend gecommuniceerd wordt en wat elke partner zelf zou kunnen communiceren. Uit de informatie die wij kregen van Utrecht, Breda, 's-Hertogenbosch, provincie Utrecht (regio Heuvelrug en Amersfoort) en provincie Brabant blijkt dat er een aantal gelijkwaardige doelen en doelgroepen genoemd worden. Deze houden wij als leidraad bij het vormen van onze marketing/communicatie-activiteiten.

Common goals:

- Een geslaagd feest voor inwoners, bezoekers en partners
- Een Vuelta feest van, voor en door de stad en regio
- Profileren als fietsstad/regio
- Merkversterking op verschillende terreinen

Common targetgroups:

- Inwoners stad en regio
- Fiets- en wielerveders
- Bezoekers landelijk en internationaal (niet per definitie heel veel toeristen trekken)
- Bedrijfsleven
- Maatschappelijke-, culturele-, sport- en kennisinstellingen

1.4.1 Insights Stad Utrecht

Kernboodschap:

Utrecht inspireert. Utrecht is dé regio van Gezond Stedelijk Leven voor iedereen. De gezondste regio van Europa zijn, dat is onze missie. Utrecht is niet alleen het kloppend hart van Nederland. Het is de onderwijsstad van Nederland en in economisch bereikbaarheidsoptzicht, de draaischijf van Nederland. Utrecht is slim, hecht en creatief. Grootstedelijk en gezellig tegelijk. De stad die je verrast en omarmt. Dat is Utrecht.

Doelstellingen (los van de common goals die eerder genoemd zijn):

- Toename toeristisch vervolg bezoek
- Uitdragen en waarmaken van de positie van Utrecht stad van Gezond Stedelijk Leven en specifiek als wereldfietsstad: World Bike Capital

Belangrijke elementen:

- Karakteristieke Utrechtse cultureel erfgoed met grachten, oude binnenstad, Dom, Kastelen en forten in de regio
- Optimale fietsvoorzieningen: grootste fietsenstalling ter wereld ligt bij Utrecht Centraal Station, fietsen draagt bij aan duurzame mobiliteit in een groeiende stad als Utrecht, fietsroutenetwerk
- Utrecht inspireert: Utrecht Science Park met studentencampus, Prinses Maxima Centrum; muurschildering Jan Jansen en Joop Zoetemelk

1.4.2 Insights Stad Breda

Kernboodschap:

Breda is een internationale, gastvrije, royale (koninklijk/ Nassaustad) stad in het groen, met een rijke historie, waarin creativiteit en verbeeldingskracht excelleren, slim en smart worden toegepast en voortdurend innoveren. Breda is een aantrekkelijke stad met uitstekend ondernemersklimaat, goed opgeleide beroepsbevolking, sterk organiserend vermogen en prima woon- leefklimaat.

Doelstellingen (los van de common goals die eerder genoemd zijn):

- Qua culturele uitwisseling wil Breda La Vuelta benutten om meer samenwerking te bewerkstelligen tussen Bredase cultuuraanbieders en Spaanse, bijvoorbeeld op het gebied van graphic design, fotografie en dans
- La Vuelta kan op het gebied van fietsstimulering een belangrijke rol als aanjager vervullen. Zo laten we zien dat de fiets een serieus vervoersmiddel is voor nu en in de toekomst.
- Accelereren op de strategie van Breda Brengt het Samen, met name als het gaat om de propositie internationale, bereikbare stad; de stad in het park, met het vorstelijk verleden en creatief/innovatief potentieel voor sterk toekomstperspectief

Belangrijke elementen:

- Breda is de bakermat van het Nederlandse Koningshuis en is een van de 5 Nederlandse Oranje-Nassausteden (Breda, Den Haag, Delft, Apeldoorn en Leeuwarden)
- Feest in de stad / 100 dagen tevoren al Fiesta Vuelta / tonen van gastvrijheid en compleet evenementenpakket etc.
- De Grote Markt met Grote Kerk, Hier komt alles samen: het rijke Nassau-verleden en de bourgondische gezelligheid van de 'grootste huiskamer van Nederland'
- OV-terminal, Willemstraat en park Valkenberg; bij elkaar de plek en route waarmee Breda bezoekers een 'royaal onthaal' biedt. Symbool voor de bereikbaarheid en toegankelijkheid van Breda plus de 'groene loper' het natuurlijke, comfortabele gevoel van heerlijk door het park naar de binnenstad lopen
- Het prachtige buitengebied, met Mastbos, Markdal, Ulvenhoutse Bos, Liesbos etc. Het Landschap waarin Vincent van Gogh zoveel inspiratie vond
- De eigentijdse, creatieve stad; met Chassé Park (Campusmodel Rem Koolhaas), Blind Walls Gallery etc. Nieuwe creatieve/culturele hotspots zoals Pier 15 –Urban Sports- en specifieke locaties in Via Breda
- De stad van talent belichten, nieuwe BUAS, Avans, internationale school etc.

1.4.3 Insights stad 's Hertogenbosch

Kernboodschap:

Meest Gastvrije Stad en Toonaangevende Datastad. Doe de Ronde van 's-Hertogenbosch! Leer 's-Hertogenbosch en haar omliggende buitengebied op een verrassende manier kennen. Van samen wandelen tot Bossche Bollen maken én eten. Een rondje om de kerk om hemels te genieten bij de diverse cafés aan de voet van de kathedraal. Van Bossche Bol, worstenbroodje tot een smakelijk bourgondisch diner.

Doelstellingen (los van de common goals die eerder genoemd zijn):

- Meer mensen op de fiets
- Meer toeristen

Belangrijke elementen:

- Hosten in 2020 het congres Nederland Fietst. Dit wil de wethouder ook graag aan La Vuelta verbinden op de een of andere manier
- Cultuurstad van het Zuiden. Daar haken ze vooral op aan via de activatie. De activatie zal gericht zijn op sport en cultuurhistorie
- Cultuurhistorie: Spaans – Bossche relatie. We geven de stad een dagje terug aan Spanje, maar ook niet langer dan een dag. We kleuren de stad een dagje Spaans. Jeroen Bosch en Wonder van Empel belichten in de binnenstad. Stilleven, taferelen op de Parade, Sint Jan Jeroen Bosch, El Bosco, panelen Slag bij Engelen.

1.4.4 Insights Provincie Utrecht

Kernboodschap:

Onderscheidt zich van andere gebieden in Nederland vanwege haar centrale ligging, de hoge kwaliteit van de omgeving en haar relatie met de stad. Ook de cultuur van het goed en bewust wonen en leven en het genieten van kwaliteit en verdieping maken deze regio onderscheidend. Landelijk en stedelijk tegelijk door de nabijheid van Utrecht en Amersfoort. Het combineert 'the best of both worlds'.

Doelstellingen (los van de common goals die eerder genoemd zijn):

- Vergroten merkbekendheid van de Heuvelrug
- Verbinding stad en regio
- Bewonerstrots
- Toename toeristisch vervolg bezoek en betere spreiding regio

Belangrijke elementen:

- Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug (Utrecht National Park) – thema natuur & stilte Pyramide van Austerlitz – thema cultuur & erfgoed
- Slot Zeist – thema culinair & events
- Militair Ereveld Grebbelinie – thema cultuur & erfgoed (themajaar 75 jaar vrijheid)
- Amerongse Berg – thema fietsen en buitensport

1.4.5 Insights Provincie Brabant

Kernboodschap:

In Brabant zoeken we grensverleggende oplossingen, denken we buiten de lijntjes. We houden onze kaarten niet tegen de borst, maar leggen ze op tafel. We ondernemen samen en in openheid. Brabant dompelt je onder en neemt je mee in haar bourgondische, gastvrije en gezellige karakter. Slechts in weinig regio's ter wereld zijn plezier en succes zo onlosmakelijk met elkaar verbonden als in Brabant. Deze unieke combinatie vormt de basis van ons succes en geeft Brabanders hun kenmerkende, gastvrije karakter.

Doelstellingen (los van de common goals die eerder genoemd zijn):

- Het evenement is een goede katalysator om een extra impuls aan het fietsen in Brabant te geven
- Laten zien dat fietsen aantrekkelijk is en consumenten middels La Vuelta inspireren om meer en vaker te fietsen. Breedtesportstimulering met name fietspromotie
- Brabant profileren als bakermat van het wielrennen + Van Gogh + Zuiderwaterlinie

Belangrijke elementen:

- Lancering programma 'klaar voor de start' in samenwerking met Marianne Vos en Tom Dumoulin (medio 2019)
- 2020 75 jaar bevrijding (WOII)
- Nationaal fietscongres 2020 (september) in Brabant

1.5 Doelgroepen

1.5.1 (inter)nationale sportliefhebbers / wielersfans

Met La Vuelta Holanda komt er een internationaal topsportevenement naar Nederland. De afgelopen jaren heeft het wielrennen talloze nieuwe fans gemaakt. De Nederlandse renners doen het goed in de koers. Een unieke kans voor sport- en wielersfans om hun internationale helden van dichtbij te zien. De Ronde van Spanje is een meerdaagse wielervedstrijd die jaarlijks wordt gehouden in Spanje. Samen met de Tour de France en de Giro d'Italia is het een van de drie Grote Rondes. De Ronde van Spanje werd voor het eerst verreden in 1935 en is sinds 1955 ieder jaar georganiseerd. Het is bijzonder dat de start in het buitenland is; het aantal buitenlandse start tot nu toe is op één hand te tellen.

1.5.2 Bewoners en omwonenden

Het gevoel van trots! Trots op de eigen stad en regio. Het bruist van de initiatieven en het gevoel van een once in a lifetime fiesta! Hier wil ik onderdeel van uitmaken en ik snap dat hier enige overlast mee gepaard gaat. Inwoners willen zich onderdompelen in het La Vuelta Holanda gevoel door mee te doen aan het activatieprogramma, de straten te versieren, langs de route te staan of vrijwilligers te worden. Naast het feest is het onderdeel bereikbaarheidscommunicatie een belangrijk element. Hieraan is hoofdstuk 8 van die plan gewijd. Want met een dergelijk evenement in de openbare ruimte, die 34 parcoursgemeenten doorkruist, kan het niet anders dat er ook overlast mee gepaard gaat.

1.5.3 Potentiële bezoekers

De bezoekers die komen zullen divers zijn: van bezoekers uit de regio, het land, Europa tot internationaal. Er zullen mensen zijn die speciaal voor La Salida Oficial komen (zakelijk of privé), maar ook bezoekers voor onderdelen uit het activatieprogramma of de steden en regio's zelf. Uiteraard kan het één ook met het ander gecombineerd worden. Het is aan ons om deze bezoekers zoveel mogelijk te faciliteren en het optimale eruit te halen: denk aan een langer verblijf of een herhalingsbezoek aan de regio's en steden.

1.5.4 Bedrijfsleven

Ook deze doelgroep is divers: het zijn bedrijven en instellingen uit heel Nederland die meewerken aan en gaan netwerken tijdens La Vuelta Holanda. Er zijn meer 30 funders betrokken bij de start van de Spaanse wielerronde die hun handen ineenslaan en actief zullen participeren. Met elkaar hebben we een enorm netwerk en een gigantisch bereik.

1.5.5 Intern

Binnen beginnen is buiten winnen! Met alle partners en hun achterban zijn dit ontzettend veel mensen en dus potentiële ambassadeurs! In hoofdstuk 9 staat het onderdeel interne communicatie beschreven.

1.5.6 Media (intermediair)

De media vormen de intermediairs die het verhaal van La Vuelta Holanda aan een grote doelgroep kunnen vertellen. Er komt een mediaplan voor La Vuelta Holanda waar aandacht is voor verschillende soorten media: lokaal, regionaal, nationaal, internationaal, wielerspers en toeristische media. In hoofdstuk 5 van dit plan staat meer over de media-aanpak omschreven.

1.6 Duurzaamheid

Marketing

Het evenement La Vuelta Holanda gebruikt worden om het verhaal van de drie steden en twee provincies te vertellen. In dat verhaal wordt ook het belang dat deze regio's hechten aan slimme, duurzame oplossingen meegenomen (storytelling via de website, social media). Op deze manier draagt het evenement bij aan het delen van kennis en goede voorbeelden, bijvoorbeeld op het gebied van duurzame mobiliteit en natuurhistorie.

Concrete voorbeelden zijn:

- Zo duurzaam mogelijk ontwikkelen van middelen: merchandise, give-aways en citydressing; niet alleen de manier erop, maar ook de producten zelf
- Beperken van het aantal middelen: waar mogelijk proberen dingen online te doen (bv geen visitekaartjes) en inrichten van een leensysteem met promomateriaal bij iedere partner. Zodat promo-items hergebruikt kunnen worden
- Na afloop van het evenement materialen recyclen (van doeken duurzame tassen maken etc, met afval iets doen)
- Het aantal geprinte items beperken. Zo wordt er onderzocht of het haalbaar is om met een digitale kaart te werken met allerlei verschillende lagen in plaats van posters/programmakranten



2. HET CONCEPT

Met alle informatie die is opgehaald bij alle partners en de wetenschap dat er veel partijen op verschillende niveaus aan La Vuelta Holanda gekoppeld zijn, is er gewerkt aan een concept die toepasbaar is op verschillende niveaus en dragers. Waar Nederland, de regio's en steden, Spanje, de wielersport en het activatieprogramma samenkomen.

2.1 De rationale

Om tot een uitwerking van een passend concept te komen is onderstaande rationale opgesteld. Het vormt de onderlegger waardoor we tot het campagneconcept zijn gekomen. De rationale wordt niet letterlijk zo gecommuniceerd. Uiteraard halen we elementen hieruit die we in onze verhalen, beelden en content gaan uitdragen als:

- iconen steden/regio's
- unieke eigenschappen steden/regio's
- historische band: Nederland - Spanje
- innovatie bij voorkeur gekoppeld aan gezond stedelijk leven/de fiets
- gezond stedelijk leven/duurzaamheid
- topsport: geschiedenis Vuelta/helden
- breedteport: activatie en fietsbeleid

Welkom in Nederland

Het land van Van Gogh, nijntje en Tiësto

Het land van ondernemerschap, innovatie en structuur

Het land om goed te leven in de stad of natuur

Met zijn vele gezichten

En een goede organisator voor feesten en evenementen

Maar bovenal zijn we het land dat bekend staat vanwege onze roemrijke fietsgeschiedenis

En fietscultuur

Niet alleen op professioneel niveau

Maar ook ter ontspanning

Hier overstijgt de fiets de betekenis van een vervoersmiddel

We hebben meer fietsen dan inwoners

Meer dan een kwart van onze reizen leggen we af op de fiets

We hebben de grootste ondergrondse fietsenstalling ter wereld en bovendien slimme fietsparkeersystemen.

In Nederland leert ieder kind van kleins af aan te fietsen

Het zit in ons bloed

Als vertegenwoordigers van die cultuur hebben we nu ook een fantastische generatie Nederlandse wielrenners

Van Tom Dumoulin en Wout Poels tot Dylan Groenewegen en Steven Kruijswijk

Na de Vuelta-overwinning van Joop Zoetemelk in 1979, verlangt het land naar een opvolger

De tijd is rijp een nieuw en zinderend hoofdstuk toe te voegen aan de Nederlandse geschiedenis van La Vuelta

Een nieuwe start van een eeuwen oude Spaanse band

Met meer dan 400 kilometer parcours, verdeeld over drie etappes

Dwars door Brabant en Utrecht, ons uitgestrekte land

We zijn klaar voor 'La gran salida de la Vuelta' Klaar om 'onze' fiets en Nederland opnieuw in het middelpunt van de internationale aandacht te zetten

Niet alleen zal Nederland drie dagen draaien om topsport

Maandenlang kleuren de steden en regio's rood met een groot feest in aanloop

Wij zijn klaar voor een fiesta roja

Vamos Holanda! La Vuelta Holanda, #VamosUtrecht #VamosHertogenbosch #VamosBreda #VamosBrabant

2.2 #VAMOS

Het overkoepelende concept van La Vuelta Holanda is #Vamos

Het maakt de link naar Spanje, is internationaal te gebruiken, is actief en zet mensen in beweging. Het is toepasbaar op het overkoepelende verhaal als de boodschappen van de steden, regio's, parcoursgemeenten, het activatieprogramma en partners. Een doorvertaling zou er als volgt uit kunnen zien. Er volgt nog een aparte campagneuitwerking.

#VAMOSHOLANDA

Met meer dan 400 kilometer parcours, verdeeld over drie etappes, door het uitgestrekte landschap, zal Nederland drie dagen rood kleuren. We zijn klaar voor een fiesta roja in het land van Van Gogh, Nijntje en DJ Tiësto, windmolens en de Deltawerken. Bezoek het land dat meer fietsen dan inwoners heeft. Vamos Holanda!

#VAMOSUTRECHT

La Gran Salida Holanda start met een teampresentatie en 23.7 kilometer lange ploegentijdrit door het Middeleeuwse Utrecht, het kloppend hart van Nederland. Een snel groeiende stad met een grote, bekende universiteit. Dit zou weleens de grootste Gran Salida ooit kunnen worden. Vamos Utrecht!

#VAMOS'S-HERTOGENBOSCH

Het historische centrum van 's-Hertogenbosch vormt het decor voor de start van de tweede etappe. De etappe voert het peloton mee over de grote rivieren en de Utrechtse Heuvelrug. 's-Hertogenbosch zal deze dag veranderen in een groot fiesta roja. Vamos 's-Hertogenbosch!

#VAMOS BRED

De laatste etappe op Nederlands grondgebied wordt verreden in Breda, de koninklijke stad die is omgeven door een groen park. Vanuit Breda vervolgen de renners hun weg langs plaatsen als St. Willebrord en Hoogerheide, de bakermat van het fietsen. Laat het wielrennen zegeviereren in Breda. Vamos Breda!

#VAMOSNOORDBRABANT

Het grootste gedeelte van het parcours wordt verreden door het Brabantse land. De bakermat van het wielrennen. We zijn klaar voor een fiesta raja in deze bourgondische en gastvrije provincie waar gezelligheid en succes onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn. Brabant dompelt ons onder en neemt ons mee. Vamos Noord-Brabant!

2.3 De communicatie hiërarchie en aanpak

Op nationaal niveau wordt een campagne ontwikkeld met het concept 'Vamos Holanda'. Regionaal en lokaal kan deze doorvertaald worden naar bijvoorbeeld 'Vamos Utrecht' en/of 'Vamos Oosterhout'. Er zal ook verschil zijn in de overkoepelende/nationale campagne en de regionale en lokale campagnes die er gevoerd gaan worden.

1. De nationale campagne wordt uitgevoerd door de organisatie op landelijk niveau. De middelen die hiervoor kunnen worden ingezet zijn: TVC, abri's en online.
2. De regionale zichtbaarheid wordt onder andere gerealiseerd door het faciliteren van citydressing en activiteiten vanuit de organisatie. Hier worden banners, posters en online middelen onder verstaan.
3. De lokale relevantie wordt gerealiseerd doordat de organisatie onder andere kaders biedt voor parcoursgemeenten en activiteiten in de vorm van lokale initiatieven.





Fase 1 De start (dec 2018 - 20 feb)	Fase 2 Demarrage (van 20 feb t/m eind april)	Fase 3 De chasse patate (van mei t/m Vuelta 2019)	Fase 4 De tussensprint (periode rondom Vuelta 2019)	Fase 5 De afdaling (periode na Vuelta 2019 t/m start activatieprogramma)	Fase 6 De aanloop (start activatieprogramma tot laatste week voor de start)	Fase 7 De col van de buitencategorie – laatste week en LVH	Fase 8 De eindsprint (Na de drie etappes in Nederland tot aan finish)	Fase 9 Het nagenieten
Bekendmaking La Vuelta Holanda op 12-12-2019	Presentatie parcours op hoofdlijnen en huisstijl	Planvorming, expertise ophalen en benutten	Vuelta-koorts benutten: start activatie uitvraag/vrijwilligers	Verdieping Vuelta-koorts	Kick-off activatieprogramma, merchandise, citydressing	Intensivering activatieprogramma laatste sturing op bereikbaarheid	Nagenieten van La Vuelta en de after van LVH	Afronden en evaluatie. Legacy en verdere milestones
Informeren dat start Spaanse wielerronde naar NL komt in 2020	Eerste inhoudelijke kennismaking met La Vuelta Holanda	Informeren, betrekken en excelleren door cocreëren	Informeren, betrekken en excelleren door cocreëren	Informeren, betrekken en excelleren door cocreëren	Activeren en meedoen! Als bezoeker, fan, vrijwilliger of organisator	Informeren, activeren en meedoen	Betrekken	Evaluëren
Wielertiefhebbers, partners, funders, media	Wielertiefhebbers, partners, funders, media	Partners, marketing-organisaties	Organisaties, verenigingen, kennisinstellingen, liefhebbers events, inw.	Inwoners, Organisaties, verenigingen, kennisinst., liefhebbers events	Inwoners, vrijwilligers, organisatoren en bezoekers activatieprogramma	Inwoners, vrijwilligers, organisatoren en bezoekers activatieprogramma	Iedereen betrokken bij LVH van vrijwilliger tot renner, tot partner	Projectorganisatie, publieke partners en stakeholders bijv. activatieprogramma
Persoonlijk informeren door mail en perscon	Grote persconferentie, website	Meetings, brainstorm, oriënterende gesprekken	Moment einde Vuelta benutten, veel online	Start bereikbaarheid communicatie	Start campagne, merchandise, citydressing	Start campagne, merchandise, citydressing	Beeld: foto's en video online	Gesprekken, enquêtes, onderzoeken

2.4 De Fasering

De strategische fasering voor marketingcommunicatie voor La Vuelta Holanda is opgebouwd in vier fases see, think, do en care.

1. See: bekendmaking en eerste contact met La Vuelta Holanda, PR- en mediamomenten
2. Think: de uitvraag van het activatieprogramma
3. Do: start van het activatieprogramma en het evenement. Bijvoorbeeld de Laatste 75 dagen
4. Care: de legacy van het evenement

Er volgt een aparte roadmap (planning) waarin zichtbaar is dat de marketingcommunicatie in golfbewegingen zal lopen. Enerzijds meeliftend om de actualiteit en natuurlijke mijlpalen, anderzijds door het creëren van eigen piekmomenten zoals de start van het activatieprogramma. Maar La Vuelta Holanda is vanaf nu altijd aanwezig. Andere piekmomenten zijn:

- Routepresentatie (februari 2019)
- Bekendmaking goede doel (mei 2019)
- Bekendmaking data etappes (juli 2019)
- Start communicatie over activatieprogramma (september 2019)
- Bekendmaking volledige route La Vuelta 2020 (december 2019)
- Start campagne werving vrijwilligers
- Kick-off moment activatieprogramma (mei 2020)
- Start La Vuelta Holanda (augustus 2020)

LA VUELTA 20 HOLANDA

LA SALIDA OFICIAL

The 75th edition of La Vuelta will start in the Netherlands. In August 2020 we will welcome all the riders of the peloton. Only three times before this event started outside Spain.

To make sure the look & feel is consistent throughout the event, we've developed a brand identity and manual.

LOGO

The La Vuelta logo is a globally recognised icon. For the Gran Salida in Utrecht a 'Holanda' logoversion was created. This logo must be used as such for all communications related to this start event.

For founding- and official partners a composited logo is available

Official stage cities may use the official stage city vignet on communication regarding La Vuelta. Approved activations may use the licensed vignet.

COLOUR

The main colour palette is formed with the red from the La Vuelta brand, combined with dark blue. These form the basis. Orange is to be used as an accent colour. Completed with white, black, and grey scales.

Please do not use gradients of the main colour palette.

BRAND IDENTITY GUIDELINES SUMMARY

KEY ELEMENTS

These elements are used in designs and branding of the event.

Use the skylines instead of the fans to create extra dimension and exposure of the hosting cities highlights.

Make sure the direction is in line with the cyclists shades.

KEY VISUAL

3. MERK & BRANDING

Een internationaal topsportevenement met een schaalbaar concept vraagt om een krachtig en herkenbare look & feel. In dit hoofdstuk staat omschreven hoe deze stijl tot stand is gekomen en hoe de doorvertaling eruit kan komen te zien. Er worden aparte toolboxes gemaakt voor publieke partners, private partners, parcoursgemeenten en organisatoren vanuit het activatieprogramma.

3.1 Huisstijl

Om de start van La Vuelta Holanda extra kracht bij te zetten, is er een uniek logo en identiteit ontwikkeld. La Vuelta Holanda, is gebaseerd op het officiële La Vuelta logo en weerspiegelt de Spaans – Nederlandse connectie. Het rood uit beide vlaggen, gemengd met het Spaanse geel levert oranje op. Aangevuld met wit en blauw vormt dit het kleurpallet in de uitingen. Een bovenaanzicht van het parcours is de inspiratie voor de visuals. De steden en omgeving worden vertegenwoordigd door schaduwen van fans en skylines en vormen de setting voor de renners.

- Gebruik van sterk merk La Vuelta; voortborduren op de bestaande huisstijl van de Spaanse wielerronde met unieke/eigen elementen
- Onderscheid in logogebruik: type partners/activatieprogramma Altijd in combinatie met getal 20 en Holanda
- Kleurpalet is afgeleide van Vuelta rood in combinatie met Spaans/Nederlandse kleuren
- Fietser om de dynamiek en beweging te benadrukken en de link met de wielersport te maken
- Waar mogelijk ruimte om steden/provincies te laden in skyline of in beeldgebruik. Bij overkoepelende communicatie gebruiken we de juichende mensen
- Gebruik huisstijl/logo's alleen conform de manuals en na ondertekening contract
- Het is voor geen enkele partij niet toegestaan om op welke wijze dan ook (commercieel) gebruik te maken van het beeld- en/of woordmerk van La Vuelta Holanda indien daar geen contractuele afspraken over zijn gemaakt met de Stichting La Vuelta Holanda

3.2 Logogebruik

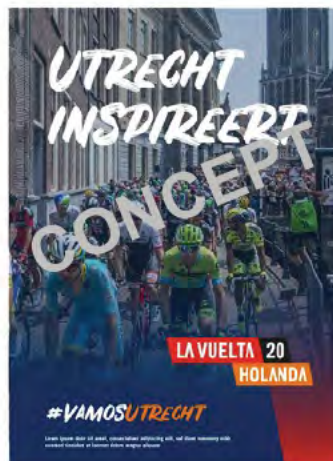
De founding partners en official partners mogen het La Vuelta Holanda logo gebruiken in combinatie met het eigen merklogo. Voor partners van het activatieprogramma en parcoursgemeenten komt er een apart beeldmerk beschikbaar. Deze kan gebruikt worden op communicatie gerelateerd aan het event. Dit zou er zo uit kunnen komen te zien.

3.3 Nationaal – regionaal – lokaal

De huisstijl leent zich uitstekend om op allerlei niveaus de campagne te voeren met ruimte voor de eigen identiteit middels beeld of de #VAMOS.... Door de mogelijkheid om 'eigen' beelden te kunnen combineren met La Vuelta Holanda kunnen relevante zaken geladen worden: van unieke iconen, tot belangrijke ambassadeurs tot zichtbare innovaties.



Nationaal



Regionaal



Lokaal

3.4 Online Toolbox



Om de eenheid in boodschap en visualiteit te bevorderen komen er online en offline toolboxes die kunnen worden gedeeld met officiële partners. De website lavueltaholanda.com vormt het centrale platform waar content kan worden gedeeld. Dit wordt ondersteund met de inzet van de social mediakanalen van @LaVueltaHolanda. Een mogelijke inhoud van de online toolbox zou kunnen zijn:

- Logosets en manuals (adhv soort partnership)
- Webbannerset (standaard formaten)
- Sjabloon PPT en Word voor presentaties en documenten
- Digitale handtekening voor onder mails
- Visuels bijvoorbeeld bij 100 dagen aftelmoment
- Standaard promoteksten
- Beeld: foto/video

3.5 Offline toolbox

Met het oog op duurzaamheid willen we alle publieke partners voorzien van een offline middelentoolkit. Hier kunnen zij evenementen, momenten mee aankleden. Door iedere partner een toolbox te leveren, kan er met een leensysteem veel duurzaam worden aangekleed. Dit zal ook in samenspraak zijn met het activatieprogramma. De mogelijke inhoud zou kunnen zijn:

- Banieren 1x3m
- Vlaggen
- Beachflags
- Roll-ups
- Posters (beperkt ivm duurzaamheid)
- Flyers (beperkt ivm duurzaamheid)
- Give-aways (beperkt ivm duurzaamheid)

3.6 Citydressing

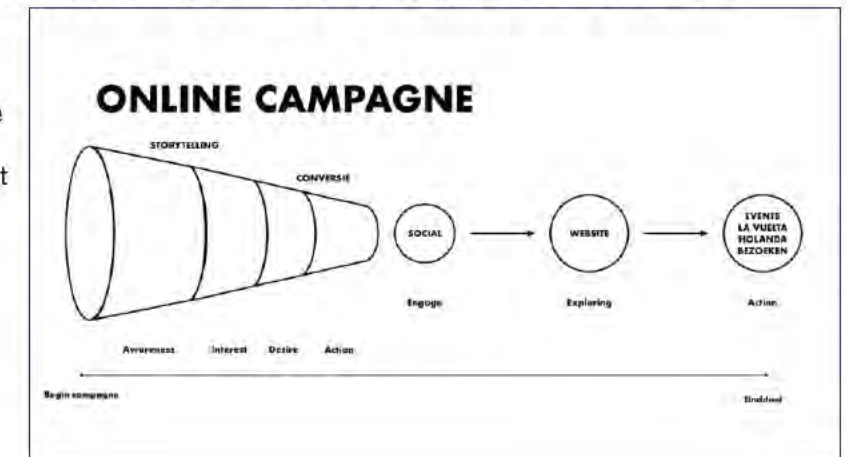
Vanaf 75 dagen (exakte aantal dagen afhankelijk van start activatieprogramma) voor de start van La Vuelta Holanda tot en met de finish in Madrid gaan de steden Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht en de directe omgeving La Vuelta Holanda kleuren. Met de regionale #VamosBreda, #VamosSHertogenbosch en #VamosUtrecht worden inwoners en bezoekers van de etappesteden warm gemaakt voor La Vuelta Holanda.

