

## ***Uitwerking haalbaarheid Vuelta 2020***

Spacelab 4  
3824 MR Amersfoort

**POSTADRES**  
Postbus 490  
3800 AL Amersfoort

**TELEFOON**  
033 - 496 52 00

**WEBSITE**  
[www.bmcadvies.nl](http://www.bmcadvies.nl)

**Rapport**  
**Provincie Noord-Brabant, provincie Utrecht**  
**Gemeente Breda, gemeente Utrecht**

BMC Advies  
Februari 2018  
Projectteam Vuelta 2020  
Projectnummer: P003713  
Correspondentienummer: AD-1501-89983

**INSCHRIJVING KVK**  
nr. 32078667

**ABN-AMRO**  
NL91ABNA0504035754

**BTW**  
NL80.86.63.598 B.01

## INHOUD

BESTUURLIJKE SAMENVATTING	2
HOOFDSTUK 1 AANLEIDING	4
1.1 Achtergrond	4
1.2 De Vuelta d'España	4
1.3 Het concept	5
1.4 Vraag en uitwerking	5
1.5 Proces	6
HOOFDSTUK 2 TECHNIEK, VEILIGHEID EN MOBILITEIT: ROUTES EN VENUES	7
2.1 Inleiding, concept en randvoorwaarden	7
2.2 Scenario's en mogelijkheden	8
2.3 Voorkeursscenario	10
HOOFDSTUK 3 CONCEPT, THEMATIEK EN ACTIVATIE	11
3.1 Inleiding	11
3.2 Concept	11
3.3 Activatie: de sportzomer	12
HOOFDSTUK 4 DRAAGVLAK	14
4.1 Inleiding	14
4.2 Onderzoeksmethoden	14
4.3 Draagvlak bij bewoners	15
4.4 Draagvlak bij maatschappelijke partners en bedrijfsleven	15
HOOFDSTUK 5 GOVERNANCE EN ORGANISATIE	17
5.1 Inleiding	17
5.2 Uitgangspunten bij de samenwerking	17
HOOFDSTUK 6 BEGROTING EN FINANCIERING	19
6.1 Inleiding	19
6.2 Begroting: scenario's en voorstel	19
6.3 Financiering	20
6.4 Vervolgstappen	22
6.5 Economische impact	22

## ***Bestuurlijke samenvatting***

Vanuit het Utrechtse bedrijfsleven is een ambitie uitgesproken om de start van de Vuelta d'España in 2020 naar Nederland te halen. Door het bedrijfsleven zijn vier publieke partijen benaderd met de vraag of zij deze ambitie verder kunnen onderzoeken op haalbaarheid: de provincie Utrecht, de gemeente Utrecht, de provincie Noord-Brabant en de gemeente Breda.

Deze partijen hebben vervolgens een (haalbaarheids)onderzoek uitgevoerd naar een aantal aspecten:

- techniek, veiligheid en mobiliteit (inclusief mogelijke routes en venues);
- concept, thematiek en activatie;
- draagvlak: bij inwoners, maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven;
- governance en organisatie;
- begroting van het evenement en financiering vanuit publieke en private partijen.

In het onderhavige onderzoek zijn bovenstaande punten uitgewerkt.

### *Techniek, veiligheid en mobiliteit*

In overleg tussen de vier publieke partijen is een volgende verdeling van de etappes en evenementen voorgesteld:

- perscentrum en permanence (hoofdkantoor) Vuelta in Utrecht, met mogelijk kleine dependances in start- en finishlocaties in Noord-Brabant (af te stemmen met de Vuelta directie);
- ploegenpresentatie in Utrecht;
- ploegentijdrit in Utrecht;
- etappe in lijn tussen Noord-Brabant en Utrecht;
- etappe in lijn in West-Brabant.

### *Concept, thematiek en activatie*

Het evenement wordt verlengd en krijgt extra beleving via een activatieprogramma. Daarnaast biedt het evenement Vuelta mogelijkheden om speerpunten van Utrecht, Brabant en Breda te tonen aan de wereld. Wat betreft de thematiek wordt er ingezet op de thema's duurzaamheid, gezond stedelijk leven en (uiteraard) feest in de stad. (Inter)nationale exposure rond het evenement is daarbij een vanzelfsprekende afgeleide i.c. een randvoorwaarde.

Om het evenement in de aanloop te activeren wordt er een breed activatieprogramma ontwikkeld, met sportieve en culturele activiteiten en een kennisprogramma (scholenprogramma, masterclasses, seminars en gastcolleges). De goede ervaringen vanuit de Tour de France in 2015 worden hierbij toegepast: er wordt ingezet op een programma in samenspraak met de desbetreffende stakeholders (sport, cultuur, bedrijfsleven, horeca, kennisinstellingen), er worden wijkgerichte en stedelijke activiteiten geprogrammeerd en de organisatie wordt vooral uitgevoerd door de stakeholders ('met de stad').

### *Draagvlak*

Via enquêtes is gepeild wat het draagvlak is onder inwoners van de gemeenten Utrecht en Breda en de provincies Utrecht en Noord-Brabant. Het draagvlak is onderling vergelijkbaar, waarbij tussen de 48 en 61% van de respondenten (sterk) voorstander is van de Vuelta in

Utrecht en Noord-Brabant. Een behoorlijk deel van de respondenten heeft daarnaast (nog) geen mening (22 tot 38% in de verschillende gemeenten en provincies). Het merendeel van de respondenten geeft aan dat er, als het evenement georganiseerd wordt, zogenoemde side-events georganiseerd moeten worden (sportief, cultureel) en dat er aandacht moet zijn voor de bereikbaarheid van de stad en de regio's.

Vanuit maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven is er veel animo voor het evenement. Vooral in Utrecht (met de ervaringen met de Tour de France in 2015) is dit animo groot. In Breda is een ontwikkeling gaande met maatschappelijke partijen en het bedrijfsleven om dit soort evenementen (en specifiek de Vuelta) te ondersteunen.

#### *Governance en organisatie*

Er is sprake van vier publieke partners en de intentie om tot een publiek-private samenwerking te komen. De volgende randvoorwaarden worden bij de governance gehanteerd:

- voor het evenement een subsidieaanvraag in te dienen bij het Ministerie van VWS;
- intentie om het evenement 50-50 publiek-privaat te financieren;
- voor het publieke deel (exclusief de subsidie van het Ministerie van VWS) een verdeling van 2/3-1/3 te hanteren voor respectievelijk de Utrechtse en de Brabantse publieke partners. Het risico op het resultaat wordt eveneens volgens die verhouding verdeeld;
- na toewijzing van het evenement een projectorganisatie in te richten en hiervoor een aparte stichting op te richten. De projectorganisatie wordt ingericht met medewerkers van de publieke partners, de private partners, maatschappelijke stakeholders en inhuur van specifieke kennis en expertise.

#### *Begroting en financiering*

Er zijn drie begrotingsmodellen voor het evenement gemaakt, waarbij de ambitie en de mogelijke financiering bepalend zijn voor het model. De totale begroting wordt geraamd op € 14,9 mln. Er wordt een subsidie bij het ministerie van VWS aangevraagd voor het evenement en de commerciële verdienmogelijkheden (waaronder hospitality) worden uitgewerkt in een businesscase. De private bijdrage bedraagt ongeveer € 6,0 mln. (afgerond), de bijdrage van de publieke partners ongeveer € 6,4 mln. (afgerond). Voor de Utrechtse partners is de bijdrage daarmee € 4,2 mln. en voor de Brabantse partners is de bijdrage € 2,2 mln.

De bijdragen van de vier publieke partners worden in het eerste kwartaal van 2018 politiek besproken. Voor de bijdragen van de private partners lopen de gesprekken eveneens in het eerste kwartaal van 2018. De intentie is om voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2018 commitment te hebben. De subsidieaanvraag bij het Ministerie van VWS kan pas worden ingediend als het evenement daadwerkelijk is toegewezen door de directie van de Vuelta. Daardoor zal er eerst publiek en privaat commitment moeten worden afgegeven, voordat de subsidieaanvraag bij het Ministerie van VWS kan worden ingediend.

