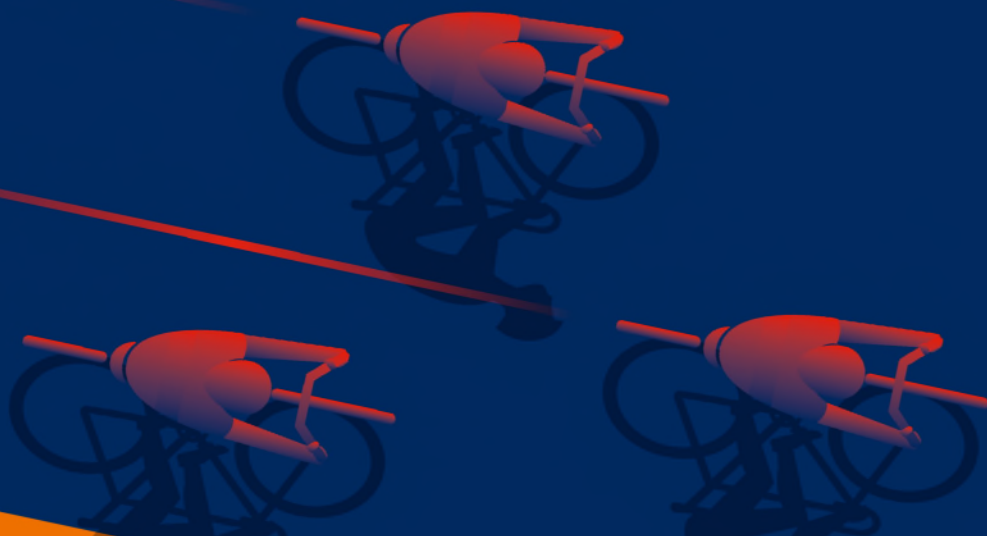


LA VUELTA **20**
HOLANDA

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 rond 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 aangeven 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 behoorde 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 voorsnog 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, beveligingsplan 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

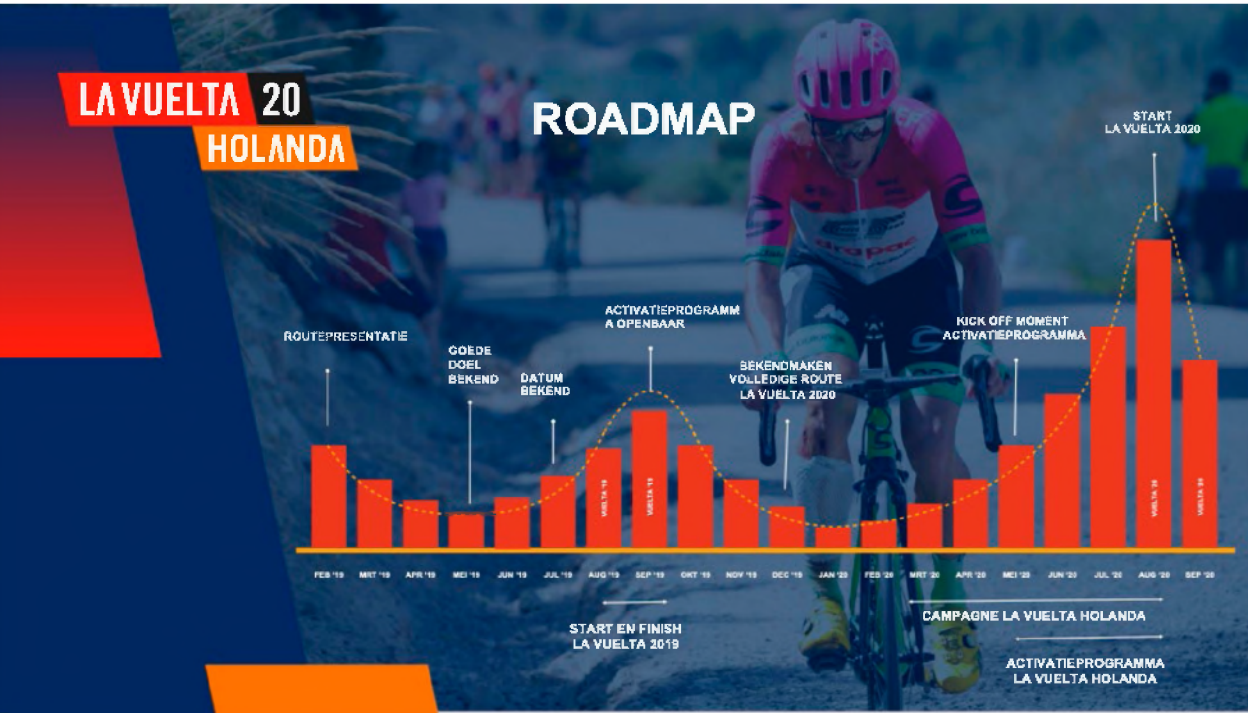
Vamos Holanda! La Vuelta Holanda, #VamosUtrecht #VamosHertogenbosch #VamosBreda #VamosBrabant