Samen met de gemeente en de city- en regiomarketeers selecteren we passende zichtlocaties in en rond de steden. Geveldoeken op gebouwen van partners en parkeergarages, megadoeken langs de rijkswegen (zoals bijvoorbeeld A2, A12, A16, A27, A58), de aankleding van belangrijke stations en pleinen met grondstickers, enzovoort.

- Coproductie is de uitgangspositie; waar mogelijk maken we gebruik van de middelen van onze partners en de branding van de steden. Zoals:
 - NS (aankleding stations, a la de Tour)
 - Conclusion (grote sticker of geveldoek op hun gebouw naast de Galgenwaard)
 - Pathe (geveldoeken / stickers bij bioscopen Pathe Leidsche Rijn en Pathe Breda)
 - JCDeceaux (gebruik mupi's en abri's in de aanloop naar de Vuelta)
- Er wordt gekeken naar iconische locaties en locaties die een link hebben met La Vuelta Holanda. Zoals:
 - Universiteit Utrecht (finish 2e etappe)
 - Breda University of Applied Science
 - Jaarbeurs (bij de start)
 - muurschilderingen (i.s.m. Nimeto en wellicht ook Bossche of Bredase opleidingen)
 - schildering Jaarbeursplein (finish)
 - wellicht WTC (mooi bij de finish)
 - Chasse Theater of stadskantoor Breda (finish derde etappe)
 - andere bestaande partners
- Net als rondom Le Grand Départ in Utrecht roepen we bewoners, bedrijven en winkels op om initiatieven te ontplooiën en deze te delen met de social kanalen van La Vuelta Holanda. Dit kan ook onderdeel zijn van het activatieprogramma
- Ook wordt er gekeken naar opties als: bouwhekken in de steden, het bestickeren van vuilniswagens met het campagnebeeld, citydressing in de parcousgemeenten (ondernemersverenigingen) etc.
- Vanzelfsprekend worden alle middelen zo duurzaam mogelijk geproduceerd en verwerkt

3.7 De Roadshow

- In de aanloop naar La Vuelta Holanda 2020 ontwikkelen we een roadshow. Deze kan aanwezig zijn bij verschillende bestaande (sport)evenementen en activiteiten
- De roadshow is een schaalbaar evenement/stand die makkelijk inzetbaar is op zowel een binnen- als buitenlocatie
- De voorkeur gaat uit naar landelijke evenementen hierbij kun je denken aan de Amstel Gold Race. Maar ook wordt gekeken naar interessante momenten in de provincies Utrecht en Noord-Brabant en steden Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht
- De roadshow zet aan tot actie om te participeren en brengt het thema #VamosHolanda tot leven
- De roadshow is een overkoepelend middel en deze kan indien beschikbaar gereserveerd worden. Indien er dubbele aanvragen zijn wordt gekeken naar het moment met de meeste meerwaarde/opbrengst. Door een overkoepelende roadshow te ontwikkelen die voor iedereen inzetbaar is, dragen we bij aan de duurzaamheid



3.8 Merchandising

- In samenwerking met een specialistische organisatie wordt een officiële La Vuelta Holanda merchandiselijn ontwikkeld
- Voorwaarden voor samenwerking is dat deze organisatie garanties af kan geven dat producten duurzaam ontwikkeld zijn
 - Lancering: 75 dagen voor de start (afhankelijk van start activatieprogramma)
 - De producten zijn in ieder geval verkrijgbaar via de website en bij lokale en regionale distributeurs die samen met de geselecteerde organisatie en de city- en regiomarketeers (bijvoorbeeld een VVV)
 - Waar mogelijk wordt de combinatie gezocht met sterke Nederlandse merken als nijntje
 - Er wordt onderzocht of er een of meerdere items kunnen worden ontwikkeld waarvan de opbrengst gaat naar het goede doel: Fonds GehandicaptenSport
 - Waar mogelijk wordt gekeken of en hoe in de merchandise de specifieke regio's/steden kunnen terugkomen
 - Het is voor geen enkele partij toegestaan om op welke wijze dan ook (commercieel) gebruik te maken van het beeld- en/of woordmerk van La Vuelta Holanda indien daar geen contractuele afspraken over zijn gemaakt met de Stichting La Vuelta Holanda

4. ONLINE

4.1 Online strategie

Alle content die we online plaatsen op de verschillende kanalen van la Vuelta Holanda moet de propositie uitstralen van la Vuelta Holanda. Daarbij is het van belang dat de thema's feest, duurzaamheid en gezond stedelijk leven en de vijf partners evenredig aandacht krijgen. Het activatieprogramma vormt een essentieel onderdeel in de contentcreatie. Het is immers onze gezamenlijke bewijstlast en laat zien wat we met elkaar willen uitdragen. We gebruiken advertentiebudget om fans te vinden en binden en de juiste doelgroepen te bereiken en benutten de kracht van alle doorkomstgemeenten en partners.

Natuurlijk gaan we ook specifiek wielkanalen, kanalen van ambassadeurs (earned and paid) benaderen om bereik te vergroten en kanalen te laten groeien. Als het evenement nadert worden bereikbaarheids/bewonerscommunicatie en internationale informatievoorziening belangrijker.

Fans:

- De aanloop naar La Vuelta 2020 gebruiken we om fans te binden (naar social en website trekken)
- Aanvullend gebruiken we advertentiebudget om fans te vinden en binden en de juiste doelgroepen te bereiken
- Met elkaar hebben we een groot bereik. We benutten dan ook de kracht van alle doorkomstgemeenten en partners waar mogelijk
- De kracht van wielkanalen en ambassadeurs (earned and paid) gebruiken om bereik te vergroten en kanalen te laten groeien
- Om met zoveel mogelijk fans te beginnen, zijn de online kanalen van Le Grand Départ omgebouwd naar La Vuelta Holanda kanalen

Content:

- We creëren een balans tussen de partners en de thema's. In de thema's komen o.a. de steden en regio's, het brede activatieprogramma als het topsportonderdeel ruimschoots aan bod
- We zetten in op variatie in content (zowel inhoud als vorm) en kanaal (contentstrategie per kanaal)
- Hierbij maken we ook actief eigen content zoals video's en interviews
- Werken met rubrieken zodat alle thema's aandacht krijgen en het herkenbare thema's zijn
- In de tool Asana wordt een contentkalender aangemaakt waardoor er goed zicht hebben op totale productie, deze kan ook worden gedeeld met de partners

4.2 Online advertising

- We zetten advertentiebudget in om zoveel mogelijk mensen van de vastgestelde doelgroep te bereiken met onze online campagne. Het is tegenwoordig moeilijk om als pagina/bedrijf organisch bereik te genereren via social media.
- In de campagne maken we onderscheid tussen 'hero' en reguliere posts. De hero posts boosten we met advertentiebudget en de reguliere posts plaatsen we alleen organisch.
- In de eerste maanden bouwen we de community verder uit met een page like campagne, zodat ook de reguliere posts steeds meer mensen bereiken.
- We adverteren op de drie grootste social media kanalen in Nederland: Facebook, Twitter en Instagram. Tijdens het evenement zetten we ook Snapchat in, om de betrokkenheid (voornamelijk onder jeugd en jong volwassenen) tijdens het evenement nog verder te verhogen.
- De eerste 12 maanden geven we relatief minder budget uit dan de laatste 5 maanden. Juist in de laatste maanden is het vanwege activatieprogramma en bereikbaarheidscommunicatie belangrijk de doelgroep te bereiken.

4.3 Planning

De online campagne wordt opgesplitst in 9 periodes waarin boodschappen en het belang van een bepaald kanaal kan variëren per periode. Hierbij wordt uiteraard aangesloten bij de roadmap en de natuurlijke momenten en mijlpalen die nog gaan komen.

- Periode 1: De start (dec 2018 - 20 feb)
- Periode 2: De demarrage (van 20 feb t/m eind april)
- Periode 3: De chasse patate (van mei t/m Vuelta 2019)
- Periode 4: De tussensprint (periode rondom Vuelta 2019)
- Periode 5: De afdaling (periode na Vuelta 2019 t/m start activatieprogramma)
- Periode 6: De aanloop (periode van de start van het activatieprogramma tot aan 10 dagen voorafgaand aan de Vuelta start)
- Periode 7: De col van de buitencategorie (10 dagen voorafgaand aan de Vuelta start en de drie etappes in Nederland)

Switch naar meer internationale doelgroep en de bezoeker!



- Periode 8: De eindsprint (Na de drie etappes in Nederland tot aan finish Vuelta2020)
- Periode 9: De finale (legacy en volgende milestones)

4.4 Organisatie

- Partners worden actief gevoed met content vanuit La Vuelta Holanda
- Partners 'mentionen' we zoveel mogelijk indien relevant zodat ze automatisch op de hoogte zijn van een post
- We maken via de tool Asana een contentkalender aan die voor projectgroep in te zien is.
- Website, nieuwsbrief en social mediakanalen zijn een logisch geheel - er moet hiervoor 1 projectleider zijn die het overzicht heeft

4.5 Social media → @LaVueltaHolanda

Facebook:

- Facebook wordt vooral ingezet op bereik en awareness. Content zal afwisselend informatief en engaging zijn
- De aandacht op Facebook is kort, dus we gebruiken triggerende content om door te verwijzen naar andere kanalen/platformen
- Advertentiebudget wordt gebruikt om juiste boodschap/content bij de juiste doelgroep onder de aandacht te krijgen

Twitter:

- Twitter is het nieuwskanaal van La Vuelta Holanda. Hier ontvang je de laatste nieuwsbericht, het programma van La Vuelta Holanda en exclusieve interviews als eerste
- Op Twitter is het belangrijk om in de campagne de hashtags goed te laden, zodat naarmate de Vuelta-start dichterbij komt het publiek de hashtag meer gaat gebruiken
- Kracht van delen van nieuws op Twitter gebruiken door wielernieuws te delen op ons eigen kanaal en om ons eigen nieuws via partners, ambassadeurs en wielermidia te verspreiden

Insta:

- Op Instagram zetten we actiever in op fotocontent (in plaats van videocontent) om de Nederlandse wielergeschiedenis, de actualiteit en La Vuelta Holanda te laten zien
- Instagram stories gebruiken om behind the scenes van La Vuelta Holanda te laten zien

Youtube:

- Het YouTube-kanaal van La Vuelta Holanda is de verzamelplek van alle andere videocontent rondom de Vuelstart
- Om abonnees te winnen op ons YouTube kanaal is het regelmatig uploaden van videocontent cruciaal. Daarom willen we

minimaal één video per maand maken

- Daarnaast willen we met een ambassadeur/influencer een vlogserie passend bij het kanaal opnemen

4.6 Website → lavueltaholanda.com

De website van La Vuelta Holanda heeft een faciliterende rol. Als de website zelf niet in deze informatie voorziet dan verwijst het door naar platformen van partners (steden/provincies, La Vuelta, etc.).

Alle eigen online communicatie kanalen (social media en nieuwsbrief) wijzen actief door naar de website voor meer informatie. De website maakt volledige activatieprogramma zichtbaar per regio in speciale agenda. De website wordt in twee fases opgeleverd:

Fase 1: online platform 1.0

Development website 1.0: Livegang platform richting persconferentie met daarbij de volgende functionaliteiten:

- Homepage met promovideo prominent in beeld
- Informatie over de drie etappes
- Publieke partnerpagina's
- Inschrijfmodule nieuwsbrief
- Hospitality, pers en vrijwilligers pagina

Fase 2: online platform 2.0

Development website 2.0: Toevoegen functionaliteiten die het activatieprogramma, de partners en sponsors een platform geven en ondersteunen. Voorbeelden hiervan zijn:

- Nieuws overzichtspagina + archief + filter
- Nieuwsbrief overzichtspagina + archief + filter
- Social feed (evt. livewall integratie?)
- Foto beeldbank
- Event kalender overzicht + detail + filter
- Aanmelden/aanmaken eigen event
- Partner overzichtspagina

Daarnaast wordt onderzocht hoe de informatie het beste tijdens het evenement kan worden ontsloten. Zoals bijvoorbeeld met een webbased app.

4.7 Nieuwsbrief

Na de perspresentatie in februari 2019 is de eerste La Vuelta Holanda nieuwsbrief gestuurd. De nieuwsbrief is een combinatie van nieuws/content van recent geleden, exclusieve aanbiedingen (merchandise, events, hospitality programma, etc.) en exclusieve nieuwsbrief content. De frequentie verhoogt naar mate de interesse in de Vuelta-start stijgt: in 2019 tweemaandelijks en in 2020 maandelijks. Nieuwsbriefdoelgroepen worden gesplitst per regio, zodat we content kunnen





4.8 Overzicht online middelen en inzet

KANAAL	DOEL(EN)	DOELGROEP(EN)	CONTENT	FREQUENTIE	ADSBUDGET
Facebook	<ul style="list-style-type: none"> - Traffic genereren naar de website - (inter)nationale sportliefhebbers / wielersfans engagen - Community opbouwen 	<ul style="list-style-type: none"> - Ouders - Alle doelgroepen (targeting doelgroepspecifiek afhankelijk van content) <i>Uitwerking volgt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Page posts - Video posts - Link posts - Livestreams <i>Uitwerking volgt</i>	Minimaal 2 posts per maand (frequentie omhoog naar mate het evenement dichterbij komt)	High
Twitter	<ul style="list-style-type: none"> - Traffic genereren naar de website - (inter)nationale sportliefhebbers / wielersfans engagen - Community opbouwen 	<ul style="list-style-type: none"> - Alle doelgroepen (targeting doelgroepspecifiek afhankelijk van content) <i>Uitwerking volgt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Page posts - Video posts - Link posts - Livestreams <i>Uitwerking volgt</i>	Minimaal 2 posts per maand (frequentie omhoog naar mate het evenement dichterbij komt)	Low
Instagram	<ul style="list-style-type: none"> - (inter)nationale sportliefhebbers / wielersfans engagen - Community opbouwen 	<ul style="list-style-type: none"> - Jongeren - (inter)nationale sportliefhebbers / wielersfans <i>Uitwerking volgt</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Visuals en foto's <i>Uitwerking volgt</i>	Minimaal 2 posts per maand (frequentie omhoog naar mate het evenement dichterbij komt)	Medium
Youtube	<ul style="list-style-type: none"> - Awareness voor propositie La Vuelta Holanda - Verhalen vertellen middels video 	Jongeren	<ul style="list-style-type: none"> - Social videocontent - Vlog ambassadeur 	Eén video per maand	Geen
Website	<ul style="list-style-type: none"> - Informeren geïnteresseerde La Vuelta Holanda (gidsrol) 	<ul style="list-style-type: none"> - Alle doelgroepen (jongeren meer via app) 	<ul style="list-style-type: none"> - Nieuws en artikelen - Agenda (events + activatieprogramma) - Evenementeninfo - Foto beeldbank - Livestreams 	Ongoing	Low
Nieuwsbrief	<ul style="list-style-type: none"> - Database opbouwen - Traffic naar de website - Gerichte communicatie per regio 	<ul style="list-style-type: none"> - (inter)nationale sportliefhebbers / wielersfans - Bewoners en omwonenden (per regio) - Potentiële bezoekers 	<ul style="list-style-type: none"> - Artikelen - Video's - Aanbiedingen 	2019: Tweemaandelijks 2020: Maandelijks	Geen

5. MEDIASTRATEGIE

La Vuelta Holanda heeft aan kwantitatieve aandacht geen gebrek. Zowel van sportjournalisten als van regionale en maatschappelijk georiënteerde media is veel aandacht te verwachten. De belangrijkste doelstelling voor de persstrategie is dan ook: kwaliteit. Ook bij partnerships met de media. Dat betekent dat we in ons contact met de media altijd sturen op de boodschap van de partners, het goede doel, de thema's zoals Gezond Stedelijk Leven, Innovatie en Duurzaamheid en het activatieprogramma. Wat draagt het bij aan feest van en door de stad/regio, etc. We benutten hier ook de (positieve) communicatiekracht van ambassadeurs en elkaars netwerk!

We zijn voorbereid op kritische vragen – lokaal en landelijk en stemmen de woordvoering goed op elkaar af. In de bijlage staan 2 infographics die de omvang en het internationale bereik van de Spaanse Wielerronde laten zien. Hiermee zijn we verzekerd van veel internationale media-aandacht tijdens het startweekend.

5.1 Woordvoering

Omdat we willen sturen op kwaliteit van de boodschap, is voor de partners de algemene, maatschappelijk georiënteerde media en de toeristische media van groter belang dan topsport/wielrenmedia. Hier houden we rekening mee in de woordvoering. Omdat er 5 publieke partners betrokken zijn bij het evenement is een goede lijn en afstemming van belang.

- Nationale media > Afhankelijk van de vraag. Primair: Burgemeester Jan van Zanen van Utrecht
Eventueel burgemeester Paul Depla van Breda
- Internationale media > Primair: Jan van Zanen, eventueel Paul Depla
- Regionale/lokale media > bestuurders betreffende gemeente/regio
- Wieler/topsportmedia > ambassadeurs en Martijn van Hulsteijn
- Activatieprogramma: Altijd lokaal, tenzij het een overkoepelende vraag is
- De koers en overall route: Martijn (eventueel met ambassadeur) en bij route lokaal een bestuurder.

Organisatie woordvoering: De vragen komen binnen bij de projectorganisatie La Vuelta Holanda. De betreffende woordvoerders worden persoonlijk geïnformeerd. Alle woordvoerders worden geïnformeerd via de app-groep of mail. Zodat iedereen weet wat er speelt en leeft. Diegene die het woord voert namens La Vuelta Holanda doet dat namens alle partners en neemt deze uiteraard ook mee in het verhaal. Indien relevant verwijzen wij zoveel mogelijk door naar de steden en regio's zodat ook die bestuurders hun eigen verhaal kunnen doen. De media-optredens, officiële momenten, etc. zullen we zo passend mogelijk verdelen; enerzijds bepaald door de locatie/anderzijds door het onderwerp.



5.2 Paid publicity

We verwachten met media partnerships, de free publicity strategie en onze owned channels voldoende kwalitatieve communicatiekracht te genereren rondom La Vuelta Holanda.

- Paid publicity zal mogelijk nodig zijn om zeker te zijn van de juiste bereikbaarheidscommunicatie, bewonerscommunicatie en het goed kunnen laden van de thema's en hoogtepunten via social media. Hiervoor maken we aparte plannen, waarin we dit budget opnemen. Zoveel mogelijk vanuit barters met media en vervoerpartners. Ook hierin trekken we waar mogelijk gezamenlijk op; een voorbeeld hiervan kan zijn een campagne met de NS.
- Voor spontane paid publicity acties, adviseren we een budget achter de hand te houden voor interessante kansen die zich voordoen. Het moeten echter altijd communicatiekansen zijn die de doelstellingen van de partners en de organisatie daadwerkelijk ondersteunen. Deze uitgangspunten zijn immers bekend vanuit het marcomplan en zullen we blijven hanteren als leidraad.

5.3 Mediapartnerships

Binnen het partnerhuis worden ook de meest passende mediapartners gezocht. Hierbij wordt gekeken naar onderstaande uitgangspunten:

- Focus op de boodschap en de belangen van de partners
- Media partnership moet meerwaarde bieden op kwaliteit
- Meepraten over de content – invulling rubrieken etc.
Idealiter combi van online, video, radio/tv, dagbladen
- Vertrouwen in samenwerken met redactie – ook als er negatieve kwesties spelen
- Ook denken aan mediapartner voor de bereikbaarheidscommunicatie

Media die voorrang hebben:

- Persgroep i.v.m. landelijk en regionaal
- RTV als Omroep Brabant en RTV Utrecht i.v.m. aandacht activatieprogramma en de regionale items
- Fiets/recreatiemediamedia: partners willen fietsersstad/regio zijn!

5.4 Ambassadeurs

Een boodschap is altijd sterker als deze vanuit verschillende influencers wordt verteld. We zullen dan ook op zoek gaan naar een aantal ambassadeurs/influencers die de boodschap van La Vuelta Holanda kunnen uitdragen. Het ligt voor de hand dat elke partner ook eigen ambassadeurs aantrekt en betreft.

Overkoepelend zoeken we een aantal aansprekende ambassadeurs in verschillende rollen:

- Presentatiewerkzaamheden / speaker
- Netwerker/verbinder stakeholders
- Influencers uit de wielwereld met een groot (social) media bereik
- Een ambassadeur van Fonds Gehandicapt Sport
- Een ambassadeur voor het activatieprogramma

5.5 Monitoring

De organisatie van La Vuelta Holanda zorgt dat het op de hoogte is van online en offline publiciteit rondom de Vuelta in 2020. Zodat we kunnen inspringen als er kansen liggen of reageren als er foutieve publiciteit is. Ook willen we online monitoren of er tijdens La Vuelta problemen zijn met de bereikbaarheid of veiligheid.



- In de periode tot het voorjaar 2020 gaat het vooral om het in de gaten houden van bepaalde sentimenten of issues. Een uitgebreide monitoring, zoals voor radio en televisie en alle printuitingen zetten we dan nog niet in
- Vanaf de kick off van het activatieprogramma zullen we een dagelijkse monitoring inzetten
- Er volgt vanaf dan ook een maandelijkse rapportage van de online en offline publiciteit - overall
- Partners zijn zelf verantwoordelijk voor het monitoren van heel lokale publiciteit en issues en eigen lokale rapportage

5.6 Next steps

- Q&A verder aanscherpen en blijven delen
- Free publicity plannen rondom de hoogtepunten (inclusief boodschap, woordvoering, aanpak media)
- Brainstorm bepalen ambassadeurs
- Na contracteren mediapartijen: plan uitwerking partnerships
- Plan rond uitzendrechten en uitzendschema in samenwerking met ASO
- Detail plan communicatie en mediacentrum in de weken van La Vuelta zelf

6. COMMUNICATIE ACTIVATIEPROGRAMMA

In aanloop richting het weekend in augustus 2020 waar de profrenners door Nederland koersen vinden er honderden activiteiten plaats. La Vuelta Holanda biedt een platform om deze te tonen en uit te lichten. Alle activiteiten die passen binnen de La Vuelta Holanda doelstellingen kunnen zichtbaar worden op de website: lavueltaholanda.com. Aangezien het veel activiteiten zijn, zullen we keuzes maken in welke activiteiten we specifiek uitlichten op bijvoorbeeld social media.

6.1 Uitgangspunten

- La Vuelta Holanda biedt een platform aan alle activiteiten die passen binnen het activatieprogramma van La Vuelta Holanda
- Naast de kanalen van La Vuelta Holanda en de organisaties zelf hebben de verschillende publieke partners ook kanalen waarop bepaalde activiteiten kunnen worden vertoond
- Organisaties communiceren daarnaast vanuit hun eigen kanalen, 1+1=3
- Goed gekeurde activiteiten ontvangen een stempel waarmee duidelijk wordt dat zij onder La Vuelta Holanda vallen (nog in ontwikkeling)
- La Vuelta Holanda faciliteert in on- en offline toolboxes (uitleensysteem; op basis van beschikbaarheid)
- La Vuelta Holanda kan activatie, naast een plek op de website die alle activiteiten krijgen, sommige activiteiten uitlichten online, via mediapartnerships, nieuwsbrieven etc

6.2 Activaties via LVH-kanalen

Uitgangspunt: de organisator van de activatie zal zelf de communicatie via eigen kanalen en mogelijkheden benutten, eventueel in samenwerking met de betreffende doorkomstgemeente of provincie. In deze paragraaf focussen we ons op hoe we communiceren op onze eigen La Vuelta Holanda kanalen:

Website:

- Elke goedgekeurde activatie komt op de website van La Vuelta Holanda (waar mogelijk kunnen zij zelf aanmelden en kan er op een eenvoudige manier export naar een kalender worden gemaakt)
- Deze zijn zichtbaar in een agendatool overall en idealiter ook agenda per stad en provincie (filters op locatie, datum en thema)
- Elke activatie komt op dezelfde manier op de site (de beheerder kan prioriteiten aangeven):
 - Circa 2 alinea's uitleg activatie
 - Foto
 - Wanneer, waar, door wie
 - Eventuele bijzonderheden zoals kosten

We kunnen een bijzondere activatie meer aandacht te geven in 'nieuws' of foto/video op de site. Een activatie is bijzonder als het voldoet aan de kaders om op social media te delen. Omdat de kanalen landelijk zijn is het niet mogelijk om iedere activiteit of evenement uit te leggen. Uiteraard zijn alle activiteiten zichtbaar op de website en via de kalender.

Wanneer wordt iets gedeeld op sociale media?

- Een activatie kan op de social mediakanalen gedeeld worden. Dit kan soms een ad hoc beslissing zijn van het social team (spontane acties moeten ook aandacht krijgen), anderen zijn duidelijker in een contentplanning ingepland.

Dit zal in afstemming gaan met het activatieteam

- De verschillende steden en provincies moeten evenredig aandacht krijgen
- Activaties die heel sterk een van de thema's (duurzaamheid, feest en gezond stedelijk leven) uitdragen hebben een voorkeur
- Activaties die zichtbaar helpen bij de doelstellingen en boodschap van de partners hebben voorkeur
- Activaties die helpen bij de doelstellingen en boodschap van La Vuelta Holanda hebben voorkeur

Nieuwsbrief:

Activaties kunnen een plek krijgen in de nieuwsbrief. Dit wordt bepaald tijdens het redactieproces. Hiervoor geldt ook een duidelijk evenwicht voor partners en thema's.

Pers:

De organisatoren van de activiteiten zijn zelf mede verantwoordelijk voor het benaderen van lokale media. Er wordt vanuit La Vuelta Holanda wel regelmatig een kalender gedeeld met activiteiten.

Overkoepelend zijn er 3 persmomenten:

1. Activatieprogramma wordt uitgeschreven → Finish Vuelta 2019, start #Vamos!
2. Bekendmaken ambassadeur(s) activatieprogramma
3. Kick-off moment: start van activatieprogramma

Daarnaast zullen we bijzondere, ludieke activiteiten passend binnen onze boodschap pluggen waar mogelijk.

7. PARTNERHUIS

Het partnerhuis bestaat uit de volgende categorieën partners. Zij krijgen een bijbehorend pakket hierbij kun je denken aan een logoset.

De founding partners van La Vuelta Holanda zijn gemeente Utrecht, gemeente 's-Hertogenbosch, gemeente Breda, de provincie Utrecht, de provincie Noord-Brabant en het ministerie van VWS.

De official partners zijn de private partners die middels een barterdeal of cash direct bijdragen aan de begroting van het evenement.

Dan zijn er nog de 34 parcousgemeente waar de Vuelta in 2020 doorheen koerst. En alle partners van het activatieprogramma.

Alle rechten en plichten van de verschillende partners worden opgenomen in de contracten.

