

LA VUELTA 22

HOLANDA

EINDRAPPORTAGE
La Vuelta Holanda 2022



#VAMOSHOLANDA



HOOFDSTUK 1: SAMENVATTING

1.1	Kick-off activatieprogramma	6
1.2	Toertocht	6
1.3	Opening permanence en perscentrum	6
1.4	Ploegenpresentatie	7
1.5	Ploegentijdrif	7
1.6	Etappe 2	8
1.7	Etappe 3	8

HOOFDSTUK 2: DOELSTELLINGEN

2.1	Belangrijkste resultaten	11
-----	--------------------------	----

HOOFDSTUK 3: TECHNIEK, VEILIGHEID EN MOBILITEIT

3.1	TECHNIEK: parcours en venues	13
3.2	VEILIGHEID: samenwerking, afstemmen en protesten	13
3.3	MOBILITEIT: smart mobility	14
3.4	Wist je dat?	17

HOOFDSTUK 4: MARKETING, MEDIA EN HOSPITALITY

4.1	VAMOSHOLANDA	21
4.2	Citydressing	21
4.3	Social media	22
4.4	Media	23
4.5	Hospitality	24
4.6	Merchandise	24
4.7	Fonds Gehandicaptensport	24
4.8	Wist je dat?	25

HOOFDSTUK 5: ACTIVATIEPROGRAMMA

5.1	Activatiestrategie	29
5.2	Doorstart 2022	29

5.3	Van 'afvlagavond' tot 100-dagen programma	30
5.4	Waarde programma	30
5.5	Diversiteit	31
5.6	Enkele highlights	31
5.7	Wist je dat?	33

HOOFDSTUK 6: VRIJWILLIGERS

6.1	Waardering	35
6.2	Flinke inspanning	35
6.3	Wist je dat?	36

HOOFDSTUK 7: DUURZAAMHEID

7.1	De aanpak	38
7.2	Duurzame legacy	38
7.3	Wist je dat?	40

HOOFDSTUK 8: LEGACY

8.1	Duurzame legacy	42
8.2	Samenwerken & organisatie	42
8.3	Producten & middelen	42
8.4	Activiteiten & evenementen	42

HOOFDSTUK 9: ORGANISATIE

9.1	Stichting	44
9.2	Partnerships	44
9.3	Relatiemanagement	45
9.4	Wist je dat?	45

HOOFDSTUK 10: BEGROTING EN RESULTATEN

10.1	Herstart 2022	47
10.2	Resultaten en ontwikkelingen	47
10.3	Lessons learned	49

BIJLAGE 1

Reflectie van de vijf publieke partners op La Vuelta Holanda	51
--	----

BIJLAGE 2

Media rapport	52
---------------	----

BIJLAGE 3

Activatieprogramma	82
--------------------	----

BIJLAGE 4

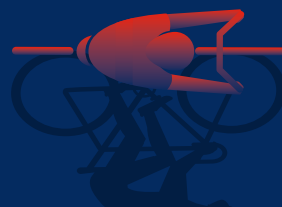
Groene karavaan	92
-----------------	----

BIJLAGE 5

Overzicht van private partners	93
--------------------------------	----

BIJLAGE 6

Managementsamenvatting onderzoeksrapport USBO koersen tussen ambitie en budget	95
--	----



1. SAMENVATTING

In december 2018 werd bekend dat de Ronde van Spanje in 2020 zou starten in Nederland. Met in totaal drie etappes verspreid over de provincies Noord-Brabant en Utrecht. Een unieke samenwerking tussen de provincies Noord-Brabant en Utrecht en de steden Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht en alle private partners.

Presentatie etappes

In februari 2019 werden in de Grote Kerk van Breda tijdens een feestelijke bijeenkomst, geheel in La Vuelta Holanda stijl, de etappes op hoofdlijnen gepresenteerd. *La Gran Salida* (start van het evenement inclusief ploegenpresentatie en opening perscentrum) zal beginnen met een ploegentijdrit door de straten van de Domstad, gevolgd door de tweede etappe met een start in de binnenstad van 's-Hertogenbosch en finish op het Utrecht Science Park in Utrecht om tot slot tijdens de derde etappe te starten en finishen in Breda.

Vuelta-directeur Javier Guillén:

"Het is een langgekoesterde wens om in het fietsland Nederland te starten. Nederland staat bekend om haar organisatiekracht en ik weet zeker dat we, ook gezien de huidige situatie, erin kunnen slagen om het evenement op een goede en vooral veilige manier te kunnen organiseren."

Van uitstel geen afstel

In 2020 werd op de dag dat het activatieprogramma officieel zou starten, 29 april, bekend dat de Nederlandse organisatie het niet haalbaar achtte om de start in Nederland te organiseren vanwege de coronapandemie. Echter, bleek het gedane werk niet voor niets. Sterker nog, de 'haalbaarheidsfase' waarin gekeken is naar een start in 2022, heeft gezorgd voor een nog intensievere samenwerking tussen de publieke partners. Verkiezingen en wisselingen van bestuurders zijn onvermijdelijk als er zes jaar wordt samengewerkt. Steeds bleef de energie en de wil bij de betrokken publieke én private partners aanwezig om er een fantastisch evenement van te maken aanwezig. Op 26 mei 2021 was de aankondiging een feit: de Ronde van Spanje start in 2022 alsnog in Nederland. En daarmee is gestart met de voorbereiding van het eerste grootschalige evenement na de corona-uitbraak.

Fiesta roja

De start van La Vuelta 2022 in Nederland is uitgegroeid tot één groot feest. De 23 teams, in totaal 184 renners, hebben een ongekend warm welkom gekend. Van de ploegenpresentatie in Utrecht tot en met de eindsprint in Breda verwelkomden bijna een miljoen enthousiaste wielersfans het peloton in Nederland. Bijna het dubbele dan vooraf verwacht. Het Nederlandse sportieve succes, doordat team Jumbo-Visma de snelste was tijdens de ploegentijdrit en daardoor Robert Gesink de eerste unieke rode trui mocht aantrekken, maakten het *fiesta* compleet.



LA VUELTA 22

HOLANDA



Het vormde het prachtige sluitstuk van een 100-dagenlang activatieprogramma verspreid over Noord-Brabant en Utrecht dat op 12 mei sportief werd afgetrapt. Een divers peloton, van publieke partners, activatiepartners, diverse ambassadeurs en BN'ers, trok die dag van Breda naar 's-Hertogenbosch om na diverse tussenstops te finishen op De Neude in Utrecht.

In totaal hebben de maar liefst 162 *compañeros* (organisatoren) van het activatieprogramma gezorgd voor 381 evenementen en activiteiten. Dit werd gecombineerd met 140 buurt- en straatfeestjes tijdens het koersweekend zelf, naast de feestelijkheden die spontaan ontstonden nabij het parcours.

La Vuelta Holanda heeft het podium geboden om elkaar te ontmoeten en te genieten van een groot Spaans wielerveest. Het topsportevenement en het activatieprogramma in aanloop hebben volop mogelijkheden geboden om de mooie en unieke aspecten van onze provincies Noord-Brabant en Utrecht en de steden Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht te tonen aan de wereld. Zoals de cijfers in dit eindrapport en de evaluatie uitgevoerd door de Universiteit Utrecht laten zien, zijn de doelstellingen ten aanzien van het internationale bewustzijn voor zowel de wielerveest La Vuelta als de steden en regio's meer dan gehaald.

En dat de start van La Vuelta het eerste grootschalige evenement was na de coronapandemie, heeft enorm bijgedragen aan de sfeer en unieke beleving: blijdschap en verbroedering. Dit maakte de maatschappelijke waarde van het evenement groter dan vooraf voorzien (maar zeker wel gehoopt).

Omvangrijk peloton

Het was een uniek evenement mogelijk gemaakt door de vele partners, maar liefst 34 parcoursgemeenten, 162 compañeros, 47 ondernemingen, twaalf onderwijsinstellingen en niet te vergeten de 1.268 vrijwilligers die La Vuelta Holanda mogelijk hebben gemaakt. Niet alleen de omvang van het La Vuelta Holanda peloton was indrukwekkend, ook de manier van samenwerken is uitstekend gebleken.

Evaluatie en eindrapportage

In deze eindrapportage zijn alle doelen, resultaten en producten benoemd per organisatieonderdeel in het verlengde van de eerder uitgebrachte kwartaalrapportages. Het onderwerp duurzaamheid is, gezien de belangrijkheid, per hoofdstuk meegenomen. Een compleet overzicht van de activiteiten is te vinden in de bijlage. Hieronder een korte opsomming van enkele grote mijlpalen tussen 12 mei en 21 augustus 2022.

De projectorganisatie heeft de Universiteit Utrecht, Departement Bestuurs- en Organiseringswetenschap (USBO) opdracht gegeven de doelstellingen van La Vuelta Holanda op onafhankelijke wijze te evalueren. De centrale vraag voor de evaluatie was of de beoogde impact van La Vuelta Holanda op maatschappelijk, economisch en organisatorisch vlak is behaald. Het doel van de evaluatie was onder meer te leren van de ervaringen, opbrengsten en lessen met betrekking tot het organiseren van een groot (sport)evenement door meerdere publieke partners en in samenwerking met private partners. De evaluatie is uitgevoerd binnen enkele maanden na het evenement en daardoor konden alleen effecten op korte termijn worden gemeten. De managementsamenvatting van het USBO-rapport Koersen tussen ambitie en budget is opgenomen in bijlage 6.



LA VUELTA 22

HOLANDA

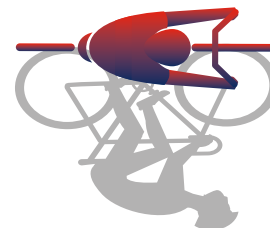


1.1 12 mei – Kick-off activatieprogramma *Noord-Brabant – Utrecht*

Op donderdag 12 mei 2022 startte het activatieprogramma met de landelijke kick-off. Een divers La Vuelta Holanda peloton van 50 wielrenners fietste vanuit etappestad Breda, via 's-Hertogenbosch, naar Utrecht om de door Mattijs van Bergen (bekend Nederlands modeontwerper) speciaal ontworpen rode trui te overhandigen aan burgemeester Dijkma.

Joop Zoetemelk, de laatste Nederlandse Vuelta-winnaar, voerde dit bijzondere peloton aan bestaande o.a. uit: Utrechtse en Brabantse *compañeros* aangevuld met (oud-) profwielrenners Stef Clement en Belle de Gast, professioneel handbikester Laura de Vaan, blinde tandemster Lisette de Heide en haar piloot en twee nieuwe Nederlanders vanuit het Refugee team. Onderweg sloten lokale fietsers, zoals schoolkinderen, aan en vonden er verschillende activiteiten plaats. Zo werd er op de Amerongse Berg stilgestaan bij de te verdienen bergpunten, door de onthulling van een speciaal bord. In iedere etappestad was het rijdend podium aanwezig om het publiek op te warmen met onder andere een fietsbellenconcert.

De kick-off was een groot succes, met veel blijde gezichten op de dag zelf. Ook was er veel (landelijke media-aandacht) voor het evenement.



1.2 13 en 14 augustus – Toertocht La Vuelta Holanda *Breda en Utrecht*

Uiteraard kregen recreatieve en sportieve fietsers de kans om het parcours en de omgeving van La Vuelta Holanda te verkennen tijdens de officiële toertocht van La Vuelta Holanda. Er waren twee edities: op 13 augustus in Breda en 14 augustus in Utrecht.