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 wiewelers. 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 parcomsgemeenten
 - 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	• Lespakket • Scholen en wijkenprogramma Fiets • Dikke banden races KNWU
Sportieve fietsers	• Toerversie La Vuelta Holanda • Aanbod wielerverenigingen • Themaroutes
Sporters met een beperking	• Programma aangepast sporten • Evenementen voor sporters met een beperking • Activatie Fonds Gehandicapte Sport
Recreatieve fietsers	• Themaroutes • Routes gecombineerd met cultuur aanbod en overnachting(en)
Wijkbewoners	• Vuelta buurtfeesten • Wijkenprogramma gericht op fietsstimulering
Kwetsbare doelgroepen	• Wijkenprogramma gericht op fietstimulering
Bewoners steden en regio's	• Sport en cultuuraanbod La Vuelta Holanda
(Inter)nationale bezoekers	• 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 bottum-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 plannings 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 hardcups 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.

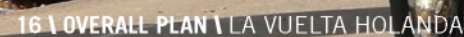
Voorbeelden zijn het gebruik van recyclebaar materiaal voor bijvoorbeeld banners en beachflags, duurzaam geproduceerde kleding/petjes/give-aways, hergebruik van promo-items (steden en regio's lenen van elkaar), en het inrichten van een duurzame Nederlandse karavaan (voorafgaand aan de wedstrijd).

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.

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.

- 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).

De plannings 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.

[illegible]