8. BEREIKBAARHEIDSCOMMUNICATIE

Een evenement in de openbare ruimte heeft impact op de bereikbaarheid van de stad en regio's. Het is daarom van belang dat dit tijdig en volledig wordt gedeeld met iedereen die daarmee te maken krijgt: als inwoners en ondernemers. Hieronder staat een aantal uitgangspunten geformuleerd voor de bereikbaarheidscommunicatie:

- Tijdige en correcte informatievoorziening is cruciaal (rekening houdend met de zomervakantie) → voorjaar 2020
- Zoveel mogelijk informatie per wijk: inclusief maatregelen, ontsluitingen etc
- Projectorganisatie La Vuelta Holanda faciliteert met sjablonen, voor factsheets en overige informatievoorzieningen. Zodat alle informatie zo eenduidig mogelijk wordt gecommuniceerd

- De publieke partners zijn zelf verantwoordelijk voor hun bereikbaarheidscommunicatie; uiteraard faciliteert en denkt de projectorganisatie mee waar nodig
- Dat geldt ook voor de 34 parcoursgemeenten (prov. Gelderland heeft geen rol)
- Op de website La Vuelta Holanda komt plek voor bereikbaarheidsinfo 5 publieke partners

8.2 Doel

Inwoners en bezoeker van de stad, regio en of het evenement zijn tijdig op de hoogte over de verkeersmaatregelen die worden genomen om het topsportevenement La Vuelta Holanda mogelijk te maken. Zij weten wat er staat te gebeuren, hebben de informatie of weten deze te vinden op lavueltaholanda.com

Waar mogelijk nemen we belangrijke stakeholders mee in het voorbereidingstraject zodat er meer begrip ontstaat over de tijdelijke overlast en we met elkaar de beste oplossingen vinden.

8.3 Middelen

- Vanuit La Vuelta Holanda:
- Een overall plan bereikbaarheidscommunicatie met voorbeelden hoe partners de bereikbaarheidscommunicatie zouden kunnen inrichten
 - Key-elements als: brand manual huisstijl, logoset per partner, tone of voice document zodat we allemaal op eenzelfde manier over La Vuelta Holanda praten zowel in woord als beeld ook bij bereikbaarheidscommunicatie

BEGROTING	
300 K	Campagne met landelijke uitstraling (outdoor, inkoop uitingen etc)
50 K	Online campagne
50 K	Bereikbaarheidscommunicatie
50 K	Informatie tijdens event bijvoorbeeld digitale dagkrant/app
20 K	Interne communicatie
50 K	Prijsacties
50 K	Mediabewerking (inclusief monitoring)
75 K	Roadshow events (ontwikkeling en inzet)
75 K	Give Aways
200 K	Middelen (toolkit partners, aankleding perscentrum, flyers etc)
250 K	City Dressing en exposure (barter)
90 K	Foto/video (incl aftermovie)
25 K	Vertellingen
60 K	Ambassadeurs
250 K	Partnerships
Events:	
80 K	Bekendmaking
100K	Ploegenpresentatie
50K	Diner /voorontvangst
50 K	Overige kleinere events
	KICK-OFF activatie (100 K vanuit activatieprogramma)
TOTAAL: 1875 K OOP	
Dit is exclusief de uren van Triple Double/Sportvibes	

- De liaisons vormen een belangrijke schakel tussen de projectorganisatie en de publieke partners als het gaat om informatieoverdracht

De uitvoer van de bereikbaarheidscommunicatie is een verantwoordelijkheid van iedere publieke partner. Om een rode draad aan te brengen en te sturen op bepaalde standaard elementen, is er een post opgenomen in de begroting om dit te kunnen uitrollen. Dit gaat om de centrale zaken die gecoördineerd vanuit La Vuelta Holanda: bijvoorbeeld te ontwikkelen middelen. De middelen die de publieke partners hebben en zullen inzetten zijn niet in de begroting meegenomen.

8.5 Next steps

- Plan bereikbaarheidscommunicatie verder uitwerken in samenwerking met Techniek, Veiligheid en Mobiliteit en de publieke partners
- Bepalen welke middelen er ontwikkeld kunnen worden om partners te faciliteren en die ontwikkelen
- Plek bereikbaarheidscommunicatie prominent meenemen in door te ontwikkelen website

9. INTERNE COMMUNICATIE

- La Vuelta Holanda is een project van 5 publieke partners; een krachtig evenement dat verbindt
- Intern beginnen is buiten winnen! Duizenden potentiële ambassadeurs (en het ministerie van VWS)
- Open en transparant zijn is essentieel: om eenduidig te communiceren en opereren is het delen van informatie en het op tijd aanhaken van en aansluiten bij elkaar cruciaal

Om zo:

- waar nodig en passend eenduidig communiceren en met elkaar het juiste verhaal vertellen
- uitdagen om mee te denken en dit in te brengen en zo La Vuelta Holanda te versterken
- uitdagen om mee te organiseren: kleine pop-up events/activaties intern

(nb onder de interne communicatie wordt de interne communicatie richting de 5 publieke partners verstaan, overige private partners en parcoursgemeente zijn verantwoordelijk voor hun eigen interne communicatie. Die kunnen we uiteraard wel faciliteren)

9.2 Doel

- Dat alle medewerkers van de publieke partners weten van La Vuelta Holanda
- Door inspirerende en innoverende voorbeelden, de impact, mogelijkheden, verbinding te laten zien, medewerkers enthousiasmeren en ambassadeur te maken (#Vamos! La Vuelta Holanda komt naar mijn stad!)
- Door het ambassadeur zijn trots te laten voelen en zo onderdeel van La Vuelta Holanda willen zijn als
 - Vrijwilliger op welk moment dan ook
 - Initiatiefnemer: eigen programma's, projecten, initiatieven te laten aansluiten waar mogelijk bij La Vuelta Holanda vanuit eigen werk, functie en kennis (activatieprogramma)
 - Bezoeker
 - Bewoner

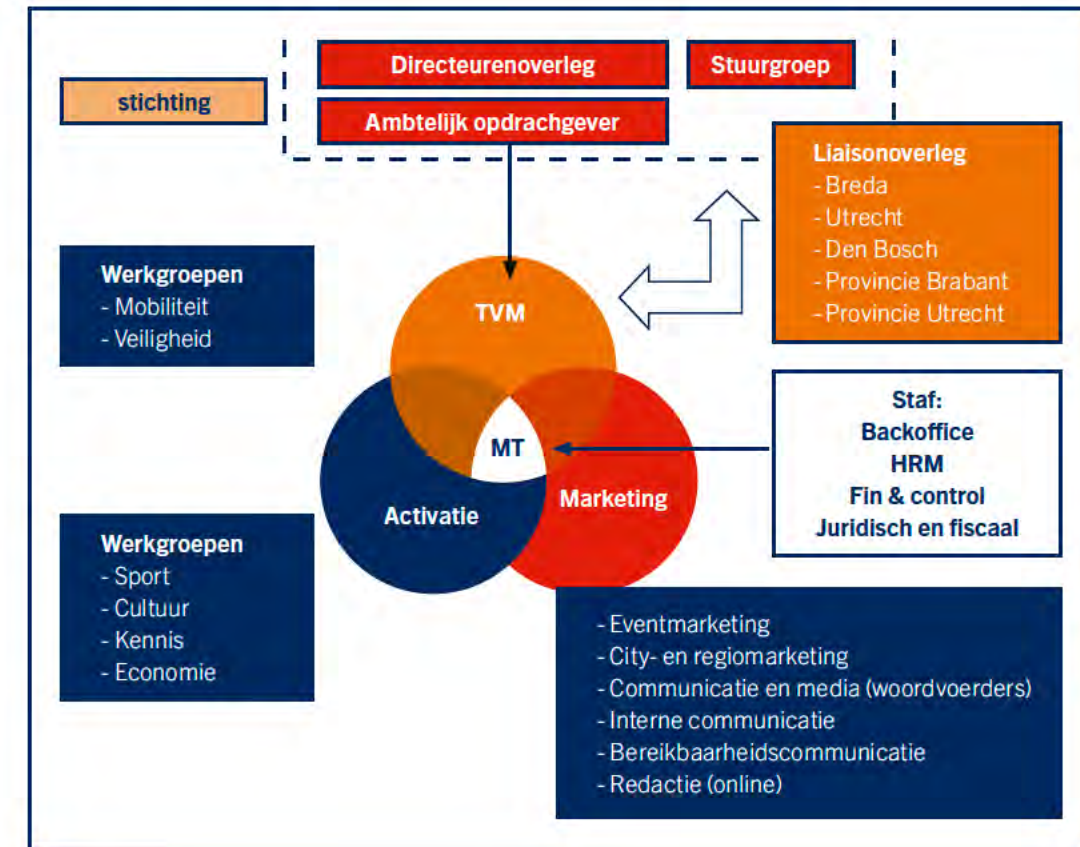
9.3 Rollen collega's partners

- Ambassadeurs: ervaringen en content delen persoonlijk of via hun eigen persoonlijke kanalen
- Vrijwilliger: tijdens La Vuelta Holanda of in aanloop tijdens het activatieprogramma
- Als bezoeker van La Vuelta Holanda of een of meerdere side-events
- Als bewoners van de stad/regio (zie ook onderdeel bereikbaarheidscommunicatie)
- Als verbinder/kennisbron vanuit werk/achtergrond/ervaring, deelnemer in 1 van de betrokken (sub)teams als Programma Fiets!, Volksgezondheid, Cultuur, Economische Zaken etc
- Als intermediair: contactpersoon voor inwoners, bedrijven en organisaties bijvoorbeeld als Klantcontactcentrum
- Beslisser: opdrachtgever, College van B&W, Gemeenteraad, Gedeputeerde Staten, Provinciale Staten
- Lid van projectteam: La Vuelta Holanda

9.4 Organisatie

- Centraal, vanuit La Vuelta Holanda, worden een aantal momenten gefaciliteerd een voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld het Kick-Off moment activatieprogramma, de werving van vrijwilligers etc. Uiteraard kunnen leden van de landelijke projectorganisatie, indien passend, tijdens een interne oploop het La Vuelta Holanda komen vertellen. Ook kan vanuit de landelijke organisatie worden voorzien in standaard presentaties. Deze moeten dan nog wel op maat worden gemaakt
- Publieke partners zijn zelf verantwoordelijk voor hun interne communicatie en wijzen ieder een contactpersoon aan voor de interne communicatie zodat er overkoepelend kan worden afgestemd
- Het is aan de partners zelf om de overige interne activatie op te starten: fiets als teamuitje het La Vuelta Holanda parcours of bezoek een van de side-events. Maak een mooie plek op intranet zodat niemand om La Vuelta Holanda heen kan en kleur de informatieschermen en ontvangstbalies Vuelta-rood/blauw!
- De liaisons vormen een belangrijke schakel tussen de projectorganisatie en de publieke partners als het gaat om informatieoverdracht.
- In de overige projectplannen worden de overige overlegstructuren benoemd en geborgd als: woordvoerdersoverleg, marketingoverleg, Stuurgroep La Vuelta Holanda, overleg Veiligheid en mobiliteit. De managers van de verschillende projectonderdelen van la Vuelta Holanda zijn zelf verantwoordelijk voor het informeren en betrekken van alle publieke partners

9.5 Organogram



9.6 Middelen

- Key-elements als: brand manual huisstijl, logoset per partner, tone of voice document zodat we allemaal op eenzelfde manier over La Vuelta Holanda praten zowel in woord als beeld
- Toolbox online per partner: banners, sjablonen uitnodigingen, ppt, fotoset, handtekening, standaard teksten, perskit etc.
- Toolbox fysiek per partner: roll-ups, beachflags, overzicht route, etc
- Roadshow: er wordt een centrale Roadshow ontwikkeld die, in overleg, in te zetten is. Een pop-up event waarmee La Vuelta Holanda gepromoot wordt
- Als projectplannen klaar zijn factsheets leveren zodat in 1 overzicht duidelijk is wat La Vuelta Holanda is, wat de doelstellingen zijn, hoe iedereen kan aanhaken, hoe globale timings eruit gaan zien en wat men kan verwachten. Dit is projectbreed van vrijwilligersbeleid, tot activatieplan, tot informatieavonden over bereikbaarheid
- Give aways: dit is onderdeel van het overall marketingcommunicatieplan. Gezien de duurzaamheid zullen de aantallen hierbij beperkt zijn

9.7 Budget

De uitvoer van de interne communicatie is een verantwoordelijkheid van iedere publieke partner. Om een rode draad aan te brengen en te sturen op bepaalde "Heromomenten" is er een kleine post opgenomen om dit te kunnen uitrollen. Dit gaat om de centrale momenten die gecoördineerd vanuit La Vuelta Holanda.

- Inzet tijdens events: denk aan bemensen en verplaatsing roadshow, huur busje, ambassadeurs
- Give aways
- Te ontwikkelen middelen naast de standaard Toolbox en Roadshow

Hiervoor wordt in totaal 20K gereserveerd. Aanvullende zaken zullen via de publieke partners moeten worden gefinancierd.

9.8 Next steps

- Plan interne communicatie verder uitwerken inclusief Heromomenten en unieke kansen per partner om die uiteindelijk op te nemen in een kalender
- Key-elements naar publieke partners: brand manual, logoeset, tone of voice document
- Toolbox online naar partners: banners, sjablonen, ppt, handtekening, etc.
- Toolbox fysiek naar partners: roll-ups, beachflags, overzicht route, etc
- Organisatie: per partner contactpersoon benoemen die verantwoordelijk is voor de interne communicatie

10. BEGROTING EN ORGANISATIE

10.1 Begroting

10.2 Organisatie

Voorstel is om het team Marketingcommunicatie binnen de projectorganisatie als volgt in te vullen:

- Coördinator Marketingcommunicatie La Vuelta Holanda
- Onderdeel communicatie belegd bij Sportvibes (communicatie, media, socials, events als ploegenpresentatie, kick-off, etc.)
- Onderdeel marketing belegd bij Triple Double (marketing, website, huisstijl/merk, partnerhuis, citydressing, roadshow, etc.)
- Management ondersteuning
- Stages marketingcommunicatie:
 - 1 pers/media
 - 1 online
 - 1 overall marcom
 - 1 Photo/Film editor
- Stagiair(s) Citydressing en Roadshow
- Stagiair(s) DTP
- Stagiair(s) Partnership

Daarnaast wordt nauw samengewerkt met de marketingcommunicatiecollega's van de partners; zoals de woordvoerders van de bestuurders, de online redacties van de partners en de marketingorganisaties.

LA VUELTA 20
HOLANDA

LA VUELTA 20 **HOLANDA**

Augustus 2020

TECHNIEK, VEILIGHEID EN MOBILITEIT





INHOUD

1. Inleiding	
1.1 Inleiding	4
1.2 Opdracht formulering Techniek, Veiligheid en Mobiliteit	4
2. Doelen, resultaten en middelen	
2.1 Doelen	5
2.2 Venues in relatie met de wedstrijddagen	5
2.3 Mobiliteitsplan Unipublic (Amaury sport Organisatie)	5
2.4 Ploegenpresentatie	5
2.5 1e Etappe	5
2.6 2e Etappe	6
2.7 3e Etappe	7
2.8 Reclamekaravaan	7
2.9 Eventmakers	7
2.10 Resultaten op korte termijn	9
2.11 Algemene middelen	9
3. Producten	
3.1 Techniek	9
3.2 Veiligheid	9
3.3 Mobiliteit	10
3.4 Inrichting veiligheids- / actiecentrum	10
4. Processtructuur	
4.1 Onderdelen TVM	10
4.2 Onderdelen uitgeschreven	10
4.3 Samenstelling projectteam TVM	11
4.4 Procesverloop	11
4.5 Techniek	11
4.6 Veiligheid	12
4.7 Mobiliteit	12
4.8 Communicatie	12
4.9 Table Top (toetsing)	14
4.10 Duurzaamheid	14
5. Partners (publiek en privaat)	
5.1 Private partners	15
5.2 Publieke partners	15
5.3 Doorkomstgemeenten tweede etappe	15
5.4 Doorkomstgemeenten derde etappe	15
6. Legacy	
6.1 Eerste inventarisatie Legacy TVM	16
7. Planning	
7.1 Planning ploegenpresentatie / eerste etappe / finish Utrecht	16
7.2 Planning twee etappe	16
7.3 Planning derde etappe	16
7.4 Planning start en finish Breda	16
7.5 Planning Veiligheids- regio's	16
7.6 Afspraken doorkomstgemeenten	17

1. INLEIDING

1.1 Techniek, Veiligheid en Mobiliteit (TVM)

La Salida Oficial

De 75ste editie van de Ronde van Spanje gaat van start in Nederland. In augustus 2020 kunnen we het peloton van La Vuelta verwelkomen. En dat is bijzonder! Slechts drie keer eerder startte deze wielerronde buiten Spanje. Maar liefst drie dagen lang koersen de renners door het Nederlandse landschap waarbij de provincies Utrecht en Noord-Brabant centraal staan.

Voor TVM bestaat de La Salida Oficial uit de ploegenpresentatie op het Vredenburg in Utrecht op de donderdagavond. De eerste etappe een ploegentijdrit door de binnenstad van Utrecht waar zoveel mogelijk wijken worden aangedaan met een start en finish in het Jaarbeursgebied. Een start in Den Bosch bij de Citadel en een geneutraliseerde route door de binnenstad langs diverse locaties als de St. Jan en de Parade. De etappe rijdt verder door drie provincies: Noord-Brabant, Gelderland en Utrecht naar de finish op het Utrecht Science Park. De derde etappe start bij het kasteel in Breda en gaat geneutraliseerd naar Ulvenhout om daar officieel van start te gaan. En maakt een mooie ronde door West-Brabant om te finishen op het Chasséplein in Breda.

1.2 Opdrachtformulering

De opdracht is een hoogwaardig en goed gewaardeerd evenement organiseren.

De focus ligt daarbij op een veilig parcours, goed bereikbaar voor bezoekers, met optimale mobiliteit voor inwoners van steden en regio's. De voorzieningen zijn erop gericht om het voor de bezoekers zo aangenaam en gemakkelijk mogelijk te maken; gericht op gastvrijheid, duurzaamheid, gezond stedelijk leven en feest.

2. DOELEN, RESULTAAT EN MIDDELEN (TVM)

2.1 Doelen

Doel is opleveren van de verschillende onderdelen, inrichtingen en logistiek van de La Salida Oficial; met benodigde vergunningen en de daarbij behoorde producten, rekening houdend met het contract met de Unipublic (Amaury sport Organisatie).

DOEL	OPLEVEREN 2020
Opleveren venues (perscentrum/Permanence)	
Hotels renners en organisatie op logistiek en veiligheid	
Opleveren venue ploegenpresentatie (Vredenburg Utrecht)	
Opleveren venues start/finish etappe 1, 2 en 3	
Parcours etappe 1, 2 en 3. (schoon heel en veilig)	
Inrichting veiligheids-/actiecentrum	

2.2 Venues

Permanence, perscentrum, ploegen presentatie, onderkomen reclame karavaan, VIP-locatie Vuelta, startlocaties (Jaarbeurs, Citadel Den Bosch, Kasteel van Breda), opstelplaats voor teambussen en ploegleiders, VIP-hospitality locaties direct gelegen aan start en finish * en de finishlocaties (Jaarbeurs, Utrecht Science Park, Chasséplein Breda). Voor al deze venues wordt een inrichtingsplan gemaakt, ondersteund door een veiligheids- en mobiliteitsplan.

*Hospitality

Hospitality locaties bij start/finish en langs het parcours (voorkeur gaat uit naar bestaande bebouwing).

Middelen

Vergunningen, projectplan, veiligheidsplan en mobiliteitsplan (gebaseerd op risicoanalyse).

2.3 Mobiliteitsplan Unipublic (Amaury sport Organisatie)

Mobiliteitsplan voor de Unipublic (Amaury sport Organisatie); logistiek plan. Het meest efficiënt laten aan- en afrijden van de organisatie en ploegen van hotels naar locaties; ploegenpresentatie, training en start en finish van de ploegenpresentatie, 1e, 2e en 3e etappe.

Middelen

Mobiliteitsplan

2.4 Ploegenpresentatie

De ploegenpresentatie vindt plaats op Vredenburgplein en in het Singelgebied, in samenwerking met TivoliVredenburg, Klépierre en Unipublic (Amaury sport Organisatie). Er worden 22 ploegen gepresenteerd en gelijktijdig schrijven zij zich officieel in voor de Vuelta van 2020.

Vooraf worden de ploegen geïnformeerd over de wedstrijdreglementen en het materiaal wordt gecontroleerd. De samenwerking met deze partijen moet zorgen voor een goed georganiseerde ploegenpresentatie. Voor TVM gaat het hier om de inrichting op het plein en het water, logistiek, mobiliteit en veiligheid rondom de ploegenpresentatie. Dit zal in nauwe afstemming plaatsvinden met de verantwoordelijke partij voor de presentatie en het programma.

Middelen

Vergunningen, projectplan, veiligheidsplan en mobiliteitsplan (gebaseerd op risicoanalyse).

2.5 1e etappe

Voor route zie puntenplan etappe 1.

In samenwerking met Unipublic (Amaury sport Organisatie) is door de gemeente Utrecht het parcours voor vrijdag (een ploegentijdrit van 23,7 kilometer) vastgesteld.

Middelen

Vergunningen, projectplan, veiligheidsplan en mobiliteitsplan (gebaseerd op risicoanalyse).



2.6 2e etappe

Voor route zie puntenplan etappe 2.

In samenwerking met Unipublic (Amaury sport Organisatie) en in overleg met alle doorkomstgemeenten, de start- en finishsteden en de provincies is het parcours voor zaterdag vastgesteld. Dit is inclusief de start bij de Citadel en de eerste 8 km geneutraliseerd door de binnenstad van Den Bosch. De 2e etappe is 183 km en de finish is op het Science Park in Utrecht.

Middelen

Vergunningen, projectplan, veiligheidsplan, mobiliteitsplan (gebaseerd op risicoanalyse) en afspraken gemaakt met doorkomstgemeenten (zie bijlagen)



2.7 3e etappe

Voor route zie puntenplan etappe 3.

In samenwerking met Unipublic (Amaury sport Organisatie) en in overleg met de doorkomstgemeenten, start- en finishstad Breda en de provincie Brabant is het parcours voor zondag vastgesteld. Dit is inclusief de start bij het Kasteel van Breda en de eerste 10 km geneutraliseerd door de binnenstad van Breda. De 3e etappe is 196 km en de finish is in Breda.

Middelen

Vergunningen, projectplan, veiligheidsplan, mobiliteitsplan (gebaseerd op risicoanalyse) en afspraken gemaakt met doorkomstgemeenten (zie bijlagen)



2.8 Reclamekaravaan

De reclamekaravaan valt onder de aanpak van etappe 1, 2 en 3. En wordt hierin volledig geïntegreerd. Er is op dit moment nog geen duidelijkheid over de exacte omvang van de reclamekaravaan. De verwachting is tussen 35 en 75 voertuigen.

2.9 Eventmedewerkers

In samenwerking met de private partner Eventmakers wordt voor het project een overall plan eventmedewerkers opgesteld. Vanuit het projectonderdeel TVM worden specifieke eisen gesteld aan de te werven en selecteren vrijwillige medewerkers voor dit onderdeel. In overleg met Eventmakers worden profielschetsen opgesteld, een programma van eisen en een opleidingsvoorstel gemaakt. Vrijwillig is niet vrijblijvend, dat geldt ook voor de organisatie. Het streven is om eventmedewerkers die een bijdrage leveren aan de projectorganisatie van La Vuelta Holanda een ervaring mee te geven waarvan zij ook bij toekomstige al dan niet betaalde werkzaamheden profijt hebben.

In samenwerking met Eventmakers wordt een goed eventmedewerkersplan ontwikkeld. Voor het onderdeel TVM zijn rond de 400 eventmedewerkers in diverse categorieën nodig, de doelgroep voor werven zijn: collega's uit de ambtelijke organisaties, 18 t/m 25-jarige studenten/schoolverlaters, werkzoekenden, (sport)verenigingen, ROC's en overige belangstellenden. Het streven is om de eventmedewerkers inzet tijdens het evenement het gevoel van een "once in a life time experience" mee te geven.

Middelen

Opleiding en begeleiding; inzet als eventregelaar bestaande uit ondersteuning bij beveiliging in samenwerking met beveiligingsbedrijf, publieksbegeleiding, stewards aan de route, eventregelaar en hand- en spandiensten in de opbouw dagen van het evenement op de diverse onderdelen.



2.10 Resultaten afgerond of op de korte termijn:

- Werkafspraken: plannen van overlegstructuur met alle partijen.
- Parkoersen afgestemd met start- en finishsteden en doorkomstgemeenten
- Vastleggen van start- en finish locaties in Utrecht, Den Bosch en Breda
- Werkafspraken met private en publieke partners die al zijn aangesloten/opgestart door middel van kick-offs voor de 1e, 2e en 3e etappe.
- Aanvang gemaakt met risicoanalyse, overall mobiliteitsplan, overall veiligheidsplan en overall draaiboek techniek. Per onderdeel worden specifieke draaiboeken mobiliteit, veiligheid en techniek uitgewerkt.
- Eerste sessies Veiligheid en mobiliteit met de partners (privaat en publiek)
- Werkbezoek plannen voor groep veiligheid La Vuelta Holanda in 2019
- Planning gemaakt met betrokken partners (privaat en publiek)
- Opstarten communicatie naar bewoners, bedrijven en instellingen in start- en finishsteden en doorkomstgemeenten (zie afspraken doorkomstgemeenten).
- Starten met het werven van vrijwilligers.

2.11 Algemene middelen

Deze middelen zijn de basis voor het realiseren van de producten:

- Contract Unipublic (Amaury sport Organisatie);
- Vergunningaanvraag en –verlening, zodra de stichting La Vuelta Holanda 2020 in het leven is geroepen;
- Wettelijke kaders (landelijke regelgeving, APV en verordeningen);
- Risicoanalyse, opgesteld in samenwerking met Veiligheidsregio's, NCC/NCTV en politie;
- Kick-Off's en vervolgspraken etappe 1, 2 en 3;
- Overlegvormen en werkgroepen (zie bijlage planning);
- Inzet publieke en private partners;
- Inzet van middelen en medewerkers uit de private sector (apps, projectleiders, kennis en kunde, simulatietechniek voor crowd management en middelen voor crowd control);
- Communicatie naar bewoners, bezoekers, bedrijven en instellingen in doorkomstgemeenten en start- en finishsteden in nauwe samenwerking met de bol communicatie vanuit de projectorganisatie;
- Vervoer en ontheffingen;
- Inrichten van het veiligheids- en actiecentrum van waaruit de organisatie op wedstrijddagen het evenement aanstuurt in samenwerking met de publieke en private partners.

3. PRODUCTEN (TVM)

3.1 Techniek

Draaiboek met daarin alle werkzaamheden in de openbare ruimte ten behoeve van de etappes en de start-finish locaties (o.a. riool, bomen, groen, ondergrondse infrastructuur, wegen, objecten in de openbare ruimte, VRI's, lichtmasten, watergangen, havens, bruggen, huisvuil en vegen).

3.2 Veiligheid

- Vergunningaanvragen en risicoanalyse in samenwerking met de publieke partners;
- Programma en tijdslijn;
- Inrichtingsplan van ploegenpresentatie en start- en finishlocaties;
- Puntenplan met posten etappe 1, 2 en 3;
- Crowd management plan start- en finishsteden specifiek gericht op de wedstrijd, maar in samenwerking met organisatoren van side-events, waarbij de wedstrijd leidend is;
- Crowd control (bewaken en inzet middelen specifiek gericht op de wedstrijd)
- Overall veiligheidsplan en een veiligheidsplan ploegenpresentatie, 1e, 2e en 3e etappe;
- Calamiteitenplan;
- Beveiligingsplan specifiek gericht op de wedstrijd;
- Constructietekeningen en berekeningen van alle op te bouwen producten;
- Plan medische inzet specifiek gericht op de wedstrijd, maar in samenwerking met organisatoren van side events, waarbij de wedstrijd leidend is;
- Medische inzet (menskracht en middelen) specifiek gericht op de wedstrijd;
- Landen en opstijgen van helikoptervluchten in samenwerking met LVL;
- VIP lijsten beveiliging in samenwerking met politie en NCC/NCTV;
- Beveiliging logistiek hotels renners in samenwerking met politie en NCC/NCTV.

3.3 Mobiliteit

- Verkeers- en vervoersplan (1e, 2e en 3e etappe)
- Puntenplan etappe 1, 2 en 3"
- Borden - informatieplan (wegbewijzing vast en digitaal in relatie met 1e, 2e en 3e etappe)
- Mobiliteits- en bereikbaarheidsplan;
- Bereikbaarheidscommunicatieplan (de input) in nauwe samenwerking met communicatie;
- Parkeerplan van regulier parkeerplaatsen voor etappe 1, 2 en 3;
- Inzet alternatief vervoer;
- Inrichten van fietsenstallingen in start- en finish steden;
- Inzet op maximaal openbaar vervoer in samenwerking met OV-partners;
- Inzetten van nieuwe technieken/ innovatie doormiddel van OV / parkeer apps, combinatievervoer;
- Om ervoor te zorgen dat ook mensen met een functiebeperking naar een evenement kunnen, is het belangrijk met een aantal zaken rekening te houden. Wij zullen tijdens de organisatie van dit evenement de beknopte checklist als handvat gebruiken om dit ook tijdens het evenement La Vuelta Holanda te bewerkstellen.
- De checklist behandelt de volgende onderwerpen:
 - bereikbaarheid van de locatie;
 - toegankelijkheid naar en op de locatie en de toegankelijkheid van de wedstrijd.

