

concept

2008MME47 bijlage

Evenementenkader 2008-2011

en

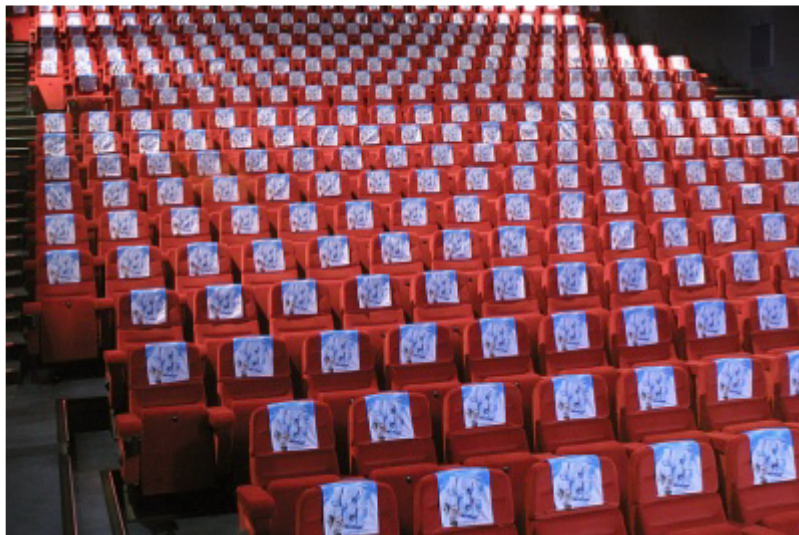
uitvoeringsplan 2008



Provincie Utrecht, afdeling Economie, Cultuur en Vrije Tijd

Inhoudsopgave

0.	Samenvatting	4
1.	Doel, waarom profilering en promotie door evenementen	6
2.	Evenementen in categorieën	6
3.	Keuzes maken	7
4.	Getrapt selectiesysteem	7
5.	Promotiemateriaal, lobbyactiviteiten en incidentele bijdragen	9
6.	Bestuurlijke verantwoordelijkheid	10
7.	Organisatorische aspecten	10
8.	Uitvoeringsplan en Middelen	11
9.	Evaluatie en Communicatie	12
	Bijlage	14