De verwachte economische impact van het evenement ligt tussen de € 12,2 en € 13,5 mln.

# Hoofdstuk 1

## Aanleiding

### 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 vervolfbezoek) 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 is in aanleg positief over dit idee. Het BPU is daarnaast in contact gekomen met andere publieke partners: de provincie Utrecht, de provincie Noord-Brabant en de gemeente Breda. Met deze publieke partners zijn eerste verkennende gesprekken gevoerd om te kijken of zij zouden kunnen participeren in de ambitie om de Vuelta naar Nederland te halen en het evenement zo een bovenregionaal i.c. nationaal karakter te geven. Zowel de provincies Utrecht en Noord-Brabant als de gemeente Breda zijn initieel enthousiast over het mede organiseren van de Vuelta.

### 1.2 De 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). Jan Janssen en Joop Zoetemelk hebben de Vuelta beiden eenmaal gewonnen.

De ronde 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 heeft aangegeven in aanleg positief aan te kijken tegen een nieuwe start in Nederland. De organisatiekracht in Nederland/Utrecht rond de Tour in 2015 beïnvloedt daarbij het oordeel positief. De directie van de Vuelta heeft bij de eerste oriënterende gesprekken aangegeven één publieke organisatie als contractpartner te willen.

### 1.3 Het concept

#### *Drie etappes*

In de eerste gesprekken met de directie van de Vuelta is besproken dat er drie etappes in Nederland zouden kunnen worden gehouden.

#### *Voorkeursjaar*

Het voorkeursjaar is 2020. De wedstrijddata zijn in het derde weekend van augustus. Normaal gesproken is dat 14, 15, 16 augustus 2020, maar de Vuelta directie heeft aangegeven dat het goed mogelijk is dat uitgegaan moet worden van 21, 22 en 23 augustus). Deze data interfereren niet met de Olympische Spelen in Tokyo (24 juli tot en met 9 augustus 2020). Een aandachtspunt van 2020 is het feit dat er media-aandacht gedeeld moet worden met de Olympische Spelen en het EK Voetbal (12 juni – 12 juli 2020). Tegelijk biedt dit ook kansen (ook in de aanloop naar de Vuelta) om tot een sportzomer te komen (ook in de media). In de programmering in de aanloop kan hierop ingespeeld worden.

#### *Publiek-private financiering*

De initiatiefnemers beogen (net als bij de Tour de France in Utrecht) een publiek-private financiering. Hoe groot het aandeel is vanuit de private sector is onderwerp van het onderhavige onderzoek en de uitwerking. Ook de publieke financiering vanuit de vier partners (provincies Utrecht en Noord-Brabant en gemeenten Breda en Utrecht) en de verdeling tussen de publieke partners is onderdeel van de studie.

### 1.4 Vraag en uitwerking

De groep initiatiefnemers heeft een eerste document voorgelegd aan de vier publieke partners met uit te werken onderwerpen. Door de vier partners is aangegeven dat zij de uitwerking in twee onderdelen willen uitsplitsen: de daadwerkelijke uitwerking op onderdelen in het projectplan en een toets op onderdelen. De uitwerking heeft betrekking op de volgende onderdelen:

- Techniek, Veiligheid en Mobiliteit (waaronder parcours en venues)
- Thematiek en concept: de marketing en de activatie
- Draagvlak
- Organisatie en governance
- Begroting en financiering

De onderdelen zijn met elkaar verweven. Om tot een gezamenlijk voorstel te komen zijn gezamenlijke achterliggende thema's nodig. De verdeling van de publieke financiering heeft een directe verbinding met de verdeling van de routes en de start- en finishlocaties.

#### *Externe toets op onderdelen*

Daarnaast hebben de publieke partners gevraagd een aantal onderdelen van het onderzoek extern te toetsen. Het gaat hierbij met name om het draagvlak, de compleetheid van het onderzoek en de governance. De USBO (Universiteit Utrecht) is gevraagd deze externe toets uit te voeren.

## 1.5 Proces

Voor de uitwerking van het projectplan is een ambtelijke projectgroep ingesteld. In de ambtelijke projectgroep zitten de volgende personen:

- Ton Wetselaar, beleidsadviseur topsport en evenementen, gemeente Utrecht;
- Karel Dollekens, adviseur sportbeleid, gemeente Breda (tijdelijk vervangen door Jürgen Koevoets, adviseur sportbeleid, gemeente Breda);
- Arno Ruis, senior adviseur toerisme, provincie Utrecht;
- Roger Schouwenaar, manager topsportevenementen, BrabantSport (in voorkomende gevallen vervangen door Michel Reinders, directeur BrabantSport);
- Martijn van Hulsteijn, projectleider.

De projectgroep heeft de onderdelen van het haalbaarheidsonderzoek voorbereid en uitgewerkt. Het onderdeel Techniek, Veiligheid en Mobiliteit (waaronder het onderdeel Parcours en Venues) is voorbereid en uitgewerkt door Ron Looy van de gemeente Utrecht (tijdens de Tour de France 2015 eveneens verantwoordelijk voor dit onderdeel). De heer Herman Brinkhoff, koersdirecteur van de Binck Bank Tour heeft daarbij op verzoek van de provincie Noord-Brabant input geleverd. Via bewonersmonitors in de gemeente Utrecht en de gemeente Breda is het draagvlak onder de inwoners van beide steden gemeten. Daarnaast heeft het Mulier Instituut een aanvullende draagvlakmeting gedaan onder inwoners van de provincies Utrecht en Noord-Brabant. Tevens heeft het Mulier Instituut onderzoek gedaan naar de potentiële economische impact van het evenement volgens de WESP methode. De projectgroep heeft eveneens een berekening gemaakt, om de impact in de provincies Noord-Brabant en Utrecht te kunnen schetsen.

Onderdelen van het projectplan zijn door de projectgroep voorgelegd aan de stuurgroep, waarin de volgende personen zitting hebben:

- Pim van den Berg, gedeputeerde provincie Utrecht;
- Henri Swinkels, gedeputeerde provincie Noord-Brabant;
- Paul de Beer, wethouder gemeente Breda;
- Paulus Jansen, wethouder gemeente Utrecht;
- Toke Tom, lid directieteam gemeente Utrecht en gedelegeerd opdrachtgever.

## Hoofdstuk 2

### ***Techniek, veiligheid en mobiliteit: routes en venues***

#### 2.1 Inleiding, concept en randvoorwaarden

##### *Randvoorwaarden*

Bij het bepalen van routes en venues is gekeken naar een fors aantal aspecten: de technische mogelijkheden van start- en finishlocaties, mogelijke routes, de bereikbaarheid van steden en provincies (zowel voor de bezoekers als voor de bewoners), de mobiliteit in de gebieden en de doorstroom van verkeer, veiligheidsaspecten, eventuele organisatieprocessen (waaronder de afstemming binnen en tussen veiligheidsregio's) en het kostenaspect per etappe.

Er is in het vooronderzoek een eerste vooroverleg geweest met diverse partijen, waaronder de gemeenten Breda en Utrecht, de provincies Utrecht en Noord-Brabant, de luchtverkeersleiding en de Militaire Luchtvaart Autoriteit, de Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid (NCTV), de politie en Jaarbeurs Utrecht.

Met betrekking tot de kosten is enerzijds gekeken naar etappes met veel beleving (zo veel mogelijk door dorpen heen) en anderzijds naar routes waar relatief weinig kosten gemaakt hoeven te worden om parcoursen geschikt te maken voor een professionele wielervederker. Daarnaast is bij de ontwikkeling van conceptparcoursen rekening gehouden met de televisiebeelden van zowel de steden als de provincies.