Ruim 7.500 enthousiastelingen hebben, bij Spaanse temperaturen, deelgenomen aan dit evenement. Deelnemers konden hier kiezen uit verschillende afstanden, variërend van 35 tot 165 km. Bij het Rat Verlegh-stadion (NAC) in Breda zijn 2.500 deelnemers verwelkomd (waarvan 250 als deelnemer van een bedrijventeam), de Jaarbeurs 5.000 (800 als lid van een bedrijventeam) deelnemers de start/finish plek. Bij inschrijving konden de deelnemers een donatie doen voor de campagne van het Fonds Gehandicaptensport. De organisatie was in handen van Central Events. Veel deelnemers fietsten in het speciaal ontworpen wielershirt en kleurde daarmee de regio's.

1.3 16 augustus – Opening permanence en perscentrum *Jaarbeurs Utrecht*

Dinsdag 16 augustus was de officiële start van de Nederlandse *Gran Salida*. Die dag openden Vuelta-directeur Javier Guillén en burgemeester Sharon Dijkma, in het bijzijn van journalisten, het ingerichte perscentrum en de zogenaamde permanence (kantoor van de organisatie).



LA VUELTA 22

HOLANDA

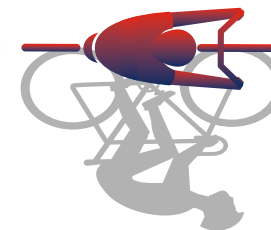
1.4 18 augustus - Ploegenpresentatie

Vredenburgplein en omgeving Utrecht

Donderdagavond 18 augustus vormden Vredenburgplein en de Utrechtse Singels het decor voor de ploegenpresentatie powered by Hoog Catharijne. Dit zorgde voor unieke plaatsjes van renners die over een bomvol plein het podium op fietsten om vervolgens per boot over de Singel naar hun teambus te gaan. De 23 teams werden door maar liefst 12.500 fans toegejuicht langs de route.

Het was voor het eerst dat de ploegenpresentatie van de start van een internationale wielerronde in het buitenland in de taal van het gastland werd gedaan. La Vuelta Holanda had de productie, uitgevoerd door SportVibes, in eigen handen. Het thema was Abraza La Vuelta (omarm La Vuelta). Het werd een spetterende show en internationale Tv-uitzending waar water, muziek, passie en bloemen de ingrediënten vormden. De presentatie lag in handen van het duo Sander Kleikers en Diana Kuip. Lorena Medina, The Inner Kids & Sophie Francis zweepten met de officiële song C'mon C'mon de aanwezigen op. Tour de France en La Vuelta winnaar Jan Janssen mocht uiteraard ook niet ontbreken op het podium.

De muzikale omlijsting onderweg, op bruggen en langs de Singels, werd verzorgd door de compañeros van het activatieprogramma. Van carnavalsband, brassband tot een Latina Trio, het was overal feest. Voor genodigden van zowel de Spaanse als Nederlandse organisatie was er een ontvangst met zicht op de mixed-zone en de plek waar de renners de bootjes instapten.



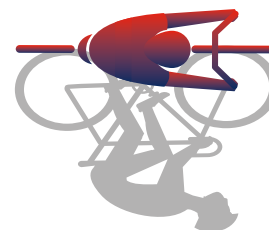
1.5 19 augustus - Ploegentijdrit

Utrecht

Na een uitstel van twee jaar, stonden de teams te trappelen om van start te gaan vanaf het gigantische startpodium op de Boulevard bij de Jaarbeurs. Zo'n 260.000 mensen zagen de koers op een plekje langs het parcours of vanuit de schitterende hospitality-locatie bij de Jaarbeurs. Veel zijn er met het openbaar vervoer (OV), of hoe kan het ook anders, op de fiets gekomen.

's Werelds eerste Groene Karavaan reed aan het einde van de middag over het parcours en liet de bezoekers kennis maken met de duurzame, groene boodschap van La Vuelta Holanda en haar partners. Na een flinke regenbui, scheen de zon en vanaf 18.30 uur vertrok het eerste team om, in formatie, het ruim 23 kilometer technische parcours van de ploegenpresentatie door de Domstad af te leggen.

Uiteraard waren alle ogen gericht op team Jumbo-Visma die als laatste om 19.58 vertrok. En niet voor niets. Jumbo-Visma snelde naar een tijd van 24 minuten en 40 seconden. INEOS Grenadiers moest liefst dertien seconden toegeven. Robert Gesink passeerde als eerste van Jumbo-Visma de streep en was daarmee de eerste drager van de rode leiderstrui. Hij was hiermee de eerste Nederlander in de rode leiderstrui sinds Tom Dumoulin in 2015.



LA VUELTA 22

HOLANDA

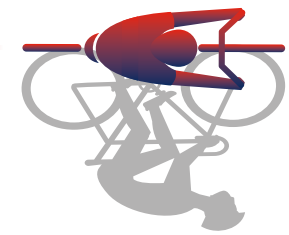


1.6 20 augustus – Etappe 2 *'s-Hertogenbosch – Utrecht*

Van de start bij de Citadel in 's-Hertogenbosch tot de finish in het Utrecht Science Park werd het Vuelta peloton begroet door een enorme schare wielersfans. Naar schatting zijn 375.000 wielersfans de renners tijdens deze etappe komen aanmoedigen. In de doorkomstgemeenten en op de heuvels van de Utrechtse Heuvelrug stond een haag van mensen om de renners toe te juichen. Nederland liet zich van de start in 's-Hertogenbosch tot de finish in Utrecht van haar meest sportieve kant zien.

De Ierse sprinter Sam Bennett versloeg in de verwachte massasprint Mads Pedersen (Denemarken) en Tim Merlier (België). De rode trui bleef ook op het Utrechtse Science Park in Nederlandse handen. Mike Teunissen nam de leiding in het algemeen klassement over van Robert Gesink. De rode trui die hij kreeg overhandigd was speciaal ontworpen voor de Nederlandse etappes en combineert de wapens van Utrecht, Breda en 's-Hertogenbosch en de provincies Utrecht en Noord-Brabant. Meer Nederlands succes was er voor Julius van den Berg, die op de Amerongse Berg de bergtrui veroverde.

Zoals gebruikelijk kregen de klassementsleiders naast de leiderstrui ook een speciale prijs. Tijdens La Vuelta Holanda is dit een speciale versie van nijntje. Dit in het kader van Fonds Gehandicaptensport, het goede doel van La Vuelta Holanda.



1.7 21 augustus – Etappe 3 *Breda – Breda*

De derde etappe in Nederland voerde het peloton van de start in Breda, via de Brabantse Wal terug naar Breda. Direct na de start trok het peloton door de Grote Kerk in Breda, waar rode trui drager Mike Teunissen en bergtruidrager Julius van den Berg een kaarsje aanstaken. Het was één van de vele bijzondere momenten in de live-uitzendingen van La Vuelta Holanda. De drie etappesteden Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda en de provincies Utrecht en Noord-Brabant vertoonden zich hierin in volle glorie aan de wereld. Ook deze keer was Sam Bennett de snelste, hij bleef Mads Pedersen en Daniel McClay (Groot-Brittannië) voor op de finish. Ook deze dag stonden de toeschouwers rijen dik langs de route, naar inschatting waren 350.000 wielersfans aanwezig.

Nog dezelfde dag vertrokken de teams en de Spaanse organisatie richting Spanje om daar de Ronde van Spanje te vervolgen. Op zondag 10 september mocht Remco Evenepoel zich – als winnaar van La Vuelta 2022 - definitief in de rode trui hijsen. Burgemeester Sharon Dijksma droeg die dag in Madrid de start over aan de burgemeester van de stad Barcelona. Waar het Vuelta-peloton eveneens met een teamtijdrit zal beginnen in 2023.



2. DOELSTELLINGEN

De organisator Unipublic, kijkt terug op een succesvolle start van La Vuelta in Nederland. *“De warme reacties van het enthousiaste Nederlandse publiek waren geweldig. We voelden ons thuis”, aldus Javier Guillén, algemeen directeur van La Vuelta. “Het project La Vuelta Holanda is na twee jaar wachten uitgekomen en heeft onze verwachtingen overtroffen. Nederland is een plek die fietsen ademt en die we in ons hart gesloten hebben. We zijn gekomen om geschiedenis te schrijven en we vertrekken met een van de meest ongelooflijke verhalen die we, vanuit het perspectief van La Vuelta, ooit hebben meegemaakt”, besloot hij.*

*“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”.
[Bron: projectplan]*

Met het naar Nederland halen van dit internationale topsportevenement waren vooraf een aantal doelstellingen geformuleerd.

Voorop stond dat het evenement perfect georganiseerd en veilig moest zijn. Uiteraard voor de renners, maar ook voor de begeleiding daaromheen, de bezoekers en de inwoners. Daarbij was het streven om een hooggewaardeerd evenement neer te zetten; met een

gemiddelde waardering door bezoekers van een 8,0. USBO heeft bezoekers van het evenement gevraagd een cijfer te geven. De gemiddelde score die zij hebben opgehaald kwam uit op een 8,3. Het aantal bezoekers aan het evenement was geen doel op zich. Het aantal bezoekers is immers deels afhankelijk van de periode waarin het evenement georganiseerd wordt (augustus vakantieperiode) en gedeeltelijk van het weer. Voor de inschattingen op het gebied van veiligheid, mobiliteit en crowdmanagement was oorspronkelijk (projectplan) uitgegaan van ongeveer 400.000 – 500.000 bezoekers aan het totale evenement. In de gesprekken met de veiligheidsorganisaties werd wel uitgegaan van een hoger aantal 510.000-650.000. In totaal zijn dit er een kleine miljoen geworden.

Doel van het evenement was om het beste uit de steden en regio's te halen en aan de wereld te tonen. Niet alleen op creatief vlak maar ook op organiserend vermogen. En dat is gebleken uit het activatieprogramma. Het doel was om minimaal 200 evenementen en activiteiten te laten organiseren. Het zijn er 381 geworden. Hoewel het activiteitenprogramma met 60.913 deelnemers en 318.969 een omvangrijk en divers bereik heeft gehad, is het aantal deelnemers en bezoekers onder de streefcijfers gebleven (minimaal 100.000 deelnemers en 400.000 bezoekers). Een verklaring hiervoor is onder meer dat er geen 'eigen activiteiten' zijn georganiseerd (anders dan de kick-off). USBO heeft deelnemers van het activatieprogramma gevraagd een cijfer te geven voor de activatie die zij bezocht hadden. Het gemiddelde cijfer was een 8,2 en dit is hoger dan de beoogde 8.



LA VUELTA 22

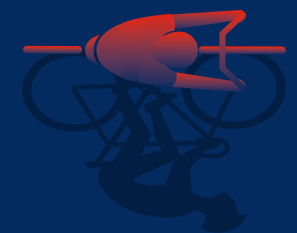
HOLANDA



Een internationaal evenement als La Vuelta heeft zo'n groot (media) bereik dat de regio's en steden een enorm platform hadden om hun kracht en diversiteit aan de wereld te tonen op bijvoorbeeld het gebied van fietscultuur, duurzaamheid, gevarieerd landschap, rijke historie en al het andere waar de steden en provincies bekend om staan.

Door co-creatie en nauwe samenwerking tussen publieke en private partijen (zowel in financiering van La Vuelta Holanda als in de organisatie) moest het evenement mogelijk gemaakt worden: van, voor en door de steden en regio's. En uiteraard moest het lokale en regionale bedrijfsleven zo optimaal mogelijk profiteren van La Vuelta Holanda: zowel in directe zin, bestedingen, als in indirecte zin: toename van de bekendheid, internationale (media)exposure en eventuele stijging van toeristisch bezoek (kwantitatief en kwalitatief) na augustus 2022.