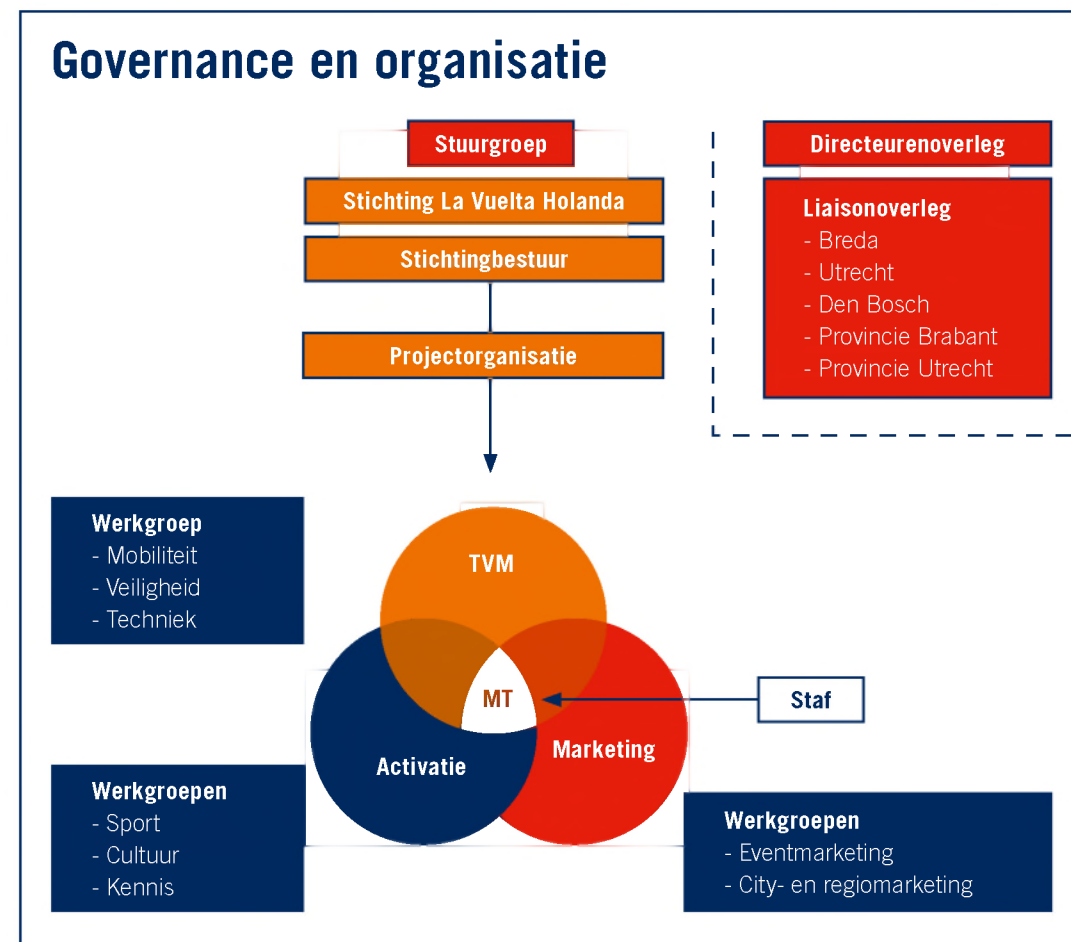
4. PROJECTORGANISATIE EN GOVERNANCE

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 Q3 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.

4.3 Stichtingsmodel

Zoals aangegeven in hoofdstuk 1 hebben de vijf publieke partners de ambitie om met het evenement maatschappelijke doelstellingen te realiseren. Zij willen daarom naast financieel ook inhoudelijk en bestuurlijk bijdragen aan de organisatie van de Vuelta-start in 2020. Om het aantal redenen is het wenselijk om voor de praktische uitvoering van het project een aparte entiteit op te richten. Uit het advies van Holla Advocaten en EY en vanuit de evaluatie van de Tour de France in 2015 door de Universiteit Utrecht komt naar voren dat de stichtingsvorm daarbij een geëigende vorm is. Daarbij wordt de operationele uitvoering op afstand gezet.

De vorm

- Het financieel beheer en betalingsverkeer van het evenement wordt via de stichting op afstand gezet, waardoor een natuurlijke scheiding ontstaat tussen de projectbegroting van de stichting en de controlerende en opdrachtgevende rol van de gemeenten en provincies.
- De aanbesteding van diensten en werken wordt vergemakkelijkt, omdat het Europese aanbestedingsrecht wel van toepassing is op de stichting, maar het specifieke aanbestedingsbeleid van de publieke partners niet per se. Voor de projectorganisatie wordt een apart inkoopbeleid opgesteld.
- Fiscaliteiten: vennootschapsbelasting is niet van toepassing op een stichting. Daarnaast vergemakkelijkt de stichtingsvorm de toepassing van btw-belaste exploitatie.
- De oprichting van een stichting vergemakkelijkt afspraken met de markt: het is voor private funders makkelijker zich financieel (in cash of in diensten) te verbinden aan een stichting dan aan een lokale of provinciale overheid.
- Een stichting is wenselijk voor de subsidieaanvraag en –verantwoording (het ministerie van VWS gaat in principe geen subsidierelaties voor topsportevenementen aan met lokale of provinciale overheden; bij uitzondering heeft het ministerie van VWS ingestemd met een subsidieaanvraag voor de Vuelta via de gemeente Utrecht, waarbij is afgesproken dat alsnog een aparte stichting wordt opgericht, die ook de verantwoording van de subsidie zal oppakken).

Opdrachtverlening aan stichting (quasi-inbesteding)

De vijf publieke partners zijn gezamenlijk opdrachtgever van de Stichting La Vuelta Holanda. De opdracht aan de Stichting – die gepaard gaat met financiële geldstromen – moet in beginsel worden aanbesteed. De partners hebben ervoor gekozen om gebruik te maken van de zogenoemde “quasi inhouse” uitzondering, waarmee de aanbestedingsplicht wordt doorbroken.

Voor deze quasi-inbesteding moeten alle publieke opdrachtgevers toezicht kunnen uitoefenen op de Stichting als op een “eigen dienst”. Dit gebeurt door middel van het benoemen van de (externe) bestuursleden van de stichting én door vertegenwoordiging van alle publieke partners in de Stuurgroep, als toezichthoudend orgaan van de stichting. De statuten zijn hierop ingericht.