3.4 Inrichting veiligheids- / actiecentrum

Veiligheids-/actiecentrum (Locatie nog niet bekend)

De projectorganisatie heeft er voor gekozen om het hele evenement vanuit een centraal punt aan te sturen voor alle vier de onderdelen (ploegenpresentatie, 1e, 2e, 3e etappe). Het actiecentrum is gevestigd op een nog nader te bepalen locatie. Het actiecentrum is het centrale orgaan dat toezicht houdt op de gang van zaken op het totale evenement (en de etappes zelf) en aanstuurt indien nodig. Naast het actiecentrum wordt ook een meldkamer/telefooncentrale ingericht in de nabijheid van het veiligheids-/actiecentrum. Hier vanuit wordt gecommuniceerd met alle functionarissen in het veld (hier wordt in de aanloop van het evenement een verbindingsstructuur voor opgesteld). De aansturing vanuit het veiligheids-/actiecentrum zal plaatsvinden naar voorbeeld van het SGBO met gelijke tafels en er wordt een algemeen commandant aangesteld vanuit de TVM organisatie.

De indeling is nog niet definitief, dit zal in de aanloop een steeds vastere vorm krijgen. Het kan altijd voorkomen dat partners er voor kiezen om vanuit hun eigen werkplek contact te houden met de organisatie. Tevens kan het zijn dat er nog nieuwe partijen aansluiten in het veiligheids-/actiecentrum.

4. PROCES EN RAAKVLAKKEN TVM

4.1 Onderdelen TVM

4.2 Onderdelen beschreven

Techniek

Beheerders groen, bomen, parken, wegen (inclusief obstakels), riool, VRI, lichtmasten, ondergrondse infrastructuur, kades/bruggen, watergangen, inzamelen van afval/vegen en de projectleiders verbonden met projecten langs het parcours.

Veiligheid

Veiligheid (afdeling) start- en finishgemeenten, doorkomstgemeenten, Nationale Politie, Veiligheidsregio Utrecht, Veiligheidsregio Brabant Noord, Veiligheidsregio Brabant Midden-West en Veiligheidsregio Gelderland-Zuid, GHOR (Geneeskundige Hulp Ongevallen Rampen) /GG&GD, Vergunningen, Agentschap Telecom, KNMI, Toezicht en Handhaving, NCTV, LVL, Defensie, ProRail en NS (Nederlandse Spoorwegen).

Mobiliteit

Bureau Bereikbaarheid Utrecht Kernteam (ploegenpresentatie en 1e etappe Utrecht), RWS (Rijkswaterstaat), Provincies, start- en finishgemeenten, doorkomstgemeenten, NS-reizigers, ProRail, NS, overige OV-partners, RTT-midden (Regionaal Tactisch Team), RTT- west (Regionaal Tactisch Team) en de Jaarbeurs, Utrecht Science Park, Citadel Den Bosch, Kasteel van Breda en Chasséplein.

Communicatie

Bol communicatie vanuit het projectteam in samenwerking met TVM, publieke en private partners (bijvoorbeeld, start- en finishgemeenten, doorkomstgemeenten, provincies, RWS en NS).

Eventmedewerkers

Eventmakers in samenwerking met TVM, en private en publieke stakeholders.



4.3 Samenstelling Team TVM

NAMEN	FUNCTIE	VERANTWOORDELIJKHEID
Ron Looy	Projectmanager overall	Overall
Mirjam Timmer	Projectondersteuner	TVM
Onno Flemming	Projectleider	Veiligheid
Tobias Koppelman	Stagiair	Veiligheid
Fred Nuwenhuis	Projectleider	Techniek
Erik Verschoor	Projectleider (Arcadis)	Mobiliteit (wegennet)
Marco Duijnisveld	Projectleider (Movares)	Mobiliteit (OV en crowd management)
Frank Agterberg	Projectleider (Agterberg)	Inrichting parcours & infra
Wouter Specken	Projectleider (Movico)	Start en finishlocaties
Tom van den Bosch	Stagiair	Mobiliteit (crowd management)
Mirte Simons	Mobiliteit (TSNed)	Verkeersmaatregelen
Nico van Zanten	projectleider (KWS)	Parcours 2e en 3e etappe (obstakels/afzettingen)
NTB	Projectleider	Infra start en finish
Anne Bik	Projectleider	Inrichting veiligheids-/ en actiecentrum
Everard van Zuthem	Algemeen commandant	veiligheids-/ en actiecentrum
NTB	10 Hogeschool (stagiairs / stagiaires)	Twee op de verschillende onderdelen
Richard van Vught	Projectleider (TSC)	Beveiliging

4.4 Proces verloop

Er hebben gesprekken met de doorkomstgemeenten, start- en finishgemeenten, publieke/private stakeholders plaatsgevonden over hoe zij zich het evenement La Vuelta voorstellen en belangrijker; in welke rol zij hun organisatie zien in relatie tot het evenement. Met daarbij de vraag hoe zij het gezamenlijke proces zien om tot een zo goed mogelijk eindproduct te komen en het evenement op een zo hoog mogelijk niveau te brengen. Tijdens de gesprekken is er aangegeven dat er zoveel mogelijk van de reguliere processen en kennis gebruik gemaakt kan worden, als het om de organisatie van La Vuelta in Nederland gaat. Tevens is de vraag neergelegd wie zij als gemandateerde(n) afvaardigen naar de voorgestelde overleggen (Kick-Off en vervolg). Naar aanleiding van de gesprekken en antwoorden op de vragen is er voor het volgende proces gekozen:

4.5 Techniek

Alle producten die samenhangen met het parcours en de openbare ruimte worden hierin behandeld. Er vinden naar maten van behoefte overleggen plaats gecombineerd met de bijeenkomsten Veiligheid en Mobiliteit met de betrokken partijen en er wordt een overall draaiboek -of paragraaf- opgesteld met een onderlegger voor elk onderdeel (ploegenpresentatie, 1e, 2e en 3e etappe. Vanuit de projectorganisatie La Vuelta Holanda is er een projectleider beschikbaar gesteld, Fred Nuwenhuis, hij zal tijdens de sessie de betrokken gemeenten van adviezen voorzien.

4.6 Veiligheid

Tijdens de Kick-Off's is een drietal vervolgbijeenkomsten afgesproken met de betrokken doorkomstgemeenten en start- en finishgemeenten. Om gezamenlijk te komen tot een risicoanalyse in samenwerking met de veiligheidsregio's, NCC/ NCTV en politie. Verder wordt hier de input opgehaald voor het veiligheidsplan, voor het betreffende onderdeel wat onder het overall veiligheidsplan komt te hangen (ploegenpresentatie, 1e, 2e en 3e etappe). Uiteindelijk worden bij de betrokken provincies en start- en finishsteden vergunningen aangevraagd en volgen we het proces van die gemeenten. Bijvoorbeeld in Utrecht loopt dit via de reguliere kanalen (het evenementenoverleg en het Kernteam Bereikbaarheid in een viertal vooraf afgesproken momenten). Bij de doorkomstgemeenten moet een verklaring van geen bezwaar worden aangevraagd, hier volgen we het proces van de provincie. Vanuit de projectorganisatie zijn projectleider Onno Flemming en Tobias Koppelman aangewezen voor de veiligheid. Met de betrokken Veiligheidsregio's en de politie is ook een planning afgesproken. Eind april 2019 bieden zij ons de uitgangspunten voor de risicoanalyse aan en zijn zij het eerste aanspreekpunt van de doorkomstgemeenten in hun regio. Hierin zit nog een klein verschil bij Veiligheidsregio Brabant-Noord. (Hier wordt binnenkort nog over gesproken om te streven naar een en dezelfde uitgangspunten en aansturing).

4.7 Mobiliteit

Mobiliteit is opgesplitst in twee delen verkeersmobiliteit en openbaarvervoer en Crowd management. Het eerste deel gaat over het verkeersplan voor alle vier de onderdelen gericht op ontwikkelen/inrichting en uitvoering op de weg en aansturing tijdens de wedstrijddagen. Tijdens de Kick-Off 's is een drietal bijeenkomsten afgesproken met de betrokken doorkomstgemeenten en start- en finishgemeenten. Dit om te komen tot algemene uitgangspunten voor het opstellen van de verkeersplannen en per onderdeel uitgewerkt (ploegenpresentatie, 1e, 2e en 3e etappe). Vanuit TVM is projectleider Erik Verschoor van Arcadis verantwoordelijk om dit proces met de partners (private en publiekelijke) te begeleiden en tot uitvoering te brengen.

Het tweede deel gaat over de samenwerking en inzet van het openbaar vervoer (NS/Prorail, busmaatschappijen) en crowd management als het gaat over bezoekers in de start- en finishsteden en op enkele punten langs het parcours van de 2e en 3e etappe. Vanuit TVM is projectleider Marco van Duiniveld van Movares verantwoordelijk om dit proces met de partners (private en publiekelijke) te begeleiden en tot uitvoering te brengen.

Met de betrokken Veiligheidsregio's is ook een planning afgesproken. Eind april 2019 zullen zij hun calamiteitenroutes en doorsteekroutes over het parcours doorgeven voor het gemaakte puntenplan voor etappe 1, 2 en 3.

4.8 Communicatie

De communicatie vindt plaats op verschillende momenten per doelgroep en in nauwe samenwerking met de bol communicatie, start en finish en doorkomstgemeenten.

Met de benadering grof (informer en vragen ophalen), middelgrof (terugkoppeling) en fijn (persoonlijk, fine tuning).

Doelgroepen

- Bewoners, bedrijven en instellingen, gebruikers in de directe omgeving;
- Bezoekers en gebruikers van buiten;
- Partners.

Extern vervoer: OV, NS/ProRail, RWS en provincie, start-, en finish- en doorkomstgemeenten.

Extern veiligheid: politie, VRU (brandweer, GHOR/GG&GD)

Intern: medewerkers gemeente /provincie, eventmaker / ambassadeur, partners.

A. grof

Het parcours loopt door diverse steden, gemeenten en wijken. De impact van het parcours is in elk deel anders. Dat vraagt een persoonlijke aanpak (maatwerk), in overleg met de direct betrokken steden/gemeenten.

B. middelgrof

De berg met vragen, opgehaald via bijeenkomsten, social media en andere kanalen, geven een beeld van wat er speelt bij de bewoners en is een aanvulling voor de Q&A's. In april 2019 zijn de meeste vragen te beantwoorden en kunnen deze worden gedeeld.

C. fijn

In mei/juni 2020 krijgen de bewoners aan het parcours en speciale gebieden rondom het parcours (ook activatieprogramma) persoonlijke informatie over de impact op straat- en huisnummerniveau. Bezoekers worden op verschillende manieren geïnformeerd; direct vanuit hun eigen omgeving (gemeenten), vanuit Communicatie in samenwerking met TVM, door de aangesloten publieke partners, algemeen marketingcommunicatie, en side events.



Bereikbaarheidscommunicatie

Het communicatieplan bereikbaarheid wordt uitgewerkt door communicatie met de input vanuit TVM begin 2020. En in samenwerking met start- en finishsteden en doorkomstgemeenten en overige publieke partners.

Communicatie TVM

De externe en interne communicatie is in gang gezet, doormiddel van de Kick Off bijeenkomsten en presentaties bij de diverse partners.

LVL

NCC/NCTV

Start- en finishsteden

Doorkomstgemeenten

Provincie

RWS

Veiligheidsregio's

Kern team bereikbaarheid Utrecht

Evenementenoverleg Utrecht

Evenementenoverleg Breda

Planning-bereikbaarheid Breda

Utrecht Landschap (voormalige vliegbasis Soesterberg

GHOR – GG&GGD

In de aankomende periode zullen de overige partners (publiek en privaat) worden geïnformeerd.

4.9 Table Top (toetsing)

Dit wordt nader uitgewerkt in samenwerking met de SGBO's van de politie en de Veiligheidsregio's

4.10 Duurzaamheid

Op het gebied van duurzaamheid heeft de projectorganisatie bepaalde ravitailleringzones op het parcours gemaakt. Op deze locaties mogen de renners hun eetvoorraad aanvullen. Hierna volgt een wikkeldone, waar zij al hun afval dumpen. Hierdoor komt al het vuil op een locatie terecht en kan het snel en makkelijk worden opgeruimd. In de regels is het zo opgenomen dat wanneer een renner zijn afval ergens anders dumpst, dat zij bestraft zullen worden met een boete vanuit de Spaanse organisatie van de Vuelta.

Inkoop van inrichting van start- en finish, dranghekken, podia en tenten voor Village Depart wordt allemaal in Nederland gedaan. Hierdoor hoeft er niets verscheept of ingevlogen te worden. Obstakels worden voor de etappes verwijderd. In sommige gevallen (voornamelijk bij de derde etappe) blijven deze obstakels weg, zodat er in het vervolg gebruik kan worden gemaakt van het parcours door andere wielerveden.

Bij de start in Utrecht is er gekozen voor een compacte start en finish van de eerste etappe, ploegenpresentatie, perscentrum en permanence, waardoor er minder vervoersbewegingen zijn om van locatie tot locatie te geraken. Rennen overnachten in verschillende hotels in en rond Utrecht voor het complete evenement in Nederland. De inzet is om van bestaande gebouwen gebruik te maken voor VIP-locaties. Hierdoor verminderd de opbouw van tijdelijk constructies. Er zal gescheiden afvalverwerking plaatsvinden in de start- en finishgemeenten. Er wordt zoveel mogelijk gebruik gemaakt van bestaande watervoorzieningen. Nieuw geplaatste watervoorzieningen kunnen nog later gebruikt worden.

Start- en finishgemeenten zijn goed bereikbaar via het openbaar vervoer. De projectorganisatie stuurt hier dan ook op aan in de verschillende mobiliteitsplannen. Er zal minimaal gebruik worden gemaakt van aggregaten en zoveel mogelijk op vaste stroompunten worden aangesloten.

5 PARTNERS (PUBLIEKE EN PRIVATE)

5.1 Private partners

- Movares (mobiliteit)
- Arcadis (mobiliteit/wegverkeer)
- TSNed (verkeerstechnieken)
- Agterberg (afzettingen, infrastructuur)
- KWS (infrastructuur)
- Venues (Jaarbeurs, Utrecht Science park, Citadel, Kasteel van Breda)
- Unipublic (Amaury sport Organisatie)
- Openbaar vervoer
- Movico (start en finish)
- Conclusion

5.2 Publieke partners

- Ministerie van Justitie en Veiligheid (NTCV/NCC)
- Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, (Agentschap Telecom)
- Ministerie van Infrastructuur en Waterstaat, (Directie Luchtvaart, LVL)
- Rijkswaterstaat
- Provincies (Noord-Brabant, Gelderland en Utrecht)
- Parcoursgemeenten
- Veiligheidsregio (Utrecht, Gelderland-Zuid, Brabant-Noord, Brabant Midden-West)
- Nationale Politie

5.3 Doorkomstgemeenten tweede etappe

- | | |
|---|---------------------------------------|
| • 's-Hertogenbosch (neutralisatie en start) | • Utrechtse Heuvelrug |
| • Heusden | • Renswoude |
| • Altena | • Scherpenzeel (provincie Gelderland) |
| • Zaltbommel (provincie Gelderland) | • Leusden |
| • Maasdriel (provincie Gelderland) | • Amersfoort |
| • West-Maas en Waal (provincie Gelderland) | • Soest |
| • Neder-Betuwe (provincie Gelderland) | • Zeist |
| • Buren (provincie Gelderland) | • De Bilt |
| • Rhenen | • Utrecht (finish) |

5.4 Doorkomstgemeenten derde etappe

- | | |
|-------------------------|------------------|
| • Breda (neutralisatie) | • Halderberge |
| • Ulvenhout (start) | • Steenbergen |
| • Alphen - Chaam | • Bergen op Zoom |
| • Baarle-Nassau | • Woensdrecht |
| • Gilze - Rijen | • Roosendaal |
| • Dongen | • Rucphen |
| • Oosterhout | • Etten-Leur |
| • Drimmelen | • Breda (finish) |
| • Moerdijk | |



6. LEGACY

6.1 Eerste inventarisatie Legacy TVM.

- Ervaring delen met gemeentelijke organisaties door gebruik te maken van bestaande structuren.
- Door schaalvergroting en het meenemen van hulpdiensten uit de regio kennisverbreding.
- Samenwerking met diverse partners (samenwerking vergroten, verbinden en netwerken).
- Kennis bundeling overheidspartners en bedrijfsleven en onderwijsinstellingen.
- Inzet 3D simulatie met data voor crowd management en control vanuit de ontwikkeling van de Grand Depart.
- Internationale samenwerking met partners.

7. PLANNING

De volgende planning is in overleg met de betrokken partners op initiatief van TVM vastgelegd in de kennismakingsgesprekken of bij de Kick-Off's.

7.1 Planning eerste etappe Utrecht

- en 6 maart 2019: Kick-Off
 - 8 en 13 mei 2019: tweede bijeenkomst
 - 9 en 14 oktober 2019: derde bijeenkomst
 - 1 en 6 april 2020: vierde (laatste) bijeenkomst
- Rood is vergunningverlening
Zwart is kernteam

7.2 Planning tweede etappe parcoursgemeenten

- 21 maart 2019: kick-off
- 16 mei 2019: tweede bijeenkomst
- 29 oktober 2019: derde bijeenkomst
- 14 april 2020: vierde (laatste) bijeenkomst

7.3 Planning derde etappe parcoursgemeenten

- 26 maart 2019: kick-off
- 21 mei 2019: tweede bijeenkomst
- 31 oktober 2019: derde bijeenkomst
- 17 april 2020: vierde (laatste) bijeenkomst

7.4 Planning derde etappe start en finish Breda

- Woensdag 17 april 2019 Kick-Off
- Woensdag 15 mei 2019: tweede bijeenkomst
- Woensdag 23 oktober 2019: derde bijeenkomst
- Woensdag 8 april 2020: (laatste) bijeenkomst

7.5 Planning centraal overleg Veiligheids- regio's

- 13 maart 2019: Kick – Off
- 22 mei 2019: tweede bijeenkomst
- 6 november 2019: derde bijeenkomst
- 22 april 2020: vierde (laatste) bijeenkomst

7.6 Afspraken doorkomstgemeenten

De volgende afspraken zijn gemaakt met de betrokken gemeenten en vastgelegd doormiddel van een schriftelijke bevestiging per e-mail.

- Parcours door de gemeente/provincie;
- Verwijderen en terugplaatsen obstakels;
- Parkeerverboden langs het parcours en handhaven;
- Leveren van eventregelaars, voor in eigen gemeente;
- Dranghekken plaatsen (daar waar nodig);
- Inzet van gemandateerd vak ambtenaren bij de sessies verkeer en veiligheid;
- Inzet van een contactpersoon / sectorcommandant op de wedstrijddag;
- De bereikbaarheidscommunicatie richting bewoners, instellingen en bedrijven;
- Verklaring van geen bezwaar.



LA VUELTA 20
HOLANDA



LA VUELTA 20
HOLANDA

Augustus 2020

STRATEGIE VRIJWILLIGERSMANAGEMENT





INHOUD

1.	Inleiding	4
	1.1 Vuelta in 2020 langs 34 Nederlandse gemeenten	4
	1.2 EventMakers	4
2.	Doel Vrijwilligersmanagement	5
	2.1 Doelstelling	5
	2.2 Uitgangspunten	5
	2.3 Doelgroepen	7
	2.4 Afbakening	7
3.	Werving & Selectie	8
	3.1 Functies & aantallen	8
	3.2 Werving	8
	3.3 Selectie	8
4.	Resultaat	8
5.	Fasering en activiteiten	9
	5.1 Samenvatting proces	9
	5.2 Detailplanning	10
6.	Samenhang met andere clusters	11
7.	Begroting	13



1. INLEIDING

In dit document wordt de strategie voor het vrijwilligersmanagement beschreven die de organisatie van La Vuelta Holanda hanteert. Onder andere de doelstelling, het beoogde resultaat, de planning, het budget en personele capaciteit komen in dit document aan de orde. Om eerst het grotere plaatje van het evenement te schetsen, volgt een omschrijving van La Vuelta Holanda. Ook wordt toegelicht welke rol het landelijke vrijwilligersplatform EventMakers speelt in het vrijwilligersmanagement van La Vuelta Holanda.

1.1 Vuelta in 2020 langs 34 Nederlandse gemeenten

De 75e editie van de Ronde van Spanje gaat van start in Nederland. In augustus 2020 kunnen we het peloton van La Vuelta verwelkomen. En dat is bijzonder! Slechts drie keer eerder startte deze wielerronde buiten Spanje.

Maar liefst drie dagen lang koersen de renners door het Nederlandse landschap waarbij de provincies Utrecht en Noord-Brabant centraal staan. Niet alleen tijdens de wielerronde; ook in aanloop maken we er een Spaans Fiesta van met elkaar!

1.2 EventMakers



Het vrijwilligersmanagement van La Vuelta Holanda wordt uitgevoerd onder de vlag van EventMakers. EventMakers is hét platform voor vrijwilligers in topsportevenementen in Nederland. Met EventMakers worden vrijwilligers en sportevenementen aan elkaar verbonden. Het Team EventMakers verzorgt het vrijwilligersmanagement voor de La Vuelta Holanda.

2. DOEL VRIJWILLIGERSMANAGEMENT

In deze paragraaf wordt de doelstelling van het vrijwilligersmanagement beschreven, wordt aangegeven welke speerpunten hierbij van belang zijn en op welke doelgroepen het project zich richt.

2.1 Doelstelling

Het doel van het cluster vrijwilligersmanagement is het werven, selecteren, trainen, inplannen, inzetten en belonen van voldoende EventMakers om La Vuelta Holanda succesvol te kunnen organiseren. Hieronder vallen de volgende taken:

- Uitwerken van de strategie voor het vrijwilligersmanagement;
- Het opstellen van functieprofielen;
- In kaart (laten) brengen van de benodigde aantallen EventMakers;
- Registratie via EventMakers;
- Het werven, selecteren en trainen van EventMakers;
- Het inplannen van EventMakers;
- Het inrichten van de EventMakers app;
- Het inventariseren en verdelen van kleding voor de EventMakers (en staf);
- Het belonen en waarderen van EventMakers;
- Het werven van stagiaires voor La Vuelta Holanda in afstemming met de clustermanagers.

2.2 Uitgangspunten

De belangrijkste uitgangspunten met betrekking tot EventMakers voor La Vuelta Holanda en de geformuleerde doelstellingen zijn:

EventMakers is het platform

Vrijwilligers zijn de personen die een evenement tot een succes maken, ze zijn het visitekaartje voor het evenement. Het vrijwilligersplatform EventMakers dient als basis voor de werving, registratie en planning. De uitgangspunten van EventMakers staan centraal in dit project.

EventMakers zijn competent, hebben de juiste ervaring maar zijn vooral enthousiast en gemotiveerd

Allereerst zal bij het werven, selecteren, trainen, inplannen en inzetten van EventMakers worden gekeken naar competenties en ervaring. Daarnaast ligt een grote focus op het enthousiasme en de motivatie van de EventMakers. Voor een positieve uitstraling van La Vuelta Holanda zijn enthousiaste en gemotiveerde EventMakers nodig.



EventMakers zijn gastvrij

EventMakers ontvangen alle gasten, bezoekers, sporters en andere stakeholders gastvrij en geven eenieder een warm welkom in de 34 gemeenten met een focus op Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda. EventMakers zijn vriendelijk, open en toegankelijk. EventMakers vormen een hechte groep met elkaar.

EventMakers dragen bij aan duurzaamheid

Gedurende het evenement kunnen EventMakers op de volgende manieren bijdragen aan duurzaamheid:

- Beperken van het gebruikmaken van plastic drinkflesjes door het gebruik van een evenement bidon.
- Het gebruik van de EventMakers app waardoor alle informatie digitaal wordt verzonden en actueel wordt gehouden. Hierdoor hoeven zij niets af te drukken.
- Binnen het kledingpakket zullen EventMakers een duurzame rugtas krijgen waardoor deze nog jarenlang gebruikt kan worden.

EventMakers worden gewaardeerd en beloond

Omdat EventMakers zeer van belang zijn voor het evenement, is waardering en beloning van deze groep erg belangrijk. Het waarderen en belonen van La Vuelta Holanda sluit aan bij de filosofie van het platform EventMakers als geheel. De waardering zal voorafgaand aan en tijdens La Vuelta Holanda op de volgende manieren blijken:

- Goede informatievoorziening voorafgaand aan en tijdens het evenement;
- Vier goed georganiseerde kennismakingsbijeenkomsten en eventuele trainingsavonden;
- Inspiratiesessie om EventMakers te enthousiasmeren;
- Mooie en kwalitatief goede kleding;
- Goede en voldoende catering;
- Een goede vrijwilligersplanning met een acceptabele lengte van shifts;
- Dagelijkse nieuwsbrief voor EventMakers tijdens het evenement;
- Slotfeest om alle vrijwilligers te bedanken;
- Meedenken over parkeer gelegenheid in de omgeving.

Op voorhand zal richting de vrijwilligers duidelijk gecommuniceerd worden wat ze wel en niet krijgen. Zo zullen vrijwilligers geen reis- en verblijfkosten ontvangen en wordt er geen vrijwilligersvergoeding uitgekeerd. De organisatie stelt een document samen waarin goedkope overnachtingsmogelijkheden overzichtelijk worden weergegeven, ook de mogelijkheden voor een volunteer-to-volunteer programma in de steden zullen onderzocht worden. Via de Facebookpagina van EventMakers kunnen vrijwilligers met elkaar in contact komen over overnachtingsmogelijkheden.

Voorwaarden vrijwilligerswerving

In de vrijwilligerswerving zijn drie uitgangspunten van toepassing:

- We richten ons op EventMakers die tussen ten minste 2 shifts beschikbaar zijn;
- EventMakers beheersen in elk geval de Nederlandse óf de Engelse taal;
- EventMakers zijn op 1 augustus 2020 minimaal 16 jaar oud.

In onderstaande figuur wordt een beschrijving gegeven van de beoogde karakteristieken van een EventMaker:

**HANDS-ON
POSITIEF
BEHULPZAAM
EVENTMAKERS
STRESSBESTENDIG
ZICHTBAARHEID
VRIENDELIJK
KUALITEIT
GASTVRIJ**

**UITSTRALING
TEAM**

ENTHOUSIAST

2.3 Doelgroepen

Er zijn verschillende doelgroepen waar het cluster vrijwilligersmanagement zich op richt:

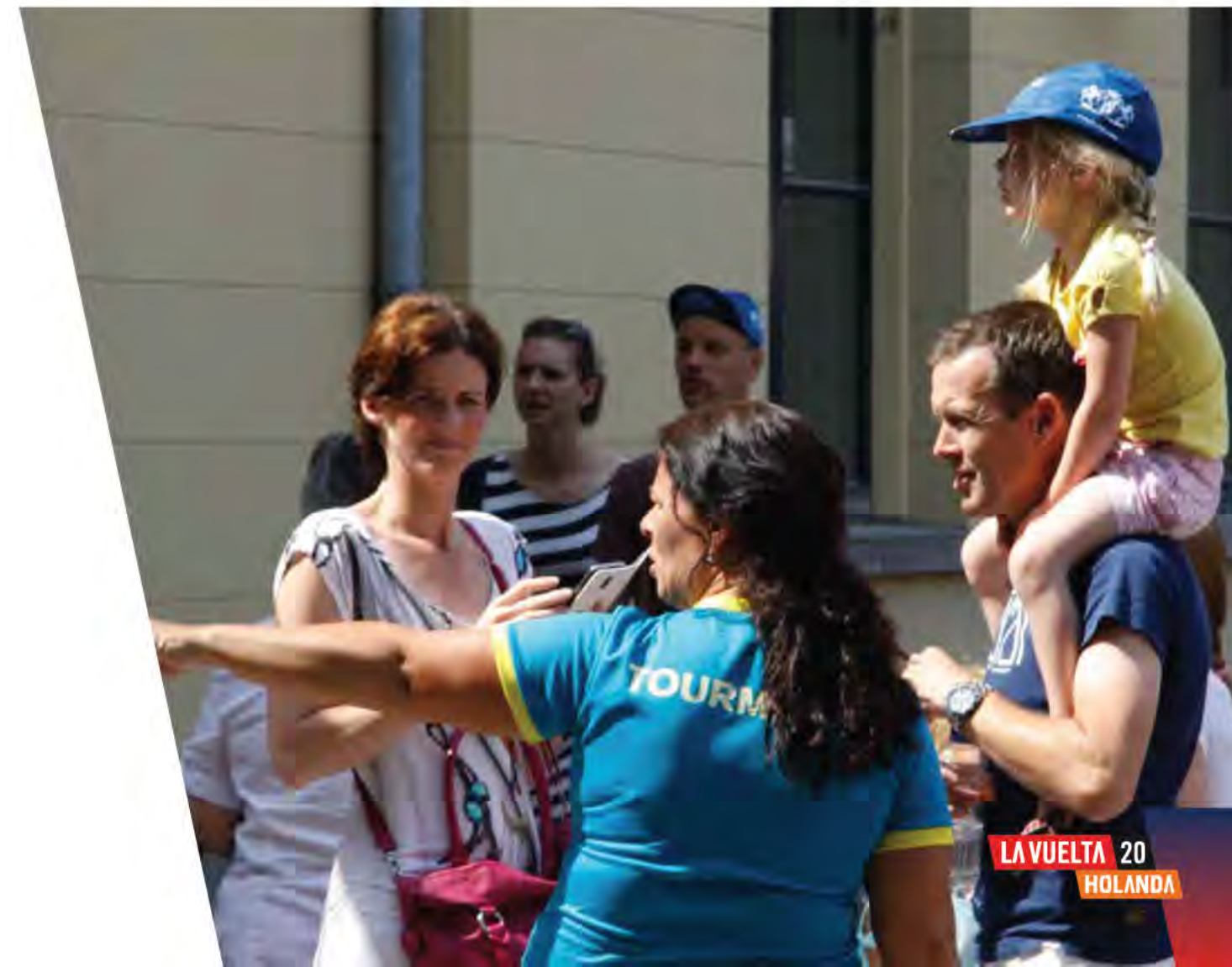
- Huidige EventMakers;
- Tourmakers die actief zijn geweest tijdens de Tourstart in 2015;
- Nieuw te werven EventMakers die getriggerd worden om EventMakers te worden door het event La Vuelta Holanda;
- Studenten van het diverse opleidingen (HBO en MBO) in Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda en eventuele andere onderwijsinstellingen die worden ingezet als EventMaker;
- Doorkomstgemeenten;
De EventMakers die actief zijn vanuit de doorkomstgemeenten zullen geworven worden door de doorkomstgemeenten. Per doorkomstgemeente wordt een coördinator vanuit de gemeente aangesteld die als aanspreekpunt dient.