Samenvatting

- Paragraaf 1** Het doel van het evenementenbeleid is profilering van de provincie Utrecht. In dit evenementenkader wordt het doel van het evenementenbeleid geconcretiseerd. Evenementenbeleid is goed voor de positieve beeldvorming ten opzichte van de provincie. De zichtbaarheid van een actieve provincie wordt vergroot.
- Paragraaf 2** Er bestaan veel definities van het begrip evenement. In dit beleidskader worden de definities helder uitgesplitst. Er zijn drie categorieën. Grote, internationale evenementen, zoals de Tour de France, Grote, nationale evenementen, zoals het Nederlands Filmfestival en tot slot, kleinere evenementen die beleidsgerelateerd zijn, zoals de jaarlijkse uitreiking van de Kei van Utrecht. Het evenementenbeleid focust vooral op de eerste en tweede categorie. Deze evenementen zijn allereerst gericht op een breed en algemeen publiek en hierbij is de sturingspositie van de provincie het grootst.
- Paragraaf 3** Het is nodig om te kiezen. Het budget is per definitie beperkt. In dit evenementenkader wordt het voorstel gedaan om twee grote evenementen, het Nederlands Filmfestival en de Jaarbeursmarathon aan te merken als beeldbepalend evenement. Een ander voorstel is om zes tot acht potentiële beeldbepalende evenementen in een programma onder te brengen. Deze potentiële beeldbepalers worden in 2008 benaderd, zijn al benaderd of hebben al een aanvraag ingediend. Voor twee evenementen geldt dat laatste. Het gaat om de Ronde van het Groene Hart en de Museumnacht. De overige zes zijn: Holland Animation Filmfestival, Ronde van Midden Nederland, Festival Oude Muziek, Dutch Open Tennis Toernooi, Utrecht Manifest en Holland Innovation.
- Paragraaf 4** De manier om in de zogenoemde “top-5” te komen gaat via een getrappt selectiesysteem. De meeste nieuwe initiatieven dienen zich aan via het STO (Subsidies Toeristische Ontwikkeling). Deze subsidiepot kent echter niet de mogelijkheid tot herhaald subsidiëren. Als blijkt dat de ambitie aanwezig is om uit te groeien tot een terugkerend publieksevenement van betekenis, kan het worden opgenomen in het programma van potentiële beeldbepalers om uiteindelijk, na een professionaliseringsslag, te belanden in de top-5 van beeldbepalende evenementen.
- Paragraaf 5** Regelmatig komt het voor de provincie zichzelf ergens kan presenteren, nog los van de evenementen in dit kader. Daarom wordt voorgesteld om in 2008 een pakket promotiemateriaal te ontwikkelen dat kwalitatief van hoog niveau is, aansprekend en duurzaam. Ook kan dit budget aangewend worden om kosten te bestrijden die gepaard gaan met lobbywerkzaamheden of sponsorfinding of voor incidentele aanvragen die de promotie van de provincie bevorderen.
- Paragraaf 6** De bestuurlijke verantwoordelijkheid is geregeld in een eerder besluit dat door gedeputeerde staten is genomen. Voor het overkoepelende evenementenbeleid is de gedeputeerde Economische Zaken en Vrije Tijd eerstverantwoordelijke. Voor de verschillende evenementen is, afhankelijk van het terrein, de gedeputeerde verantwoordelijk die het beleidsterrein in zijn portefeuille heeft. Dit wordt, als het om categorie-1 evenementen gaat, per evenement in GS vastgesteld.
- Paragraaf 7** Uitvoering van het evenementenbeleid vindt plaats binnen de afdeling Economie, Cultuur en Vrije Tijd. Binnen deze afdeling is de kennis het meest aanwezig en gebundeld. Samenwerking met Communicatie en kabinet zijn noodzakelijk.
- Paragraaf 8** Hierin wordt beschreven hoe de uitvoering wrdt voorzien en wordt er aandacht besteed aan de verdeling van de middelen.
- Paragraaf 9** Evenementenbeleid is nieuw beleid. Daarom wordt voorgesteld eind 2008, beging 2009 een eerste tussenevaluatie te doen. Op basis hiervan kunnen eventueel bijstellingen worden gedaan. Bij dit beleidsterrein draait het om een goede communicatie. Regelmatig zal de pers gezocht worden.

1. Doel: Waarom profilering en promotie door evenementen

Het doel van het evenementenbeleid is om de provincie Utrecht zichtbaar te maken als een ondernemende, creatieve topregio, waar het voor culturele organisaties, sportorganisaties maar ook het bedrijfsleven, goed toeven is. Evenementen kunnen zorgen voor herkenbaarheid en positieve beeldvorming van de provincie op consistente wijze (exposure). Indien een bezoeker of genodigde het evenement als iets positiefs ervaart en onderkent dat de provincie hier een rol in speelt, straalt dit gevoel, of deze beeldvorming, af op de provincie. Met meer beleidsterreinen wordt de zichtbaarheid van de provincie Utrecht nagestreefd en het is dan ook lastig meetbaar in welke mate het evenementenbeleid hiertoe bijdraagt.

Om dat hogere doel te bereiken worden dan ook twee concrete, wél meetbare doelen nagestreefd.

- In 2013 zijn er vijf beeldbepalende evenementen die zich afspelen in de provincie Utrecht.
- 30% van de bezoekers van een evenement is er van op de hoogte dat de provincie Utrecht actief heeft bijgedragen aan het bezochte evenement en waardeert dit positief.



2. Evenementen in categorieën ofwel: de definitie van een evenement voor het evenementenbeleid

De focus van het evenementenbeleid richt zich op de evenementen in de categorieën 1 en 2.

Categorie 1: publiekevenementen zoals het Europees Jeugd Olympisch festival 2013, de Tour de France of Europacantat, die uniek zijn voor de provincie en buiten alle regelingen, verordeningen en beleidskaders vallen.

Categorie 2: publiekevenementen, door derden georganiseerd, met een hoog bezoekersaantal en grote promotionele (inter)nationale uitstraling. Het evenement trekt publiek van ver buiten de provinciegrenzen. Bijvoorbeeld: Nederlands Filmfestival, het Festival Oude Muziek, de Ronde van het groene Hart of de Jaarbeurs Marathon.

Categorie 3: evenementen, door derden georganiseerd, waarbij de afdeling subsidieert en/of organisatorisch nauw betrokken is omdat het evenement inhoudelijk direct gerelateerd is aan het beleid. Bijvoorbeeld: Nationale Start Bevrijdingsdag, Week van het Landschap, de Kei van Utrecht.