Bestuur van de stichting

Er is gekozen voor een doelmatig bestuur, dat vooral gericht is op de praktische uitvoering van het evenement. Het stichtingsbestuur is vooral dienstverlenend. De stuurgroep blijft het gezicht voor de directie van de Vuelta. Voor de stichting is een eenvoudig model met drie bestuursleden (voorzitter, secretaris en penningmeester) gehanteerd. De bestuursleden hebben affiniteit met (wielersport), kunnen zich low profile opstellen en hebben een diverse achtergrond (juridisch, financieel, governance, commercieel, bestuurlijk). De publieke partners stellen de bestuursleden aan. Er zijn drie bestuursleden gepolst en bereid gevonden zitting te nemen in het bestuur: twee bestuursleden met verbinding met Utrecht, één bestuurslid met verbinding met Brabant.

De projectdirecteur van de projectorganisatie bereidt samen met de secretaris van het stichtingsbestuur de bestuursvergaderingen voor.

Voor de stichting zijn een akte van oprichting, een overeenkomst van opdracht tussen de publieke partners en de stichting, en een samenwerkingsovereenkomst tussen de vijf publieke partners opgesteld.

4.4. Bestuurlijk en ambtelijk opdrachtgeverschap

Stuurgroep

De publieke partners sturen de stichting en de daarbinnen opgetuigde projectorganisatie aan via de Stuurgroep. Vanuit de vijf publieke partners hebben de portefeuillehouders Vuelta zitting in de stuurgroep. De stuurgroep wordt na de zomer 2019 uitgebreid met de burgemeesters van Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch.

In het stuurgroepoverleg wordt de voortgang op hoofdlijnen besproken en vindt besluitvorming plaats. Per kwartaal wordt verantwoording afgelegd, via kwartaalrapportages, aan de gemeenteraden en provinciale staten. De projectorganisatie bereidt deze kwartaalrapportages voor, die in de stuurgroep en het stichtingsbestuur ter goedkeuring worden voorgelegd.

Directeurenoverleg

Het Directeurenoverleg bestaat uit directieleden van de vijf publieke partners, 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. Voorzitter is Toke Tom, lid van het directieteam van de gemeente Utrecht. Zij fungeert als eerste aanspreekpunt voor het stichtingsbestuur en de projectdirecteur van de projectorganisatie, waar het gaat om de opdracht aan de stichting.

Liaisonoverleg

Voor het evenement is een liaisonoverleg ingesteld, waarin ambtenaren van de vijf publieke partners zitting hebben. Deze liaisons fungeren als eerste operationeel aanspreekpunt voor de publieke partners en signaleren kansen en risico's binnen de publieke partners op het gebied van de deelprojecten. Die kansen en risico's worden in eerste instantie binnen het liaisonoverleg besproken en waar nodig opgeschaald naar het directeurenoverleg. De ondersteuning van bestuurders (voorbereiding bestuurlijke besluitvorming, annotaties) verloopt via het liaisonoverleg.

4.5 Overlegfrequentie

Projectorganisatie

Het managementteam van de projectorganisatie komt in eerste instantie tweewekelijks en later elke week bijeen. In het overleg worden de voortgang per deelproject en de onderlinge samenhang tussen de deelprojecten afgestemd. Het projectteam (MT plus overige leden kernteam) komt eens per 4 weken bijeen om breed te informeren welke voortgang op de deelgebieden wordt gerealiseerd.

De projectdirecteur overlegt periodiek (en ad hoc) met de voorzitter van het directeurenoverleg en de Stuurgroep.

Liaisonoverleg

Het liaisonoverleg komt eens per 4 weken bijeen om de (inhoudelijke) verbindingen naar de publieke partners door te nemen en het directeurenoverleg en de stuurgroep voor te bereiden.



Directeurenoverleg
Het directeurenoverleg vindt eenmaal per 6 weken plaats.

Stuurgroep
De bestuurlijke stuurgroep komt eens per 6 weken bijeen.

Stichtingsbestuur
Het stichtingsbestuur komt vier tot zesmaal per jaar bijeen met de projectdirecteur. De voortgang wordt besproken en verantwoording wordt afgelegd over de financiële prestaties en de kaders van de opdracht. Daarnaast vindt ten behoeve van de betalingen door de stichting periodiek overleg plaats tussen projectdirecteur en financiële commissie (penningmeester, voorzitter en controller).

Tussen de stichting en de stuurgroep vindt eveneens driemaal per jaar een voortgangsoverleg plaats. Tijdens dit voortgangsoverleg wordt gerapporteerd op basis van de overeenkomst van opdracht en de financiële voortgang.