La Vuelta Holanda is succesvol geweest. De steden en regio's kleurden na 12 mei steeds meer Vuelta-rood. In de laatste weken was er bijna dagelijks media-aandacht voor de start in Nederland. De trots op Nederland was voelbaar. De belangrijkste resultaten, in relatie tot de vooraf gestelde doelstellingen, zijn op de volgende pagina weergegeven. In de rapportage wordt verder ingegaan op deze resultaten.



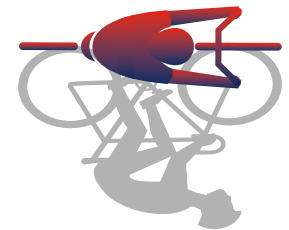


2.1 Belangrijkste resultaten

- Succesvol en veilig evenement, voor renners, inwoners en bezoekers.
- Het ontworpen parcours is evenredig verdeeld over de drie provincies en de start- en finishsteden, met bijkomend resultaat dat er een optimale spreiding was. De start- en finish steden waren goed met het OV te bereiken.
- Het parcours is zodanig ontworpen met een balans tussen veiligheid van renners en het feestje voor de bezoekers.
- Het ontworpen parcours is gebaseerd op de link die er vanuit de geschiedenis was met de Spaanse organisatie (zoals de geschiedenis van de KMA in Breda, de Citadel in 's-Hertogenbosch en het Vredenburgplein in Utrecht).
- Een optimaal mobiliteitsplan (met als onderdeel onder andere crowdmanagement) om bezoekers te stimuleren met het OV of te fiets te komen, ondersteund door social media/chatbot Mell en de digitale kaart op de website.
- Succesvolle vermarkting van steden en regio's en het evenement zelf met behulp van alle marketingorganisaties.
- Waardering van 8.3 voor weekend van La Vuelta Holanda
- Gemeten PR-waarde (in NL) van € 41,37 miljoen, met overwegend positieve media-aandacht.

- Waardering van 8,2 voor het gehele activatieprogramma.
- Succesvol, breed 100-dagen programma met 381 evenementen van, voor en door 162 compañeros, met veel cross overs en blijvende verbindingen.
- Succesvolle werving van 1.267 enthousiaste vrijwilligers. Niet alleen voor de projectorganisatie maar ook in alle doorkomstgemeenten.
- Publiek-private financiering van het evenement in een moeilijke periode (pandemie), waarbij uiteindelijk de verhouding publiek-privaat uit is gekomen op 58-42%¹.
- Intensieve publiek-private samenwerking vanuit één centrale organisatie en het principe van breed activeren en faciliteren is op meerdere vlakken (organisatie, samenwerking met doorkomstgemeenten en activatie) succesvol gebleken.
- Wereldprimeur met de allereerste Groene Karavaan; een uniek doorvertaalbaar concept
- Legacy o.a.
 - Blijvende en nieuwe verbindingen tussen organisatoren en maatschappelijke partners.
 - Meerdere sporthulpmiddelen voor inwoners parcoursgemeenten dankzij de campagne met Fonds Gehandicaptensport.
 - Blijvende Toerversie Vuelta.
 - Vijf nieuwe vaste watertappunten in Utrecht.
 - Ervaring met een chatbot en bijbehorende social advertising campagne als instrument voor complexe bereikbaarheidscommunicatie.
 - Duurzaamheidsmatrix als tool om projecten duurzamer te maken.
 - Meerdere stagiairs hebben via hun stageplaats bij La Vuelta Holanda een vaste baan gekregen

- bij één van de partners (zowel publiek als privaat).
- Een goede samenwerking tussen de marketingorganisaties in de provincies Utrecht en Noord-Brabant, die de intentie hebben op meerdere onderdelen te gaan samenwerken.
- De werkwijze van het 'bottom up'-programma; van, voor en door de steden en regio's.
- Groene Karavaan als duurzaam alternatief voor de reclamekaravaan en eerste stap in de richting voor het verduurzamen van wielerevenementen.
- Energiescan voor sportaccommodaties van de wielerverenigingen in Nederland om deze verder te verduurzamen, wat is overgenomen door KNWU.
- Samenwerking tussen kennisinstellingen en specifiek in Breda is La Vuelta Holanda de aanjager geweest voor de samenwerking tussen vier kennisinstellingen (City Deal Kennis Maken: Avans, BUAs, Curio en DRP).



3. TECHNIEK, VEILIGHEID EN MOBILITEIT

Techniek, veiligheid, mobiliteit (TVM) vormden de basis van het evenement. Een perfecte organisatie van de wedstrijd, het veilig in en uitstromen van alle bezoekers, inwoners en gasten en bovenal een veilig verloop van de wedstrijd zijn onmisbare elementen om het evenement te laten slagen. Dit is gelukt! Wel heeft de aankondiging van (boeren)protesten veel extra inspanningen en afstemming gevraagd.

In de basis waren de werkzaamheden op het vlak van techniek, veiligheid en mobiliteit complex. Dit komt omdat het niet alleen ging om een veilig en goed verloop van de wedstrijd, maar ook de volgende componenten speelden een rol:

- 400 kilometer parcours, verspreid over drie start- en finishsteden en 31 doorkomstgemeenten in drie provincies, verkeersvrij maken voor een hele dag, dagdeel en/of bepaalde tijdsduur.
- Verstoring van het reguliere proces te land, te lucht en op het water, waarbij rekening gehouden dient te worden bij de ontwikkeling van het ontwerp (parcoursen, start en finish) en dit de juiste afstemming vereist met de diverse stakeholders die hierbij betrokken zijn.
- Afstemming met nood- en hulpdiensten, Veiligheidsregio's en ministeries verspreid over verschillende regio's op regio, regio-overstijgend of nationaal niveau.
- Afstemming en afspraken met om en nabij 160 stakeholders, waaronder Unipublic.
- Maatschappelijke context (demonstraties, dreigingsbeelden, corona, etc).
- Veiligheidsmaatregelen voor renners, bezoekers en inwoners.

- Opstellen van planvorming voor de vergunningverlening voor evenementen met een enorme spanwijdte.

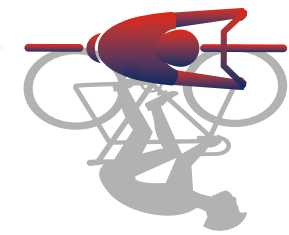
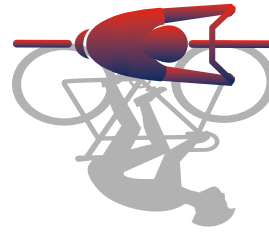
Er is een vroegtijdig stadium geïnvesteerd in het samenbrengen en aanhaken van alle partijen² die raakvlakken hadden met een van de drie onderdelen: techniek, veiligheid en mobiliteit. In totaal ging dit om tientallen partijen, naast de 34 parcoursgemeenten waarmee intensieve en vroegtijdige afstemming was. Hierdoor lagen alle producten van de planvorming in 2020 al klaar en konden deze voor een groot deel worden overgenomen voor de verplaatsing naar 2022.

Opgeleverde resultaten

- Parcours van etappe 1, 2 en 3, inclusief het geneutraliseerde deel tot aan de officiële start.
- Start en finishlocaties etappe 1, 2 en 3 en de ploegenpresentatie, inclusief Village Départ en finishpleinen waaronder de duurzaamheidspleinen voor de Groene Karavaan.
- De inrichting van het veiligheids-/actiecentrum.
- Permanence en perscentrum (Jaarbeurs, Utrecht Science Park en Stadskantoor/Chassétheater Breda).
- Routes en opstelplekken teambussen, rekening houdend met 'de 1,5 meter'.
- Locaties voor inrichting van de hospitality-ontvangsten.
- In samenwerking met de start- en finishsteden is een afvalplan opgesteld, inclusief de locaties voor de wegwerpzones.
- Ontwikkeling van een stroomplan voor alle start- en finishsteden om een zo emissieloos mogelijk evenement neer te zetten zonder aggregaten, en indien nodig te werken met batterijcontainers.

- Locaties ingericht voor mensen met een beperking, met tribunes bij de finish van de eerste en de tweede etappe en een prikkelarme zone bij de derde etappe.
- Mobiliteitsplan inclusief een logistiek parkeerplan en aanrijroutes voor Unipublic, de projectorganisatie, inwoners en bezoekers.
- Locatie en logistiek ploegenpresentatie Vredenburgplein.
- Ontwikkeling en productie van het startpodium voor de eerste etappe.





3.1 TECHNIEK: parcours en venues

Voor de start van de Ronde van Spanje zijn in totaal drie parcoursen opgeleverd met een balans tussen de veiligheid van de renners en ruimte voor de bezoekers. Dit betekent bijna 400 etappe kilometers met een minimaal aantal obstakels of anders met veiligheidsmaatregelen voor de renners, het publiek en de inwoners:

- Verwijderen van versmallingen/gevaarlijke objecten.
- Beveiligen van bestaande objecten door middel van signaalgevers die way in way out werkten (hiermee reden ze buiten het peloton, voor het eerst tijdens een grote wielerronde).
- Inzet van 2.500 pilonnen.
- Inzet van 350 stobalen.
- Inzet van 2 km barriers.
- Inzet van 14.000 dranghekken in verband met crowdmanagement.
- Inzet van licht- en geluidssignalen.
- Inzet van verkeersregelaars, beveiligers en evenementenregelaars.

De planning van allerlei civieltechnische werkzaamheden (bijvoorbeeld aan de wegen van het parcours) is afgestemd op het Vuelta-weekend in augustus. Soms zijn werkzaamheden iets naar voren gehaald, zodat ze afgerond waren, soms zijn werkzaamheden iets vertraagd en direct na La Vuelta gestart.

3.2 VEILIGHEID: SAMENWERKING, AFSTEMMEN EN PROTESTEN

De lengte van het parcours, bijna 400 km, dat 34 gemeenten en meerdere veiligheidsregio's doorkruist maakte dat goede afspraken en een vergelijkbare werkwijze tijdens de drie etappes noodzakelijk waren.

Rondom de bekendmaking is meteen een breed overleg ingesteld, waar alle betrokken partijen zitting in hadden (onder meer diverse gemeentelijke afdelingen zoals veiligheid en vergunningen, de politie, de veiligheidsregio's, het Openbaar Ministerie en de NCTV (Nationaal Coördinator Terrorismebestrijding en Veiligheid). In een vroegtijdig stadium zijn er verschillende overlegvormen ingesteld met de betrokken veiligheidspartijen. Ook was er een interregionaal overleg tussen de drie start- en finishsteden, de Veiligheidsregio's, NCTV en de Nationale Politie waar de opgestelde planvorming is getoetst en gezamenlijk een risico-analyse voor het evenement is opgesteld. Er zijn verschillende risico's opgesteld waarvan er zeven zijn uitgewerkt door de diverse disciplines en de organisatie, die zijn voorzien van beheersmaatregelen door de projectorganisatie.

Ook zijn er twee oefeningen geweest, georganiseerd door een onafhankelijke partij, waar alle betrokken partijen bij aanwezig waren en mogelijke scenario's zijn doorleefd. Tevens is voor het hele evenement ook één crisiscommunicatieplan opgesteld.

Tijdens het evenement

Tijdens het Vuelta-weekend werd gewerkt met sectoren (kleine gebieden) om de span of control behapbaar te houden en snel te kunnen schakelen. Elke sector had een eigen sectorcommandant (professional met gebiedskennis). Deze sectorcommandanten stonden in contact met de centralist van het veiligheids-/actiecentrum, en werkten samen met de politie, coördinator van verkeersregelaars en de coördinator van de beveiliging en vrijwilligers. De coördinatoren stonden weer in contact met de vrijwilligers in het gebied (bijvoorbeeld vrijwilligers aan het parcours en bij oversteekpunten), waardoor via een fijnmazige structuur veel ogen en oren in het gebied aanwezig waren.