Er worden veel definities gehanteerd als het om evenementen gaat. Daarom worden hier, voor de duidelijkheid, nog drie categorieën evenementen genoemd die nadrukkelijk niet onder het evenementenbeleid vallen. Dit zijn vooral intern gerichte aangelegenheden waarbij de verantwoordelijkheid én de ervaring bij Communicatie en Kabinet liggen.

Categorie 4: *grotere netwerkevenementen die de Provincie zelf initieert en organiseert zoals de Bottertocht, De Dag van de provincie en het Europees scholierenparlement.*

Categorie 5: *Netwerkbijeenkomsten /congressen/conferenties, door de Provincie zelf of door derden georganiseerd, zowel binnen en buiten het Provinciehuis voor Decision Makers. Bijvoorbeeld de Nieuwjaarsreceptie, Utrecht Gala, Paushuizebijeenkomsten*

Categorie 6: *kleinschalige evenementen/bijeenkomsten die door de Provincie zelf georganiseerd worden zoals inspraakavonden, overleggroepen, openingen etc. Daarnaast zijn er ook representatie-aangelegenheden zoals bezoek Koningin, afscheid CvdK e.d.*

Het is overigens niet zo dat het evenementenbeleid geen enkele betrokkenheid heeft met deze laatste drie categorieën. Afstemming is gewenst. Zo is de Bottertocht 2007 aangegrepen om de Tour de France onder de aandacht van het bedrijfsleven te brengen, maar meer directe bemoeienis vanuit ECV is niet noodzakelijk. Daarom blijven deze evenementen hier verder buiten beschouwing.



3. Keuzes maken

Binnen het evenementenbeleid is gekozen om de focus te leggen op de categorie 1 en 2-evenementen. Op dit niveau is de provincie in staat goed te sturen. De evenementen zijn van een zodanige schaal dat ze kunnen bijdragen aan een duidelijke profilering van de provincie en ze lenen zich goed voor netwerkontwikkeling. De middelen die beschikbaar zijn, zijn toegesneden op deze categorie.

Voor categorie 1-evenementen is speciale aandacht vereist in de lobbyfase, als Utrecht kandidaat is voor een bepaald evenement, maar "het nog niet heeft", zoals momenteel de kandidatuur voor het Europees Jeugd Olympisch festival. Vanuit het evenementenbeleid moeten voorstellen gedaan worden als het gaat om de mate van deelname in de organisatie van activiteiten rondom dit type evenementen wanneer het evenement "is binnengehaald". De middelen vanuit het evenementenbeleid zullen in geen enkel geval toereikend zijn voor medefinanciering van dit type evenementen. Vandaar dat er maar een klein deel voor dit type evenementen wordt gereserveerd (10 tot 25 duizend euro voor lobbyactiviteiten, promotiemateriaal, ontvangsten, activiteiten van provinciale bestuurders). Per evenement moet op bestuurlijk niveau worden besloten of, en in welke mate van intensiteit de provincie deelneemt. Twee grote evenementen, nl. de start van de Tour de France en het Europees Jeugd Olympisch Festival zijn opgenomen in de samenwerkingsagenda met de gemeente Utrecht.

De categorie 2-evenementen vormen de kern van dit beleidskader. Het evenementenbeleid moet op dit terrein vooral voorzien in een actieve rol richting organisatoren en in het ontwikkelen van een antenne voor interessante nieuwe initiatieven die de potentie hebben uit te groeien tot een beeldbepalend evenement waarmee de provincie Utrecht zich onderscheidt. Het budget voor het evenementenbeleid wordt vooral in deze categorie besteed aan subsidies en ontwikkelbudgetten. Voor deze categorie geldt een getrap selectiesysteem. Om te komen tot vijf beeldpalende evenementen is het noodzakelijk intensief contact te leggen met organisatoren van grote(re) evenementen en jaarlijkse of meerjarige afspraken te maken over de groei van een evenement. De keuzes die hieruit voortvloeien, zullen voorgelegd worden aan gedeputeerde staten.



museumnacht

Voor categorie 3-evenementen wordt bij de afdeling Economie, Cultuur en Vrije Tijd verdere expertise opgebouwd om ondersteunend te zijn en om het overzicht te hebben over evenementen die bij de beleidsafdelingen worden geïnitieerd. Eenduidige profilering van de provincie is het doel. Hiervoor hoeft geen apart activiteitenbudget te worden gereserveerd.