4.6 Projectevaluatie

Het evenement wordt geëvalueerd door kennisinstellingen in Utrecht en Brabant. Hoofdaannemer voor de evaluatie is de Universiteit Utrecht (USBO). Samen met een selectie van Utrechtse en Brabantse kennisinstellingen worden het projectplan en de deelplannen voorzien van suggesties en aanbevelingen. De opzet voor de evaluatie wordt aan het eind van kwartaal 2 opgeleverd. De uitvoering van de evaluatie is zowel ex post als ex ante en zal starten in de aanloop naar de uitvoeringsperiode van La Vuelta Holanda (voorjaar 2020).

Elementen die terugkomen in de evaluatie zijn in ieder geval de economische en maatschappelijke impact van het evenement en de governance (bovenregionale samenwerking). De evaluatie op economische effecten is een randvoorwaarde voor de verantwoording van de subsidie van het ministerie van VWS.

4.7 Randvoorwaarden

- Voor een goede uitvoering van het project, zijn de volgende randvoorwaarden essentieel:
- Alle leden van het projectteam (voor zover in dienst van een van de publieke partners) zijn ook na de projectperiode verzekerd van werk binnen de gemeente of provincie.
 - Uitbreiding contracturen: de ervaring bij dergelijke evenementen leert dat leden van het projectteam (voor zover zij niet fulltime werken) in het laatste jaar voorafgaand aan het evenement fulltime met het project bezig zijn. Waar van toepassing is een tijdelijke uitbreiding van contracturen daarom noodzakelijk, zodat fulltime (36 uur per week) aan het project gewerkt kan worden. De uitbreiding van de contracturen voor de kern van het projectteam is opgenomen in de begroting. Daarnaast zal zoveel mogelijk gestuurd worden op verlofopname in de periode dat dat mogelijk is.
 - Huisvesting: voor het projectteam is goede (permanente) huisvesting noodzakelijk. Het gaat hierbij om ongeveer 200 m² voor 2019 (werkplekken, vergaderruimte), een goed bereikbare locatie en voorzieningen als laptops, mobiele telefoons, een copier/printer, draadloos internet en overige faciliteiten. De opties voor centrale huisvesting worden momenteel geïnventariseerd. Een definitieve keuze vindt in juni 2019 plaats.
 - Positionering van het project: het project valt niet in de lijn, maar rechtstreeks onder de ambtelijk opdrachtgever(s). Het project is daarbij sturend en niet de lijnorganisatie. Escalatie vindt plaats via de opdrachtgever c.q. het directeurenoverleg.
 - Financiën: de dekking van het project (publieke en private funding) is bepalend voor het ambitieniveau. De definitieve funding wordt per 1 mei 2020 verwacht. De dan geldende dekking is leidend voor de definitieve projectbegroting. Periodiek wordt gerapporteerd over de stand van zaken rond de financiering (in zowel directeurenoverleg, stuurgroep als stichtingsbestuur).

5. FINANCIËLE UITWERKING

5.1 Begroting

Voor de organisatie van La Vuelta Holanda wordt gewerkt met een werkbegroting van € 14,9 miljoen. De dekking wordt gerealiseerd via publieke financiering vanuit de vijf publieke partners die het initiatief genomen hebben voor La Vuelta Holanda, het ministerie van VWS (subsidie topsportevenementen) en financiering door private partners (in cash of in kind).

Projectbegroting La Vuelta Holanda

KOSTEN	
01 Organisatiekosten	5.849.000
- externe kosten	3.405.000
- kosten projectorganisatie	2.444.000
02 Techniek Veiligheid Mobiliteit	5.121.000
- planontwikkeling	587.000
- parcourskosten (techniek)	1.260.000
- start-finishlocaties	1.309.000
- bereikbaarheid	850.000
- veiligheid	655.000
- voorzieningen en overige kosten	460.000
03 Marketing en communicatie	1.635.000
- huisstijl en promotieplan	200.000
- online activatie	225.000
- citydressing	400.000
- ploegenpresentatie	200.000
- bezoekers- en bewonersinformatie	320.000
- overige kosten	290.000
04 Activatieprogramma	1.000.000
- coordinatie	200.000
- activatie Brabant en Utrecht (sport en cultuur)	600.000
- kickoff event	100.000
- lespakket	50.000
- communicatie	50.000
05 Overige kosten	1.295.000
- HRM en vrijwilligersmanagement	220.000
- relatiemanagement	350.000
- overige kosten, inclusief onvoorzien	725.000
Totaal Kosten	14.900.000

Kosten

Organisatiekosten en expertise
De kosten voor de inzet van het projectteam worden doorbelast aan de projectorganisatie. Daarnaast zijn ook de kosten voor inhuur, externe kosten voor financieel advies, fiscaal advies en juridisch advies en kantoorkosten hierin opgenomen. De fee die betaald moet worden aan La Vuelta zit eveneens in deze kostenpost.