Veiligheids-/actiecentrum

De sectorcommandanten (en politie en toezichthouders) rapporteerden aan het speciaal voor het evenement ingerichte actiecentrum. In het Utrechtse Stadskantoor waren in totaal 60 personen vanuit 20 disciplines aanwezig (variërend van nood- en hulpdiensten, vervoerspartijen, beveiliging, afvaardiging van de start- en finishsteden, tot organisaties als Stedin/Essent, Vitens/Brabant water, en Eneco). Deze partijen waren verdeeld over drie tafels: Veiligheid, Mobiliteit en Techniek. Aanvullend was er een communicatietafel. De tafels stonden continu met elkaar in verbinding, waardoor goed gemonitord kon worden. Het actiecentrum stond in verbinding met het SGBO (Staf Grootchalig Bijzonder Optreden) van de politie en met een crisisorganisatie in ruste.

LA VUELTA 22

HOLANDA

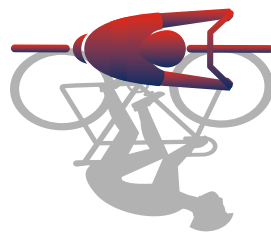
Risico-analyse en verandering maatschappij

Als voorbeeld hebben in de risico-analyse van 2019 naar 2022 enkele wijzigingen plaatsgevonden, zoals de score van een pandemie of demonstraties in vergelijking met een aantal jaren terug. De bestaande samenwerking en gezamenlijke vaststelling van de risico-analyse heeft ertoe geleid dat er in de eindfase van het project in 2022, samen met de Nationale Politie en betrokken doorkomstgemeenten, kon worden opgetreden om de mogelijke boerenprotesten te analyseren. Met deze organisaties zijn afspraken gemaakt. Dit heeft ertoe geleid dat het tijdens het evenement goed is verlopen en dat escalatie rondom het evenement kon worden voorkomen door gezamenlijk op te trekken. Dit gold ook voor dreiging uit de hoek van de klimaatactivisten om tijdens het evenement acties te plannen. Hier is in samenwerking met de Spaanse organisatie en de Nationale Politie snel geschakeld om de juiste maatregelen te treffen en escalatie te voorkomen. Dit betekende echter wel een aanpassing in de eerder gecommuniceerde bereikbaarheid rondom etappe 1. Dit heeft helaas tot overlast en klachten geleid die vooral terecht zijn gekomen bij vrijwilligers langs het parcours en op het customer service center.

Vergunningen

Uiteindelijk zijn alle vergunningen en verklaringen van geen bezwaar ruim voor het evenement binnengekomen en verleend.

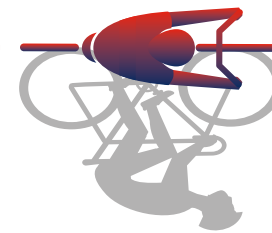
- Drie evenementenvergunningen van start- en finishsteden.
- Drie vergunningen van de provincies.
- 31 verklaringen van geen bezwaar.
- Eén vergunning van Staatsbosbeheer.



- Twee overkoepelende vergunningen voor de side-events in Utrecht en Breda.
- Beschikking van LVNL (Luchtverkeersleiding Nederland) en ILT (Inspectie Leefomgeving en Transport).
- Beschikking van Ministerie Agentschap Telecom.
- Vastgestelde risico-analyse opgemaakt met start- en finishgemeenten, veiligheidsregio's, Nationale Politie, NCTV.
- Eén samenwerkingsconvenant met de afdelingen VTH (vergunningen, toezicht, handhaving) van de drie start- en finishsteden.

3.3 MOBILITEIT: SMART MOBILITY

Met de publieke partners is een optimaal mobiliteits- en bereikbaarheidsplan opgesteld (inclusief borden-informatieplan, parkeerplannen, verkeersplannen, campagne smart mobility, inzet van verkeersregelaars en bereikbaarheidscommunicatie en digitale kaart), om bezoekers (en inwoners) maximaal te faciliteren in de aanloop naar, tijdens en na het evenement. Hierbij werd getracht zoveel mogelijk bezoekers te stimuleren om lopend, met de fiets of met het OV naar de wedstrijd te komen. Voor fietsparkeren zijn extra voorzieningen gerealiseerd.



LA VUELTA 22

HOLANDA

Bereikbaarheidscommunicatie

De impact van een dergelijk wielerevenement in de openbare ruimte is voor inwoners, bedrijven, organisaties en bezoekers fors. Gezocht is naar manieren voor het goed, tijdig en passend informeren van iedereen over afsluitingen, ontsluitingen en alternatieven.

De projectorganisatie heeft alle 34 parcoursgemeenten voorzien van een digitale toolbox met de bereikbaarheidsinformatie waaronder kaartjes. De gemeenten bleven zelf verantwoordelijk voor de communicatie hierover richting eigen inwoners en bedrijven. Dit is verschillend ingevuld: van een huis-aan-huisbrief tot (digitale) informatieavonden.

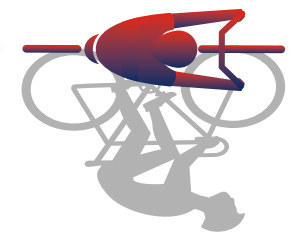
Gezien de duurzaamheidsdoelstelling is veel op het gebied van bereikbaarheidscommunicatie online gedaan: digitale toolkit, digitale kaart, digitale outdoorreclame en radiospots op verschillende radiozenders met de oproep: Plan je Bezoek! Daarnaast is een innovatieve toepassing ontwikkeld op het gebied van bereikbaarheidscommunicatie, in samenwerking met Buko, de provincies Gelderland, Noord-Brabant en Utrecht: Smart Mobility onder andere de chatbot Mell. Dit betreft digitale -interactieve- bereikbaarheidscommunicatie die 16.716 gesprekken heeft gevoerd. De digitale kaart is 305.178 keer geraadpleegd.

Door de projectorganisatie is eind 2021 contact opgenomen met grote partijen zoals Koninklijke Horeca Nederland, supermarktketens en postvervoer om ze ruim voorafgaand aan het evenement te informeren over de bereikbaarheid. Dit is in aanloop naar het evenement herhaald door ze op verschillende momenten mee te nemen in de informatievoorziening.



LA VUELTA 22

HOLANDA



Belangrijkste resultaten

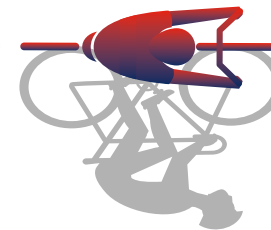
- Ploegenpresentatie in Utrecht op het Vredenburgplein en langs de Singels.
- Eerste etappe: tijdrit parcours van 23,7 kilometer (Utrecht-Utrecht) met een start en finish in het Jaarbeursgebied.
- Tweede etappe: parcours van 175 kilometer ('s-Hertogenbosch-Utrecht) met een start bij de Citadel en een finish op het Utrecht Science Park.
- Ongeveer 7 kilometer geneutraliseerd door de binnenstad van 's-Hertogenbosch, met een officiële start bij de Brabanthallen.
- Tussensprint op Park Vliegbasis Soesterberg.
- Derde etappe: parcours van 195 kilometer (Breda-Breda) met een start bij het Kasteel van Breda en een finish op de Claudius Prinsenlaan voor het Stadskantoor.
- Ongeveer 10 kilometer geneutraliseerde route langs de groene structuren van de stad en met een officiële start bij Ulvenhout.
- Met een bijzonder moment in de Grote Kerk van Breda.
- Tussensprint in Sint Willebrord ter hoogte van de oude Tourstreep in 1978.
- De Groene Karavaan, uitgewerkt als separaat project, vervlochten in de logistiek van de drie etappes.
- 31 doorkomstgemeenten.
- Drie start- en finishsteden.
- Drie veiligheidsregio's.
- 41 sectoren.
- Ongeveer 20 publieksvenues in

Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda.

- 22 vrijwillige coördinatoren en vijftien locatiemanagers.
- Plus minus 3.200 actiepunten (verkeersposten, verkeersmaatregelen, aanpassingen aan het parcours, omleidingen, beveiligingspunten).
- Vijf gelijkvloerse treinovergangen, vrijgemaakt voor het peloton in samenwerking met ProRail.
- 14 kilometer dranghekken voor het sturen van publieksstromen en crowd control.
- 2.200 rood/witte schrikhekken met C1 bord.
- 350 omleidingsborden en aankondigingsborden.
- Ruim 2.500 verkeers- en beveiligingsposten langs het parcours.
- 350 strobalen.
- 940 motards (verkeersregelaars op motoren).
- 200 verkeersregelaars.
- 60 deelnemers per dag in het veiligheids-/actiecentrum.
- 25 toiletwagens, hergebruikt over 43 locaties over drie dagen.
- Vier wegwerpzones voor de renners onderweg.
- Twaalf opgeleverde VIP-locaties.
- Elf schermen, hergebruikt op 31 publiekslocaties (wedstrijd kijken en informeren van publiek).
- 24 locaties voor mensen met een beperking waaronder een prikkelarme zone in het Mastbos bij de derde etappe.
- Passage van diverse bruggen en sluisen op de drie parcoursen, afstemming met RWS, binnenvaart en brug/sluiswachters.
- Twee tribuneplekken voor mensen uit het activatieprogramma en personen die iets goeds hebben gedaan voor de stad.

- In totaal ongeveer één miljoen bezoekers langs het parcours of aan de etappesteden.
- 160+ stakeholders.
- Duurzame samenwerking met vijf stakeholders geactiveerd in verband met het gebruik van de landingsbaan Soesterberg.
- Vooraf geoefend voor de ploegenpresentatie en de passage door de Grote Kerk Breda met jeugdrenners van de plaatselijke wielerverenigen.
- Ruim vijftien extra internetaansluitingen in de openbare ruimte.
- Honderden meters stroomkabels en internetkabels.
- Ruim 150 tijdelijke vergunde objecten in de openbare ruimte.
- 16.716 gesprekken zijn gevoerd met chatbot Mell voor en tijdens de wedstrijddagen, waarvan er slechts 800 zijn overgenomen door een medewerker.