4. Getrap selectiesysteem

Een van de doelen is vijf beeldbepalende evenementen voor de provincie Utrecht. Het gaat om sportieve evenementen en culturele evenementen (hier wordt cultuur in brede zin bedoeld: (amateur)kunst, erfgoed, uitgaan).

Twee evenementen die zich in Utrecht afspelen zijn al beeldbepalend. Ze trekken een groot publiek, hebben landelijke betekenis en genereren veel media-aandacht.

Het gaat hier om de **Jaarbeursmarathon** en het **Nederlands Filmfestival**. Beide evenementen trekken meer dan 100.000 bezoekers en er is veel media-aandacht en staan in de landelijke "evenementen-top-tien".

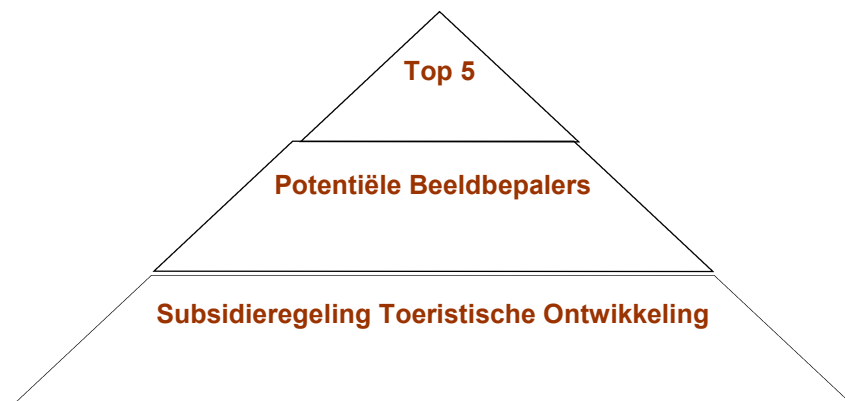
Daarnaast zijn er veel evenementen die in potentie beeldbepalend zijn, maar geen landelijke betekenis hebben in de zin van publieksbereik. Of de media-aandacht is te klein. Voorbeelden hiervan zijn het Festival Oude Muziek, Het Holland Animation Filmfestival, de Wielerronde van Midden-Nederland, De Ronde van het Groene Hart, het Dutch Open tennis toernooi, de Museumnacht. Allemaal belangrijke en unieke evenementen, veelal enig in hun soort, maar nog onvoldoende volgroeid voor wat betreft media- of publieksaandacht om "beeldbepalend evenement" voor Utrecht te zijn.

Voor een geselecteerd aantal van die evenementen willen wij de eerste twee jaar drie ton als richtbedrag reserveren om de professionaliteit te verhogen, marketingtechnieken te ontwikkelen of andere maatregelen te nemen om uit te groeien boven het gemiddelde en uiteindelijk toegevoegd te worden aan de Beeldbepalers met meerjarige financiële ondersteuning. Voordeel van deze systematiek is dat het een sturingsinstrument bij uitstek is. Uiteindelijk kan worden bereikt dat Utrecht vijf Beeldbepalers heeft waarbij voor alle publieksgroepen wat te vinden is. Voor de netwerkontwikkeling en het relatiebeheer biedt deze verscheidenheid aan grote evenementen ook goede mogelijkheden om de juiste sfeer te zoeken bij de gewenste activiteit.



De subsidieregeling Toeristische Ontwikkeling (STO) vormt de bron, waaruit de toekomstige toppers kunnen worden gefilterd. Deze regeling voorziet in een incidentele subsidiemogelijkheid voor evenementen en activiteiten die gericht zijn op de toeristische ontwikkeling van Utrecht.

Het selectiesysteem werkt dus op een natuurlijke manier. Eerst een incidentele subsidie uit het STO. Bij gebleken ambitie en potentie, opnemen in het programma voor de potentiële Beeldbepalers, daarna mogelijk doorstromen naar de Top 5 van de Beeldbepalers. Voor de beeldbepalende en de potentieel beeldbepalende evenementen, kan subsidie worden aangevraagd op basis van een nieuw te ontwikkelen evenementenverordening.