Er wordt onderscheid gemaakt tussen long-term vrijwilligers (EventMakers die een coördinerende rol vervullen en al ver voorafgaand aan het evenement betrokken worden bij de organisatie) en eventvrijwilligers (EventMakers ten tijde van het evenement).

Functieprofielen worden opgesteld per cluster. Elke functie brengt andere eisen met zich mee, sommige eisen kunnen zeer specifiek zijn (bijvoorbeeld de functies op het water). Met deze specifieke vereisten per functie zal rekening worden gehouden in de werving, in nauwe afstemming met de projectleiders.

2.4 Afbakening

De contacten met het onderwijs worden onderhouden door de vrijwilligersmanager. Personeel en aanverwante zaken maken geen onderdeel uit van het vrijwilligersmanagement. De coördinatie van de stagiaires en afstudeerders valt onder de vrijwilligersmanager. De aanstelling van de stagiaires, inhoudelijke en dagelijkse begeleiding valt onder de stagebegeleider.



3. WERVING & SELECTIE

3.1 Functies & aantallen

Om de voorwaarden voor La Vuelta Holanda EventMakers te bepalen, is het belangrijk eerst een goede inschatting te maken van de benodigde aantallen vrijwilligers. Er wordt met alle verschillende clustermanagers gesproken en meegedacht over de posities en aantallen vrijwilligers die zij tijdens het evenement nodig gaan hebben en gaan aansturen. Deze gesprekken worden gedurende de gehele voorbereidingsperiode gevoerd, omdat deze aantallen snel kunnen wijzigen en dit grote invloed heeft op de werving en planning van vrijwilligers.

3.2 Werving

Na goedkeuring van de strategie wordt er door de vrijwilligersmanagers een wervingsplan opgesteld. Hierin wordt de fasering van de wervingsfase uitgebreid uitgewerkt en wordt beschreven via welke kanalen en met behulp van welke samenwerkingspartners we de La Vuelta Holanda EventMakers gaan werven.

3.3 Selectie

We verwachten dat de werving hard zal lopen en er ook vrijwilligers zullen aanmelden die niet geschikt zijn om La Vuelta Holanda EventMaker te worden. Hiervoor worden verschillende selectiecriteria opgesteld waaraan vrijwilligers moeten voldoen en op basis waarvan wij dus ook vrijwilligers kunnen afwijzen indien zij echt niet geschikt zijn. Echter verwachten we dat dit om een zeer klein percentage van de groep vrijwilligers gaat. Het streven is dan ook om voor iedere vrijwilliger een geschikte positie te vinden en zo min mogelijk mensen af te wijzen. Zo worden negatieve geluiden van vrijwilligers die worden afgewezen, voorkomen en schaadt het niet de naam van het evenement.

We streven naar een mix van vrijwilligers van de Tourstart in 2015, inwoners van de doorkomstgemeenten, inwoners uit Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda, bestaande EventMakers, buitenlanders en studenten. Alle La Vuelta Holanda Eventmakers worden, onafhankelijk van welke ervaring of achtergrond zij hebben, gelijkwaardig behandeld.

4. RESULTAAT

Het beoogde resultaat van het vrijwilligersmanagement tijdens La Vuelta Holanda is:

- Het aantrekken van voldoende, kwalitatief goede en enthousiaste EventMakers om La Vuelta Holanda goed te laten verlopen en een positieve vibe rondom het evenement te creëren voor incrowd en buitenstaanders;
- Een goede werving, selectie, training en planning van voldoende kwalitatief goede en enthousiaste EventMakers met hart voor de sport;
- Een hechte samenwerking met betrokken clusters om alles op het gebied van het vrijwilligersmanagement zo soepel mogelijk te laten verlopen;
- Een goede informatievoorziening naar de EventMakers;
- Veel waardering voorafgaand aan, tijdens en na afloop van het evenement vanuit de organisatie richting de EventMakers;
- Goede zichtbaarheid van de EventMakers voorafgaand aan en tijdens het evenement, onder andere middels mooie kleding;
- De EventMakers hebben veel plezier;
- De operationele kosten van het project vrijwilligersmanagement blijven binnen het afgesproken budget;
- Het aantrekken van goede en voldoende stagiaires en afstudeerders die wat betreft uitvoering en onderzoek een waardevolle bijdrage leveren aan de voorbereidingen en uitvoeringsfase La Vuelta Holanda.

5. FASERING EN ACTIVITEITEN

In dit hoofdstuk worden de verschillende fasen binnen het vrijwilligersmanagement geschetst met de daarbij behorende activiteiten. Allereerst wordt een overzicht gegeven van de planning in tijd per fase:

Fase	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q2 2020	Q3 2020
1: Voorbereiding						
2: Werven						
3: Kennismaking						
4: Training						
5: Planning						
6: Het evenement						
7: Afronding						
Doorlopend: kleding						

5.1 Samenvatting proces

Samengevat ziet het proces van het vrijwilligersmanagement er als volgt uit:



5.2 Detailplanning

Hieronder wordt een gedetailleerde projectplanning weergegeven van het project vrijwilligersmanagement:

PERIODE	ACTIE	VERANTWOORDELIJK	BETROKKEN	STATUS
Fase 1: Voorbereiding				
April 2019	In kaart brengen van de behoefte rondom stagiaires en het uitzetten van stagevacatures	KKE	Clustermanagers	
Mei 2019	Vrijwilligersmanagementstrategie bepalen	KKE		
Juli 2019	Het opstellen van functieprofielen	KKE	Clustermanagers	
Mei/jun/jul 2019	In kaart (laten) brengen van de benodigde aantallen vrijwilligers	KKE	Clustermanagers	
Augustus 2019	Globale planning inzet vrijwilligers	KKE		
Fase 2: Werving				
Augustus 2019	Wervingsplan opstellen	KKE	Communicatie	
Augustus 2019	In kaart brengen netwerk clustermanagers voor mogelijke coördinerende vrijwilligers	KKE	Clustermanagers	
September 2019	Vooraankondiging start wervingsperiode	KKE		
Oktober 2019	Wervingscampagne opzetten en uitvoeren, start werving	KKE	Communicatie	
Oktober 2019	Aanmeldingsformulier online plaatsen	KKE		
Okt 2019 t/m maart 2020	Administratie aanmeldingen	KKE		
Z.s.m. na aanmelding	Follow-up aanmeldingen	KKE		
Fase 3: Selectie & kennismaking				
Q1 2020	Selectie coördinerende vrijwilligers	KKE		
Q1 2018	Start selectie en voorlopige indeling vrijwilligers	KKE		
7 februari 2020	Vooraankondiging kennismakingsbijeenkomst versturen	KKE		
13 maart 2020	Wervingscampagne sluiten	KKE		
Ongoing	Selectiecriteria handhaven	KKE		
13 maart 2020	Voorlopige indeling rond	KKE		
13 maart 2020	Uitnodiging kennismakingsbijeenkomst versturen	KKE		
April 2020	Kennismakingsbijeenkomsten vrijwilligers	KKE		
Ongoing	Informatievoorziening naar geselecteerde vrijwilligers	KKE		
Fase 5: Planning				
April 2020	Definitieve vrijwilligersaantallen – en functies gereed	KKE	Clustermanagers	
April 2020	Verwerken input kennismakingsbijeenkomst in definitieve planning	KKE		
Mei 2020	Planning maken	KKE		
18 mei 2020	Afstemmen planning	KKE	Clustermanagers	
18 mei 2010	App vullen	KKE		
21 mei 2020	Functiehandleiding en algemene handleiding af	KKE	Clustermanagers	
25 mei 2020	Planning en handleidingen delen met vrijwilligers	KKE		
Juni 2020	Accreditaties vrijwilligers	Accreditation		
Fase 5: Training				
Juni 2020	Inhoudelijke trainingen voorbereid	KKE		
Juni 2020	Trainingsavond voor geselecteerde vrijwilligers indien van toepassing	KKE		

Fase 6: Organisatie				
Augustus 2020	Inspiratiesessie	KKE	Clustermanagers	
Augustus 2020	Evenement	Allen		
Augustus 2020	Informatievoorziening tijdens evenement	KKE		
Fase 7: Afronding				
Augustus 2020	Vrijwilligersfeest	KKE		
Doorlopend: kleding				
Aug 2019	Kledingaantallen	KKE		
Jan 2020	Bestellen kleding	KKE		
Juli 2020	Pakketten maken	KKE		
Aug 2020	Uitdelen kleding	KKE		

6. SAMENHANG MET ANDERE CLUSTERS

Vrijwilligersmanagement kent veel raakvlakken met andere clusters en deelprojecten. Een goede afstemming met de andere clusters is derhalve van belang om de juiste informatie te verzamelen en hecht samen te werken. De clusters waarmee vanuit het vrijwilligersmanagement samengewerkt zal worden zijn:

- **Alle clusters:** Om functieprofielen op te stellen en vrijwilligersaantallen per cluster in kaart te brengen. In een latere fase worden de vrijwilligers overgedragen aan het betreffende clusters, dit vergt een goede samenwerking;
- **Communicatie:** Met het cluster Communicatie zal worden samengewerkt voor de werving van vrijwilligers, de informatievoorziening richting vrijwilligers en het maken van de certificaten voor vrijwilligers;
- **Accreditatie:** Het cluster Accreditatie heeft alle relevante gegevens van vrijwilligers tijdig nodig om de accreditaties in orde te maken;
- **Catering:** Het cluster Catering zal voor de vrijwilligers al het eten en drinken verzorgen, het is dan ook essentieel dat de juiste aantallen per locatie en specifieke wensen tijdig bekend zijn;
- **Hotels:** Het zou kunnen dat key vrijwilligers die van ver komen een overnachting gefaciliteerd krijgen, in dat geval dient dit afgestemd te worden met het cluster Hotels.





7. BEGROTING

Onderstaand is een eerste opzet voor de out-of-pocket begroting terug te vinden. Houd hiermee rekening met het feit dat we alle facilitaire middelen voor de kennismakingsbijeenkomsten, trainingen en inspiratiesessie via barter deals willen regelen of bijvoorbeeld willen organiseren op locaties van samenwerkingspartijen zoals Pathe die we om niet kunnen gebruiken, om zo de kosten te drukken.

OUT-OF-POCKET ACTIVITEIT	KOSTEN
Kennismakingsbijeenkomsten (o.b.v. 4 avonden)	€ 10.000,-
Trainingen	€ 2.000,-
Inspiratiesessie (1000 pax)	€ 30.000,-
Aankleding La Vuelta Holanda EventMakers Homes (o.b.v. 1 hoofdlocatie en 2 dependances in 's-Hertogenbosch en Breda)	€ 2.000,-
Afsluitingsborrel / feest	€ 20.000,-
Kledingpakket White Label (1000 pax)	€ 85.000,-
Volunteers app*	Inbegrepen
Verwachte out-of-pocket kosten	€ 149.000,-

* Deze kosten zijn gebaseerd op het gebruik van de bestaande EventMakers app. Bij gebruik van deze app kan de organisatie geen eigen design en titel aan de app toevoegen.

LA VUELTA 20
HOLANDA



La Vuelta Holanda 2020, 1^e kwartaalrapportage

April 2019

Hierbij ontvangt u de eerste kwartaalrapportage inzake de Vuelta start in 2020 in Utrecht en Brabant. Deze rapportage heeft betrekking op de ontwikkelingen en werkzaamheden die hebben plaatsgevonden in de periode van 12 december 2018 tot 1 april 2019.

Aanleiding

Op 12 december 2018 hebben de gemeenten Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch en de provincies Utrecht en Noord-Brabant gezamenlijk bekend gemaakt dat de Vuelta-start in Nederland haalbaar was gebleken en dat het evenement door de Vuelta-organisatie aan Utrecht/Brabant is toegewezen.

Bij de bekendmaking is ook aangegeven dat de raden en staten van de betrokken overheden periodiek, via kwartaalrapportages, op de hoogte worden gehouden van de voortgang van de organisatie van het evenement.

In deze eerste rapportage wordt de stand van zaken beschreven ten aanzien van de volgende onderwerpen/projectonderdelen:

1. Algemeen
2. Projectorganisatie en partners
3. Techniek, veiligheid en mobiliteit
4. Marketing, communicatie en hospitality
5. Activatieprogramma
6. Financiën en risico's
7. Vervolg

1. Algemeen

Na de officiële 'Go' voor de Vuelta-start in Utrecht/Brabant is toegewerkt naar 20 februari 2019, het moment waarop de routes aan de pers zijn gepresenteerd en de website en social mediakanalen van La Vuelta Holanda 'live' zijn gegaan. Daarnaast is een governance structuur uitgewerkt die past bij de gezamenlijke verantwoordelijkheid van de vijf publieke partners voor het evenement, en is de projectorganisatie (nagenoeg volledig) bemenst en de uitvoering gestart.

Perspresentatie

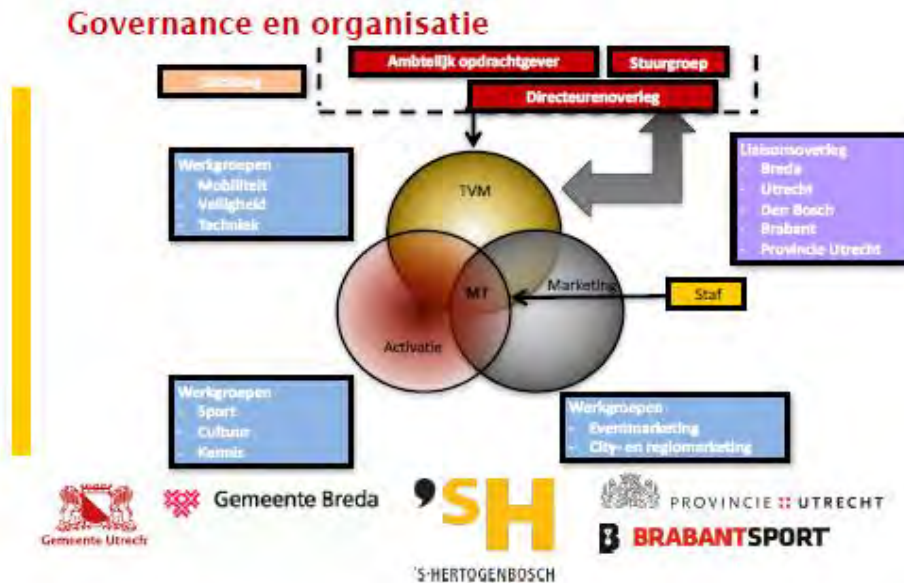
Op 20 februari 2019 vond in de Grote Kerk in Breda de presentatie van de routes van de Vuelta-start in Nederland plaats. Aanwezig waren vertegenwoordigers van de vijf publieke partners, de Vuelta-directie, oud Vuelta winnaars Jan Janssen en Joop Zoetemelk, diverse uitvoeringspartners, en uiteraard de pers. De perspresentatie heeft zowel via de digitale en de social mediakanalen, als via de offline media (kranten etc.) de nodige aandacht voor het evenement gegenereerd.

2. Projectorganisatie en partners

Projectorganisatie en stichting

In de afgelopen weken heeft de projectorganisatie van La Vuelta Holanda vorm gekregen en is deze bemenst. De organisatie is opgebouwd rond de drie hoofdonderdelen van het evenement: Techniek, Veiligheid en mobiliteit, Marketing, communicatie en hospitality, en Activatie.

De projectorganisatie wordt aangestuurd door de (reeds bestaande) Stuurgroep. Deze wordt gevormd door de portefeuillehouders van de vijf overheden. Besluiten voor de Stuurgroep en afspraken over inzet vanuit de publieke partners worden voorbereid via het Directeurenoverleg en het ambtelijk (liaison)overleg. Directe aansturing van de projectorganisatie gebeurt door ambtelijk opdrachtgever Toke Tom van de gemeente Utrecht, tevens voorzitter van de Stuurgroep en het Directeurenoverleg.



De frequentie van de overleggen van het Directeurenoverleg en de Stuurgroep bedraagt eens per zes weken, na de zomer van 2019 neemt de frequentie verder toe. Vanaf dit moment sluiten de burgemeesters van de drie steden aan bij de Stuurgroep, met het oog op het aspect van veiligheid.

Afspraken die in de afgelopen periode zijn gemaakt over de inhoudelijke en financiële bijdragen en de ambtelijke inzet vanuit de vijf publieke partners, en de onderlinge (stem)verhoudingen worden op korte termijn geformaliseerd middels een samenwerkingsovereenkomst.

Daarnaast wordt eveneens op korte termijn de Stichting La Vuelta Holanda opgericht. De stichting wordt vooral gebruikt voor een aantal specifieke onderdelen die niet of moeilijker via de vijf betrokken publieke partners gerealiseerd kunnen worden. Het gaat hierbij om het uitvoeren van betalingsverkeer, het afsluiten van contracten met private partners en het genereren van opbrengsten uit hospitality en toertochten. Een dergelijk model met een aparte entiteit is ook gehanteerd bij de organisatie van de Tourstart in Utrecht in 2015. Tussen de gemeente Utrecht (als contractpartner van de Vuelta-organisatie, namens de vijf overheden) en de Stichting La Vuelta Holanda wordt een overeenkomst van opdracht afgesloten. De gemeente geeft hierin de opdracht aan de stichting om het evenement te realiseren binnen de gestelde financiële kaders.

Het bestuur van de stichting zal uit drie personen bestaan. Dit is een bestuur op afstand. Sturing op de beleidsdoelstellingen vindt niet plaats via de stichting, maar zoals aangegeven via de Stuurgroep, het Directeurenoverleg en de ambtelijk opdrachtgever.

Voor de uitvoering van het evenement in 2020 en in de aanloop er naartoe, is de werving van vrijwilligers van groot belang. EventMakers, het landelijke platform voor vrijwilligers in sportevenementen (o.a. betrokken bij het EK Atletiek 2016, WK Shorttrack 2017 en het WK Handboogschieten 2019), werkt hiervoor een plan uit. Via de site van La Vuelta Holanda kunnen mensen zich reeds aanmelden, de echte werving start eind 2019.

Partners

Private partners

Circa 35 private partners hebben tot op heden aangegeven te willen bijdragen aan het evenement. Bij de bekendmaking op 12 december 2018 is aangegeven dat met een private financiering van (op dat moment) € 5,1 mln. aan de randvoorwaarde voor een minimale private dekking werd voldaan. Inmiddels is de private financiering gestegen naar € 5,4 mln. en vinden er nog steeds gesprekken plaats met geïnteresseerde bedrijven. De verwachting is dat het resterende deel van de private ambitie (à € 0,6 mln.) de komende maanden gerealiseerd gaat worden (zie ook 6. Financiën en risico's). In de komende periode worden de afspraken met de private partners uitgewerkt en vastgelegd in overeenkomsten met de Stichting La Vuelta Holanda.

Ministerie van VWS

Bij het Ministerie van VWS is direct na de toewijzing van het evenement aan Nederland in december 2018 een subsidieaanvraag à EUR 2,5 miljoen ingediend. Deze is op 25 februari 2019 toegekend. In het vervolgtraject blijft VWS nauw aangehaakt bij de organisatie van het evenement en de side-events.

3. Techniek, veiligheid en mobiliteit

De focus van het projectonderdeel techniek, veiligheid en mobiliteit (TVM) ligt op een aantrekkelijk en veilig parcours, een goede bereikbaarheid voor bezoekers, en een optimale mobiliteit voor de bewoners van de steden en provincies.

Routes

De routes van de drie etappes zijn in alle colleges vastgesteld en gezamenlijk gecommuniceerd op 20 februari 2019 bij de perspresentatie in Breda. Voorafgaand aan de vaststelling van de definitieve routes zijn afspraken gemaakt met alle parcoursgemeenten. Zij doen geen financiële afdracht aan het evenement, maar treffen wel zelf, op eigen kosten, de nodige voorzieningen voor de doorkomst.

Op de website www.lavueltaholanda.com zijn de drie etappes die in Utrecht en Brabant (en deels in Gelderland) worden verreden, gevisualiseerd.

Bijeenkomsten en gesprekken met partners

In maart 2019 hebben startbijeenkomsten voor de tweede en derde etappe plaatsgevonden, met alle parcoursgemeenten en de provincies, betrokken private organisaties als Movares, KWS, Traffic Service Nederland, Movico, Agterberg en Arcadis, en maatschappelijke partners Rijkswaterstaat, het ministerie van Justitie (NCTV), de nationale politie, het ministerie van EZ en Klimaat (Agentschap Telecom), het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat (directie Luchtvaart, Luchtverkeersleiding) en de veiligheidsregio's. In de periode tot aan het evenement worden in totaal 4 van deze bijeenkomsten belegd. Doel is om hierin samen uitwerking te geven aan de aspecten veiligheid (via een totale risicoanalyse) en mobiliteit. Op basis hiervan kan de vergunning worden aangevraagd en kunnen parcoursgemeenten een verklaring van geen bezwaar afgeven.

In de komende periode wordt het deelprojectplan TVM uitgewerkt.

4. Marketing, communicatie en hospitality

Heel belangrijk bij de organisatie van La Vuelta Vuelta is het uitdragen van het verhaal van de steden en provincies, het benadrukken van het feest in de stad, en de wijze waarop met en via het evenement uiting wordt gegeven aan de thema's Duurzaamheid en innovatie, en Gezond stedelijk leven. Om deze reden is marketing en communicatie één van de drie pijlers van het evenement. De uitwerking vindt plaats in nauwe samenwerking met de sportmarketingbureaus Triple Double en SportVibes.

In de aanloop van de perspresentatie van 20 februari is een huisstijl, inclusief logo voor La Vuelta Holanda ontwikkeld, zijn de website www.lavueltaholanda.com en social mediakanalen ingericht, en zijn een online persbrochure en promovideo gemaakt.

De doelstellingen met betrekking tot marketing zijn tweeledig: het vermarkten van het topsportevenement La Vuelta (start) en het vermarkten van de drie steden en twee provincies. Voor dat laatste is afstemming met city- en regiomarketingorganisaties, zoals Utrecht Marketing, Citymarketing Breda, Citymarketing 's-Hertogenbosch, Visit Brabant, RBT Heuvelrug en Vallei, en BrabantSport relevant. Met deze organisaties is in maart 2019 een startbijeenkomst gehouden met als voornaamste besprekspunt: hoe en via welke assets willen we onze steden en regio's profileren, gebruik makend van en passend bij het evenement, en wat is daarbij het gezamenlijke verhaal?

Deze en andere input wordt gebruikt om in de komende periode de deelprojectplannen voor marketing, communicatie en hospitality uit te werken. Deze plannen dienen als houvast en als toetssteen voor de activiteiten die in de maanden erna ontwikkeld worden.

5. Activatieprogramma sport, cultuur, kennis en economie

De start van de Vuelta 2020 moet een feest van, voor en door de steden en provincies worden. En moet helpen om lopende programma's en initiatieven op het gebied van sport, fietsen, cultuur en kennis te versterken en te borgen. Ofwel: het evenement moet legacy creëren. Hieraan werken we via het activatieprogramma (side-eventsprogramma) voorafgaand aan en tijdens het evenement.

Zowel in Utrecht als in Brabant worden allerlei partijen uit de sportsector en de cultuursector, en organisaties die zich bezighouden met fietsstimulering samengebracht om activiteiten en evenementen te organiseren. Een deel daarvan zal plaatsvinden op de schaal van Utrecht en Brabant samen (denk bijvoorbeeld aan de organisatie van een aantal officiële La Vuelta Holanda Toertochten en diverse wielerveden in samenwerking met de KNWU), een deel op regionaal niveau, en het grootste deel op lokaal niveau, binnen de steden en dorpen waar de etappes langs voeren.

Daarnaast worden ook kennisinstellingen in de provincies Utrecht en Brabant gevraagd om – waar mogelijk gezamenlijk – via het evenement (nieuwe) kennis te genereren en kennis te delen. Hierbij gaat het onder andere om de organisatie van congressen en symposia, het onderzoeken van de (maatschappelijke en economische) impact van het evenement, en het inzetten van studenten voor het evenement en activatieprogramma (via stages of als vrijwilligers).

Tenslotte wordt met de afdelingen economie en internationalisering van de vijf overheden en met lokale en regionale ontwikkelingsmaatschappijen verkend of La Vuelta Holanda een bijdrage kan leveren aan de doelstellingen van steden en provincies ten aanzien van versterking van de economie en internationale economische betrekkingen.

Hoe de activatie op de genoemde onderdelen en precies uit komt te zien, welke planning hieraan hangt en welke rol de projectorganisatie hierin speelt, wordt uitgewerkt in het deelprojectplan

Activatie. Dit plan zal in nauwe afstemming met het plan voor marketing en communicatie tot stand komen.

Kick-off bijeenkomsten voor de activatie op het gebied van sport, cultuur en kennis en voor de economische activatie worden of zijn gepland.

6. Financiën en risico's

Financiën

Het gewenste ambitieniveau van de projectbegroting is €14,9 miljoen. Bij de 'Go' voor de Vuelta op 12 december 2018 was een projectbegroting van €14,0 miljoen haalbaar. Inmiddels is deze iets verhoogd, naar €14,3 miljoen, door afspraken met nieuwe private partners. Er staan nog leads uit met enkele (nieuwe) bedrijven. We verwachten dat de ambitie van €6,0 miljoen aan private bijdragen gehaald wordt, en zien daarom geen aanleiding kosten uit de gewenste begroting van €14,9 miljoen te schrappen.

Risico's en kansen

De belangrijkste risico's en beheersmaatregelen ten aanzien van marketing, communicatie en hospitality, activatie, en de projectorganisatie worden in een risicomodel uitgewerkt en periodiek geactualiseerd. Het model is een intern sturingsmodel voor de projectorganisatie en is gebaseerd op het COSO-model, met de volgende elementen:

Stap 1 Vertrekkend vanuit de projectdoelstellingen, identificeren van de risico's en kansen;

Stap 2 Berekenen van de omvang van de risico's en kansen (kwantificeren in geld of in impact als het risico/de kans zich voordoet);

Stap 3 Beheersmaatregelen treffen (hoe risico's te vermijden, verminderen of accepteren).

Naast de risico's, worden ook de kansen, alsmede de mogelijkheden om deze te vergroten en te verzilveren, geïnventariseerd.

Voor het onderdeel Techniek, Veiligheid en Mobiliteit wordt, met alle betrokken experts/partners, een aparte risicoanalyse gemaakt.

7. Vervolg

In de periode tot aan de zomer komen het overall projectplan (incl. uitgewerkte begroting en risicomodel) en de deelprojectplannen gereed, wordt de Stichting La Vuelta Holanda opgericht, worden de afspraken met private partners via contracten met deze stichting vastgelegd en wordt gestart met de uitvoeringsplannen.