##### *Het concept*

De Vuelta is een rittenkoers van drie weken. Normaal gesproken start de wielervederker op zaterdag en hij eindigt drie weken later op zondag in Madrid. Om een start in Nederland mogelijk te maken, wordt uitgegaan van drie koersdagen in Nederland en een start op vrijdag. Op die manier kan het peloton op vrijdag, zaterdag en zondag een etappe rijden. Organisatie en ploegen vertrekken vervolgens op zondagavond naar Spanje en vervolgen de koers op dinsdag. Op maandag wordt dan een extra rustdag ingelast. Normaal gesproken kent een rittenkoers van drie weken twee rustdagen (elk op maandag, in de tweede en de derde week). Dispensatie voor de extra rustdag na de eerste drie etappes in Nederland moet door de organisator van de wielervederker (de ASO) worden aangevraagd bij de internationale wielervederker UCI. Eerdere dispensatieverzoeken (vooral vanuit de Giro d'Italia) zijn door de UCI gehonoreerd.

Het evenement kent daarmee het volgende concept:

- opening van het perscentrum en de permanence (hoofdkwartier van de organisatie) op woensdag 12 of 19 augustus;
- een ploegenpresentatie op donderdag 13 of 20 augustus;
- eerste etappe (ploegentijdrit) op vrijdag 14 of 21 augustus;
- tweede etappe op zaterdag 15 of 22 augustus;
- derde etappe op zondag 16 of 23 augustus.

### *Uitgangspunten*

Bij de uitwerking van de locatie voor de ploegenpresentatie is gekeken naar opties in Utrecht en Breda. In verband met het gewenste compacte karakter van de organisatie, de niet-gewenste tussentijdse verplaatsing van de ploegen tussen ploegenpresentatie en eerste etappe (onnodige reistijd voor de renners) en vanwege maatregelen op het gebied van veiligheid, mobiliteit en de kosten heeft een ploegenpresentatie in Utrecht sterk de voorkeur.

Bij de etappes in lijn moet rekening gehouden worden met maximaal 200 kilometer. De grote wielerronden hebben een voorkeur voor niet te lange etappes, waardoor er beperkingen zijn wat betreft de afstand tussen een start- en een finishplaats. Voor de etappes op zaterdag en zondag moet nadrukkelijk rekening gehouden worden met een massasprint. De laatste 30 tot 40 kilometer van de etappe moeten hierop berekend zijn. Dat betekent brede wegen en weinig obstakels, om de veiligheid van de renners zo veel mogelijk te faciliteren. Daarnaast moeten de routes bij deze etappes afwisselend zijn en bij voorkeur door bewoond gebied gaan. Wanneer de etappe te lang door onbewoond gebied gaat, geeft dit extra en onnodige verplaatsingen van publiek. Dat legt dan meer druk op de bereikbaarheid en mobiliteit in het gebied, zowel voor bewoners en bezoekers als voor hulpdiensten en andere professionals. Bij de derde etappe moet rekening gehouden worden met de belangrijkste vliegroutes naar Rotterdam Airport en Schiphol (vooral ook in de regio West-Brabant). Ook in de omgeving van Eindhoven moet rekening gehouden worden met vliegverkeer (mede gezien de vakantieperiode), zowel voor de burgerluchtvaart als voor het militaire vliegverkeer.

## **2.2 Scenario's en mogelijkheden**

### *Perscentrum en permanence*

Voor het perscentrum zijn diverse ruimtes met inrichting nodig voor de pers (kranten, radio, tv, fotografen), gedurende de dagen voor het evenement tot na de start. De permanence is het hoofdkwartier voor de organisatie (Vuelta-directie). Hier zijn ruimtes met inrichting nodig voor voorbereidingen op de wedstrijd, ontvangst en aansturing van het evenement.

Er wordt voorgesteld het perscentrum en de permanence in te richten in de nabijheid van het stationsgebied West. De locatie Jaarbeurs is aantrekkelijk vanwege de centrale ligging bij start en finish van de eerste etappe en de ploegenpresentatie (compact evenement). De locatie is daarnaast aantrekkelijk vanwege de situering direct naast Utrecht CS. Er is een ruime hoeveelheid parkeergelegenheid. Daarnaast biedt de locatie mogelijkheden om in de directe nabijheid ook de ploegenpresentatie te faciliteren en is de venue professioneel ingericht en geëquipeerd om dergelijke voorzieningen te treffen.

Voor de tweede en derde etappe zijn kleinere perscentra in de vorm van dislocaties nodig (werkplekken voor journalisten). Bij een finish in Breda kan een klein perscentrum ingericht worden in het centrum van de stad. Hier zijn meerdere mogelijkheden (stadskantoor, Chassé Theater). De definitieve locaties van de 'dependances' van het perscentrum zijn afhankelijk van de te kiezen start- en finishlocaties. Daarbij kan het perscentrum in Utrecht waarschijnlijk voor een groot deel van de journalisten dienstdoen als hoofdlocatie, gezien de beperkte reisafstanden naar de andere locaties.

Wanneer gekozen wordt voor één of meerdere dependances van het perscentrum, zal het kostenaspect goed meegenomen moeten worden. In overleg met de directie van de Vuelta moet gekeken worden in hoeverre het nodig is om meerdere locaties in te richten. Daarbij dient dan in ieder geval rekening gehouden te worden met de netwerkbelasting (frequenties) en de capaciteit van het internet (WiFi).

### *Ploegenpresentatie*

De ploegenpresentatie is de feitelijke start van het evenement op 13 of 20 augustus (aanvang rond 18.00 uur). De 8 renners van 22 ploegen worden hier aan het publiek gepresenteerd in een dynamisch programma. Het presenteren zelf duurt ongeveer 45 minuten. Het evenement wordt in de regel omlijst met optredens en/of muziek.

Voor de ploegenpresentatie zijn meerdere locaties onderzocht met elk een verschillend karakter en verschillende ligging in de stad Utrecht. Hierbij is rekening gehouden met de volgende aspecten: het aanrijden, parkeren en opstellen van de teambussen, ruimte voor een teambriefing, het opstellen van de fietsen van de renners, ruimte voor een podium voor de presentatie van de ploegen, de mogelijkheid voor een aanvullend programma en de toegankelijkheid van de locatie voor bezoekers.

De voorkeursoptie voor de ploegenpresentatie wordt met partners verder uitgewerkt. Vanwege deze uitwerking is in dit stadium nog niet publiek te maken welke optie(s) worden voorgesteld.

Aandachtspunten bij de locatie zijn de mobiliteit van het publiek, de bereikbaarheid van de stad en de OV-verbindingen.

### *Eerste etappe*

Er wordt geopteerd voor een ploegentijdrit van 20 tot 26 kilometer door de stad, op vrijdagavond. De Vuelta onderscheidt zich van de Tour en de Giro doordat de ronde vaak start met een ploegentijdrit. Voor de stad Utrecht is een ploegentijdrit ook onderscheidend ten opzichte van de tijdrit in 2015 en de rit in lijn in 2010. Daarmee wordt de ploegentijdrit herkenbaarder voor het publiek ten opzichte van de eerdere wielerrondes.

Er zijn drie hoofdroutes uitgewerkt. De routes kunnen relatief eenvoudig langer of korter gemaakt worden.

Aandachtspunten bij de verschillende routes zijn het betrekken van een groot deel van de stad in het parcours, de bereikbaarheid van de stad en de ziekenhuizen, het tonen van unieke delen van de stad, zo veel mogelijk gebruikmaken van de huidige infrastructuur in relatie tot de kosten (de ene route brengt meer kosten met zich mee dan de andere), het in stand houden van de tramverbinding in de stad en het bereikbaar houden van het parcours voor zowel bewoners als bezoekers (crowdmanagement).

### *Tweede etappe*

De tweede etappe van de Vuelta start op zaterdagmorgen rond de klok van 11.00 uur met een peloton van ongeveer 176 renners (afhankelijk van de omvang van de ploegen). Het is nu nog onduidelijk en onbekend of er vooraf aan de Vuelta een reclamekaravaan zal rijden. Dit zal te maken hebben met de mogelijkheid om de reclamekaravaan na de Nederlandse etappes op tijd in Spanje te krijgen. De totale duur van een passage vanaf het moment van afsluiten tot het vrijgeven van de weg zal rond de 3 uur liggen. Voor de tweede etappe zijn meerdere varianten mogelijk. Er zijn uiteindelijk primair twee varianten uitgewerkt. Omdat nog overleg gevoerd moet worden met parcoursgemeenten en de varianten nog uitgewerkt moeten worden, is nog geen inzicht te geven in de definitieve varianten. De provincies Utrecht en Noord-Brabant worden verbonden via de etappe.