3.4 Wist je dat?

- 🍃 Het aantal gemiddelde reiskilometers van het publiek aanmerkelijk minder is dan bij veel andere evenementen. La Vuelta Holanda doorkruiste maar liefst 34 parcoursgemeenten en kwam daarmee naar de bezoeker toe.
- 🍃 Bezoekers gevraagd is zoveel mogelijk met het OV, fiets of lopend te komen. Het aantal parkeerplaatsen voor de auto was hierop afgestemd.
- 🍃 Het podium van de ploegenpresentatie hergebruikt is tijdens de etappedagen in Nederland.
- 🍃 De mobiele finishstraat van La Vuelta niet uit Spanje, maar uit Nederland kwam. Dit om vervoersbewegingen te beperken. De start- en finishstraat is tijdens alle Nederlandse etappes ingezet.
- 🍃 Tijdens de ploegenpresentatie klappers uitgedeeld zijn, die waren gemaakt van gerecycled karton met speciale biologisch afbreekbare verf. Uiteraard stond op de klapper de QR-code naar de digitale kaart. Aan bezoekers is gevraagd de klappers bij de inzamelpunten weer in te leveren.
- 🍃 In de samenwerkingen met Tilburg Bastianen en Broekhuis is gefocust op het gebruik van duurzame voertuigen. Omdat onze vraag groter was dan de beschikbaarheid aan elektrische voertuigen hebben we het echter niet volledig emissie loos kunnen rijden.
- 🍃 Tijdens het koersweekend is gewerkt met aansluitingen op het vaste stroomnet. Er is zoveel mogelijk emissieloos gewerkt en indien dat niet mogelijk was zijn er batterijcontainers geplaatst.
- 🍃 Tekstkarren met zonnepanelen gebruikt zijn.
- 🍃 De wielerploegen tijdens het koersweekend in Nederland in hetzelfde hotel sliepen zodat er minder verplaatsingen nodig waren.
- 🍃 Het afval van de wielrenners is opgevangen verplichte drop-zones langs het parcours. Uiteraard zijn deze afvalzones opgeruimd en schoon achtergelaten. Afspraken over verwerking zijn met gemeenten gemaakt. Dit geldt ook voor het afval van de bezoekers.
- 🍃 Het startpodium voor de eerste etappe (ploegentijdrit) gebouwd is door Wonderwoods en gemaakt van gebruikte bouwmaterialen, die na het evenement ook weer worden hergebruikt.
- 🍃 Er gebruik is gemaakt van bestaande gebouwen zodat er niet met tenten hoefde te worden opgebouwd (Tivoli, Hoog Catharijne, Jaarbeurs, Citadel, USP/Minnaert, Victor J Koningsbergergebouw, KMA, Chassé theater, Stadskantoor Breda en sectorposten in gemeentelijke voorzieningen).
- 🍃 Vijf nieuwe vaste watertappunten zijn geplaatst, aanvullend op de al bestaande watertappunten in Utrecht.



Lessons learned:

- Bij de ruimten die zijn ingericht voor mensen met een beperking dient begeleiding aanwezig te zijn om zo te borgen dat plekken ook toekomen aan mensen waarvoor ze bedoeld zijn. Nu waren sommige volgestroomd met toeschouwers.
- Het begeleiden en goed inzetten en briefen van vrijwilligers vraagt veel tijd. Werk dit goed uit en ruim hiervoor tijd in.
- Processen bij een organisatie van een dergelijk groot evenement passen niet altijd direct in de vergunningverleningsprocessen, die per etappestad verschillen. Enerzijds is er sprake van (lokale) regelgeving, anderzijds was het een bijzonder complexe aanvraag (parcours evenement, meerdere tijdstippen en locaties verdeeld over de etappeday, side events, groot aantal bezoekers, etc). Flexibiliteit wordt hierbij gevraagd.
- Smart mobility en de chatbot Mell hebben veel mensen geattendeerd over de verminderde bereikbaarheid tijdens La Vuelta Holanda. Naast de digitale communicatie om mensen te informeren over het evenement, afsluitingen en bereikbaarheid blijft tijdige fysieke informatieverstrekking toch nog steeds nodig. Laat hierbij de betreffende gemeenten in de lead met een faciliterende rol voor de projectorganisatie.
- Het cultuurverschil tussen de Spaanse en Nederlandse organisatie. Dit is iets om rekening mee te houden en een kans om beide van elkaars werkwijze te leren.
- De zomervakantieperiode, met een verschil van twee weken tussen de regio Midden en Zuid, heeft ook een rol gespeeld tijdens de Vuelta. Dit zorgde voor een verminderde bereikbaarheid zowel binnen als

- buiten de projectorganisatie terwijl de voorbereiding in volle vaart doorging.
- Vooraf goede kaders en afspraken maken met externe partijen die raakvlakken hebben met de wedstrijd (Groene Karavaan, VIP-locaties) en deze onderwerpen een integraal onderdeel maken van de doelstellingen en voorbereiding.
- Het plan voor bereikbaarheidscommunicatie dient een nauwe samenwerking te zijn tussen het team van de wedstrijd (TVM) en het team marketing en communicatie.
- Bezoekersinformatie en customer service (reactieve communicatie) een duidelijke plek geven binnen de projectorganisatie.



4. MARKETING, HOSPITALITY EN MEDIA



De Ronde van Spanje bood met haar bereik en journalistieke aandacht een geweldig platform om Utrecht en Noord-Brabant te laten zien aan de hele wereld. Eens te meer heeft Nederland zich op de kaart gezet als fietsland en als land dat als geen ander in staat is dit soort evenementen perfect te kunnen organiseren en activeren.

Uiteraard begon de communicatie van en over dit wielerspektakel en het activatieprogramma al ver voor de kick-off van het 100-dagenprogramma op 12 mei 2022. Met een gerichte communicatie- en mediastrategie werd gedurende de gehele aanloop naar en tijdens het evenement, La Vuelta Holanda en de betrokken steden en provincies onder de aandacht gebracht. In de verhalen die in aanloop en tijdens het evenement zijn verteld stonden de drie thema's centraal: duurzaamheid (duurzame mobiliteit, fiets en fietsbeleid), gezond stedelijk leven en feest. Waar mogelijk werd ook ingezoomd op innovatie.

De campagne heeft met pieken naar het evenement opgebouwd. Er is de keuze gemaakt een aantal momenten te pakken om zo het evenement aan te jagen en vlak voor het evenement de marketingcommunicatie te maximaliseren en daarop de meeste middelen in te zetten als: digitale kaart, programmaboek, radiospots (tijdens het goed beluisterde NOS Radio Tour de France) en outdoorreclame.

Daarnaast zijn natuurlijke communicatiemomenten benut zoals bijvoorbeeld het sluiten van partnerships, het aanjagen van het activatieprogramma, de komst van de Groene Karavaan, het aankondigen welke renners mee doen. Grote mijlpalen in de aanloop waren

bijvoorbeeld de lancering van het lespakket door Stef Clement in maart 2022, de landelijke kick-off van het activatieprogramma op 12 mei en de bekendmaking van de officiële toertocht van La Vuelta Holanda.

Vanaf medio juli is er aandacht geweest voor de bereikbaarheidscommunicatie. Hierbij vervulde de digitale kaart, social advertising en chatbot Mell een belangrijke rol.

De communicatie werd in aanloop naar het Vuelta-weekend steeds intensiever met natuurlijkerwijs een piek in augustus. Dit is ook te zien aan de bezoekersaantallen van de La Vuelta Holanda-website (afbeelding). Vlak voor en tijdens het weekend is de digitale kaart ruim 300.000 keer gebruikt.

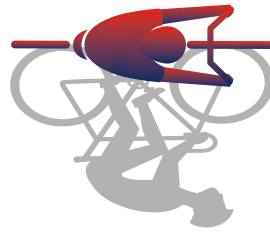
Dit hebben we met een groot peloton bereikt. Aan het VAMOS-Holanda feest hebben tientallen publieke en private partners, 162 compañeros uit het activatieprogramma, de horeca en overige ondernemers en het internationale bedrijfsleven bijgedragen. Of het nu was door funding, een bijdrage in kind (producten en diensten) of het organiseren van een fietsles in de Vuelta fietshub; met elkaar is een unieke prestatie neergezet.

Het moment dat Robert Gesink na de eerste etappe de rode trui mocht aantrekken zorgde voor een waar kippenvelmoment dat de hele wereld over ging. Samen met alle andere beelden en (inter)nationale media-aandacht heeft het ervoor gezorgd de provincies Utrecht en Noord-Brabant en de steden Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht in 2022 ruimschoots in de internationale schijnwerpers stonden.



LA VUELTA 22

HOLANDA

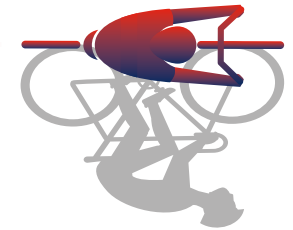


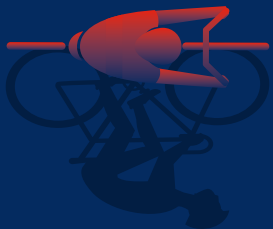
Belangrijkste resultaten

- Ontwikkeling beeldmerk, huisstijl en doorvertaling: VAMOSHOLANDA-campagne.
- Earned media: In totaal zijn er 38.845 berichten verschenen door andere personen/media over het evenement (zonder betaling). Omgerekend was de PR-waarde: € 41.347.218.
- Online platform/website: www.lavueltaholanda.com met regelmatig leuk nieuws en natuurlijk de kalender met alle initiatieven in aanloop. In totaal zijn er 509.873 unieke bezoekers op de website geweest. De pagina's die het meest bezocht werden waren: de homepage, de drie etappes en het programma (per 1 januari 2023 is de website niet meer actief).
- Campagne met Fonds Gehandicaptensport: Maak sport eerlijk.
- Digitale toolboxen voor doorkomstgemeenten en partners.
- Merchandise-lijn inclusief webshop en verkooppunten tijdens het weekend.
- Citydressing en alle aankleding La Vuelta Holanda-stijl. Ook was er een 'menukaart' voor partners ter inspiratie.
- Speakerbook (voor commentatoren bij de helikopterbeelden) in samenwerking met de marketingorganisaties en parcoursgemeenten. Met hierin de mooiste plekjes uit de regio's en steden: van kastelen, kerken, landschappen tot kunstwerken.
- Perskit in Nederlands en Engels.
- Outdoorcampagne: reclame in bushokjes, digitale borden langs de (snel)weg, op twee momenten: rondom 12 mei om het activatieprogramma aan te jagen. In augustus met de boodschap: Plan je bezoek!
- La Vuelta Holanda socials: met op ieder kanaal de laatste nieuwtjes. Kijk feiten, cijfers en leuke

- voorbeelden naar bijlage 2. In totaal was het bereik 5.396.408 en waren er 30.128 loyale volgers.
- De trophy-tour: een replica van de officiële prijs voor de winnaar van 2022 trok vanaf mei door het land. Liefhebbers konden vereeuwigd worden met de schaal op de foto.
- Acht afleveringen van de Roodshow; waarin activiteiten uit het activatieprogramma, steden, regio's en het evenement zelf worden bezocht.
- Twee series radiospots ingesproken door ambassadeur en oud-renner Stef Clement.
- Het officiële programmaboek van La Vuelta Holanda in samenwerking met wielermagazine Ride en de marketingorganisaties.
- Nieuwsbrief met ruim 3.500 abonnees die in totaal acht keer verzonden is. Ook was er een maandelijkse factsheet voor alle partners met het laatste nieuws en een vooruitblik.
- Roadshow: met een leuke quiz waar prijzen te winnen vielen zijn meerdere events (Amstel Gold Race, ZLM Tour, het NK, Acht van Chaam) bezocht om mensen alvast op te warmen voor een Spaanse zomer.
- De digitale kaart die maar liefst 305.178 keer gebruikt is.
- Gedurende de gehele aanloop naar en tijdens La Vuelta Holanda bracht de redactie het evenement en de betrokken steden/provincies online onder de aandacht. Met een team van contentspecialisten, designers, fotografen en videoproducenten werd gerichte en creatieve content gecreëerd en gedistribueerd via diverse online en social kanalen naar duizenden wielersfans, inwoners van steden/provincies en andere geïnteresseerden in binnen- en buitenland. Dit heeft geresulteerd in o.a. een schitterende beeldbank.

- En nog veel meer: van flyers tot advertenties, van fietsboxen tot persberichten.





4.1 VAMOSHOLANDA

In aanloop naar de start in 2020, introduceerden La Vuelta Holanda en Unipublic, de campagnestijl tijdens de perspresentatie in de Grote Kerk van Breda. Het strakke beeld, vertaalbaar voor alle partners heeft gezorgd voor een snelle en grote herkenbaarheid.