Deze en andere zaken komen terug in de tweede kwartaalrapportage Vuelta 2020, die begin juli 2019 wordt toegestuurd.

La Vuelta Holanda 2020, 3^e kwartaalrapportage

Oktober 2019

Hierbij ontvangt u de derde kwartaalrapportage inzake de Vuelta start in 2020 in Utrecht en Brabant. Deze rapportage heeft betrekking op de ontwikkelingen en werkzaamheden die hebben plaatsgevonden in de periode van 1 juli 2019 tot 1 oktober 2019.

Aanleiding

Op 12 december 2018 hebben de gemeenten Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch en de provincies Utrecht en Noord-Brabant gezamenlijk bekend gemaakt dat de Vuelta-start in Nederland haalbaar was gebleken en dat het evenement door de Vuelta-organisatie aan Utrecht/Brabant is toegewezen. Bij de bekendmaking is ook aangegeven dat de raden en staten van de betrokken overheden periodiek, via kwartaalrapportages, op de hoogte worden gehouden van de voortgang van de organisatie van het evenement.

In deze derde rapportage wordt de stand van zaken beschreven ten aanzien van de volgende onderwerpen/projectonderdelen:

1. Projectorganisatie en partners
2. Techniek, veiligheid en mobiliteit
3. Marketing, communicatie en hospitality
4. Activatieprogramma
5. Financiën en risico's
6. Vervolg

1. Projectorganisatie en partners

Projectorganisatie en stichting

Nadat de Utrechtse gemeenteraad voor het zomerreces in de gelegenheid was gesteld om wensen en bedenkingen te uiten, heeft de gemeente Utrecht op 5 september 2019 de stichting La Vuelta Holanda opgericht. Omdat het juridisch gezien niet wenselijk bleek om de gemeente Utrecht mede namens de andere vier publieke partners als (enige) opdrachtgever van de stichting te laten optreden, is aan de colleges van deze vier overheden begin september eveneens het besluit voorgelegd om als opdrachtgever van de stichting op te treden en daarmee te gaan deelnemen in de stichting. Daarna zijn de staten en raden van de gemeenten Breda en 's-Hertogenbosch, en de provincies Utrecht en Noord-Brabant gevraagd naar hun wensen en bedenkingen. Naar verwachting kunnen de wensen en bedenkingenprocedures medio oktober 2019 worden afgrond, waarna definitieve besluitvorming over de governance (deelneming in stichting, ondertekening samenwerkingsovereenkomst) kan plaatsvinden.

De projectorganisatie La Vuelta Holanda, heeft per 1 september 2019 haar intrek genomen in het (duurzame) pand van a.s.r verzekeringen in Utrecht.



In de projectorganisatie is inmiddels een aantal stagiairs van verschillende onderwijsinstellingen in Utrecht en Brabant werkzaam. Begin 2020 start een tweede lichting stagiairs. De werving van de vrijwilligers voor het evenement start medio oktober. Zij worden vooral binnen de provincies Utrecht en Noord-Brabant geworven. Bij de werving is er aandacht voor diversiteit in de groep vrijwilligers, en voor de inzet van vrijwilligers met een beperking.

De projectorganisatie heeft de samen met Green Events ontwikkelde duurzaamheidsstrategie vertaald naar een implementatiematrix. De duurzaamheidsmaatregelen hebben betrekking op de drie in de strategie benoemde pijlers: 1) zorg voor de elementen, 2) iedereen doet mee/inclusiviteit en 3) Fit voor morgen/vitaliteit.

Alle gemeenten en provincies hebben op verzoek van het ministerie van LNV een inventarisatielijst gemaakt om aard en omvang van lopende projecten in beeld te brengen in verband met de uitspraak van de Raad van State rondom stikstof. De provincie Utrecht heeft omwille van zorgvuldigheid besloten het sportevenement in de lijst op te nemen. We zijn momenteel in afwachting van nieuwe richtlijnen en beleid vanuit de rijksoverheid om definitief vast te kunnen stellen dat de uitspraken geen effect hebben op het wielerevenement in Utrecht en Brabant.

Tot die tijd gaan wij in vol vertrouwen door met de voorbereidingen om van La Vuelta Holanda een prachtig en onvergetelijk evenement te maken in de provincies Utrecht en Noord-Brabant, in de steden Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch en tientallen andere parcoursgemeenten. Wij verwachten dat het evenement gewoon doorgang kan vinden.

Partners

Private partners

Met de 35 private partners die een bijdrage aan La Vuelta Holanda hebben toegezegd (in cash, in kind of een combinatie van beiden), worden, nu de stichting is opgericht, de contracten gesloten. Met andere mogelijke partners lopen nog gesprekken. Van de beoogde €6 mln. aan private financiering is €5,4 mln. gerealiseerd.

In het finishweekend van La Vuelta 2019 heeft een delegatie van private en publieke partners van La Vuelta Holanda een bezoek gebracht aan Madrid. Het bezoek stond in het teken van de officiële overdracht van La Vuelta 2019 naar La Vuelta (Holanda) 2020. Het bezoek was daarnaast een netwerkmoment om een groot deel van de private partners aan elkaar te verbinden.

ASO

In bezoeken aan de start en finish van La Vuelta 2019 in Spanje zijn de banden met de Vuelta-directie aangehaald en is het contract voor La Vuelta Holanda 2020 getekend. De samenwerking met de Spaanse Vuelta-organisatie verloopt open, ontspannen, constructief en 'hands-on'. De Vuelta-organisatie komt in het vierde kwartaal voor een werkbijeenkomst met de projectorganisatie naar Nederland.

Kennis

De Universiteit van Utrecht (USBO) heeft een onderzoeksvoorstel voor de evaluatie van La Vuelta Holanda opgesteld. De evaluatie focust op de maatschappelijke impact, economische effecten en organisatorische samenwerking. De uitvoering wordt gezamenlijk met Hogeschool Utrecht, Avans, Breda University of Applied Sciences en Mulier Instituut opgepakt.



2. Techniek, veiligheid en mobiliteit

Vergunningen

Er is en wordt intensief met de betrokken gemeenten en provincies gesproken over de benodigde vergunningen voor het evenement. In oktober wordt vanuit de stichting een eerste concept-vergunningaanvraag naar de start- en finishgemeenten en de provincies gestuurd. Aan de hand hiervan worden in de komende maanden gezamenlijk alle facetten van techniek, veiligheid en mobiliteit nader uitgewerkt en afgestemd.

Reclamekaravaan

De reclamekaravaan van La Vuelta 2020 komt niet vanuit Spanje naar Nederland (mede met het oog op duurzaamheid). Aan de projectorganisatie La Vuelta Holanda is door de Vuelta-directie de mogelijkheid geboden om zelf een karavaan te organiseren. In het vierde kwartaal wordt onderzocht of de organisatie van een La Vuelta Holanda reclamekaravaan haalbaar is. Belangrijke randvoorwaarden/thema's in relatie tot de karavaan zijn duurzaamheid en veiligheid. Recente berichten in de media dat er een duurzame reclamekaravaan komt, zijn daarmee prematuur. Het onderzoek moet nog worden afgerond.

3. Marketing, communicatie en hospitality

In het finishweekend van La Vuelta 2019 van 14-15 september jl. is volop gecommuniceerd over de overdracht van Spanje (La Vuelta 2019) naar Nederland (La Vuelta Holanda 2020). De daarop aansluitende campagne '#Vamos' is in hetzelfde weekend gelanceerd.

Op de finishdag op 15 september hebben de beiaardiers van de Domtoren in Utrecht, de Grote Kerk in Breda en de Sint Jan in Den Bosch ter viering van de officiële overdracht om 20.00 u Spaanse muziek laten horen.

Hospitality

Voor de hospitality (gastenontvangst) zijn in de drie start- en finishgemeenten locaties aangewezen en zijn de gewenste faciliteiten en services benoemd. Naar schatting is er plaats voor in totaal circa zesduizend gasten bij de drie etappes. In het vierde kwartaal wordt een uitvoerend partner voor de hospitality geselecteerd. In de uitvraag worden nadrukkelijk eisen en wensen rond duurzaamheid (inrichting, energie en waterverbruik, catering) meegenomen.

Events

In het derde kwartaal zijn de volgende events georganiseerd c.q. ondersteund:

2 juli 2019	Informatiebijeenkomst activatie parcoursgemeenten Utrecht (Provincie Utrecht)
23-25 augustus 2019	Bezoek start La Vuelta Holanda 2019 (Alicante)
10 september 2019	Bijeenkomst activatie Noord-Brabant ('s-Hertogenbosch)
14-15 september 2019	Bezoek finish La Vuelta 2019 (Madrid)
30 september 2019	Bijeenkomst activatie Utrechtse Heuvelrug (Amerongen)



4. Activatieprogramma sport, cultuur, kennis en economie

Kader activatieprogramma

In de afgelopen maanden is een kader uitgewerkt ten behoeve van het aanmelden van sportieve, culturele en kennisactiviteiten voor het activatieprogramma van La Vuelta Holanda. Dit kader is terug te vinden op www.lavueltaholanda.com. Doel van het activatieprogramma is om in de drie maanden voorafgaand aan het evenement in Utrecht en Brabant zoveel mogelijk reuring te creëren. Daarbij staan gezond leven, duurzaamheid en feest in de steden en regio's centraal.

Vanaf 15 september is het mogelijk om online activiteiten aan te melden (www.lavueltaholanda.com).

In de week van 16–20 september zijn op vijf plekken in Utrecht en Brabant herkenbare La Vuelta Holanda ideeënboxen geplaatst om aandacht te vragen voor het indienen van de initiatieven voor het activatieprogramma. Hieromheen zijn lokaal persmomenten gecreëerd.

In december 2019 wordt vastgesteld welke activiteiten onder de vlag van La Vuelta Holanda, door de initiatiefnemers zelf, uitgevoerd kunnen worden. De projectorganisatie ondersteunt door middel van verbindingen met andere partijen, communicatie (zichtbaarheid) en eventueel een beperkte financiële bijdrage. Bij de selectie van activiteiten en events is aandacht voor diversiteit (in typen activiteiten, in doelgroepen en in locaties/steden en regio's).

Om maatschappelijke organisaties, bedrijven en burgers uit de betrokken steden en provincies te inspireren zijn in het tweede en derde kwartaal van 2019 verschillende activatie-bijeenkomsten gehouden. In onderstaand kader staat een korte impressie van de twee meest recente bijeenkomsten.

Impressie activatiebijeenkomsten Brabant en Utrechtse Heuvelrug

Op 10 september jl. kwamen in 's-Hertogenbosch een kleine 150 geïnteresseerden uit diverse sectoren in Brabant bij elkaar tijdens een door BrabantSport georganiseerd Vuelta Café. Na een aantal inleidende presentaties ter inspiratie is er die avond volop gebrainstormd aan de hand van zes thema's: wielrennen/talentontwikkeling, iedereen op de fiets, Spaans-Brabantse cultuurhistorie, cultuur & design, fiesta roja en duurzaamheid. Een paar voorbeelden van de circa 100 ideeën om rond de Vuelta in Brabant activiteiten en events te organiseren zijn: wedstrijdje waterfietsen langs de ZuiderWaterlinie, molens in West-Brabant inpakken met zeildoek met Spaans-Nederlandse afbeeldingen, kunstobjecten geïnspireerd door de drie Vuelta verhalen langs de route ontwikkelen, door fietsen/spinning energie opwekken om gebouwen/wijken te verlichten c.q. rood te laten kleuren, een vrouwenkoers organiseren, en bakkers en koks aan de slag zetten met een Vuelta-gebakje of 'worstenbrood tapas'.

Op 30 september vond in Amerongen op de Utrechtse Heuvelrug eveneens een activatiebijeenkomst plaats. Organisator was marketingorganisatie RBT Utrechtse Heuvelrug. Na een drietal presentaties vanuit La Vuelta Holanda en RBT Utrechtse Heuvelrug hebben de circa 90 aanwezigen aan verschillende tafels gebrainstormd over mogelijke plannen. Een paar voorbeelden van geuite ideeën zijn: 'plogging' in het Nationaal park Utrechtse Heuvelrug, een fietstocht speciaal voor handbikes, de koers kijken in een openluchttheater langs de route, een tentoonstelling van wielertuinen, verschillende soorten (e)tapas maken, en een bloemenlint aanleggen in de kleur van de Vuelta.



La Vuelta Holanda toertochten

In de zomer van 2020 zullen twee grote, officiële La Vuelta Holanda toertochten (in Brabant en Utrecht) worden georganiseerd. Hiervoor is onlangs na een brede uitvraag een uitvoerende partner geselecteerd.

5. Financiën en risico's

Ten opzichte van de tweede kwartaalrapportage zijn geen nieuwe zaken te melden over de begroting, dekking en risico's.

6. Vervolg

In de periode tot de jaarwisseling worden onder meer de volgende zaken uitgewerkt c.q. gerealiseerd:

- Selectie van en toekenning ondersteuning aan activiteiten/events voor het activatieprogramma van La Vuelta Holanda
- Start werving vrijwilligers
- Organisatie 3^e bijeenkomst techniek, veiligheid en mobiliteit met alle parcoursgemeenten en veiligheidsregio's
- Selectie uitvoerende partners voor businesscases hospitality en merchandise
- Ontwikkeling roadshow vanuit campagne #VamosHolanda (in te zetten bij verschillende bestaande (sport)evenementen en activiteiten)
- Tweede netwerkbijeenkomst voor private partners en publieke partners tijdens het Wielergala op 20 november in 's-Hertogenbosch
- Definitieve besluitvorming governance La Vuelta Holanda

Deze en andere zaken komen terug in de vierde kwartaalrapportage Vuelta 2020, die begin januari 2020 wordt toegestuurd.



La Vuelta Holanda 2020, 4^e kwartaalrapportage

Januari 2020

Hierbij ontvangt u de vierde kwartaalrapportage inzake de Vuelta start in 2020 in Utrecht en Brabant. Deze rapportage heeft betrekking op de ontwikkelingen en werkzaamheden die hebben plaatsgevonden in de periode van 1 oktober 2019 tot 1 januari 2020.

Aanleiding

Op 12 december 2018 hebben de gemeenten Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch en de provincies Utrecht en Noord-Brabant gezamenlijk bekend gemaakt dat de Vuelta-start in Nederland haalbaar was gebleken en dat het evenement door de Vuelta-organisatie aan Utrecht/Brabant is toegewezen. Bij de bekendmaking is ook aangegeven dat de raden en staten van de betrokken overheden periodiek, via kwartaalrapportages, op de hoogte worden gehouden van de voortgang van de organisatie van het evenement.

In deze vierde rapportage wordt de stand van zaken beschreven ten aanzien van de volgende onderwerpen/projectonderdelen:

1. Projectorganisatie en partners
2. Techniek, veiligheid en mobiliteit
3. Marketing, communicatie en hospitality
4. Activatieprogramma
5. Voortgang beleidsdoelstellingen
6. Financiën en risico's
7. Vervolg

1. Projectorganisatie en partners

Projectorganisatie en stichting

In het vierde kwartaal zijn bij de vijf betrokken publieke partners alle procedures van wensen en bedenkingen met betrekking tot het deelnemen in de Stichting La Vuelta Holanda afgerond. Hierop zijn de overeenkomst van opdracht en samenwerkingsovereenkomst door alle partners ondertekend en is vanuit elke partner formeel een bestuurder toegetreden tot de Stuurgroep. Deze heeft in november 2019 een eerste overleg gehad met het bestuur van de Stichting La Vuelta Holanda. De op 5 september 2019 opgerichte stichting is in het vierde kwartaal volledig operationeel geworden. De eerste publieke en private bijdragen zijn naar de stichting overgemaakt, waarop zij haar eerste betalingen (inclusief de eerste termijnbetaling van de fee aan de Vuelta-organisatie) heeft kunnen uitvoeren.

In oktober 2019 is de werving van vrijwilligers voor het evenement gestart. In totaal hebben zich in het vierde kwartaal een kleine 400 vrijwilligers aangemeld voor meerdere dagdelen. Hiermee zijn er qua aantallen al bijna voldoende vrijwilligers beschikbaar. In de komende maanden worden de beschikbare



functies zo passend mogelijk gekoppeld aan de vrijwilligers. In Q2 van 2020 worden in Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch de eerste vrijwilligersbijeenkomsten gehouden. De Stichting La Vuelta Holanda is inmiddels een erkend leerbedrijf voor MBO-studenten. Verschillende MBO-instellingen hebben plannen ingediend voor het activatieprogramma en zijn deze nu aan het uitwerken.

Partners

Private partners

In het vierde kwartaal van 2019 zijn 3 nieuwe private partners aan La Vuelta Holanda verbonden. Dit brengt het totaal aantal private partnerships op 38. Van de beoogde €6 mln. aan private financiering is €5,5 mln. gerealiseerd.

ASO

Eind oktober is een delegatie van La Vuelta op werkbezoek geweest in Nederland. Doel was om de start- en finishlocaties (nogmaals) te bekijken en concrete werkafspraken te maken. Met de directie van La Vuelta is tevens het jaarlijkse gala van Fonds Gehandicaptensport (goed doel verbonden aan La Vuelta Holanda) bezocht.

Kennis

De Universiteit van Utrecht/USBO is bezig met het voorbereiden van de deelevaluaties voor maatschappelijke, economische en organisatorische impact van het evenement. Hierbij zijn de hogescholen van Avans, BUAS, Fontys en HU aangesloten en zullen ook studenten van deze kennisinstellingen worden ingezet.

2. Techniek, veiligheid en mobiliteit

Vergunningen

In oktober is de derde van de vier geplande bijeenkomsten techniek, veiligheid en mobiliteit met alle 34 parcousgemeenten georganiseerd. In deze bijeenkomsten worden allerlei zaken besproken inzake verkeer, veiligheid en mobiliteit, zoals weg-afsluitingen, (planningen voor) onderhoud aan wegen en groen, bereikbaarheid van ziekenhuizen etc., en eventuele omleidingen voor het openbaar vervoer. Daarbij is er volop aandacht voor de bereikbaarheid en de veiligheid voor zowel bewoners als bezoekers van het evenement.

Daarnaast zijn de betrokken Veiligheidsregio's gestart met een interregionaal overleg. Politie, hulpdiensten, de Nationaal Coördinator Terrorismedbestrijding en Veiligheid, en de projectorganisatie van La Vuelta Holanda zijn hierbij aangesloten. Samen wordt gewerkt aan een risicoanalyse voor het evenement.

Eind oktober 2019 is vanuit de stichting een eerste concept-vergunningaanvraag naar de drie start- en finishgemeenten (evenementenvergunning) en de drie provincies (vergunning voor het gebruik van de weg voor de wedstrijd) gestuurd. Bij de doorkomstgemeenten worden door de stichting verklaringen van geen bezwaar aangevraagd.

Aan de hand van de conceptaanvragen worden in de komende periode gezamenlijk alle facetten van techniek, veiligheid en mobiliteit verder aangescherpt en afgestemd. De definitieve vergunningaanvragen zullen eind maart/begin april 2020 worden ingediend.



Reclamekaravaan

De reclamekaravaan van La Vuelta 200 komt niet vanuit Spanje naar Nederland (mede met het oog op duurzaamheid). Aan de projectorganisatie La Vuelta Holanda is door de Vuelta-directie de mogelijkheid geboden om zelf een karavaan te organiseren. Momenteel wordt door de projectorganisatie onderzocht of een duurzame reclamekaravaan met elektrische voertuigen (financieel) haalbaar is. Begin maart 2020 wordt op basis van een uitgewerkte business case een go of no go gegeven.

3. Marketing, communicatie en hospitality

Op 20 november 2019 vond in 's-Hertogenbosch het Nationale Wielergala plaats. In het programma en de aankleding van dit gala is ook aandacht besteed aan La Vuelta Holanda. Rond het gala is een netwerkbijeenkomst georganiseerd voor partners van La Vuelta Holanda.

Op 17 december 2019 werd in Madrid het parcours van La Vuelta 2020 bekendgemaakt. Hierbij was een kleine delegatie vanuit Nederland aanwezig. In de uitzending die live op de Spaanse televisie te volgen was, is namens de Utrechtse en Brabantse etappeplaatsen een korte speech gegeven en zijn beelden van de drie steden en twee provincies vertoond.

In Nederland werden, bij partner Pathé in Leidsche Rijn, partners en collega's van La Vuelta Holanda ontvangen om met elkaar de parcourspresentatie te bekijken en feestelijk het jaar af te sluiten. Tijdens deze bijzondere dag zijn ook de officiële toertochten van La Vuelta Holanda geopend voor inschrijving.

Op 16 december is via een [persbericht](#) gecommuniceerd over de opbrengst van de uitvraag rondom het activatieprogramma tot nu toe. Voor alle organisaties die onderdeel uitmaken van het activatieprogramma is een digitale toolbox ontwikkeld, met o.a. logo, visual, inspiratiedocumenten en handleidingen. Een dergelijke toolbox is al beschikbaar voor de publieke en private partners. Op de website zijn de eerste activiteiten zichtbaar vanaf januari. De kalender wordt in de eerste maanden van 2020 verder gevuld.

Door de projectorganisatie van La Vuelta Holanda is een roadshow, een mobiele La Vuelta Holanda – quiz, ontwikkeld, die in de start- en finishgemeenten en de parcoursgemeenten met vragen 'op maat' kan worden ingezet bij evenementen.

Vanaf maart 2020 zal (via de website van La Vuelta Holanda) een aanbod van La Vuelta Holanda merchandise beschikbaar komen.

Hospitality

Voor de hospitality (gastenontvangst) zijn in de drie start- en finishgemeenten locaties aangewezen en zijn de gewenste faciliteiten en services benoemd. Naar schatting is er plaats voor in totaal circa zesduizend gasten bij de drie etappes. In januari 2020 wordt een uitvoerend partner voor de hospitality geselecteerd. Ten behoeve van de uitvoering worden nadrukkelijk eisen en wensen rond duurzaamheid (inrichting, energie en waterverbruik, catering) meegegeven.



Events

In het vierde kwartaal zijn de volgende events georganiseerd c.q. ondersteund:

20 november 2019	Landelijk Wielergala 's-Hertogenbosch
17 december 2019	Parcourspresentatie La Vuelta 2020 Madrid
17 december 2019	Parcourspresentatie La Vuelta 2020 Utrecht

4. Activatieprogramma sport, cultuur, kennis en economie

Activatieprogramma

Vanaf het tweede kwartaal in 2019 is vanuit de publieke partners, marketingorganisaties en projectorganisatie enthousiasme gewekt voor La Vuelta Holanda. In het hele doorkomstgebied zijn partijen gevraagd om side-events te ontwikkelen en de bijbehorende plannen voor 31 oktober 2019 in te dienen. In totaal zijn 272 plannen voor sportieve en/of culturele activiteiten ontvangen, waarvan er 243 een financiële bijdrage vroegen.

Bij de beoordeling van de plannen is onder andere gekeken naar haalbaarheid, originaliteit, bereik en impact, aansluiting bij La Vuelta/Spanje, aansluiting bij de drie pijlers van duurzaamheid, gezond (stedelijk) leven en feestelijkheid. In totaal zijn 139 projecten gehonoreerd. Vanwege de overvraging van het beschikbare budget van €600.000,- ontvangen de meeste initiatiefnemers een deel van de gevraagde bijdrage. Vanuit de projectorganisatie worden initiatiefnemers geadviseerd over manieren om activiteiten slimmer/goedkoper te organiseren (eventueel met andere initiatiefnemers samen) en over andere financieringsbronnen.

In het komende kwartaal worden de gehonoreerde plannen verder uitgewerkt en starten de eerste voorbereidingen. Op 29 april 2020 wordt door middel van een kick-off de start gemarkeerd van een periode van ruim 100 dagen activiteiten in aanloop naar het wielerevenement in augustus.

Naast alle plannen die vanuit de steden en regio's zijn ingediend en worden georganiseerd, zullen ook door de KNUW diverse activiteiten worden uitgevoerd, op het gebied van jeugdwielrennen, talentontwikkeling en fietsen. Verder zullen in het weekend van 8-9 augustus 2020 twee officiële La Vuelta Holanda toertochten worden verreden, gebaseerd op etappe twee ('s-Hertogenbosch-Utrecht) en etappe drie (Breda-Breda). Ten slotte wordt een lespakket voor basisscholen ontwikkeld waarin de drie duurzaamheidspijlers centraal staan.

5. Voortgang beleidsdoelstellingen

In de haalbaarheidsfase van het project hebben de vijf publieke partners met elkaar de ambitie geuit om met het binnenhalen van de start van La Vuelta 2020 een impuls te geven aan een aantal maatschappelijke opgaven: duurzaamheid (incl. duurzame mobiliteit/fietsbeleid), inclusiviteit, en gezond stedelijk leven, en daarnaast positieve economische effecten te realiseren in de vorm van extra bestedingen en (inter)nationale promotie van de betrokken steden en regio's.

Na de toekenning van de Vuelta-start aan Utrecht en Brabant zijn deze ambities vertaald naar concrete doelstellingen en beoogde effecten. Veel van deze doelstellingen en effecten kunnen en zullen pas tijdens en na afloop van het evenement worden geëvalueerd. In de bijlage bij deze rapportage is een overzicht opgenomen met alle doelstellingen en beoogde effecten, en is de stand van zaken in het vierde kwartaal van 2019 geschetst. Het project verloopt volgens planning.



6. Financiën en risico's

Financiën

Momenteel werkt de projectorganisatie met een projectbegroting van € 14,4 mln.. Deze wordt gedekt uit publieke en private inkomsten. Het blijft de ambitie om het evenement met een begroting van €14,9 mln. te organiseren.

Risico's en kansen

Zoals gebruikelijk worden periodiek de risico's en kansen uit het risicomanagementmodel geactualiseerd. De eerstvolgende update vindt plaats aan het begin van het eerste kwartaal van 2020.

Er is een kennisdelings/afstemmingsoverleg tussen de projectorganisaties van de grote (sport)evenementen in 2020: La Vuelta Holanda, Invictus games, Sail Amsterdam en Formule 1 Zandvoort. Voorbeelden van zaken die daarin aan de orde komen zijn: (OV-)bereikbaarheid, vrijwilligersmanagement, veiligheid/beveiliging en duurzaamheid.

7. Vervolg

In de periode tot 1 april 2020 worden onder meer de volgende zaken uitgewerkt c.q. gerealiseerd:

- Voorbereiding activiteiten/events voor het activatieprogramma van La Vuelta Holanda en kick-off op 29 april 2020.
- Organisatie 4^e bijeenkomst techniek, veiligheid en mobiliteit met alle parcoursgemeenten en veiligheidsregio's
- Start verkoop hospitality-pakketten
- Start verkoop merchandise

Deze en andere zaken komen terug in de vijfde kwartaalrapportage Vuelta 2020, die begin april 2020 wordt toegestuurd.