In de opties is gekeken naar de mobiliteit (bezoekers en bewoners), de veiligheid van de renners, de beleving rond de etappe en het betrekken van het bergklassement (eerste bergpunten). De varianten kennen een lengte van ongeveer 180-190 kilometer.

#### *Derde etappe*

De derde etappe op zondag zal volledig in Noord-Brabant worden gereden. Daarbij zijn meerdere opties te onderscheiden, waarbij uitgegaan wordt van een start en finish in Breda. Omdat nog overlegd moet worden met parcoursgemeenten en varianten verder uitgewerkt moeten worden, kunnen nog geen concrete varianten genoemd worden in deze rapportage.

### **2.3 Voorkeursscenario**

Voor de uitwerking van de kosten is een voorkeursvariant voor het hele concept uitgewerkt. Het gaat hierbij om een ploegenpresentatie in Utrecht, een ploegentjrit in Utrecht, een etappe tussen Noord-Brabant en Utrecht en een etappe in (West-)Brabant.

Vanwege de noodzakelijke uitwerking met verschillende partners, kan de voorkeursvariant nog niet in detail gepresenteerd worden. De hoofdlijnen van de voorkeursvariant zijn besproken met de directie van de Vuelta, die zich goed kan vinden in de voorstellen.

Aandachtspunten bij de ontwikkeling van de venues en routes zijn als volgt:

- afstemming van de planning van infrastructurele werkzaamheden en de consequenties voor de routes in Utrecht, Breda en Noord-Brabant en de routes door de provincies;
- afstemming met alle stakeholders in de omgeving van venues (start- en finishlocaties, locatie ploegenpresentatie, permanence en perscentrum);
- uitwerking van de publieksstromen op de verschillende locaties (in samenspraak met OV-aanbieders, wegenbeheerders, parkeerlocaties);
- bereikbaarheid van de steden: bereikbaarheid en afsluitingen rond evenementenlocaties (eveneens met OV-aanbieders en wegenbeheerders), afstemming over koopavonden, in- en uitstroom van bestemmingsverkeer (vrijdagavond, in het weekend met vertrekkend en terugkerend vakantieverkeer);
- afstemming tussen veiligheidsregio's (met name bij etappe 2, maar mogelijk ook bij etappe 3) en aandacht voor het passeren van ongelijke spoorwegovergangen;
- afstemming over politie inzet in relatie tot het EK Voetbal in juni 2020, waarbij Amsterdam speelstad is voor vier wedstrijden;
- vergunningen;
- inrichting van de venues en aanpassingen van obstakels;
- afstemming met de luchtverkeersleiding en de Militaire Luchtvaart Autoriteit over routes in relatie tot vliegroutes;

## Hoofdstuk 3

### Concept, thematiek en activatie

#### 3.1 Inleiding

Onderdeel van het haalbaarheidsonderzoek naar de Vuelta is het uitwerken van concept, thematiek, marketingstrategie en een aansluitend activatieprogramma (hoe worden het evenement en het concept geladen via een programma).

##### *Aandachtspunten*

Door de projectgroep en de stuurgroep is de randvoorwaarde gesteld dat de Vuelta 2020 een nieuw en eigen gezicht krijgt ten opzichte van de Tourstart 2015 en andere wielerronden in Nederland. Tegelijkertijd wordt wel voortgebouwd op de gekozen manier van organiseren tijdens de Tourstart, de ervaringen en de succeselementen.

Een van de belangrijke succeselementen van de Tour 2015 was de aanloop naar de Tour. Via een activatieprogramma is Tourkoorts gecreëerd, is het evenement verlengd en is de beleving in de stad vergroot door evenementen en activiteiten in de aanloop. Daarnaast zijn de thema's van de Tour geladen en is aandacht gegenereerd voor de stad en voor het evenement. Daarbij is primair uitgegaan van een bottom-upbenadering (organisatie van evenementen en activiteiten vanuit maatschappelijke organisaties zelf). De projectorganisatie van de Tour heeft vooral een enthousiasmerend kader geboden en ondersteuning gegeven (financieel, communicatief en verbinding van het netwerk).

#### 3.2 Concept

De Vuelta 2020 is een ambitie van vier publieke partijen. Daarom is geïnterviewd welke elementen en welke boodschap via het evenement Vuelta 2020 gezamenlijk uitgedragen kunnen worden.

Per publieke partner afzonderlijk is een longlist gemaakt, waarbij later is gekeken naar de gemeenschappelijke elementen in die longlist. Het thema is ook besproken met de directie van de Vuelta om te vragen welke onderwerpen interessant zijn voor de Vuelta. In het draagvlakonderzoek (zie hoofdstuk 4) onder bewoners is eveneens gevraagd welke elementen van belang zijn wanneer het evenement daadwerkelijk georganiseerd wordt (voor de activatie van het evenement).

Inventarisatie van concept, thema en activatie zijn eveneens in werksessies met betrokkenen besproken: in een sessie in Utrecht met betrokkenen uit het bedrijfsleven, maatschappelijke instellingen, kennisinstellingen, horeca, hotels, de sport en de culturele sector. En in Noord-Brabant in een sessie rondom de uitwerking van een specifiek thema.

Uiteindelijk zijn de volgende thema's naar voren gekomen:

- Duurzaamheid (waaronder duurzame mobiliteit, fiets en fietsbeleid)
- Gezond stedelijk leven (Healthy Urban Living)

Beide thema's staan centraal in zowel de regio Utrecht als Noord-Brabant. Tegelijkertijd is geconstateerd dat in de uitwerking een aantal thema's als randvoorwaarde gelden:

- Innovatie: waar mogelijk, wordt innovatie (rond het evenement, in de organisatie en in het activatieprogramma) gestimuleerd.
- Citymarketing en exposure: het evenement kent zowel in de aanloop als tijdens het evenement zelf een forse media-aandacht: via tv-beelden, via items in kranten, tijdschriften, online en op radio/tv. Exposure voor de steden is daarmee vanzelfsprekend.

Het evenement kan daarbij verder als platform dienen (bijvoorbeeld voor het toeristisch profiel, internationale exposure et cetera).

- Feest in de stad: de beleving tijdens en in aanloop naar het evenement staat centraal. Via het evenement moet een feestelijke sfeer gecreëerd worden.

### 3.3 Activatie: de sportzomer

#### *Activatieprogramma*

De sociaal-maatschappelijke spin-off wordt door de publieke partners als essentieel ervaren voor een geslaagd evenement. Zowel in de aanloop naar als tijdens het evenement is het daarom een randvoorwaarde voor de publieke partners dat hier stevig op ingezet wordt. Het evenement moet daarmee een podium vormen waarop de steden en regio's kunnen tonen wat ze te bieden hebben op sociaal-maatschappelijk gebied. De exposure voor het evenement en de steden wordt, behalve door de beelden van het evenement, vooral ook gerealiseerd door evenementen en activiteiten in aanloop naar of rond het hoofdevenement (het activatieprogramma). Ervaringen met de Tour in 2015 leren dat vooral sportieve en culturele evenementen en activiteiten hiervoor geschikt zijn. Ook kennisprogramma's (masterclasses, workshops, congressen, scholenprogramma's en lespakketten) bieden veel kansen op verbreding, zowel in de steden Utrecht en Breda, als in de regiogemeenten en de andere grote steden in Noord-Brabant.

De ambitie is om in het activatieprogramma zowel grootschalige publieke evenementen als kleinschaliger wijkgerichte evenementen op te nemen. De publieke partners willen inzetten op een breed en divers programma in de aanloop naar de Vuelta. Het activatieprogramma moet vooral worden gedragen en uitgevoerd door maatschappelijke organisaties in de steden en regio's: verenigingen, culturele instellingen, kennisinstellingen, wijkorganisaties, horeca en individuele inwoners. Daarbij wordt gemikt op een grote publieke belangstelling en een gemiddelde waardering van een 8,0 voor het totale programma.