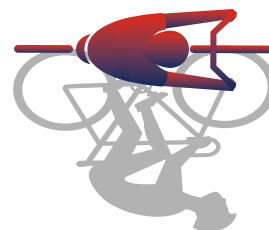
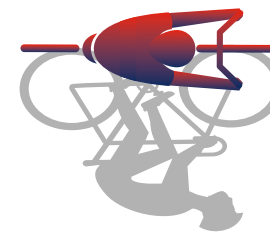
Voor de ontwikkeling van de huisstijl is gebruik gemaakt van het herkenbare Vuelta-logo. Ook het Vuelta-rood kwam prominent in de stijl terug. Aangevuld met het Nederlandse koningsblauw en de over de hele wereld herkenbaar voor Nederland oranje kleur. Uiteraard werd de fiets als icoon meegenomen in de stijl, aangevuld met de skylines van de verschillende steden met de herkenbare iconen.

Dat het een krachtige stijl was, herkenbaar en bruikbaar bleek wel uit het massale gebruik van de huisstijl door alle doorkomstgemeenten en de partners zoals de etappesteden, instellingen en bedrijven. Om hen optimaal te faciliteren was er een digitale toolkit beschikbaar met onder andere: logosets, guidelines, visuals, etc.

4.2 Citydressing

Het doel was om in aanloop naar La Vuelta Holanda Noord-Brabant en Utrecht zoveel mogelijk Vuelta en rood kleuren. En dat is gelukt! Vanuit een brochure konden parcoursgemeenten, private partners en iedereen die iets aan La Vuelta Holanda-stijl aankleding wilde, eenvoudig bestellen. De projectorganisatie heeft hierbij gefaciliteerd en centraal ingekocht (denk aan bloemzaadjes in Vuelta-kleuren, het 'inpakken' van bomen of lantaarnpalen, etc).

Alle parcoursgemeenten ontvingen een plaatsnaambord van 'La Vuelta Holanda doorkomstgemeente'. Verschillende gebouwen kleurden rood: zoals The Wall langs de A2. Daar sierde maandenlang een wervende uiting in La Vuelta Holanda Kleuren. Avans in Breda te zien vanaf de finishplek van de derde etappe, creëerde een gigantische fietsuiting op het Gebouw. X11 het Grafisch Lyceum in Utrecht langs de route van de ploegenpresentatie had een meterslange banner hangen ontworpen en gemaakt door leerlingen. Het kantoor van het Utrechtse Spoorwegmuseum langs het oudste fietspad van Nederland was rood gemaakt. En ook het Stadhuis van 's-Hertogenbosch was aangekleed met gigantische Vuelta banieren. Versierde houten stieren stonden parmantig langs het parcours, er zijn verschillende schilderijen en 3D-straattekeningen gemaakt, fietsen zijn rood geleverd en nog veel meer. Het La Vuelta Holanda feest kwam niet alleen door alle bezoekers en activiteiten, ook zeker door alle sfeervolle aankleding. Alle 34 parcoursgemeenten en partners hebben met elkaar de provincies flink gekleurd.



LA VUELTA 22

HOLANDA

4.3 Social media

Om iedereen op te warmen voor het Spaanse wielerveest zijn er diverse La Vuelta Holanda kanalen opgericht; ieder met een eigen strategie en focus om zo alle doelgroepen te betrekken bij het activatieprogramma en het Vuelta-weekend zelf.

In totaal waren er ruim 30.000 trouwe volgers en zijn bijna 5,4 miljoen mensen bereikt via de La Vuelta Holanda-socials.

Zo was de totale kijktijd op het YouTube kanaal ruim 1.389 uur. In bijlage 2 is per kanaal (nieuwsbrief, website, Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn en YouTube) gedetailleerde informatie te vinden.

La Vuelta Holanda-reporters Emma en Koen deden in aanloop en tijdens verslag met de Roodshow.

In totaal zijn er zeven afleveringen verschenen.

Aflevering 1: [INTRO](#)

Aflevering 2: [VUELTA PROKKELSTERRENSLAG](#)

Aflevering 3: [ONBEPERKTE VUELTA](#)

Aflevering 4: [VUELTA FIETSHUB](#)

Aflevering 5: [SPAANSE SPOREN BREDA](#)

Aflevering 6: [VAMOS SPINNING](#)

Aflevering 7: [AFTERMOVIE](#)



LA VUELTA 22 HOLANDA

4.4 Media

Niet alleen naast het parcours, ook online en via de media hebben mensen meegenoten van La Vuelta Holanda. Zij hebben als intermediair een belangrijke rol vervuld in de communicatie over La Vuelta Holanda. Ze zijn gedurende het hele traject actief betrokken en op diverse manieren benaderd met de inzet van verschillende middelen, zoals: nieuwsbrieven, mailingen, persberichten, fotomomenten, interviews, persgesprekken, persconferenties, persreizen etc. Er is hierbij onderscheid gemaakt tussen wielerspers, toeristische pers, lokale pers, regionale pers, nationale pers en internationale pers.

Met mediapartners: De Pers Groep, Ride en Hillenaar Outdoor was er een mooie cross mediale mix met aandacht in print (redactioneel en advertenties), online en outdoor.

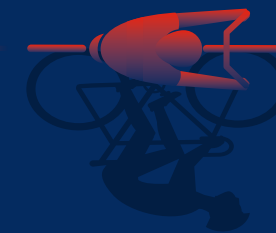
Tijdens de campagne is waar mogelijk samengewerkt met de Nederlandse (oud)renners als Jan Janssen, Joop Zoetemelk en Stef Clement, en ploegen voor het mede laden van het La Vuelta Holanda verhaal. Zo was er unieke samenwerking met Team Jumbo-Visma die onder andere een Fanzone had ingericht in Hal 1 van de Jaarbeurs tijdens de eerste etappedag.

Over La Vuelta Holanda is veel geschreven. Al vanaf de bekendmaking verschenen geregeld kleine en grote(re) publicaties en radio en tv-uitzendingen. Dit aantal steeg naarmate het evenement vorderde. Vanaf de kick-off op 12 mei 2022 was er dagelijks aandacht in de media voor La Vuelta Holanda, de partners, steden

en regio's en alle activiteiten die daar omheen werden georganiseerd. Niet alleen de hoeveelheid berichten, maar ook de positieve tone of voice vielen op. Om de waarde van de mediaberichten over La Vuelta Holanda 2022 in kaart te brengen is van 1 januari 2022 t/m 10 september 2022 gebruik gemaakt van het mediamonitoringssysteem Clippit (zie bijlage 2). In totaal zijn er bijna 39.000 berichten verschenen over La Vuelta Holanda. Omgerekend was de PR-waarde: € 41.347.218 (ter vergelijking bij de Tourstart in 2015 was dat € 33,6 miljoen en bij de Girostart in Gelderland € 30,7 miljoen).

In totaal zijn door Unipublic 1.028 journalisten uit 28 landen geaccrediteerd gedurende de gehele Ronde van Spanje. Op de evenementdagen in Nederland stemde de kijker thuis ook massaal af op de uitzendingen van La Vuelta: Via de NOS keken rond de vijf miljoen mensen naar één van de drie Nederlandse etappes. En niet alleen in Nederland, ook in het buitenland werd goed gekeken naar de start van La Vuelta. Alleen al in Spanje keken gemiddeld 1.163.000 mensen naar een etappe. De uitzending vond plaats in 190 landen, waarvan achttien landen een live uitzending hadden. Zie bijlage 2 voor meer cijfers over de media exposure van La Vuelta.

190 LANDEN OP TV
1.028 JOURNALISTEN
1.163.000 KIJKCIJFERS SPANJE



LA VUELTA 22

HOLANDA

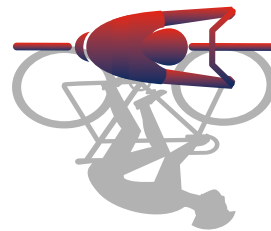
4.5 Hospitality

Bij elke etappe was een VIP-event (hospitality) georganiseerd. Gasten konden genieten in Spaanse sferen, met live entertainment, een meet & greet met oud-wielrenners en exclusieve Spaanse hapjes. Van dichtbij hebben zij de start- of finish gezien. Gasten waren zowel genodigden van de publieke en private partners als mensen die via de losse verkoop als gast aanwezig waren.

Uiteindelijk hebben we 2.418 gasten verwelkomd. minder dan vooraf gehoopt. De vakantieperiode, in combinatie met de pittige corona-periode voor bedrijven waren hier vermoedelijk debet aan.

Op de uitvoering van de VIP-events, die uiteindelijk volledig in handen van Maison van den Boer was, zijn veel positieve reacties gekomen. Een enquête van Maison van den Boer wijst uiteindelijk uit dat de verschillende VIP-events een gemiddelde krijgt van een 7,7 van de bezoekers.

Bij de eerste etappe was de VIP-ontvangst naast de startboulevard bij de Jaarbeurs. Een a-locatie om de ploegen te zien starten. Dit bleek ook de VIP-locatie die het meest in trek was; een verklaarbaar fenomeen aangezien daar om de vier minuten een team voorbijkwam om te starten en de finish op loopafstand lag. De tweede etappe was er een ontvangst bij



de finish op het Utrecht Science Park en in Breda was de VIP-ontvangst bij het Chassé-theater, eveneens op loopafstand van de finish.

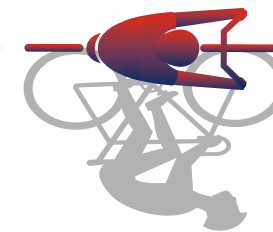
4.6 Merchandise

Er is een merchandise-lijn ontwikkeld voor zowel consumenten en de zakelijke markt. Per product is gekeken hoe dit zo duurzaam mogelijk geproduceerd kon worden. Denk hierbij aan producten als gymbags en keycards van gerecyclede PET-flessen, sokken van organisch katoen en in Europa geproduceerd, een RVS thermo drinkfles die duurzaam in gebruik is en bidons van rietsuiker. Deze informatie stond ook vermeld bij de productomschrijving in de webshop.

Hoewel de brochure en website begin 2022 al gereed waren, heeft de levering van de items langer op zich laten wachten door o.a. een wereldwijd tekort aan grondstoffen, moeizame leveringen, te kort aan personeel, etc. Dit heeft ervoor gezorgd dat het merendeel van de producten pas eind juli/begin augustus gereed waren en soms ook verspreid geleverd werden aan de klanten. Mede hierdoor is helaas de verkoop van de merchandise niet heel groots gelanceerd en aangejaagd. Om de korte verkooptijd te compenseren zijn er tijdens het Vuelta-weekend meerdere verkooppunten gerealiseerd.

4.7 Fonds Gehandicaptensport

Iedereen moet mee kunnen doen! Daarom was Fonds Gehandicaptensport het goede doel van La Vuelta Holanda. Onder de noemer: 'maak sport eerlijk' hebben we ons ingezet om sport voor iedereen



met een handicap dichtbij huis mogelijk te maken. Tot 8 november 2022 is er met de verschillende acties € 72.730 ingezameld. Hiervan worden sporthulpmiddelen aangeschaft voor mensen die dat nodig hebben en woonachtig zijn in een van de 34 parcoursgemeenten.

Het evenement heeft het Fondsgehandicaptensport een breed podium gegeven om zichtbaar te zijn en het fonds te activeren. Zo fietsten er ambassadeurs mee tijdens de kick-off, waren op de schermen en aankleding tijdens het Vuelta-weekend meerdere uitingen met het Fonds Gehandicaptensport te zien en in de hospitality-ontvangsten werden nieuwe blijvende verbindingen gemaakt.

Acties voor Maak sport eerlijk!