Bijlage 1 Overzicht doelstellingen La Vuelta Holanda en stand van zaken

Doelstelling	Beoogde effecten	Stand van zaken (Q4 2019)
Een perfect, veilig georganiseerd en hooggewaardeerd evenement	De gemiddelde waardering door bezoekers bedraagt een 8,0	Waardering van bezoekers wordt tijdens het evenement gemeten
Een breed, divers en geapprecieerd activatieprogramma met evenementen op het gebied van sport/fietsen, cultuur(historie) en kennis in de regio's, steden en parcomunicipalidades	<p>Het activatieprogramma telt minimaal 200 evenementen en activiteiten, verspreid over de vijf steden en regio's</p> <p>Het activatieprogramma trekt minimaal 100.000 deelnemers en 400.000 bezoekers</p> <p>Het activatieprogramma wordt door bezoekers gemiddeld gewaardeerd met een 8,0</p>	Met de ingediende plannen vanuit de steden en regio's, het lespakket voor basisscholen, de LVH- Toertochten en de inzet van de KNWU wordt verwacht dat het uiteindelijke activatieprogramma ruim meer dan 200 evenementen en activiteiten zal tellen.
Een impuls voor duurzaamheid, zowel in het hoofdevenement als bij het activatieprogramma	De duurzaamheidsstrategie die in het derde kwartaal van 2019 is ontwikkeld, is vertaald naar concrete maatregelen, passend bij drie pijlers Zorg voor de Natuur, Iedereen doet mee (inclusiviteit) en Fit voor morgen (vitaliteit).	<p>Voorbeelden van maatregelen die reeds zijn c.q. worden uitgevoerd</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wagenpark ASO afkomstig uit Parijs i.p.v. Madrid - Equipment t.b.v. start/finish straat en mediapark afkomstig uit Nederland i.p.v. Spanje - Duurzaamheidsvoorwaarden als criterium voor activatieprojecten; - Duurzaamheidsvoorwaarden meegenomen in de offerte-uitvragen voor hospitality (energie, aankleding, catering) en merchandise; - CO2 uitstoot vliegvluchten delegaties naar Spanje (in 2018 en 2019) gecompenseerd. - Samenwerking Fonds Gehandicaptensport
Een impuls voor gezond stedelijk leven, met name via het activatieprogramma en aansluitend bij gemeentelijke en provinciale beleidsprogramma's	<p>Het evenement en activatieprogramma hebben in Utrecht en Brabant een impuls gegeven aan gezond leven (voldoende beweging en gezonde voeding) in het algemeen en het gebruik van de fiets(infrastructuur) in het bijzonder:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De bekendheid en het gebruik van snelfietsroutes onder inwoners is met respectievelijk xx en xx procentpunten toegenomen; - Het gebruik van de fiets door inwoners met en zonder beperking 	<p>De ingediende plannen voor het activatieprogramma zijn deels beoordeeld op hun bijdrage aan duurzaamheid, vitaliteit en inclusiviteit.</p> <p>De beoogde effecten en de aanpak om deze te meten, worden momenteel uitgewerkt door USBO & hogescholen</p>



	<p>is met respectievelijk xx en xx procentpunten toegenomen;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Het belang dat inwoners hechten aan gezond leven is met xx procentpunten gestegen. <p>Een of meerdere (grootschalige) activiteiten die in het kader van de Vuelta voor sporters met een beperking zijn ontwikkeld, zijn niet eenmalig, maar meerjarig geprogrammeerd.</p>	<p>Fonds Gehandicaptensport Nederland werkt momenteel met medewerking van de LVH-projectorganisatie een activatieplan uit.</p>
<p>Een economische impuls in de vorm van extra toeristisch-recreatieve bestedingen en naamsbekendheid</p>	<p>De in samenwerking met marketingorganisaties uitgevoerde activiteiten/campagnes hebben geleid tot een toegenomen bekendheid van toeristische trekpleisters zoals de Utrechtse Heuvelrug, de Brabantse Wal, de (gebieden rond de) Zuiderwaterlinie, de grote verblijfsrecreatie/attractieparken en de drie (binnen)steden.</p> <p>Het evenement heeft geleid tot extra vrijetijdsbestedingen in Utrecht en Brabant.</p>	<p>Onderzoek naar de economische spin-off vindt plaats tijdens en na afloop van het evenement</p>
<p>Een impuls voor bestuurlijke en organisatorische samenwerking in Utrecht en Brabant</p>	<p>De Vuelta heeft de bestuurlijke (en ambtelijke) relaties tussen de vijf betrokken overheden, tussen de Utrechtse en Brabantse kennisinstellingen en tussen de betrokken overheden en kennisinstellingen verstevigd. Er zijn gezamenlijke thema's en concrete projecten benoemd, waarop partijen (intensiever) willen samenwerken.</p> <p>De Vuelta heeft door haar aanpak leerervaringen geboden m.b.t. het met meerdere overheden samen werken aan de organisatie van een groot sportevenement. Hetzelfde geldt voor leerervaringen m.b.t. het publiek-privaat organiseren en financieren van een groot sportevenement. Beide typen leerervaringen leiden tot concrete aanbevelingen voor het beoogde beleid ten aanzien van topsportevenementen dat het Ministerie van VWS samen met VSG, NOC*NSF en de provincies aan het uitwerken is.</p>	<p>Deze doelstelling wordt in aanloop naar en na afloop van het evenement geëvalueerd, hoofdzakelijk via (groeps)gesprekken van bestuurders van overheden, private partners en betrokken kennisinstellingen</p> <p>De leerervaringen worden na afloop van het evenement gerapporteerd aan de stuurgroep en gedeeld met het Ministerie van VWS</p>



LA VUELTA 20 HOLANDA

Augustus 2020

PROJECTPLAN





INHOUD

1.	Inleiding	4
1.1	Achtergrond	5
1.2	La Vuelta d’España	5
1.3	Proces rondom het projectplan	5
1.4	Opdrachtformulering	5
2.	Producten en resultaten	8
2.1	Inleiding	8
2.2	Techniek Veiligheid en Mobiliteit	8
2.3	Marketing en Communicatie	8
2.4	Activatieprogramma	11
2.5	HRM en Vrijwilligersmanagement	13
2.6	Duurzaamheid	15
2.7	Gezond stedelijk leven	16
3.	Planning	17
4.	Projectorganisatie en governance	18
4.1	Inleiding	18
4.2	Governance en organisatie	18
4.3	Bestuurlijk en ambtelijk opdrachtgeverschap	20
4.4	Stichtingsmodel	20
4.5	Overlegstructuur	21
4.6	Projectevaluatie	22
4.7	Randvoorwaarden	22
5.	Financiële uitwerking	23
5.1	Begroting	23
5.2	Beoogde en gerealiseerde dekking	25
5.3	Risicomanagement en monitoring	25

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond

Wielrennen is populair in Nederland. Wielerevenementen zijn dat eveneens. In 2010 was de start van de Giro d'Italia in Nederland. De eerste etappe (na de proloog) finishte in Utrecht.

In 2015 was Le Grand Départ du Tour de France in Utrecht: op zaterdag werd een tijdrit door de stad gereden, op zondag startte de tweede etappe van Utrecht naar Zeeland. Beide evenementen kenden een groot aantal bezoekers (500.000 in 2010, in totaal 1 miljoen in 2015). Uit de evaluatie van de Universiteit Utrecht kwam naar voren dat het structurele economische en maatschappelijke effect van dit soort evenementen (spin-off in de vorm van exposure, naamsbekendheid, verbinding en trots, toeristisch vervolgbezoek) mede bepaald wordt door een structurele evenementenkalender. Ook worden bedrijven, maatschappelijke instellingen en inwoners enthousiast gehouden voor dergelijke grote evenementen door een structurele strategische evenementenkalender. Een groep bedrijven uit Utrecht (het Business Peloton Utrecht, BPU) heeft vervolgens de ambitie uitgesproken om te kijken of er nieuwe evenementen georganiseerd kunnen worden.

Door het BPU is er sinds augustus 2016 contact met de directie van de Vuelta d'España over de mogelijke organisatie van een aantal etappes in Nederland in 2020. De directie van de Vuelta bleek positief over dit idee. Het BPU heeft het idee besproken met de gemeenten Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch en de provincies Utrecht en Noord-Brabant. Deze publieke partners hebben het idee gezamenlijk opgepakt (waarmee het evenement een bovenregionaal karakter krijgt) en een haalbaarheidsonderzoek naar het evenement uitgevoerd. Ook zijn de eerste gesprekken met de directie van de Vuelta gevoerd.

De vijf publieke partners hebben in 2018 gezamenlijk de ambitie uitgesproken om de start van de Vuelta in 2020 te organiseren, waarbij de geambieerde begroting € 14,9 miljoen bedraagt. Voor de dekking is in totaal € 6,4 miljoen publieke dekking gereserveerd:

- € 4,2 miljoen via de Utrechtse partners (50 – 50 verdeeld)
- € 2,2 miljoen via de Brabantse partners.

Daarnaast is er een ambitie van € 6,0 miljoen private middelen en een subsidie van het ministerie van VWS van € 2,5 miljoen.

Eind 2018 was in totaal € 5,1 miljoen private middelen toegezegd. Daarmee kon het evenement met voldoende ambitie georganiseerd worden. Op 12 december is bekend gemaakt dat de Vuelta d'España in 2020 start in Utrecht en Brabant. Direct na de bekendmaking is de subsidieaanvraag ingediend bij het ministerie van VWS. Begin maart 2019 is bekend geworden dat het ministerie van VWS de subsidie heeft toegewezen.

1.2 La Vuelta d'España

De Vuelta d'España is één van de drie grote wielerronden van de wereld (Tour de France, Giro d'Italia, Vuelta d'España) en kent een groot publieksbereik en media-aandacht: het evenement wordt wereldwijd gevolgd door 1.400 journalisten van 320 media en de Vuelta wordt in 190 landen uitgezonden; de website heeft tijdens het event 4,1 miljoen unieke bezoekers. In 2015 reed Tom Dumoulin tot in het laatste weekend in de rode leiderstrui. In 2016 won Robert Gesink de koninginnenrit (etappe met finish bergop). In 2017 en 2018 werden respectievelijk Wilco Kelderman en Steven Kruijswijk 4e in het algemeen klassement. Jan Janssen en Joop Zoetemelk hebben de Vuelta beiden eenmaal gewonnen.

La Vuelta is (nog) niet veel in het buitenland gestart (in 1997 in Lissabon, Portugal, in 2009 in Assen, Nederland, in 2017 in Nîmes, Frankrijk), maar kijkt met meer en meer interesse naar het buitenland (onder meer om de aandacht voor de ronde te vergroten en om Spanje in het buitenland toeristisch te promoten). De koers is sinds een aantal jaren eigendom van de ASO, die eveneens eigenaar is van de Tour de France en klassiekers als Parijs-Roubaix en Luik-Bastenaken-Luik. De directie van de Vuelta heeft bij de eerste oriënterende gesprekken aangegeven één publieke organisatie als contractpartner te willen; gezien de ervaringen in 2010 en 2015 zal de gemeente Utrecht als contractpartner optreden.

1.3 Proces rondom het projectplan

In de tweede helft van 2018 en het eerste kwartaal van 2019 zijn veel voorbereidingen getroffen, waaronder:

- De bekendmaking en persconferentie van 20 februari 2019 zijn voorbereid.
- Het marketingconcept en het logo zijn gepresenteerd.
- Het eerste commitment met de private partners is afgehecht. De overeenkomsten tussen de private partners en de projectorganisatie worden voor de zomer 2019 afgerond, als de stichting La Vuelta Holanda 2020 is opgericht.
- De stichting wordt rond de zomer van 2019 opgericht.
- De subsidieaanvraag bij het ministerie van VWS is ingediend en toegewezen (begin maart 2019).
- Het onderhandelingstraject met de directie van de Vuelta is afgerond. Het contract wordt rond de zomer van 2019 definitief afgerond en getekend.
- De parcoursen (ploegentijdrit op vrijdag in Utrecht, etappe 's-Hertogenbosch – Utrecht, etappe Breda – Breda) zijn uitgewerkt, bestuurlijk vastgesteld en akkoord bevonden door de ASO.
- De projectstructuur is verder ontwikkeld en de projectorganisatie is gestart.

1.4 Opdracht en doelstellingen

Door de ambtelijk opdrachtgever, in afstemming met alle vijf de publieke partners, is de volgende opdracht geformuleerd: Organiseren van La Vuelta Holanda in Utrecht en Brabant met legacy (vooraf en achteraf). Kernthema's daarbij zijn:

- La Vuelta is een top(sport)evenement, een feest in de steden en regio's en een brede maatschappelijke beleving
- De verhalen van Utrecht en Brabant worden daarbij verteld: gezond stedelijk leven in optima forma
- Duurzaamheid is een centraal thema voor zowel de organisatie van het evenement an sich als voor de voorbereiding en de aanloop via het te ontwikkelen activatieprogramma
- La Vuelta moet leiden tot economische waarde: een impuls voor de economie (inclusief toerisme), zowel direct (bestedingen) als indirect (exposure, toeristisch vervolgbezoek)

Op basis van deze opdracht is de volgende hoofdoelstelling geformuleerd:

“Een perfect, veilig georganiseerd en hooggewaardeerd evenement, met een breed en geapprecieerd activatieprogramma, dat een impuls geeft aan duurzaamheid, gezond stedelijk leven, economisch ontwikkeling en bestuurlijke en organisatorische samenwerking in beide provincies, en in het bijzonder de betrokken gemeenten”.

Subdoelstellingen en bijbehorende KPI's zijn:

ONDERWERP	DOELSTELLING	RESULTAAT/KPI
Veilig en gewaardeerd evenement	Een perfect, veilig georganiseerd en hooggewaardeerd evenement	De gemiddelde waardering door bezoekers bedraagt een 8,0
Activatie	Een breed, divers en geapprecieerd activatieprogramma met evenementen op het gebied van sport/fietsen, cultuur(historie) en kennis in de regio's, steden en parcoursgemeenten	Het activatieprogramma telt minimaal 200 evenementen en activiteiten, verspreid over de vijf steden en regio's Het activatieprogramma trekt minimaal 100.000 deelnemers en 400.000 bezoekers Het activatieprogramma wordt door bezoekers gemiddeld gewaardeerd met een 8,0
Duurzaamheid	Een impuls voor duurzaamheid, zowel in het hoofdevenement als bij het activatieprogramma	Vaststelling van een of meerdere resultaten/kpi's vindt in de periode juni-juli 2019 plaats in samenwerking met Green Events en More2Win
Gezond stedelijk leven	Een impuls voor gezond stedelijk leven, met name via het activatieprogramma en aansluitend bij gemeentelijke en provinciale beleidsprogramma's	Het evenement en activatieprogramma hebben in Utrecht en Brabant een impuls gegeven aan gezond leven (voldoende beweging en gezonde voeding) in het algemeen en het gebruik van de fiets(infrastructuur) in het bijzonder: - De bekendheid en het gebruik van snelfietsroutes onder inwoners is met respectievelijk xx* en xx* procentpunten toegenomen; - Het gebruik van de fiets door inwoners met en zonder beperking is met respectievelijk xx* en xx* procentpunten toegenomen; - Het belang dat inwoners hechten aan gezond leven is met xx* procentpunten gestegen. Een of meerdere (grootschalige) activiteiten die in het kader van de Vuelta voor sporters met een beperking zijn ontwikkeld, zijn niet eenmalig, maar meerjarig geprogrammeerd.
Economische ontwikkeling	Een economische impuls in de vorm van extra toeristisch-recreatieve bestedingen en naamsbekendheid	De in samenwerking met marketingorganisaties uitgevoerde activiteiten/campagnes hebben geleid tot een toegenomen bekendheid van toeristische trekpleisters zoals de Utrechtse Heuvelrug, de Brabantse Wal, de (gebieden rond de) Zuiderwaterlinie, de grote verblijfsrecreatie/attractieparken en de drie (binnen)steden. Het evenement heeft geleid tot extra vrijetijdsbestedingen in Utrecht en Brabant**
Bestuurlijke en organisatorische samenwerking	Een impuls voor bestuurlijke en organisatorische samenwerking in Utrecht en Brabant	De Vuelta heeft de bestuurlijke (en ambtelijke) relaties tussen de vijf betrokken overheden, tussen de Utrechtse en Brabantse kennisinstellingen en tussen de betrokken overheden en kennisinstellingen verstevigd. Er zijn gezamenlijke thema's en concrete projecten benoemd, waarop partijen (intensiever) willen samenwerken. De Vuelta heeft door haar aanpak leerervaringen geboden m.b.t. het met meerdere overheden samen werken aan de organisatie van een groot sportevenement. Hetzelfde geldt voor leerervaringen m.b.t. het publiek-privaat organiseren en financieren van een groot sportevenement. Beide typen leerervaringen leiden tot concrete aanbevelingen voor het beoogde beleid ten aanzien van topsportevenementen dat het Ministerie van VWS samen met VSG, NOC*NSF en de provincies aan het uitwerken is.

* Deze percentages worden in de zomerperiode 2019 in nader overleg met de Universiteit van Utrecht en betrokken overheden bepaald. De resultaten worden via een enquête onder inwoners gemeten.

** In het haalbaarheidsonderzoek van februari 2018 is aangegeven dat het evenement in Utrecht en Brabant naar verwachting rond de €12 mln. aan additionele (vrijetijds)bestedingen zou kunnen opleveren. Omdat de daadwerkelijke economische spin-off direct samenhangt met het aantal bezoekers en dit sterk afhankelijk is van het weer, nemen we geen concrete KPI-waarde op. De economische spin-off wordt wel gemeten en meegenomen in de eindevaluatie.

In samenspraak met de Universiteit van Utrecht (hoofdaannemer USBO) en een aantal Utrechtse en Brabantse kennispartners wordt een evaluatiemodel ontwikkeld, aan de hand waarvan de resultaten worden gemeten en het evenement wordt geëvalueerd. Daarbij is voorzien in de uitvoering van een O-meting eind 2019/begin 2020.

Legacy

De vijf overheden sturen erop aan dat het evenement (de Vuelta-start) niet op zichzelf staat, maar "van, voor en door de steden en regio's" wordt georganiseerd en breder wordt ingebed. Hiervoor is samenwerking met veel en diverse maatschappelijke organisaties nodig: stakeholders op het gebied van sport, cultuur, kennis en het bedrijfsleven in de vijf steden/provincies. Alleen op die manier kan ook legacy worden gecreëerd.

Het realiseren van een legacy is een van de hoofddoelstellingen van La Vuelta Holanda. Het gaat hierbij om het behouden van de opgebouwde energie, netwerken en kennis & ervaring, en het (laten) doorwerken van effecten na augustus 2020 (c.q. na het beëindigen van de tijdelijke projectorganisatie). Wij zien deze blijvende nalatenschap op de volgende manieren voor ons:

Evenementenkalender

- De ervaringen met de Vuelta hebben bijgedragen aan een lange termijn agenda voor grootschalige, internationale (wieler- en andere) sportevenementen in Utrecht en Brabant c.q. Nederland; het evenement heeft grote wielerevenementen uit het (recente) verleden (Giro, Tour de France) verbonden aan toekomstige grote (wieler)evenementen zoals het WK BMX 2020 op Papendal en het WK Veldrijden 2023 in Hoogerheide

Sportief en cultureel

- Het evenement is benut om de ontwikkeling van wielertalent door verenigingen, ploegen en KNWU verder te professionaliseren; hiermee is de aandacht onder jongeren voor fietsen (basis) en voor talentontwikkeling in het wielrennen toegenomen, is de regionale samenwerking tussen wielerverenigingen in de regio's Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch en met de KNWU blijvend vergroot en verbeterd, en zijn er (plannen voor de aanleg van) meer laagdrempelige wieler/BMX-banen (pumptracks) in Utrecht en Brabant;
- De Vuelta heeft geleid tot een meer robuuste en gecoördineerde kalender van jaarlijkse terugkerende (wieler)toertochten in Utrecht – Brabant. Een aantal daarvan verwijzen naar de Vuelta 2020 (via naam, route etc.);
- De inwoners van de steden en provincies hebben meer kennis van de Spaans-Nederlandse geschiedenis en het bijbehorende erfgoed (m.n. de waterlinies).

Duurzaamheid

- De vijf overheden hebben de Vuelta gebruikt als pilot om een duurzame aanpak rond sportevenementen te (door) ontwikkelen. Een duurzaam georganiseerd sportevenement moet in de toekomst steeds vanzelfsprekender worden. Wens is om de (bestuurlijke) samenwerking op dit thema na afloop van de Vuelta te continueren en ervaringen binnen en buiten Nederland te delen.

Gezond Stedelijk leven

- De Vuelta heeft mensen geïnspireerd om vaker de fiets te pakken. Het gebruik van de fiets in het algemeen en van de snelfietsroutes in Utrecht en Brabant neemt ook na afloop van de Vuelta toe;
- Een of meerdere activiteiten die in het kader van de Vuelta voor sporters met een beperking zijn ontwikkeld, zijn niet eenmalig, maar meerjarig geprogrammeerd. Hiermee wordt meer structureel invulling gegeven aan inclusief sporten en fietsen.

Economische spin-off

- De (internationale) bekendheid van de drie steden en twee provincies heeft door de Vuelta een impuls gekregen. Met name t.a.v. de innovatieve fietscultuur en -aanpak, het toeristisch-recreatieve profiel en de sterke wielercultuur;
- Het aantal en de kwaliteit van toeristisch-recreatieve bezoeken aan de regio's Utrecht en Brabant is na afloop van de Vuelta toegenomen. Hierbij is er meer spreiding van het toerisme over stad, wijken en regio.

Bestuurlijk-organisatorisch

- De Vuelta heeft een platform voor (bestuurlijke) relatienetwerken geboden en heeft op deze manier geholpen om de samenwerking tussen lokale en regionale overheden, en het bedrijfsleven in Utrecht en Brabant, zowel op het gebied van sport en fietsen als daarbuiten, verder te intensiveren.

Uitgangspunten

Bij de organisatie van La Vuelta Holanda worden de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- het contract tussen de ASO (directie Vuelta) en de gemeente Utrecht is leidend voor de technische uitvoering van het evenement
- voor het totale evenement wordt 1 projectorganisatie opgericht, die verantwoordelijk is voor de organisatie van het evenement.
- er wordt uitgegaan van co-creatie, publiek-private samenwerking en funding
- er wordt, waar mogelijk, aangesloten bij bestaande initiatieven (op het gebied van side events: op het gebied van sport, cultuur, kennis/economie en overige initiatieven) en publieke initiatieven worden gestimuleerd
- het evenement kenmerkt zich door een hoge belevingswaarde en grote mate van professionaliteit. Bij de organisatie wordt diezelfde belevingswaarde en professionaliteit nagestreefd op alle fronten
- qua ambitie wordt uitgegaan van een begroting van € 14,9 miljoen (€ 6,4 miljoen financiering publieke partners, € 2,5 miljoen subsidie VWS, € 6,0 miljoen private financiering; zie verder hoofdstuk 5 Financiën). De gerealiseerde dekking voor dit scenario is leidend: wanneer de financiële dekking lager uitvalt dan de beoogde € 14,9 miljoen, dan zal het ambitieniveau aangepast worden op de gerealiseerde dekking (mede in het kader van financieel risicomanagement). 1 mei 2020 is het ijkpunt om de definitieve dekking (en daarmee de definitieve begroting) te bepalen.

De opdrachtformulering wordt op hoofdlijnen uitgewerkt in dit projectplan. Per deelproject zijn deelprojectplannen uitgewerkt, waarin de doelstellingen worden verwoord en gespecificeerd. In hoofdstuk 2 worden de deelprojectplannen op hoofdlijnen en samengevat gepresenteerd. De deelplannen zelf zijn gedetailleerd uitgewerkt.



2. PRODUCTEN EN RESULTATEN

2.1 Inleiding

De vijf publieke partners hebben besloten La Vuelta Holanda te realiseren met een ambitieniveau qua begroting van € 14,9 miljoen. De doelstellingen van het evenement zijn uitgewerkt in de afzonderlijke deelplannen. De deelplannen (Techniek, Veiligheid & Mobiliteit, Marketing & Communicatie, Activatieprogramma, HRM & Vrijwilligersmanagement, Governance en Organisatie) maken onlosmakelijk onderdeel uit van dit projectplan.

Een beknopte samenvatting van de deelplannen is opgenomen in dit hoofdstuk.

2.2 Techniek Veiligheid en Mobiliteit

Het doel is een hoogwaardig georganiseerd en gewaardeerd evenement. De focus ligt daarbij op een veilig parcours, goed bereikbaar voor bezoekers, met optimale mobiliteit voor inwoners van de stad. De voorzieningen zijn erop gericht om het voor de bezoekers zo aangenaam en makkelijk mogelijk te maken; gastvrij en goed bereikbaar.

Binnen het deelplan Techniek, Veiligheid en Mobiliteit worden de voorbereidingen getroffen voor:

- De inrichting van perscentrum en permanence (Jaarbeurs)
- De ploegenpresentatie (donderdag, Utrecht Vredenburg)
- De ploegentijdrif (vrijdag, Utrecht – Utrecht met start en finish bij de Jaarbeurs)
- Etappe 2 's-Hertogenbosch (start Citadel) – Utrecht (finish Utrecht Science Park)
- Etappe 3 Breda (start Kasteel van Breda) – Breda (finish Chasseveld).

Daarnaast worden de technische faciliteiten verzorgd voor hospitalityvenues in de verschillende steden en wordt een actiecentrum ingericht om het gehele evenement op de wedstrijddagen te begeleiden.

Doelen

Doel is het opleveren van de verschillende onderdelen, inrichtingen en logistiek van La Vuelta Holanda 2020, met de benodigde vergunningen en de daarbij behorende producten, rekening houdend met het contract met de ASO/ La Vuelta organisatie.

Het aantal bezoekers aan het evenement is geen doel op zich: het aantal bezoekers is deels afhankelijk van de periode waarin het evenement georganiseerd wordt (augustus vakantiemaand) en gedeeltelijk van het weer. Voor de inschattingen op het gebied van veiligheid, mobiliteit en crowd management wordt voortsnog uitgegaan van ongeveer 400.000 – 500.000 bezoekers aan het totale evenement.

Producten

Voor het onderdeel Techniek, Veiligheid & Mobiliteit worden de volgende producten opgeleverd:

- Een draaiboek met alle werkzaamheden in de openbare ruimte voor de etappes, de start-finish locaties en de overige venues, inclusief hekkenplannen, inrichtingsplannen voor de venues
- Een vergunningsaanvraag en verklaringen van geen bezwaar
- Een overall risicoanalyse
- Een veiligheidsplan, calamiteitenplan, bevelingsplan en plan voor crisiscommunicatie
- Een crowd managementplan
- Een verkeers- en mobiliteitsplan, inclusief bordeninformatieplan en uitwerking van openbaar vervoer en (fiets)parkeren
- Een communicatieplan voor de bereikbaarheid (bewoners, bedrijven en bezoekers)

Voor het deelgebied zijn met de parcoursgemeenten twee periodieke overleggen ingepland: op het gebied van mobiliteit en op het gebied van veiligheid. Met publieke en private partners worden de benodigde plannen uitgewerkt, zodat in het voorjaar van 2020 een volledige vergunningsaanvraag ingediend kan worden.



2.3 Marketing en Communicatie

La Vuelta Holanda biedt een podium om met elkaar van sport te genieten, elkaar te ontmoeten en een groot Spaans wielerveest te vieren waarin duurzaamheid, gezond stedelijk leven en innovatie samenkomen.

La Salida Oficial en het activatieprogramma in aanloop bieden volop mogelijkheden om de mooie en unieke aspecten van de provincies Noord-Brabant en Utrecht en de steden Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht te tonen aan de wereld.

Om deze reden is marketing en communicatie één van de drie pijlers van het evenement. De uitwerking vindt plaats in nauwe samenwerking met de sportmarketingbureaus Triple Double en SportVibes.

Doelen

Met het binnenhalen en organiseren van de Vuelta-start willen de vijf publieke partners de volgende marketingcommunicatie doelen bewerkstelligen:

- (Inter)nationale awareness La Vuelta Holanda
- (Inter)nationale awareness van de provincies Utrecht en Noord-Brabant en de steden Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht (via het vermarkten van het evenement)
- De thema's duurzaamheid (duurzame mobiliteit, fiets en fietsbeleid, gezond stedelijk leven), innovatie en feest met elkaar laden
- Promotie van het gezamenlijke feest La Vuelta Holanda (inclusief activiteiten)

Het strategisch marketingcommunicatieplan is de basis voor alle uitingen rondom La Vuelta Holanda. Het is een stevige en solide onderlegger en vormt het uitgangspunt voor de nadere uitwerking van de diverse onderdelen.

Inhoud

De boodschap van La Vuelta Holanda is een geweldige beleving. Van sporten, wielrennen en fietsen voor iedereen, op elk niveau. Van drie mooie steden en omliggende provincies die uitnodigen tot bezoeken en verwonderen. Van aandacht voor duurzame en gezonde keuzes. En van inwoners, bedrijven en organisaties die enthousiast, actief en ondernemend zijn, ofwel 'ervoor gaan'. #VAMOS

Welkom in Nederland

Het land van Van Gogh, nijntje en Tiësto

Het land van ondernemerschap, innovatie en structuur

Het land om goed te leven in de stad of natuur

Met zijn vele gezichten

En een goede organisator voor feesten en evenementen

Maar bovenal zijn we het land dat bekend staat vanwege onze roemrijke fietsgeschiedenis

En fietscultuur

Niet alleen op professioneel niveau

Maar ook ter ontspanning

Hier overstijgt de fiets de betekenis van een vervoersmiddel

We hebben meer fietsen dan inwoners

Meer dan een kwart van onze reizen leggen we af op de fiets

We hebben de grootste ondergrondse fietsenstalling ter wereld en bovendien slimme fietsparkeersystemen.

In Nederland leert ieder kind van kleins af aan te fietsen

Het zit in ons bloed

Als vertegenwoordigers van die cultuur hebben we nu ook een fantastische generatie Nederlandse wielrenners

Van Tom Dumoulin en Wout Poels tot Dylan Groenewegen en Steven Kruijswijk

Na de Vuelta-overwinning van Joop Zoetemelk in 1979, verlangt het land naar een opvolger

De tijd is rijp een nieuw en zinderend hoofdstuk toe te voegen aan de Nederlandse geschiedenis van La Vuelta

Een nieuwe start van een eeuwen oude Spaanse band

Met meer dan 400 kilometer parcours, verdeeld over drie etappes

Dwars door Brabant en Utrecht, ons uitgestrekte land

We zijn klaar voor 'La gran salida de la Vuelta' Klaar om 'onze' fiets en Nederland opnieuw in het middelpunt van de internationale aandacht te zetten

Niet alleen zal Nederland drie dagen draaien om topsport

Maandenlang kleuren de steden en regio's rood met een groot feest in aanloop

Wij zijn klaar voor een fiesta roja

Vamos Holanda! La Vuelta Holanda, #VamosUtrecht #VamosHertogenbosch #VamosBreda #VamosBrabant

Het is bijzonder en uniek om hier onderdeel van uit te maken als bezoeker, inwoner, vrijwilliger, private of publieke partner. En zo op een heel verrassende wijze Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch, en de provincies Utrecht en Noord-Brabant te leren kennen. Uiteraard niet alleen tijdens de Vuelta-start maar ook tijdens het hele activatieprogramma, zowel fysiek als online.