Om een Beeldbepalend Evenement voor Utrecht te kunnen zijn, moet er aan een aantal voorwaarden worden voldaan: Allereerst; de subsidie is primair bedoeld voor blijvende verankering in het Utrechtse, promotie van de provincie als plek waar dit evenement mogelijk is met als doel de associatie met Utrecht bij dit evenement

1. Het evenement moet zich in één bepaalde tijd afspelen en toegankelijk zijn voor algemeen publiek
2. Het evenement moet een culturele of sportieve inhoud hebben
3. Commerciële of politieke evenementen blijven buiten beschouwing.
4. Het bezoekersaantal moet minimaal 40.000 bedragen bij evenementen die zich in de openbare ruimte afspelen en minimaal 10.000 voor evenementen die voornamelijk binnen plaatsvinden.
5. Het evenement moet al minstens één keer eerder hebben plaatsgevonden (ofwel, er moet sprake zijn van bewezen continuïteit)
6. Het evenement moet éénmaal per jaar plaatsvinden.
7. Het evenement moet uniek zijn in Nederland)*
8. Het evenement moet ontwikkeling en groei nastreven.
9. Er moet een duidelijk plan zijn over hoe de provincie, als subsidiënt, onder de aandacht kan worden gebracht.

Om een potentiële Beeldbepaler te kunnen zijn moet er aan de volgende voorwaarden worden voldaan: Ook hier geldt: de subsidie is primair bedoeld voor blijvende verankering in het Utrechtse, promotie van de provincie als plek waar dit evenement mogelijk is met als doel de associatie met Utrecht bij dit evenement.

1. Het evenement moet zich in één bepaalde periode afspelen en toegankelijk zijn voor algemeen publiek.
2. Het evenement moet een culturele of sportieve inhoud hebben
3. Commerciële of politieke evenementen blijven buiten beschouwing
4. Bezoekersaantal van minimaal 10.000 voor activiteiten in de openbare ruimte en minimaal 4000 wanneer het evenement zich voornamelijk binnen afspeelt.
5. Het evenement moet al eerder hebben plaatsgevonden
6. Het evenement moet minimaal éénmaal per twee jaar plaatsvinden
7. Het evenement moet ontwikkeling en groei nastreven.
8. Het evenement moet uniek zijn in Nederland)* of de potentie hebben om dat te worden.
9. Er moet de bereidheid zijn om in gezamenlijkheid zijn een promotieplan voor de provincie te ontwikkelen en uit te voeren.

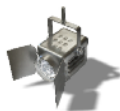
)* Bevrijdingsfestivals zijn niet uniek (behalve in sommige gevallen als de provincie een speciale voortrekkersrol heeft, zoals in 2007), Stadsfeesten, koninginnedagen, multiculturele festivals, vakantiebestedingsactiviteiten, popfestivals, zijn niet uniek en bovendien meestal lokaal of hooguit regionaal. Dat neemt niet weg dat een dergelijk evenement toch uniek kan worden, als het maar voldoende eigen kenmerken krijgt (Gay Pride bijvoorbeeld of Pinkpop).



5. Promotiemateriaal, lobbyactiviteiten en kleine incidentele bijdragen

Bij verschillende gelegenheden is de provincie in de gelegenheid zich zichtbaar te manifesteren. Momenteel wordt aan die gelegenheden ad hoc invulling gegeven door bijvoorbeeld de meest recente uitgaven van de provincie onder de aandacht te brengen via stands of informatieborden. Op zich is dit nuttig, maar het profiel van de provincie springt er op deze manier vaak niet uit omdat anderen dezelfde manier van promotie hanteren. Een ander punt is de ondersteuning van de lobby bij het binnenhalen van grote evenementen, zoals de Tour de France of, zoals recentelijk, Europacantat. In die gevallen treedt de provincie vaak op als gastheer om een delegatie te ontvangen of als medefinancier van een bidprocedure (voorbeelden: bidbook WK jeugdvoetbal, bidbook Tour de France, bidbook EJOF, ontvangst internationale delegatie Europacantat). Daarvoor is momenteel geen budget en er moet telkens opnieuw naar middelen gezocht worden.