- Digitale campagne met gezichten uit de parcoursgemeenten.
- Sponsorbijdrages van (FGS)partners en gemeenten.
- Donaties en acties activatiepartners (o.a. van de toertochten).
- Opbrengst verkoop pluche Vuelta-nijntje (collectorsitem).
- Collecties tijdens onder andere de ploegenpresentatie.
- Podium tijdens de VIP-ontvangsten.
- Deel van de opbrengst van alle middelen die gerecycled en verkocht zijn.
- Actie met replica-trui Eddy Merckx.

LA VUELTA 22

HOLANDA

4.8 Wist je dat?

- Van zowel de kleding, banners en vlaggen van 2020 als 2022 werden nieuwe producten gemaakt.
- Bij het ontwikkelen van de middelen is gekeken of en hoe die kunnen worden hergebruikt. Zo kan de startboog worden ingezet bij de toekomstige toerversie.
- Bij het selecteren van locaties voor VIP-events en perscentra is zoveel mogelijk gebruik gemaakt van bestaande ruimtes. Hierdoor hoefde er minder opgebouwd of verbouwd te worden.
- Bij de selectie van de hospitality-partner is duurzaamheid een belangrijk selectiecriteria geweest. De gekozen partner werkt zoveel mogelijk met lokale producten en waar mogelijk vegetarische en plantaardige alternatieven. Bij de parkeergelegenheid voor de VIP-events hebben we gasten uitgedaagd om zoveel mogelijk te carpoolen of met het OV te komen. Uitgangspunt was slechts één parkeerticket per vijf kaarten.

- De La Vuelta Holanda merchandise lijn was zo duurzaam mogelijk ingekocht. En wat er duurzaam was aan het product stond in de webshop per item beschreven.
- Er was -innovatieve- digitale kaart ontwikkeld met handige informatie zoals watertappunten, fietsparkeerplaatsen en oversteekpunten. Deze is gedurende het weekend, met een piek bij de eerste etappe, veelvuldig gebruikt. De digitale kaart is een showcase geweest in het verduurzamen van het evenement. Een papieren plattegrond was hiermee overbodig.
- Promotie is zoveel mogelijk digitaal gedaan. Denk hierbij aan digitale reclame langs de snelweg, het uitlichten van gebouwen, social advertisingcampagnes, het ook online beschikbaar stellen van de programmagids en het faciliteren van online toolboxes voor partners met veel online middelen.



LA VUELTA 22

HOLANDA

Lessons learned

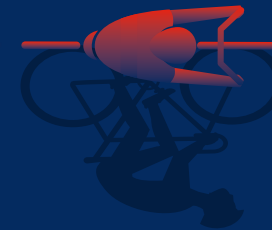
- De VAMOS-campagne was goed door te vertalen: duidelijk en herkenbaar en goed ingezet door activatiepartners, publieke en private partners en parcoursgemeenten. Het succes hierin is de toolbox en de breedte van de campagne geweest, waardoor deze voor iedereen bruikbaar was.
- Inzet van citydressing had richting private partners sterker gekund. Zo neem je ook deze partners mee als ambassadeur voor het event en kunnen zij ook hun zichtbaarheid en verbondenheid met het evenement vergroten.
- Door onder andere het verschuiven van de collecteweek van Fonds Gehandicaptensport en het lastig kunnen vinden van 'gezichten' voor de campagne is de lancering naar achter geschoven. Een eerdere lancering had meer kansen geboden voor activatiepartners en doorkomstgemeenten om hier een bijdrage aan te kunnen leveren.
- Prijsstelling van het VIP-arrangement werd door gasten als relatief hoog ervaren. Dit kan ondervangen worden door verschillende type pakketten of een ander prijsstelling. Verschillende ruimtes zodat partners even met hun eigen gasten kunnen spreken wordt als wenselijk ervaren.



LA VUELTA 22

HOLANDA

5. ACTIVATIEPROGRAMMA



Tijdens de start van de Tour de France 2015 in Utrecht is een nieuw concept uitgerold: een lang lopend activatieprogramma vooraf van, voor en door de stad. Dit was voor La Vuelta Holanda niet anders: 'een honderd dagen durend feest van, voor en door de regio's en steden'. Dit uitgangspunt bepaalde ook de rol van de projectorganisatie: niet organiserend, maar juist initiërend, faciliterend en regisserend.

Doelstellingen van het activatieprogramma:

- 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 en inclusief kick-off trekt het minimaal 100.000 deelnemers en 400.000 bezoekers.
- Het activatieprogramma wordt door bezoekers gemiddeld gewaardeerd met een 8,0.
- Het betrekken van maatschappelijke organisaties en bedrijfsleven en zoveel mogelijk maatschappelijke initiatieven in de parcoursgemeenten.
- Er is een impuls voor gezond stedelijk leven, met name via het activatieprogramma en aansluitend bij gemeentelijke en provinciale beleidsprogramma's.



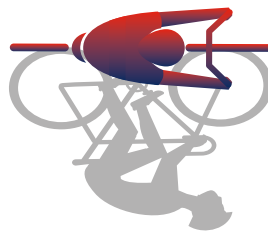
LA VUELTA 22

HOLANDA

Belangrijkste resultaten

- Afvlagavonden (workshops voor compañeros) in Utrecht en Breda.
- Het totaal aantal activiteiten 381 activiteiten en evenementen, zie voor een compleet overzicht bijlage 3, door 162 activatiepartners (compañeros) georganiseerd.
- Het veld van activatiepartners was divers: van wielerverenigingen tot muziekgezelschappen, koren tot bibliotheken, ondernemersverenigingen tot theaters, van concertzalen tot bioscopen, van welzijnsorganisaties tot onderwijsinstellingen, van festivals tot kunstenaars, van horecaondernemers tot maatschappelijke organisaties.
- In juni 2022 is een oproep gedaan om buurt- en straatfeestjes te organiseren tijdens het koersweekend. Deze oproep leverde in twee weken tijd 140 aanmeldingen op. De burens zijn beloond voor hun enthousiasme met een La Vuelta buurtborrel pakket, inclusief vegetarische hapjes, slingers, een quiz, recepten en een feestelijk playlist.
- Ingeschat wordt dat 60.913 deelnemers en 318.969 bezoekers bereikt met de activiteiten die georganiseerd zijn door de activatiepartners.
- Productie en lancering van het gratis La Vuelta Holanda lespakket.
- De landelijke kick-off op 12 mei 2022.
- Elementen met een blijvend karakter: zoals dichtbundels, liederen, kunstwerken, programma's. Zie een compleet overzicht bijlage 3.





5.1 Activatiestrategie

De activatiestrategie was het uiteindelijke programma op alle fronten 'van onderop' te laten ontstaan. Daarom daagden we in 2019 de steden en regio's (inclusief de doorkomstgemeenten) uit om het feest van La Vuelta Holanda samen met ons vorm te geven en te beleven. Via informatiebijeenkomsten, Vuelta-cafés, een mediacampagne en persoonlijke contacten zijn talloze organisaties en individuen benaderd. Het programma is zo in co-creatie georganiseerd.

In totaal werden er, in aanloop naar 2020, 272 plannen ingediend. Hiervan uiteindelijk 139 plannen geselecteerd voor een financiële bijdrage. Bij de selectie zijn meerdere criteria gehanteerd:

- Heeft de activiteit raakvlakken heeft met 'de koers', fietsen/wielercultuur en Spanje.
- Daarnaast was het belangrijk dat de activiteit iets bijdraagt aan een feestelijke sfeer en bij voorkeur iets blijvends achterlaat
- En tot slot de mate waarin het event aansluit bij de drie pijlers van duurzaamheid (Zorg voor de natuur, Iedereen doet mee en Fit voor morgen).

Overall is gekeken naar de aantrekkelijkheid van het gehele programma: wordt een divers publiek bereikt? Is er een goede spreiding over de verschillende onderdelen als sportief, cultureel, culinair, educatief en historie? Zijn de activiteiten evenredig verspreid over de provincies en steden? En is er een goede spreiding van de evenementen over de 100-dagen?

Na 31 oktober 2019 zijn er nog nieuwe plannen bijgekomen, waardoor de teller van het aantal betrokken

organisatoren (compañeros) begin maart 2020 op 161 evenementen en activiteiten stond.

5.2 Doorstart 2022

Op 29 april 2020 is officieel bekend gemaakt dat de Spaanse wielerronde in 2020 niet in Nederland zou starten vanwege de coronapandemie. Het was de dag waarop de kick-off van het activatieprogramma gepland stond. Dat was op dat moment zo goed als gereed. We hadden de kick-off op 29 april gepland omdat dat de dag was waarop de allereerste Vuelta in 1935 startte.

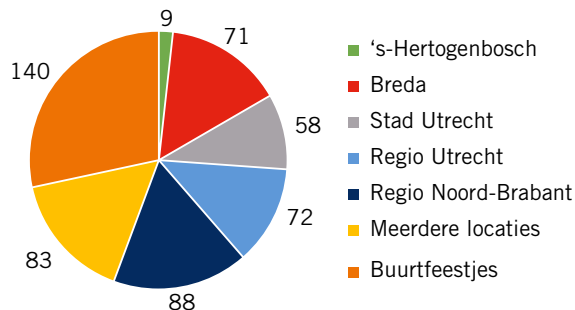
Met alle 161 compañeros is na de annulering persoonlijk contact geweest om dit nieuws te brengen en de consequenties te bespreken. Op 1 juni 2021 is aan alle compañeros van 2020 gevraagd of zij weer onderdeel wilden uitmaken van het activatieprogramma in 2022. Eind maart 2022 waren er 135 compañeros verbonden aan het activatieprogramma van La Vuelta Holanda. Het budget wat vrijviel, doordat er activiteiten niet meer door konden gaan, is ingezet om:

- De verbreding en verdieping van de bestaande initiatieven om daarmee te kunnen sturen op de oorspronkelijke verdeling van het budget over de vijf partners.
- Het bereik en de impact van events te vergroten.
- Meer aandacht aan bijzondere doelgroepen te kunnen geven.
- Sommige initiatieven steviger te kunnen honoreren en te kunnen compenseren voor toegenomen kosten.
- Ook zijn nog enkele initiatieven toegevoegd aan het programma en kwam er ruimte voor het ondersteunen van buurtfeesten.



LA VUELTA 22

HOLANDA



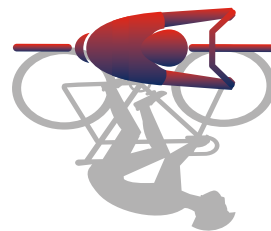
5.3 Van 'afslagavond' tot 100-dagen programma

Tijdens de 'afslagavonden' in april 2022 (één in Breda en één in Utrecht) zijn de initiatiefnemers van de side-events feestelijk bedankt voor hun deelname en is vooruitgekeken op het activatieprogramma. Via verschillende workshops werden ze geïnformeerd over hoe ze hun activiteit zo duurzaam en toegankelijk mogelijk konden organiseren, zijn er tips gegeven over de marketingcommunicatie rondom hun activiteit en hoe ze kunnen aansluiten op andere initiatieven. De avonden werden afgesloten met een netwerkborrel.

Op 12 mei 2022, 100 dagen voor het koersweekend, is het activatieprogramma van start gegaan met een kick-off evenement in aanwezigheid van de Spaanse organisatie, de publieke en private partners, ambassadeur Stef Clement en oud-Vuelta winnaar Joop Zoetemelk en veel (inter-)nationale media.

5.4 Waarde van het programma

In totaal hebben 381 activiteiten plaatsgevonden in aanloop naar het Vuelta-weekend. Aangevuld door

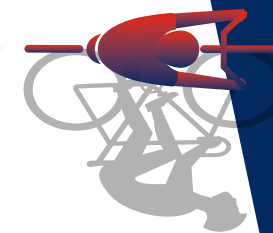


140 buurtfeestjes tijdens de etappes. Hiermee is de doelstelling een 'feest van, voor en door de steden en regio's' ruim gehaald.