In de aanpak van La Vuelta Holanda staat een aantal groepen 'spelers' centraal. Uiteraard zit er binnen deze hoofdgroepen differentiatie.

- **Intern.** Dit zijn de medewerkers van de vijf publieke partners; maar ook de medewerkers van private partners.
- **Inwoners.** Dit kunnen bewoners, bezoekers, initiatiefnemers of vrijwilligers zijn.
- **Bezoekers.** Hierin wordt onderscheid gemaakt tussen bezoekers van de Vuelta-start (zowel hospitality als regulier bezoek), het activatieprogramma of de steden/regio's zelf.
- **Bedrijven.** Naast private, meebetalende, partners, ook bedrijven waarmee wordt opgetrokken.
- **Media.** (Inter)nationaal, regionaal en lokaal en wielerspers. En uiteraard mediapartners.

Producten

De (hoofd)producten vanuit het marketingcommunicatieplan worden onderscheiden in een aantal subcategorieën.

- Strategisch kader (o.a. kernboodschap, doelstellingen, doelgroep, uitgangspunten)
- Marcomstrategie (o.a. concept, milestones, 'golven')
- Merk en Branding (o.a. huisstijl, offline en online campagnemiddelen, aanpak citydressing, businesscase merchandising)
- Online strategie (o.a. social media, website, nieuwsbrief)
- Mediastrategie (o.a. uitgangspunten, acties, woordvoering, media partnerships)
- Communicatie-aanpak activatieprogramma (incl. kick-off moment)
- Partnerhuis (o.a. sponsorproposities)
- Bereikbaarheidscommunicatie (o.a. middelen, fasering/planning, organisatie)



Stakeholders

La Vuelta Holanda is een evenement door en voor de steden en provincies. Er zijn dus ontzettend veel stakeholders. Voor de marketing en communicatie van het evenement zelf en het (via het evenement) vermarkten van de betrokken steden en regio's zijn werkgroepen ingericht met vertegenwoordigers van de vijf publieke partners, marketing-partners Triple Double en Sportvibes, de citymarketingorganisaties van Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch, Visit Brabant, RBT Heuvelrug en BrabantSport.

Binnen de vijf overheden worden de volgende beleidsvelden (intensief) betrokken: sport, toerisme/vrijtijdseconomie, cultuur/erfgoed, fiets/duurzame mobiliteit, onderwijs, gezondheid (en economie & internationalisering) en economie & internationalisering.

Uiteraard zijn alle private partners belangrijke ambassadeurs en worden zij geraadpleegd indien het hun expertise betreft in het kader van de ontwikkeling en doorontwikkeling van het merk La Vuelta Holanda en/of het activatieprogramma.

2.4 Activatieprogramma

Thema's

Het activatieprogramma van La Vuelta richt zich op de thema's "Feest in de stad", duurzaamheid en gezond stedelijk leven.

Evenementen en activiteiten richten zich primair op:

- Sport (stimuleren van fietsen, sport, bewegen en gezondheid)
- Cultuur (inclusief cultuurhistorie, erfgoed, eten)
- Kennis (inclusief innovatie)

In de uitvoering wordt zoveel mogelijk gezocht naar de overlap en integratie van de verschillende thema's. Voor de doelgroep zal het onderscheid in de drie thema's niet zichtbaar zijn. Zij krijgen een aansprekend, feestelijk en inspirerend programma aangeboden. Het activatieprogramma is van, voor en door de steden en regio's: een activatie van onderaf. Het activatieprogramma is zowel de aanloop naar als de legacy van La Vuelta Holanda en activeert de marketingdoelstellingen van La Vuelta Holanda.

Economische activatie

Op het gebied van economische activatie worden initiatieven op het gebied van directe economische impact gestimuleerd (Vueltapleinen tijdens het hoofdevenement). Daarnaast wordt een aparte projectgroep Economische activatie ingericht, waarbij economische beleidsmedewerkers van de vijf publieke partners en vertegenwoordigers van EBU, BOM en het ministerie van EZ een gezamenlijke economische agenda maken, waarbij het evenement als platform voor die agenda kan dienen. Voorbeelden van economische activatie zijn kennisdelen op het gebied van fietsbeleid (internationaal), toerisme (vervolgbezoek) en een Spaan-Nederlands handelsjaar. In kwartaal 2 van 2019 wordt een agenda voor de economische activering gemaakt.

Doelstellingen

De belangrijkste doelstellingen van het activatieprogramma zijn:

- Het betrekken van maatschappelijke organisaties en bedrijfsleven in de provincies Utrecht en Brabant en de steden Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch;
- Het betrekken van zoveel mogelijk maatschappelijke initiatieven in de parocoursgemeenten
- Een programma met minimaal 200 evenementen in de verschillende gemeenten.
- Het activatieprogramma trekt minimaal 100.000 deelnemers en 400.000 bezoekers.
- Een waardering van een 8,0 voor het activatieprogramma (gemeten onder de bezoekers van het activatieprogramma).

Brede programmering

Met het activatieprogramma wordt het beste uit de provincies en steden naar voren gebracht. De programmering is breed en divers en richt zich zowel op grote evenementen (toertochten, tentoonstellingen en podiumprogrammering) als kleinere evenementen en activiteiten (wijkgerichte programmering zoals buurtfeesten).

Stakeholders

Stakeholders in het activatieprogramma zijn sportverenigingen, sportorganisaties als KNWU en NTFU, de ongeorganiseerde sport (fiets/wielerclubjes en -initiatieven), culturele organisaties als amateurgezelschappen, musea en podia, kennisinstellingen (van PO tot HBO/Universitair), horeca en hotels en bedrijfsleven.

Doelgroepen

Voor het activatieprogramma van La Vuelta Holanda worden diverse, soms overlappende doelgroepen benaderd. Tevens is er overlap mogelijk met doelgroepen vanuit andere onderdelen van de projectorganisatie, zoals bewoners vanuit bereikbaarheidscommunicatie en internationale bezoekers vanuit marketing en communicatie. Om overzicht te geven in de te benaderen doelgroepen vanuit activatie is de onderstaande doelgroepenmatrix opgesteld:

Doelgroepen matrix

DOELGROEP	PROGRAMMA
Kinderen en jongeren	<ul style="list-style-type: none">• Lespakket• Scholen en wijkenprogramma Fiets• Dikke banden races KNWU
Sportieve fietsers	<ul style="list-style-type: none">• Toerversie La Vuelta Holanda• Aanbod wielerverenigingen• Themaroutes
Sporters met een beperking	<ul style="list-style-type: none">• Programma aangepast sporten• Evenementen voor sporters met een beperking• Activatie Fonds Gehandicapte Sport
Recreatieve fietsers	<ul style="list-style-type: none">• Themaroutes• Routes gecombineerd met cultuur aanbod en overnachting(en)
Wijkbewoners	<ul style="list-style-type: none">• Vuelta buurtfeesten• Wijkenprogramma gericht op fietsstimulering
Kwetsbare doelgroepen	<ul style="list-style-type: none">• Wijkenprogramma gericht op fietstimulering
Bewoners steden en regio's	<ul style="list-style-type: none">• Sport en cultuuraanbod La Vuelta Holanda
(Inter)nationale bezoekers	<ul style="list-style-type: none">• Sport en cultuur aanbod La Vuelta Holanda

Communicatie

Evenementen en activiteiten in het activatieprogramma worden centraal gecommuniceerd via een communicatiekalender en via de website en social media van La Vuelta Holanda. Voor de evenementen en activiteiten uit het programma komt een 'logo' beschikbaar (#Vamos).

Proces

Voor het activatieprogramma van La Vuelta Holanda kiezen we voor een bottom-up strategie, we nodigen de steden en regio's (inclusief de parcoursgemeenten) uit om het feest van La Vuelta Holanda samen met ons vorm te geven en te beleven. Het programma wordt in co-creatie 'door en voor de steden en regio's' georganiseerd. In de planning van het programma wordt daarom de eerste periode (maart 2019 – september 2019) benut voor brainstorm om, in participatie met de betreffende partijen uit de themavelden, invulling te geven aan het programma's. Tijdens de brainstorm worden partijen, organisaties en stakeholders uitgedaagd om plannen voor het activatieprogramma aan te leveren. Deze plannen worden in de periode oktober – november 2019 beoordeeld en waar nodig van advies en feedback voorzien. In december 2019 moet een totale programmering gerealiseerd zijn, die wordt voorgelegd aan de stuurgroep, het directeurenoverleg en het stichtingsbestuur.

Uitgangspunt bij de plannen is dat een eventuele financiering van initiatieven door de projectorganisatie La Vuelta Holanda niet meer dan 30% van de totale kosten bedraagt, dat er toegewerkt wordt naar een brede en diverse programmering, verspreid over alle regio's en steden.

Activatie Fonds Gehandicaptensport

In het kader van Gezond Stedelijk Leven (participatie, inclusiviteit) is het Fonds Gehandicaptensport gekozen als het Goede Doel van La Vuelta Holanda. Met FGS hebben de eerste gesprekken over de activatie van het goede doel plaatsgevonden. In kwartaal 2 en 3 worden de acties met FGS verder geconcretiseerd. Ook merchandising (en activering van de funders) maakt mogelijk onderdeel uit van de activatie van het Goede Doel.

2.5 HRM en Vrijwilligersmanagement

Vrijwilligers

La Vuelta Holanda is van, voor en door de steden en regio's. Om dat mogelijk te maken en om mensen nadrukkelijk te betrekken bij het evenement, is het mogelijk om eventmaker te worden van het evenement. Voor het werven van de vrijwilligers is bureau Eventmakers ingeschakeld. Deze professionele, ervaren partij verzorgt de werving, training en planning van alle vrijwilligers.

In samenspraak met de managers van de deelgebieden worden door Eventmakers in kwartaal 2 en 3 van 2019 een strategie en een totaal formatieplan opgesteld voor het aantal vrijwilligers. Vooralsnog wordt uitgegaan van ongeveer 1.000 vrijwilligers. Eventmakers stelt de functieprofielen voor alle functies op. Vervolgens wordt de werving en selectie uitgevoerd.

In 2020 vinden trainingen voor de vrijwilligers plaats, worden de plannen gemaakt voor de vrijwilligersdiensten en worden kledingpakketten besteld. De kledingpakketten en de roosters worden verspreid tijdens een laatste kickoff bijeenkomst met alle vrijwilligers. Na het evenement wordt een bedankbijeenkomst georganiseerd.

Stagiairs

Bij het evenement worden stagiairs van kennisinstellingen in Utrecht en Brabant ingezet. De managers van de deelgebieden inventariseren in kwartaal 2 van 2019 de behoefte en de profielen van in te zetten stagiairs. Bureau Eventmakers coördineert de stagemogelijkheden en doet een centrale uitvraag bij de Utrechtse en Brabantse kennisinstellingen. De managers van de deelgebieden voeren de daadwerkelijke selectiegesprekken en zorgen binnen het deelgebied voor de begeleiding van de stagiairs.

Voor het evenement wordt ingezet op stages op HBO- en MBO-niveau, waarbij voor de HBO-stagiairs geldt dat zij gedurende de periode september 2019 – augustus 2020 ingezet kunnen worden. Voor de MBO-stagiairs wordt gekeken naar operationele inzet gedurende het evenement en/of de aanlooperperiode (activatieperiode).

2.6 Duurzaamheid

Thema

Duurzaamheid is, samen met Gezond stedelijk leven, een centrale waarde en daarmee essentieel onderdeel van La Vuelta Holanda.

Het evenement (Techniek, Veiligheid, Mobiliteit)

Daarbij gaat het in eerste instantie om het zorgen voor een zo duurzaam mogelijk georganiseerd evenement. Bij elk van de onderdelen van het evenement wordt gezocht naar duurzame oplossingen, bijvoorbeeld:

- Het beperken van het aantal vervoersbewegingen tussen Spanje en Nederland door o.a. materialen voor inrichting van start en finish door lokale bedrijven te laten leveren, en voor Nederland en Spanje apart volgauto's voor de organisatie van La Vuelta te regelen;
- De directie van La Vuelta heeft mede met het oog op duurzaamheid uitgesproken andere faciliteiten (die La Vuelta Holanda niet hoeft te leveren) zoveel mogelijk in Nederland in te kopen, bij door La Vuelta Holanda te suggereren Nederlandse bedrijven
- Het faciliteren en stimuleren van het gebruik van de fiets of het OV door bezoekers van het evenement;
- Het gebruik van zoveel mogelijk online communicatiemiddelen en het minimaliseren van papiergebruik (voorbeeld: geen papieren visitekaartjes, flyers etc.);
- Het bij fysieke uitingen (banners, bogen etc.) zoveel mogelijk te kiezen voor duurzame, recyclebare materialen;
- Het kiezen voor Utrechtse en Brabantse leveranciers van producten om vervoersbewegingen zoveel mogelijk te beperken bij de leveringen;
- Het zorgen voor duurzaam water- en stroomgebruik;
- Samen met de directie van La Vuelta ploegen bewust te maken van afvalverwerking en zoveel mogelijk te streven naar specifieke 'dropzones' van bidons (in het peloton worden overigens al biologisch afbreekbare bidons gebruikt; bovendien worden bidons door supporters beschouwd als 'collectors items' en als zodanig langs het parcours ingezameld).

Inkoopbeleid

In het inkoopbeleid is de doelstelling opgenomen om producten, diensten of werken zoveel mogelijk in te kopen met een maximale duurzame waarde. Dit betekent dat duurzaamheid bij inkoopprocedures als vanzelfsprekend wordt meegenomen in de afweging om een opdracht te verstrekken.

Activatieprogramma

Daarnaast is duurzaamheid ook een belangrijk onderdeel in het activatieprogramma. Het vormt een randvoorwaarde om in aanmerking te komen voor ondersteuning. Initiatiefnemers van activiteiten en evenementen zal worden gevraagd in hun plannen aan te geven op welke manier duurzaamheid in de aanpak is verwerkt. Een voorbeeld is het sturen op hardcaps bij horecapleinen (in plaats van weggooibekers) en het opnemen van het thema duurzaamheid als exportproduct bij het economische activatieprogramma.

Marketing

Tenslotte zal het evenement La Vuelta Holanda gebruikt worden om het verhaal van de drie steden en twee provincies te vertellen. In dat verhaal wordt ook het belang dat deze regio's hechten aan slimme, duurzame oplossingen meegenomen. Op deze manier draagt het evenement bij aan het delen van kennis en goede voorbeelden, bijvoorbeeld op het gebied van duurzame mobiliteit en natuurhistorie.

Bij de uitwerking van de businesscases merchandise en hospitality wordt eveneens gekeken hoe duurzaamheid als randvoorwaarde meegenomen kan worden, zowel ten aanzien van de ontwikkeling van de producten als ten aanzien van de producten zelf.

Voorbeelden zijn het gebruik van recyclebaar materiaal voor bijvoorbeeld banners en beachflags, duurzaam geproduceerde kleding/petjes/give-aways, hergebruik van promo-items (steden en regio's lenen van elkaar), en het inrichten van een duurzame Nederlandse karavaan (voorafgaand aan de wedstrijd).

Uitwerking

In de komende weken wordt duurzaamheid als centraal thema van het evenement verder uitgewerkt en geconcretiseerd. Dit vindt plaats onder leiding van twee bureaus met kennis en expertise op het gebied van de organisatie van duurzame evenementen: Green Events en More2Win. Zij stellen mede op basis van de projectplannen en een aantal verdiepingssessies met het projectteam een duurzaamheidsadvies, inclusief (meetbare) doelstellingen en een implementatieplan op. De acties, maatregelen en activiteiten worden vervolgens opgepakt en uitgevoerd door het projectteam, aangestuurd door een duurzaamheidscoördinator die voor een goede borging van het thema aan de projectorganisatie wordt toegevoegd.

2.7 Gezond stedelijk leven

De vijf publieke partners zetten met het evenement in op gezond stedelijk leven in de steden en de regio's. Daarbij ligt de focus binnen het evenement en het activatieprogramma vooral op vitaliteit (gezondheid, beweging, gezonde voeding) en inclusiviteit c.q. participatie.

Het thema gezond stedelijk leven wordt verder uitgewerkt in de verschillende uitvoeringsplannen (gerichte doelgroepbenadering, inzet via het activatieprogramma). Onderdelen waarop in ieder geval ingezet wordt, zijn:

- Een brede toegankelijkheid van het activatieprogramma en diversiteit van het programma voor de inwoners en bezoekers van de steden en regio's. De toegankelijkheid uit zich ook in (zoveel mogelijk) een inclusief programma (voor mensen met een beperking).
- Er is bij het goede doel van het evenement gekozen voor het Fonds Gehandicaptensport (FGS). Met het evenement wordt het fonds in de gelegenheid gesteld om zoveel mogelijk exposure te krijgen, te activeren en extra middelen te realiseren, zodat drempels weggenomen worden en mensen met een beperking in de gelegenheid gesteld worden te sporten en bewegen.
- Het stimuleren van mensen om (vaker) te fietsen (via het activatieprogramma en de communicatie).
- Het benutten van de kracht van sociale ondernemingen bij het activatieprogramma.
- Bij de werving van vrijwilligers voor het evenement in te zetten op specifieke doelgroepen (diversiteit in leeftijd, achtergrond en mensen met een fysieke beperking).



3. PLANNING

De planningen van de verschillende deelprojecten zijn verwerkt in een overall planning voor het evenement. Deze planning wordt maandelijks aangepast, gedetailleerd en verder uitgewerkt, onder meer op basis van de uitvoeringsplannen.

De overall planning wordt bewaakt en gemonitord door de projectsecretaris.

Planning	2019												2020											
	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Overall (staf)																								
1. Stichting en projectorganisatie																								
Besluitvorming en oprichting stichting (incl. inkoopbeleid)																								
Inrichting projectorganisatie (incl. huisvesting, ICT, archivering)																								
Opstellen projectplan en deelplannen																								
Inrichten financiële administratie en control																								
Ontwikkeling Risico- en kansenmodel																								
Monitoring risico en kansenmodel				X			X		X			X		X		X		X						
Kwartaalrapportages	X				X			X			X			X			X							
Opzet evaluatieonderzoek																								
Uitvoering evaluatieonderzoek																								
2. Afspraken met publieke en private partners																								
Contract ASO			X																					
Contracten private partners																								
Financiële bijdragen publieke partners																								
Samenwerkingsovereenkomst publieke partners																								
Netwerkbijeenkomsten Utrecht en Brabant	X								X		X				X			X						
Werkbezoeken ASO								X			X	X												
3. HRM (stagiaires en vrijwilligers)																								
Vorbereiding																								
Werven																								
Kennismaking																								
Training																								
Planning																								
Het evenement																								
Afronding																								
Kleding																								
Techniek, Veiligheid en Mobiliteit																								
Bijeenkomsten drie etappes (start, finish en parcoursgemeenten)	X	X						X					X											
Centraal overleg veiligheidsregio's		X							X				X											
Risicoanalyse, mobiliteitsplan(nen), veiligheidsplan(nen)																								
Draaiboek techniek																								
Vergunningen														X										
Communicatie (bereikbaarheid) naar bewoners																								
Inrichting actiecentrum/coördinatiecentrum																								
Activatie																								
Informatiebijeenkomsten 3 steden/2 provincies																								
Aanhaken bestaande evenementen en mijlpalen aan LVH																								
Uitvraag plannen activatieprogramma			X																					
Beoordeling en toekenning activiteiten en evenementen																								
Vorbereiding activatieprogramma door organisatoren																								
Uitvoering activatieprogramma (incl. kick off moment)															X									
Marketing en communicatie																								
Bekendmaking goede doel LVH		X																						
Communicatie definitieve data start Vuelta augustus 2020																								
Communicatie activatieprogramma																								
Kick off activatieprogramma (+ start merchandising en citydressing)															X									
Bekendmaking volledige route Vuelta 2020																								
Start Vuelta, ploegenpresentatie + 3 etappes door Nederland																								
Communicatie resultaten/opbrengsten/legacy LVH																								

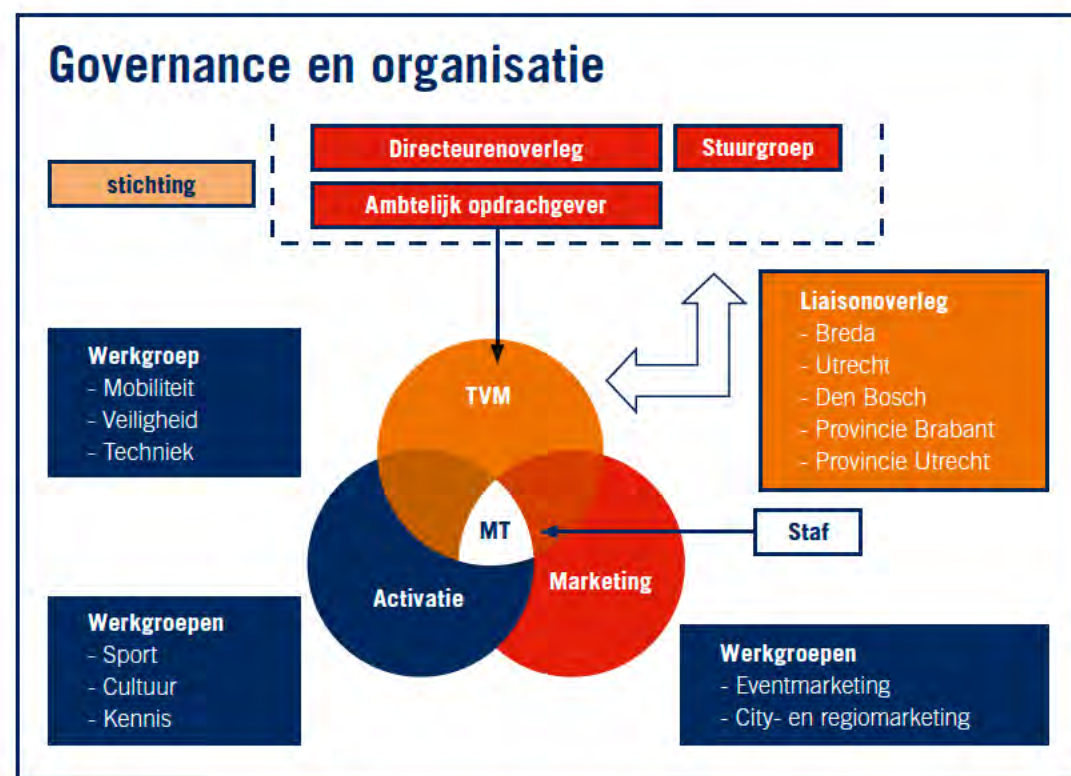
4. PROJECTORGANISATIE EN GOVERNANCE

4.1 Inleiding

In het deelplan “Governance en Organisatie” staan de projectorganisatie en de governance uitgebreid beschreven (inclusief bijlagen). In dit hoofdstuk worden projectorganisatie en governance op hoofdlijnen toegelicht.

4.2 Governance en organisatie

Voor de organisatie wordt de volgende projectstructuur voorgesteld:



Projectorganisatie

In de projectorganisatie worden vier hoofdgebieden onderscheiden:

- Techniek, Mobiliteit & Veiligheid
- Marketing & communicatie
- Activatieprogramma
- Staffuncties

De deelgebieden grijpen in elkaar en de voortgang per deelgebied heeft direct effect op andere deelgebieden. Daarom is een organische vorm (management plein) gekozen om de wederkerigheid en de samenhang van de deelgebieden te visualiseren. De kern van het projectteam bestaat uit een managementteam, dat direct verantwoordelijk is voor deze hoofdgebieden.

Het project wordt zoveel mogelijk met publieke medewerkers en medewerkers van funding partners uitgevoerd, in het kader van borging van de kennis en expertise (voor toekomstige evenementen), in het kader van het vergroten van ambtelijke betrokkenheid en trots binnen de gemeentelijke en provinciale organisaties en de funding partners en in het kader van professionaliteit van de projectorganisatie. Daarnaast zullen studenten van de kennisinstellingen in Utrecht en Brabant nadrukkelijk een rol in de uitvoering spelen.

Teamsamenstelling

De projectorganisatie kent de volgende vaste samenstelling:

- Projectdirecteur: Martijn van Hulsteijn (BMC)
- Projectsecretaris: Thirza Brinkhoff (provincie Noord-Brabant)
- Manager TVM: Ron Looy (gemeente Utrecht)
- Manager Marketing en Communicatie: Femke van der Meij (gemeente Utrecht)
- Marketing: Dagmar van Stiphout (Triple Double)
- Communicatie en woordvoering: Annelieke Dijkstra (Sportvibes)
- Manager Activatieprogramma: Rob van Doggenaar
- Strategisch adviseur: Ton Wetselaar (gemeente Utrecht)
- Manager HRM en vrijwilligers: Yvon Roelofs (Eventmakers)
- Projectcontrol en financiën: Edwin den Hartog (PwC)
- Fiscale zaken: Ingrid Allemekinders (EY)
- Juridische zaken: Reinoud van Oeijen (Holla Advocaten)
- Relatiemanagement: Robin Faber (Triple Double)
- Backoffice: Mirjam Timmer (gemeente Utrecht) en Trudy van Klijnwee (gemeente Utrecht)

Techniek, veiligheid, mobiliteit

Bij de uitvoering van alle onderdelen binnen dit deelplan wordt nadrukkelijk gebruik gemaakt van professionele projectleiders van publieke en private partners. Onder meer Arcadis, TSNed, Agterberg, KWS en Movares leveren projectleiders voor de verschillende deelgebieden.

Marketing en communicatie

Het marketingconcept is leidend voor de profilering van La Vuelta Holanda. De resultaten en verantwoordelijkheden zijn beschreven in het deelplan. De communicatiekracht (ook richting de deelgebieden Techniek, Veiligheid en mobiliteit en Activatieprogramma) wordt gefaciliteerd vanuit dit deelgebied.

De marketing en communicatie worden uitgevoerd door Triple Double en Sportvibes (ondersteuning door onder meer Inge Rombouts en Michiel Verheem). Eventmanagement (kickoff activatieprogramma, ploegenpresentatie) wordt eveneens door Sportvibes gedaan (Jacco Terheggen). Het vermarkten van het evenement vindt plaats via de projectorganisatie. Voor het positioneren van de steden en regio's wordt nauw samengewerkt met de marketingorganisaties van de steden en regio's: Utrecht Marketing, RBT Heuvelrug, Visit Brabant, Citymarketing Breda (en de gemeente 's-Hertogenbosch).

Binnen het deelgebied Marketing wordt de businesscase Hospitality verder uitgewerkt. In overleg met Techniek, veiligheid en mobiliteit (locaties) wordt de businesscase vormgegeven. In juni 2019 worden de uitgangspunten voor de businesscase hospitality vastgesteld en wordt een uitvoerende partij geselecteerd.

Activatieprogramma

De resultaten zijn beschreven in het deelplan. De nadrukkelijke intentie is om het activatieprogramma op alle fronten 'van onderop' te laten ontstaan, dus met een sterke verbinding naar uitvoerende organisaties in de steden en regio's: van, voor en door de steden/regio's. Voor Brabant en Utrecht worden coördinatieteams ingesteld op het gebied van sport en cultuur (ook om de parcoursgemeenten aan te haken). Voor kennis wordt een centraal coördinator aangesteld.

Staffuncties

Veel staffuncties zijn extern belegd via private partners, waaronder fiscale zaken, juridische zaken, financiën en projectcontrol en vrijwilligersmanagement. Vanuit de publieke partners is voor de projectorganisatie een inkoopbeleid opgesteld (zie deelplan Governance en Organisatie).

Managementteam

De managers van de deelgebieden TVM, Marketing, Activatieprogramma, HRM/Vrijwilligers maken deel uit van het managementteam van het project, samen met de projectdirecteur, de projectsecretaris, de projectcontroller, de strategisch adviseur, de duurzaamheidscoördinator en de coördinatoren Marketing en Communicatie/woordvoering. Het managementteam wordt ondersteund door een projectondersteuner. Periodiek en/of afhankelijk van inhoudelijke onderwerpen schuiven andere staffuncties aan.