#### *Het aanloopp programma: sportzomer 2020*

De aanlooperperiode van de Tour in 2015 (100-dagenprogramma) was een essentiële factor in het succes van de Tour. Ook voor de Vuelta wordt gemikt op een activatieprogramma in de aanloop. In 2020 is er sprake van een sportzomer, met van 12 juni tot 12 juli het EK Voetbal (in meerdere landen) en vanaf 24 juli de Olympische Spelen in Tokyo. Het activatieprogramma rond de Vuelta wil nadrukkelijk het ritme van de sportzomer volgen als leidraad en als inspiratie. Daarmee ontstaat een aanloopp programma van ongeveer 2,5 maand.

De start van de Vuelta 2020 valt in de zomervakantie. Het evenement biedt dus gelegenheid voor een vakantie-uitstapje in eigen stad en land ('Spanje komt naar je toe deze zomer'). Maar ook voor buitenlandse bezoekers (gezinnen) is de Vuelta-start een mooie aanleiding voor een bezoek aan Utrecht/Brabant.

Met het evenement wordt gemikt op zowel bezoekers aan het activatieprogramma in Utrecht en Brabant, als op een grote beleving tijdens het evenement zelf. Vueltafeesten in de steden, publieksvenues tijdens de wedstrijden, het aantrekken van veel publieke belangstelling in steden en provincies zijn daarbij noodzakelijk voor de beleving, het enthousiasme en het feest in de steden.

### *Laden van het activatieprogramma*

Voor het programma is het van belang dat evenementen bijzonder en onderscheidend zijn om de maximale aandacht (exposure) te halen. In het activatieprogramma (culturele en sportactiviteiten, kennisprogramma) worden de thema's 'gezond stedelijk leven' en duurzaamheid als kernwaarden/randvoorwaarden gehanteerd in de uitvoering van het activatieprogramma.

Onderdelen die verder uitgewerkt kunnen worden in het activatieprogramma zijn begrippen als familie, historie, gastronomie en zomer. Voor de directie van de Vuelta is de historische verbinding tussen Spanje en Nederland van belang, evenals de focus op mooie beelden in het kader van toerisme (zowel van Nederland naar Spanje als vice versa).

Een associatie die niet alleen de lading van de Vuelta (en Spanje) dekt, maar ook te vertalen is naar de onderwerpen 'gezond stedelijk leven' en 'duurzaamheid' is: Passie. Passie is voor velen een associatie met het Spaanse temperament, maar Passie laat zich ook gebruiken om aan te geven waar steden of regio's voor staan; Passie voor de fiets, Passie voor duurzaamheid et cetera. Daarnaast biedt Passie ook voldoende uitwerkingsmogelijkheden die zich richten op de exposure van de steden en regio's. Passie gaat immers ook over feest, over vieren, over eten en drinken, over sport, cultuur et cetera. Passie heeft in veel talen dezelfde betekenis en wordt nagenoeg hetzelfde geschreven.

Het concept en de thematiek en het activatieprogramma moeten via een marketingplan verder uitgewerkt worden, zodat er een logische verbinding ontstaat tussen concept en thema, evenement en activatieprogramma.

## Hoofdstuk 4

### Draagvlak

#### 4.1 Inleiding

Het draagvlak voor evenementen in het algemeen en de Vuelta in het bijzonder is een belangrijk aspect bij de haalbaarheid van het evenement. De vier publieke partners hebben primair aangegeven enthousiast te zijn over de ambitie (Vuelta 2020 in Nederland). Het politieke draagvlak wordt in de verschillende colleges verder afgestemd. Voor de provincie Noord-Brabant geldt daarnaast dat in het samenwerkingsverband BrabantStad (Breda, Tilburg, 's-Hertogenbosch, Eindhoven, Helmond en de provincie Noord-Brabant) een gezamenlijke internationale sportevenementenkalender als speerpunt is benoemd. In dat kader is de ambitie van de Vuelta 2020 ook besproken in een overleg van BrabantStad op 12 december 2017. In dat overleg is vastgesteld dat de komst van de Vuelta een kans is voor BrabantStad, waarbij Breda een start & finish op zondag wil huisvesten en de gemeente 's-Hertogenbosch wil onderzoeken of zij etappestad kan zijn. De andere steden ondersteunen daarin en willen waar mogelijk betrokken zijn bij de regionale uitstraling.

Voor het publieke draagvlak zijn drie doelgroepen onderscheiden: draagvlak onder bewoners, draagvlak onder maatschappelijke instellingen en draagvlak onder bedrijven (private partners; zie ook hoofdstuk 6).

Onder de doelgroepen is daarom gemeten wat het draagvlak is voor evenementen in het algemeen en de Vuelta in het bijzonder (voor zover daar door respondenten al uitspraken over gedaan kunnen worden). Ook de houding ten opzichte van het evenement is getoetst.

#### 4.2 Onderzoeksmethoden

Het draagvlak onder de verschillende doelgroepen is op verschillende manieren gemeten.

##### *Bewoners*

Via vragen in het bewonerspanel van de gemeenten Breda (n=1.323) en Utrecht (n=2.657 respondenten) zijn de inwoners van de steden bevraagd over evenementen in het algemeen, de Vuelta in het bijzonder en de houding van de respondenten ten opzichte van de Vuelta. Het bewonerspanel is een periodiek terugkerende online monitor met een diversiteit aan vragen. In de panels van 2017 (peildatum tweede helft 2017) zijn specifieke vragen opgenomen over evenementen en de Vuelta.

Daarnaast is het Mulier Instituut gevraagd om een aanvullende draagvlakmeting te doen onder inwoners van de regio Utrecht (n=1.106 respondenten) en de regio (West)Brabant (n=1.112 respondenten), via een representatieve online enquête onder inwoners van de beide provincies.

##### *Maatschappelijke partners*

In primair de betrokken steden Utrecht en Breda is via gesprekken een peiling gehouden van de houding ten opzichte van de Vuelta. Daarbij moet worden opgemerkt dat maatschappelijke instellingen in de gemeente Utrecht ervaring hebben met een dergelijk evenement, vanwege de start van de Tour de France in 2015. Veel maatschappelijke instellingen waren op organisatie- of activiteitsniveau betrokken bij de start van de Tour en hebben derhalve ervaringen hoe en welke verbindingen er gemaakt kunnen worden.

### *Bedrijven*

Het draagvlak onder bedrijven wordt gemeten in relatie tot de financieringsopgave. Het streven is om het evenement 50-50 publiek-privaat te financieren. Betrokkenheid en commitment vanuit het bedrijfsleven wordt gemeten aan de hand van het private commitment dat voor het evenement wordt gerealiseerd (zie ook hoofdstuk 6).

#### **4.3 Draagvlak bij bewoners**

De uitkomsten van de peilingen (bewonersmonitors Utrecht en Breda en het aanvullende regionale onderzoek van het Mulier Instituut) zijn redelijk goed met elkaar vergelijkbaar. Een meerderheid van de inwoners in alle peilingen is het (zeer) eens met de stelling dat het goed is voor de stad/regio dat er sportevenementen naar de stad/regio gehaald worden. In alle peilingen is meer dan 60% van de respondenten hiervoor. Meer dan 80% in alle peilingen is het eens tot zeer eens met de stelling dat dit soort evenementen bijdraagt aan de promotie van de stad/regio. Minimaal 69% van de respondenten in alle peilingen is trots tot zeer trots dat dit soort evenementen in de stad/regio wordt of zou worden georganiseerd en meer dan 75% van de respondenten in alle peilingen geeft aan dat grote internationale sportevenementen bijdragen aan de promotie van hun provincie of stad.

Steun voor de Vuelta scoort in alle peilingen overwegend positief (minimaal 48% - maximaal 61% is (sterk) voor de ambitie om de Vuelta te organiseren in Utrecht en Noord-Brabant). In de steden Utrecht en Breda ligt dit aandeel overigens hoger dan in de provincies. Een relatief behoorlijk deel in alle peilingen heeft hier overigens vooralsnog geen mening over: 22 tot 38% in de verschillende peilingen).