Techniek, veiligheid en mobiliteit
De kosten hebben betrekking op:

- Ontwikkelingskosten (veiligheidsplan, mobiliteitsplan, crowdmanagement, tekeningen et cetera)
- Parcourskosten (wegnemen en terugplaatsen van obstakels, aanpassingen aan het wegdek, (tijdelijke) verkeersmaatregelen, verkeerstechnieken en inzet verkeersregelaars et cetera)
- Kosten voor de inrichting van de start-finishlocaties, de ploegenpresentatie en het perscentrum en de permanence
- Kosten voor de bereikbaarheid
- Kosten voor de veiligheid van het parcours en voorzieningen
- Voorzieningen als loopbruggen en schermen (voor het volgen van de koers en voor publieksinformatie).



Marketing en Communicatie

Voor marketing en communicatie zijn kosten opgenomen op het gebied van:

- Uitwerking van de strategie, conceptontwikkeling en huisstijl
- Het uitvoeringsplan marketing, waaronder de online activatie
- Citydressing
- Kosten voor de programmering rond de ploegenpresentatie
- Kosten voor communicatie richting bewoners en bezoekers.
- Overige out of pocket kosten

Activatieprogramma

Voor de uitvoering van een side eventprogramma wordt rekening gehouden met diverse activiteiten op het gebied van sport, cultuur en kennis. Daarbij wordt ook aansluiting gezocht bij bestaande activiteiten (zowel bij de vijf publieke partners, als bij de parcoursgemeenten), maar op bepaalde terreinen zullen ook nieuwe activiteiten georganiseerd of gefaciliteerd moeten worden. Hiervoor is een budget beschikbaar van € 1,0 miljoen (inclusief coördinatie en communicatie).

Overige kosten

De overige kosten van het evenement hebben vooral betrekking op verzekeringen (evenementenverzekering), de evaluatie van het project, kosten voor de vrijwilligers, reis- en representatiekosten, kosten voor relatiemanagement en overige kosten (waaronder een post onvoorzien).

5.2 Beoogde en gerealiseerde dekking

In het onderstaande overzicht staat weergegeven hoe de stand van de dekking (per april 2019) is.

	BEOOGDE DEKKING	GEREALISEERDE DEKKING
Bijdrage VWS	2.500.000	2.500.000
Bijdrage publieke partners (gemeenten en provincies)	6.400.000	6.400.000
Bijdrage private partenrs	6.000.000	5.400.000
Totale dekking	14.900.000	14.300.000

Toelichting:

- De vijf publieke partners hebben hun bijdrage (in totaal: € 6,4 miljoen) via raden/staten en/of colleges vastgelegd.
- De subsidieaanvraag bij het ministerie van VWS is in kwartaal 1 van 2019 toegewezen door het ministerie.
- De private funding staat momenteel op € 5,4 miljoen.
- Er zijn (concrete) leads bij private partijen voor in totaal ongeveer € 1,5 miljoen.

De gerealiseerde dekking is leidend voor het ambitieniveau van het project (met name ook in het kader van risicobeheersing). Wanneer er minder dekking gerealiseerd wordt, zal het ambitieniveau naar beneden worden bijgesteld. Wanneer meer financiële dekking wordt gerealiseerd, kan het ambitieniveau naar boven worden bijgesteld, waarbij de investeringen vooral zullen landen in het activatieprogramma.

5.3 Risicomanagement en monitoring

Via het COSO-model wordt een risico- en kansenmanagement model ingericht. Dit model is ook gehanteerd bij de Grand Départ du Tour de France in 2015 en is destijds opgesteld in overleg met concernfinanciën van de gemeente Utrecht en Public Risk Management Nederland, Primo. De financiële en kwaliteitsrisico's worden daarmee in beeld gebracht en gemonitord. De belangrijkste, actuele risico's worden via de kwartaalrapportages aan college en gemeenteraad gerapporteerd.

In het deelplan Governance en Organisatie is een opzet van het risicomanagementmodel als bijlage opgenomen.

LA VUELTA 20
HOLANDA