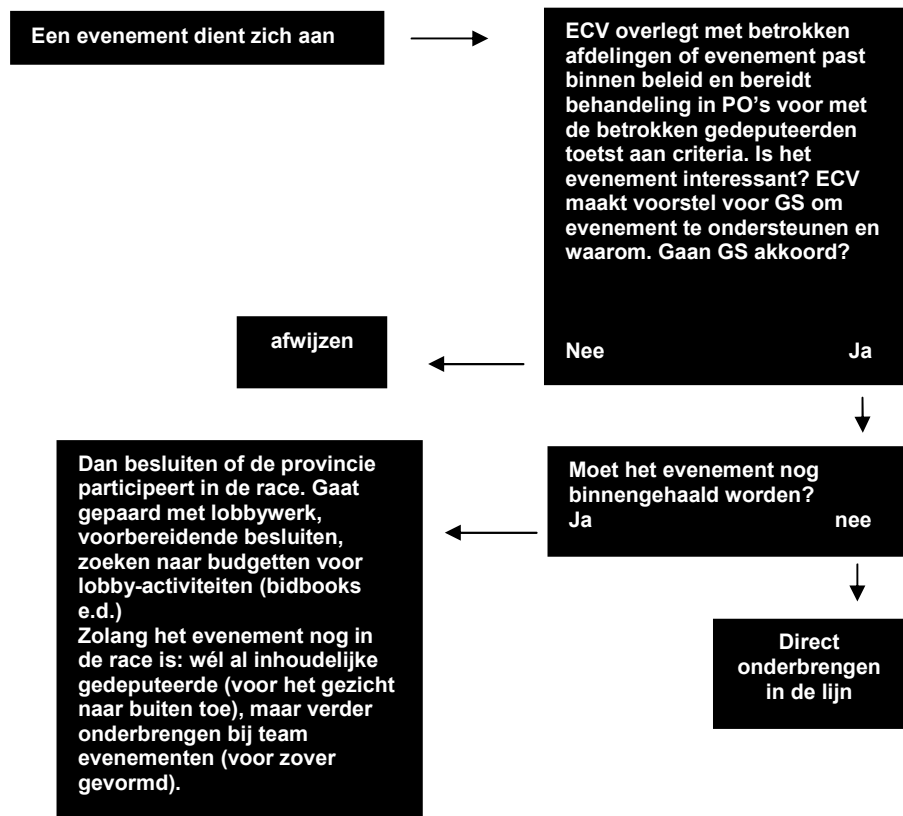
Voorgesteld wordt dan ook om in 2008 € 100.000,-- als richtbedrag voor een promotiebudget te reserveren. Hiervan kan onder meer goed en duurzaam promotiemateriaal te worden ontwikkeld, toegesneden op het evenementenbeleid. Hiervoor zal samenwerking worden aangegaan met Communicatie en de werkgroep die zich bezig houdt met het Utrecht-profiel. Ook kunnen hieruit de kosten voor lobbywerkzaamheden in het kader van de categorie 1-evenementen bekostigd worden. En tot slot kan een deel van dit budget worden besteed aan kleine incidentele bijdragen tot maximaal € 5.000,-- die de rol van de provincie als partner voor evenementen kunnen ondersteunen. Een voorbeeld hiervan is een verzoek om een kleine sponsorbijdrage voor een Utrechts jeugdteam dat daardoor kan meedoen aan internationale competities. Vaak zijn dit sympathieke doelen en de provincie kan er zich positief mee profileren.



6. Bestuurlijke verantwoordelijkheid

Op 30 oktober 2007 besloten GS de bestuurlijke verantwoordelijkheid als volgt te regelen. Portefeuillehouder Economie, Toerisme en Recreatie is algemeen verantwoordelijk voor het evenementenbeleid. Per evenement uit categorie 1 (of, als dat niet op voorhand duidelijk is, bij evenementen uit categorie 2) wordt een inhoudelijk gedeputeerde aangewezen.

Hieronder schematisch hoe de besluitvorming is geregeld.