Een grote meerderheid (minimaal 74% in alle peilingen) geeft aan dat als de Vuelta georganiseerd wordt in Utrecht en Noord-Brabant er ook activiteiten omheen georganiseerd moeten worden. Hierbij worden sportieve activiteiten, culturele activiteiten, promotie van de fiets en activiteiten op scholen het meest genoemd.

Als belangrijkste aandachtspunt voor het evenement wordt de bereikbaarheid genoemd: de bereikbaarheid om het evenement als bezoeker op een goede manier te kunnen volgen (langs het parcours, in de steden en de provincies, met beleving), maar zeker ook voor de bewoners (bereikbaarheid van de stad, aandacht voor de lengte en omvang van de afsluitingen). Terugkerend vakantieverkeer in het weekend van de Vuelta is daarbij in het kader van bereikbaarheid een extra aandachtspunt.

#### **4.4 Draagvlak bij maatschappelijke partners en bedrijfsleven**

##### *Maatschappelijke partners*

Een breed scala aan maatschappelijke instellingen heeft aangegeven enthousiast te zijn over de ambitie om de Vuelta 2020 in Utrecht en Breda/Brabant te laten starten. Zowel sportorganisaties als de Vereniging Sport Utrecht en BrabantSport, grote culturele organisaties als TivoliVredenburg, de bibliotheken en musea, kennisinstellingen als de Universiteit Utrecht, Hogeschool Utrecht en NHTV als marketingorganisaties als Utrecht Marketing laten weten een dergelijk nieuw evenement te willen ondersteunen, actief te willen participeren en het evenement te gebruiken om te tonen wat het profiel van de steden is.

Verdere uitwerking van die betrokkenheid kan in een volgende fase (projectplan en uitvoering) bestendigd worden via de projectorganisatie en via een activatieprogramma.

### *Bedrijfsleven*

Het bedrijfsleven is in eerste aanleg gepolst over commitment voor de Vuelta, zowel inhoudelijk (als evenement) als financieel en organisatorisch (als partner). De reacties vanuit het bedrijfsleven zijn vooralsnog overwegend positief. De eerste bedrijven hebben zich al gecommitteerd aan de ambitie. Andere bedrijven hebben de vraag voor (financieel) commitment in behandeling. In hoofdstuk 6 wordt verder op dit onderwerp ingegaan.

## Hoofdstuk 5

### Governance en organisatie

#### 5.1 Inleiding

Het initiatief voor het evenement ligt bij het bedrijfsleven. De haalbaarheid (en de eventuele uitvoering) zijn opgepakt door vier publieke partijen. Om tot een werkbaar set afspraken te komen, is het belangrijk om een aantal uitgangspunten te formuleren hoe de samenwerking bekrachtigd kan worden en hoe binnen die samenwerking alle partijen in hun kracht gezet kunnen worden, de exposure en beleving verdeeld kunnen worden en er tegelijk zakelijke afspraken gemaakt kunnen worden waarop kan worden teruggevallen.

#### 5.2 Uitgangspunten bij de samenwerking

Het uitgangspunt is dat het evenement een gezamenlijk evenement is van de provincies Noord-Brabant en Utrecht en de gemeenten Breda en Utrecht. Genoemde partijen dragen financieel bij aan het evenement via een verdeling. Daarnaast worden private partners geëngageerd en wordt er een subsidie aangevraagd bij het Ministerie van VWS.

De publieke partners vormen echter 'het hart van het evenement'. De Vuelta-directie verwacht een overeenkomst met één publiekrechtelijk orgaan (gemeente of provincie). Tussen de partners moeten daarom nadere afspraken gemaakt worden. De volgende uitgangspunten worden daarbij gehanteerd:

- De vier publieke partners trekken gezamenlijk en constructief op in het project en het evenement.
- Vanwege de nadrukkelijke wens van de Vuelta-directie voor één aanspreekpunt, wordt voorgesteld dat de gemeente Utrecht de rol vervult als eerste aanspreekpunt en contractpartner. De gemeente Utrecht heeft met de etappe van de Giro d'Italia in 2010 en de start van de Tour de France in 2015 de meeste ervaring met het organiseren van wielerevenementen.
- Voor de exposure van het evenement en de verdeling van media-aandacht in de aanloop wordt een mediaplan geschreven. Daarbij zal een proactief mediabeleid gevoerd worden (voor het evenement, voor het toeristische profiel van steden en regio's, voor eventuele projecten en beleid).
- Er wordt gestreefd naar een publiek-private financiering van het evenement van 50-50. De ondergrens daarbij wordt vastgesteld op 60-40 publiek-privaat.
- De verhouding van de publieke bijdrage aan het evenement is 2/3-1/3 (Utrechtse partners – Brabantse partners). Het risico op het resultaat wordt eveneens via deze verdeling gedeeld. De Utrechtse partijen hebben onderling afgestemd dat de verdeling 50-50 is: de Brabantse partijen stemmen de verdeling verder onderling af, maar committeren zich gezamenlijk aan de 2/3-1/3 verhouding met Utrecht.
- Voor het evenement wordt een (uitvoerende) projectorganisatie ingericht. De projectorganisatie wordt georganiseerd binnen een stichting. Vanuit de Tour de France in Utrecht is daar ervaring mee opgedaan. De stichtingsvorm biedt mogelijkheden om de publieke en private bijdragen via één rechtsvorm te beheren en te organiseren.
- Bij het inrichten van de projectorganisatie wordt bij de invulling van functies primair naar kwaliteit gekeken. Het organiseren van evenementen is een vak apart en vergt specifieke kennis. Bij het aanstellen wordt in eerste instantie geselecteerd op die kennis. Daarnaast wordt primair uitgegaan van drie vindplaatsen voor het invullen van de functies: vanuit de publieke partners, extern (specifieke expertise) en vanuit private partners.

- Het evenement moet bij voorkeur, net als bij de Tour de France in 2015, georganiseerd worden met maatschappelijke organisaties vanuit de primaire partners: stakeholders op het gebied van sport, cultuur, kennis en het bedrijfsleven in Utrecht en Breda (en regionaal in de provincie Utrecht en de provincie Noord-Brabant). Dit geldt primair voor evenementen en activiteiten in het activatieprogramma ('met, voor en door de steden en regio's'). Op die manier wordt ook legacy gecreëerd, zoals ook in de evaluatie van de Tour de France door de USBO in 2015 is aangegeven. Waar mogelijk worden de belangrijkste stakeholders opgenomen in de projectorganisatie of worden nauwe samenwerkingen aangegaan.
- De projectorganisatie wordt voor het publieke deel aangestuurd door één ambtelijk opdrachtgever (gemandateerd door de andere publieke partners). Verbinding naar met name de gemeenten Utrecht en Breda is vanwege het karakter van het evenement (in de openbare ruimte, met relaties met crowdmanagement, mobiliteit en veiligheid) essentieel.
- Bestuurlijk wordt een stuurgroep ingesteld waaraan de projectorganisatie periodiek rapporteert. Portefeuillehouders van de vier publieke partners hebben zitting in de stuurgroep. De stuurgroep wordt voorgezeten door de ambtelijk opdrachtgever. Bij de uitvoeringsfase (vanaf 2019) sluiten ook de burgemeesters van Breda en Utrecht aan (met het oog op de verbinding naar openbare orde en veiligheid). Bij aanhaking van andere publieke partijen als start- of finishlocatie (mogelijk de gemeente 's-Hertogenbosch) kan overwogen worden om de betreffende stad ook op te nemen in de stuurgroep en projectgroep.
- De terugkoppeling naar de raden (gemeenteraad, provinciale staten) gebeurt door de vakafdelingen van de vier publieke partners, aan de hand van een projectplan en kwartaalrapportages van de projectorganisatie.