7. Organisatorische aspecten

Doordat de provincie zelf evenementen organiseert en professioneel met profilering op evenementen bezig is, is een kennis- en serviceteam binnen het provinciehuis onontbeerlijk. Een zorgvuldige voorbereiding, een nauwgezette uitvoering, maar vooral een eenduidig gezicht naar buiten toe, zijn bij evenementen essentieel om het gestelde doel te bereiken. Op dit moment is de expertise van organisatie, advies en communicatie rondom evenementen binnen de provincie teveel versnipperd. Een bundeling van krachten mondt uit in een krachtig organisatie team (promotie- en campagneteam) met alle know-how met de volgende taken:

- uitvoering evenementenbeleid
- advisering naar de afdelingen, opdat niet iedereen 'het wiel opnieuw uitvindt'
- kennis- en expertisecentrum (gegevensbeheer)
- eerste aanspreekpunt (frontoffice) voor vragen van organisatoren
- het bewaken van het profiel bij evenementen ten behoeve van alle afdelingen
- totaaloverzicht van alle evenementen waar de provincie aan deelneemt

Binnen de afdeling Economie, Cultuur en Vrije Tijd is deze kennis gebundeld. Daarnaast is betrokkenheid van de afdelingen Communicatie en het Kabinet noodzakelijk, de laatste vanwege de rol die de Commissaris van de Koningin vaak speelt bij grote evenementen (zoals Tour de France).



8. Uitvoeringsplan en Middelen

Uitvoeringsplan 2008.

1. Aan het Nederlands Filmfestival en de Jaarbeursmarathon ieder € 50.000,-- subsidie voor de jaren 2008, 2009, 2010 en 2011 verlenen onder de voorwaarde dat er vanuit de organisaties een gedegen promotieplan is voor wat betreft de profilering van de provincie Utrecht.
2. Gesprekken voeren met de organisaties van de Ronde van het Groene Hart, de Museumnacht, de Wielerronde van Midden Nederland en Utrecht Manifest over de voorwaarden voor opname in het programma voor de potentiële Beeldbepalers. Deze organisaties hebben alle te kennen gegeven een belangrijk evenement in Utrecht te willen zijn en blijven.
3. Oriënterende gesprekken voeren met de organisaties van het Holland Animation Filmfestival, Oude Muziek, Dutch Open Tennistoernooi. Met deze organisaties is in het kader van het evenementenbeleid nog geen contact gelegd. Wel hebben deze organisaties subsidie van de provincie gekregen op titel van andere budgetten.
4. Een subsidieverordening voor te bereiden voor bestedingen uit het evenementenbeleid.
5. Een opdracht te verstrekken, via aanbesteding, om een goed pakket promotiemateriaal te ontwikkelen.

Resultaat van deze activiteiten:

1. Gerealiseerd in februari/maart 2008
2. Subsiëring onder voorwaarden in maart, april en mei 2008
3. Subsiëring in april, mei en juni 2008
4. Besluit in provinciale staten in september 2008
5. Een pakket promotiemateriaal in september 2008

Streefbegroting

Het evenementenbeleid beslaat een periode van vier jaar. Van 2008 tot en met 2011. Voor deze periode is in totaal een budget beschikbaar van € 2 miljoen, verdeeld in € 500.000,-- per jaar.

Het eerste jaar van het evenementenbeleid is een opstartjaar. Voor promotiemateriaal moet een eenmalige investering worden gedaan, die niet over de jaren gespreid kan worden. De invulling van het programma voor potentiële Beeldbepalers staat nog niet vast. Het beleid moet, met andere woorden, nog opgebouwd worden. Op sommige punten zal bijstelling nodig zijn, op sommige punten zal misschien later blijken dat de financiële behoefte te groot is, of minder groot dan verwacht. Daarom wordt voorgesteld het budget weliswaar over de jaren te verdelen, maar de mogelijkheid te behouden om geld, dat in een jaar niet is besteed wel voor het evenementenbeleid beschikbaar te houden. Dit vergroot de flexibiliteit van het evenementenbeleid. Een geheel dichtgetimmerd beleidskader zou tot gevolg kunnen hebben dat middelen onvoldoende doordacht besteed worden of zaken niet kunnen worden uitgevoerd omdat de termijnen van het boekjaar dan de regie bepalen.

Middelen (streefbegroting)

	2008 (500.000)	2009 (500.000)	2010 (500.000)	2011 (500.000)
Beeldbepalers	€ 100.000	€ 150.000	€ 200.000	€ 250.000
Programma potentiële beeldbepalers	€ 300.000	€ 300.000	€ 200.000	€ 200.000
Promotie en communicatie	€ 100.000	€ 50.000	€ 100.000*	€ 50.000
Totaal	€ 500.000	€ 500.000	€ 500.000	€ 500.000

)* Het bedrag voor promotie en communicatie is in 2010 hoger dan in 2009 en 2011 (2008 is een investeringsjaar). 2010 is het jaar van de Grand Départ van de Tour de France. Dat jaar zijn extra kosten te verwachten op het terrein van promotie en communicatie.

Het programma voor de potentiële Beeldbepalers gaat in de loop van de vier jaar minder kosten. Doel is om uit te komen op vijf Beeldbepalers en vier tot zes potentiële beeldbepalers (runners up).



9. Evaluatie en Communicatie

Evaluatie

Het evenementenbeleid is nieuw beleid. De voortgang op basis van voorstellen die in dit kader worden gedaan moet dan ook nauwlettend gevolgd worden. Daarom wordt voorgesteld om december 2008/januari 2009 een tussenrapportage te doen van het uitvoeringsplan in paragraaf 10. Dan blijkt immers of bijstelling van de ambities nodig is. Op basis van de tussenrapportage wordt een GS-voorstel gemaakt waarin wordt voorgesteld door te gaan op de ingeslagen weg, óf andere maatregelen te nemen. Dat is ook het moment om eventueel extra middelen aan te vragen via de voorjaarsnota voor de begroting van 2010. Een tweede en derde tussenrapportage respectievelijk eind 2009 en eind 2010 zijn noodzakelijk om dit nieuwe beleid goed te volgen en om aanbevelingen te doen voor de periode na 2011.

In de tussenrapportages zal aandacht besteed worden aan:

- de beoogde resultaten in het uitvoeringsplan
- de haalbaarheid van de termijnen waarop de Beeldbepalers in de top-5 staan
- de toereikendheid van de middelen
- de organisatie van het evenementenbeleid op ambtelijk niveau
- de bestuurlijke betrokkenheid.

Communicatie

Dit beleid valt of staat met een heldere, eenduidige communicatie naar alle partijen. De organisaties, de inwoners van de provincie en naar de gemeenten, die grote evenementen willen binnenhalen. Nauwe betrokkenheid van de Afdeling Communicatie is dan ook geboden, evenals aansluiting op het Profiel van de Provincie Utrecht, dat momenteel in ontwikkeling is.

Voorgesteld wordt om met enige regelmaat gebruik te maken van de speciale provinciepagina in het AD/UN en van een permanent zichtbare aparte plaats op de provinciale website. Verder zal er zoveel mogelijk gebruik gemaakt worden van free publicity en, in bepaalde gevallen, van advertentieruimte in de dagbladen. Verder zal er, samen met de organisatoren van de festivals en evenementen, afspraken gemaakt worden over de promotie van de provincie bij hun evenement.



Bijlage 1

Festivals en Activiteiten die gezichtsbepalend (kunnen) zijn voor de provincie en stad UtrechtCultuur:

Springdancefestival	Jaarlijks	€ 57.600	(convenant)
Nederlands Film Festival	Jaarlijks	€ 57.600	(convenant)
Holland Animation Filmfestival	Tweejaarlijks	€ 8.400	(convenant)
Festival aan de Werf	Jaarlijks	€ 57.600	(convenant)
Tweetaktfestival	Jaarlijks	€ 57.600	(convenant)
Yo, jongerenopera	Jaarlijks	€ 25.500	(convenant)
Oude Muziek	Jaarlijks	€ 78.000	(convenant)
Franz Liszt Concours	Jaarlijks	€ 13.700	(cultuurbudget)
Vrede van Utrecht	Jaarlijks	€ 850.000	(cultuurbudget)

Sport:

Jaarbeurs Marathon	Jaarlijks	€ 40.000	eenmalig STO
Ronde van het Groene Hart	Jaarlijks	€ 25.000	eenmalig STO
Dutch Open Tennis Tournooi	Jaarlijks	geen subsidietitel	
Wielerronde van Midden Nederland	Jaarlijks	geen subsidietitel	
Dutch Foodvalley Classic	Jaarlijks	geen subsidietitel	
NK Atletiek	Jaarlijks	mogelijk STO	

Overige:

Amersfoort 750 jaar	eenmalig geen subsidietitel
EJOF 2013	Internationaal evenement, geen subsidietitel
Tour de France 2010	Internationaal, inmiddels deels in de begroting
Europacantat 2009	Internationaal, geen subsidietitel
Viering Vrede van Utrecht 2013	eigen budget
Utrecht Culturele Hoofdstad	Binnen de Vrede van Utrecht