## Hoofdstuk 6

### Begroting en financiering

#### 6.1 Inleiding

De haalbaarheid van het evenement wordt voor een groot deel bepaald door de financiering. De begroting van het evenement wordt voor een deel bepaald door het ambitieniveau. Voor het evenement zijn daarom drie scenario's onderscheiden, met een verschillende ambitie: scenario 1 'Delgado', scenario 2 'Contador' en scenario 3 'Heras'. De begrotingen voor de scenario's zijn gemaakt op basis van de ervaringen met de Giro d'Italia in 2010, de Tour de France in 2015 (beide in Utrecht) en de Giro d'Italia in 2016 in Gelderland. Daarbij moet wel rekening gehouden worden met een indexering van de kosten (voor 2020). Begrotingen zullen dus niet 1-op-1 vergelijkbaar zijn. De keuze voor een scenario is uiteindelijk afhankelijk van de hoogte van de publieke en private bijdragen.

#### 6.2 Begroting: scenario's en voorstel

Het eerste scenario kent totale kosten van € 12.645.000, het tweede scenario € 14.900.000 en het derde scenario € 16.000.000. De drie scenario's kennen daarmee een stijgende opbouw, afhankelijk van de ambitie.

Kosten	Delgado	Contador	Heras
01 Organisatiekosten	5.700.000	6.035.000	6.060.000
02 Techniek Veiligheid Mobiliteit	4.100.000	4.720.000	4.845.000
03 Marketing, communicatie	1.000.000	1.300.000	1.650.000
04 Activatieprogramma	750.000	950.000	1.500.000
05 Overige kosten	1.095.000	1.895.000	1.945.000
<b>Totaal Kosten</b>	<b>12.645.000</b>	<b>14.900.000</b>	<b>16.000.000</b>

#### Toelichting:

- Een aantal kostenposten is min of meer als vaste kosten te kenschetsen. Deze kosten zijn minder afhankelijk van het te kiezen scenario. Het gaat hierbij om:
  - Voor het evenement is een basisprojectorganisatie noodzakelijk. Afhankelijk van de ambities zullen meer mensen direct bij het evenement betrokken zijn om de ambities te realiseren.
  - De fee wordt betaald aan de ASO, als eigenaar van de Vuelta. De definitieve fee moet nog besproken en vastgelegd worden met de directie van de Vuelta, in samenhang met de overige aspecten uit het op te stellen contract.
  - Kosten voor techniek, veiligheid en mobiliteit. In alle scenario's is sprake van basiskosten voor crowdmanagement, veiligheidsmaatregelen, het inrichten van venues zoals voor de ploegenpresentatie en de start-/finishlocaties, kosten op het gebied van mobiliteit (van bezoekers en enige kosten voor het bereikbaar houden van voorzieningen als ziekenhuizen), kosten rondom de parcoursen zoals het wegnemen van obstakels en kosten in de steden voor het schoonmaken en schoonhouden van de parcoursen.
 De variabelen zitten hierbij in de kwaliteit van de voorzieningen (onder meer bij start en finish) en aanvullende kosten rondom evenementen als de ploegenpresentatie.

- De variabele kosten per scenario zitten vooral in de marketing en het activatieprogramma en zijn mede afhankelijk van de gerealiseerde dekking.
- De overige kosten (overig, relatiebeheer) hebben betrekking op stafkosten, verzekeringen, relatiemanagement en (beperkte) tegenprestaties voor private partners. Hoe meer private partners, hoe hoger de post voor tegenprestaties. Daarbij moet wel worden aangetekend dat het hier grotendeels om beperkte out-of-pocketkosten gaat en dat partners primair vanuit intrinsieke motivatie gecommitteerd worden.
- Vooralsnog zijn alle kosten die aan het evenement verbonden, opgenomen in de begroting. In overleg met de publieke partners kan nog gekeken worden of in de planning en de uitvoering van het evenement en uitvoeringsprojecten van gemeenten en provincies synergie te behalen is.
- Wanneer in het kader van private financiering afspraken gemaakt worden over een partnership in kind (diensten, producten), moet het bedrag aan kosten in de begroting zijn opgenomen.
- Er wordt uitgegaan dat de btw over diensten en producten zo veel mogelijk fiscaal verrekenbaar zal zijn.

#### *Voorstel voor een scenario*

In de voorbereiding is op basis van de scenario's geconstateerd dat scenario 1 'Delgado' een minimaal scenario is. Daarmee is weliswaar een start van de Vuelta in Utrecht en Noord-Brabant te realiseren, maar door de omvang van de vaste lasten ligt de focus dan wel sterk op het sportevenement zelf en minder op de aanloop en de marketing (het verkopen van evenement en steden/provincies). De publieke partners hebben daarbij aangegeven met name ook te willen inzetten op de sociaal-maatschappelijke spin-off van het evenement. Die kan vooral worden gerealiseerd met een sterk en divers activatieprogramma. In scenario 1 is dat programma beperkt.

Het scenario 3 'Heras' vergt een behoorlijke private bijdrage (uitgaande van de 50-50 publiek-private financiering).

Daarom is in de voorbereiding gekozen om in eerste instantie in te zetten op scenario 2 'Contador'. Dit scenario biedt goede mogelijkheden om stevig in te zetten op de maatschappelijke spin-off en het evenement en de regio's te vermarkten. Bij de financiering (zowel publiek als privaat) kan toegewerkt worden naar de financiering van dit ambitieniveau. Daarbij is door de publieke partners aangegeven dat het mogelijk is om door te groeien naar scenario 3 'Heras', zeker wanneer er meer private financiering gerealiseerd wordt.

## 6.3 Financiering

### *Uitgangspunten*

Bij het financieringsvraagstuk wordt primair uitgegaan van scenario 2 'Contador': een begroting van € 14,9 miljoen. De dekking van de begroting hangt af van de uitgangspunten die gekozen worden. De volgende uitgangspunten worden gehanteerd:

- Het Ministerie van VWS kent een subsidieregeling voor topevenementen, zoals EK's, WK's en evenementen als Vuelta en Tour. De stelregel van het ministerie is dat de subsidie van het ministerie als sluitstuk voor het evenement moet worden gebruikt. Voor de Vuelta wordt een subsidie aangevraagd. Er is een maximumbedrag per jaar voor topevenementen. Het toe te kennen bedrag is daarom ook afhankelijk van het aantal aanvragen door andere evenementen. Vooralsnog is er één ander evenement in 2020: het EK Voetbal (vier wedstrijden in de Johan Cruyff Arena).

- Daarnaast wordt gekeken naar commerciële verdien capaciteit via onder meer de verkoop van hospitality. Deze inkomsten moeten niet worden overschat, maar kunnen voor een klein deel bijdragen aan de financiering van het evenement.
- We gaan uit van een publieke bijdrage vanuit de provincies Noord-Brabant en Utrecht en de gemeenten Breda en Utrecht van € 6,4 miljoen.
- De 2/3-1/3-verdeling tussen de Utrechtse en de Brabantse partners leidt tot een publieke financiering vanuit de Utrechtse partners van ongeveer € 2,1 miljoen per partner. De Brabantse partners stemmen onderling hun bijdrage aan het totaal van € 2,2 miljoen af.
- De publieke financiering kan opgenomen worden in de begroting van de betreffende publieke partner (2019 en 2020); er kan een eenmalige reservering gemaakt worden (of de bijdrage kan ten laste van het jaarresultaat worden gebracht) of er kan een combinatie van dekkingsmogelijkheden gezocht worden.
- We gaan uit van een 50-50 publiek-private financiering: de bijdragen van Breda, Utrecht, provincie Noord-Brabant en provincie Utrecht worden daarbij idealiter gematcht met private bijdragen.
- De private financiering is essentieel en noodzakelijk voor de totale financiering. De verwachting is dat de private financiering haalbaar is, mits hier voldoende bestuurlijke kracht achter zit om private partijen te committeren.
- Voor de private financiering is geen verdeling afgesproken tussen de Utrechtse en de Brabantse partners. Er is geconstateerd dat dit een gezamenlijke opgave is, waar gezamenlijk de schouders onder gezet moet worden om de opgave te realiseren.

#### *Private financiering*

In 2015 hebben in totaal 29 private partijen zich gecommitteerd aan de Tour de France in Utrecht. Voor de private financiering is een longlist gemaakt vanuit Utrecht, vanuit Noord-Brabant en vanuit Breda. Daar worden ook de horeca en de hotels bij betrokken.

Bestuurders in Utrecht hebben de eerste private partijen gesproken. De eerste signalen zijn daarbij positief, maar het totale private commitment moet de komende maanden definitief vorm krijgen. Het eindoordeel over de private financiering kan gegeven worden in (uiterlijk) het tweede kwartaal van 2018.

#### *Risico's*

- Wanneer private partijen alleen in kind (diensten, producten) willen bijdragen, bestaat er een risico dat er te weinig liquiditeit is. Daarnaast moet nauwkeurig gekeken worden of de diensten en producten (voldoende) kosten wegspeken uit de begroting. Private financiering in cash heeft voor de bedrijfsvoering en de organisatie van het evenement nadrukkelijk de voorkeur.
- Als er geen subsidie vanuit het Ministerie van VWS wordt verstrekt en als de private financiering achterblijft, ontstaat een financieringsrisico. Mocht een dergelijke situatie zich voordoen, dan wordt op dat moment de situatie en de financieringsvraag door de vier publieke partners opnieuw bekeken: of de kosten kunnen worden gereduceerd, of op andere manieren kan de financiering gerealiseerd worden, of het evenement blijkt niet haalbaar binnen de gestelde kaders.
- Wanneer een van de publieke partners alsnog afhaakt, ontstaat er een risico op de publieke financiering die nu onderling is afgesproken.
- Bij minder dan 40% private financiering wordt het evenement niet haalbaar geacht.

## 6.4 Vervolgstappen

### *Publieke besluitvorming*

Om de onderlinge betrokkenheid tussen de vier publieke partners te benadrukken en te versterken, is het van belang dat alle publieke partners zich committeren aan de publieke financiering van het evenement. Daar zit een wederkerigheid in naar elkaar, maar ook naar de private partners of de te werven private partners. Omwille van de voortgang zou die besluitvorming in januari/februari 2018 in de colleges moeten geschieden.

### *Private financiering*

Het private commitment zal op korte termijn verder moeten worden geïnventariseerd en vastgelegd. Daarnaast moet bestaand afgegeven commitment concreet worden uitgewerkt in financieringsvoorstellen: in cash, in diensten en producten. Daarbij moet er voldoende zicht zijn op concreet financieel commitment vanuit de private sector, zowel in Noord-Brabant als in Utrecht.

Het definitieve voorstel, inclusief de presentatie van de stand van zaken rond de private financiering, wordt uiterlijk in het tweede kwartaal aan de verantwoordelijke gremia (colleges, gemeenteraden, provinciale staten) gepresenteerd.

## 6.5 Economische impact

Wielerevenementen leiden in de regel tot trots en een groot feest in de stad en regio; zowel in 2015 tijdens de Tour de France als in 2016 tijdens de Giro d'Italia in Gelderland was de publieke belangstelling en de waardering groot. Dat effect wordt mede bereikt (en versterkt) door brede maatschappelijke programma's in de aanloop naar en rond de wielerevenementen. Tegelijkertijd leiden grote wielerevenementen tot een forse economische impact in steden en regio's. Directe impact wordt gerealiseerd via bestedingen van bezoekers in restaurants en hotels. Indirecte impact wordt gerealiseerd via onder meer internationale mediaexposure en toeristisch vervolfbezoek.

### *Eerste inschatting van de directe impact*

Om een inschatting te kunnen maken van de directe omzet die gerealiseerd kan worden in de regio's, kan op voorhand een eerste inschatting worden gemaakt. Uit eerdere onderzoeken naar de economische impact van wielerevenementen komt naar voren dat de gemiddelde besteding per bezoeker ongeveer € 20 is (bij de Tour in Rotterdam in 2010, bij de Tour in Utrecht in 2015 en bij de Giro in Gelderland in 2016). Daarnaast wordt een raming van de bezoekersaantallen gemaakt voor de verschillende steden en regio's. Hierbij wordt een aanname gedaan op basis van de bezoekersaantallen in 2015 (Tour) en 2016 (Giro) en wordt er rekening gehouden met de vakantieperiode. De bezoekersaantallen zijn overigens afhankelijk van het weer en zijn daarom geen doelstelling van het evenement. Ze worden vooral gebruikt voor een bepaling van de economische potentie.

We gaan hierbij uit van de volgende bezoekersaantallen:

- Ploegenpresentatie: 20.000 bezoekers
- Ploegentijdrit: 100.000 bezoekers
- Tweede etappe: 200.000 bezoekers, waarvan 50.000 in Brabant en 150.000 in Utrecht
- Derde etappe: 200.000 bezoekers

De impact van bezoekers komt daarmee uit op een bedrag van € 10.400.000,—. Daarvan landt € 5,4 miljoen in Utrecht en € 5 miljoen in Noord-Brabant.

De impact van de ASO en de ploegen wordt geraamd op een bedrag van € 1.225.000,— in Utrecht en € 72.000,— in Brabant (het merendeel van de overnachtingen zal in Utrecht plaatsvinden). De impact van de pers (overnachtingen, bestedingen) wordt geraamd op € 437.000,— in Utrecht en € 97.000,— in Breda.

De totale impact van de potentiële economische impact in beide provincies komt uit op € 12.231.000,— en de verdeling komt daarmee op € 7.062.000,— in Utrecht en € 5.169.000,— in Noord-Brabant. Bij de berekening van de potentie zijn de bestedingen van de projectorganisatie niet meegenomen.

#### *Indirecte impact*

Het is ingewikkeld om de indirecte impact van dit soort evenementen te bepalen. Het is bijvoorbeeld behoorlijk begroetelijk om de internationale mediawaarde te bepalen. Bij de Tour de France in Utrecht in 2015 is daarom een nationale berekening uitgevoerd (print en online, dus geen radio- en televisie-uitzendingen en geen berekening van de internationale media-aandacht): die beperkte berekening van de mediawaarde kwam uit op ongeveer € 35 miljoen.

Het toerisme in Utrecht steeg in 2015 met 16% en in de jaren daarna zelfs met 35%. Marketingexperts geven aan dat de Tour daar een onmiskenbaar effect heeft gehad.

#### *WESP-berekening*

Voor de verantwoording van een eventuele subsidie van het Ministerie van VWS is bij de evaluatie een berekening van de economische impact van het evenement van belang. De economische impact die aangeleverd moet worden bij het Ministerie van VWS wordt berekend aan de hand van een gestandaardiseerde onderzoeksmethode, ontwikkeld door de Werkgroep Evaluatie Sportevenementen (WESP). Verschillende kennisinstellingen zijn onderdeel van de WESP, waaronder het Mulier Instituut. Laatstgenoemde organisatie heeft voor de Vuelta 2020 een eerste inschatting gemaakt van de economische impact volgens deze WESP-methode. Die wordt voor het totale evenement (Vuelta in Nederland) geraamd op in totaal € 13,5 miljoen.

De WESP-methode kent strikte regels voor de berekening van de impact. Allereerst moeten er doelgebieden worden bepaald. Voor de uitgevoerde raming door het Mulier Instituut zijn de steden Breda en Utrecht als doelgebied bepaald. Dit heeft te maken met het uitgangspunt dat bewoners van de doelgebieden niet meetellen bij de bepaling van de economische impact. De aanname is dat de uitgaven die de inwoners tijdens een evenement doen ook zonder het evenement in de lokale economie zouden landen. Daarom wordt gekozen voor een niet te breed doelgebied (bijvoorbeeld de provincie Utrecht of de provincie Noord-Brabant), omdat dan alle inwoners van die provincies uitgesloten worden in de berekening. Dit leidt echter wel tot behoorlijke beperkingen bij de bepaling van het economische effect in de regio.

Bij de bepaling van het economische effect via de WESP-methode wordt daarnaast ook uitgegaan van een effect van bestedingen van de projectorganisatie, voor zover die in de doelgebieden gedaan wordt (Breda en Utrecht). Randvoorwaarde hierbij is dat zo veel mogelijk diensten en producten betrokken worden bij leveranciers en bedrijven uit die doelgebieden. Partnerships van bedrijven uit de doelgebieden worden vervolgens daarop in mindering gebracht.