Zeer veel organisaties, uit onder andere de cultuur en sportsector, hebben de start van de Ronde van Spanje aangegrepen om hun talent te laten zien. Het enthousiasme en de energie die daarmee gepaard ging, was groot en heeft geleid tot een indrukwekkend programma. Veel activiteiten combineerden meerdere thema's van La Vuelta Holanda, vanuit verschillende invalshoeken. Met de verscheidenheid aan organisatoren en activiteiten is een zeer breed publiek bereikt, zowel qua interesses als qua leeftijd. Daarmee was het activatieprogramma breed en divers.

Hoewel het aantal deelnemers en bezoekers iets lager ligt dan de oorspronkelijke doelstelling, is het aantal activiteiten groter. Net zoals de met elkaar gecreëerde waarde van het totale activatieprogramma. Verklaringen voor het lagere aantal deelnemers en bezoekers kan zijn dat er geen eigen activiteiten georganiseerd zijn (anders dan de kick-off), de 100-dagen periode voor een groot deel in de zomervakantie viel en mensen door de coronapandemie weer moesten wennen aan een volle agenda en om weer met relatief veel mensen bij elkaar te zijn. Meer en kleine activiteiten, verspreid over een groter gebied, heeft er wel toe kunnen leiden dat de reuring, exposure en media-aandacht voor het activatieprogramma lager is komen te liggen.

Financiële bijdrage aan activatiepartners bedroeg in totaal € 590.000. Gemiddeld was het aandeel van de financiële bijdrage in de begrotingen van activatiepartners 24,3%. De totale gecreëerde waarde van het activatieprogramma



bedraagt circa € 2,4 miljoen³. Vooraf was een waarde van € 2 miljoen ingeschat (€ 600.000 aan financiële bijdragen van maximaal 30%).

Van de 74 Dikke Banden Races die t/m 21 augustus plaatsvonden, maakten er 28 deel uit van de Vuelta series. Binnen deze series deden er totaal 1.293 kinderen mee. Op zaterdag 20 augustus vond *La Gran Final* plaats op het parcours in Utrecht, voorafgaand aan de finish van het profpeloton.

De mobiele pumptrack is veertien keer ingezet: Altena, Breda (2x), Mierlo, Made (2x), Rijsbergen, Rucphen, Oosterhout, Wouwse Plantage, 's-Hertogenbosch, Steenberg, Leusden en Zeist.

In totaal zijn er 135 Vuelta*Fondo trainingsprogramma's voltooid.



30 ³ Dit is exclusief de waarde van de activiteiten die geen financiële bijdrage hebben ontvangen.

5.5 Diversiteit

Het veld van activatiepartners was zeer divers. Van wielerverenigingen tot muziekgezelschappen, koren tot bibliotheken, ondernemersverenigingen tot theaters, van concertzalen tot bioscopen, van welzijnsorganisaties tot onderwijsinstellingen, van festivals tot kunstenaars en horecaondernemers.

Er was een grote diversiteit in de activiteiten. Veel activiteiten combineerden verschillende thema's, maatschappelijk doelen en categorieën.

Aantal activiteiten met link naar:

181	- thema Fit voor Morgen
25	- thema Zorg voor de natuur
126	- thema Iedereen doet mee
24	- Spaans-Nederlandse historie
121	- de koers/wielrennen
83	- feest of festival
219	- sportief element
185	- cultuur element
176	- educatief element
79	- culinair element

Deze variatie aan onderwerpen en invalshoeken heeft ertoe bijgedragen dat alle activiteiten opgeteld een zeer brede doelgroep hebben bereikt. Van zeer jonge kinderen (dikke banden races en loopfietsenraces), via leerlingen uit het BO en VO (educatieprogramma, BMX-clinics, scholenprogramma's), via studenten en jongvolwassenen (festivals en de aangehaakte onderwijsinstellingen), naar jonge gezinnen met kinderen (festivals, dikke banden races en loopfietsenraces), gezinnen met oudere

kinderen, wielervrienden een actieve sportbeoefenaren, nieuwkomers (Move-project) kunstliefhebbers (November Music, Nieuw Utrechts Toneel, Chassé Theater, Louis Hartlooper Complex), mensen die van een feestjes houden (al dan niet met hun burens), tot aan senioren (fietsvalpreventieprogramma) en mensen met een beperking (Prokkelsterrenslag, Onbeperkte Vuelta). Via activiteiten als die van Project-O, PowerUp70, Vuelta Tricotar en Vuelta Fietshubs zijn ook minder voor de hand liggende doelgroepen bereikt.

5.6 Enkele highlights

Het is helaas onmogelijk om alle initiatieven uit het activatieprogramma afzonderlijk te benoemen. De kick-off en de officiële Toerversie werden al even aangestipt in de samenvatting. Hieronder staan nog enkele parels omschreven. De volledige lijst van organisatoren en evenementen is opgenomen in bijlage 3.

Lespakket

Hoe leuk is Spanje, de koers en wielrennen? Om ook kinderen aan La Vuelta Holanda te verbinden is een gratis online lespakket ontwikkeld. De lessen waren gericht op de groepen zeven en acht van de basisschool, en voor leerlingen op VMBO-1 en VMBO-2 niveau. Het lespakket sloot aan op de bestaande kerndoelen van het onderwijs en bestond uit thema's als: Spanje, Spaans-Nederlandse geschiedenis, La Vuelta en wielrennen, duurzaamheid, gezonde leefstijl, diversiteit en inclusie. Scholen konden gratis en vrijblijvend deelnemen aan het lespakket. Ambassadeur Stef Clement gaf de allereerste les in maart 2022 op een basisschool in Made. Met het lespakket zijn circa 9.550 leerlingen bereikt.

LA VUELTA 22

HOLANDA

Zakendoen in Spanje

De publieke partners organiseerden, samen met de Regionale ontwikkelmaatschappijen (ROM en BOM) en Netherlands Business Support Office in Spanje, twee events gericht op zakendoen in Spanje, één in Utrecht en één in 's-Hertogenbosch. Dit was een voorbeeld van economische activatie.

Vuelta Fietshub

De Vuelta Fietshub is een rondreizend dorp. Een minifestival, waar urban sports, fietsen, kunst, cultuur en feest samen komen. In de maanden mei tot en met augustus trok dit festival door alle Utrechtse wijken en werden ook een aantal locaties in de provincie Utrecht aangedaan.

Samenwerking Onderwijs

Verschillende onderwijsinstellingen waren aangehaakt als activatiepartner: Curio/ Sportleerbedrijf Breda, Grafisch Lyceum en X11 Utrecht, De Rooi Pannen in Breda, Mencia de Mendoza Lyceum Breda.

Daarnaast is er samengewerkt met de Event Academie van MBO Utrecht en Studium Generale van de Universiteit Utrecht.

Ook zijn er meerdere gastcolleges verzorgd over La Vuelta Holanda en hebben veel activatiepartners samengewerkt met scholen en onderwijsinstellingen bij de uitvoering van de projecten.

Dikke banden races

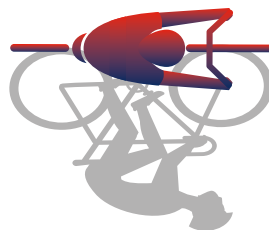
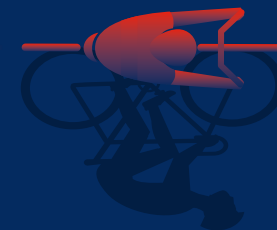
De Koninklijke Nederlandse Wielervederen (KNWU) en Ready2Race van Team Jumbo-Visma hebben in aanloop naar de start meerdere Vuelta Dikke banden races georganiseerd. De fietswedstrijd voor kinderen van 2 t/m 12 jaar. Op een leuke en sportieve manier werden de kinderen uitgedaagd om samen met hun leeftijdsgenootjes te bewegen; gewoon op je eigen fiets. Met als kers op de taart, de finale op het Vuelta-parcours in Utrecht en Breda!

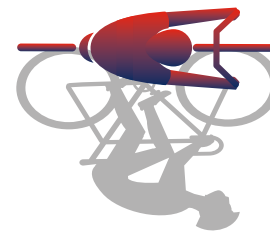
La Vuelta Holanda por favor

's-Hertogenbosch kleurde rood-geel op 20 augustus met Festival La Vuelta Holanda por favor. Tijdens het gratis festival voor jong en oud kon men uiteraard de koers live volgen, maar ook flamenco dansen of een rondje over de pumptrack doen. Het festival werd met een feestelijk avondprogramma afgesloten.

Museo El Prado

Op de hekken van park Valkenberg in Breda schitterden, tot eind september, maar liefst dertig panelen met daarop werken uit museum Prado in Madrid. De prachtige kleurrijke panelen vertelden over de historische band van Breda met Spanje. De expositie werd in het bijzijn van de Spaanse organisatie, de Spaanse ambassadeur in Nederland, Head of International Relations van Museo Nacional del Prado en veel media geopend.



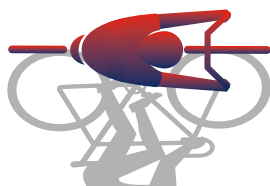


5.7 Wist je dat?

- 🍃 25 Activiteiten volledig gericht waren op Zorg voor de natuur. Zoals het adopteren van een fietsbos, een plogging-actie (hardlopend of fietsend afval opruimen als de etappe geweest is) en een symposium over duurzame mobiliteit en duurzame sportevenementen.
- 🍃 Op de Vuelta Fietshub werd plastic afval direct omgezet in het mobiele recyclelab van Plastic Fantastic om tot nieuwe producten (kunst en versiering) te worden verwerkt!
- 🍃 Rondom het thema Iedereen doet mee! was er een breed en gevarieerd programma waaraan bijvoorbeeld scholen, cafés, wielersclubs, toneelgezelschappen, wijkorkesten, filmhuizen, poppodia, bibliotheken, voetbalverenigingen, wijkteams en de doorkomstgemeenten mee deden.
- 🍃 Tijdens de Onbeperkte Vuelta fietsten mensen met een chronische aandoening of een beperking een deel van etappe 3 door West-Brabant.
- 🍃 Rondom het thema Fit voor morgen! waren 181 activiteiten georganiseerd waarin bewegen, gezondheid en daarmee vitaliteit centraal stonden, zoals de officiële toertocht, meerdere pop-up fietsroutes en een wielerveekend. Ook werd de fiets als vervoermiddel gestimuleerd met bijvoorbeeld een speciale app of een design challenge.
- 🍃 Deelnemers van de officiële toertocht ontvingen een bidon van suikerriet. Ook hadden zij de optie om een duurzame wielershirts te bestellen. Uiteraard droegen de toertochten bij aan veel gezonde fietskilometers en door het gevarieerde aanbod van de afstanden was het een laagdrempelig event en daarmee zo inclusief mogelijk.

Lessons learned

- Een 'Vuelta-café' om mensen te enthousiasmeren is een krachtig en gewaardeerd instrument.
- Zet thema's in om activiteiten te laten organiseren en mensen samen te brengen.
- Het is belangrijk dat de teamleden die uiteindelijk de steden en regio's ingaan een goed lokaal netwerk hebben om organisatoren bij het programma te betrekken.
- Zorg voor persoonlijk contact met de organisatoren en kom afspraken na.
- Koppel private partners eerder en intensiever aan maatschappelijke initiatieven om zo enerzijds de betrokkenheid van private partners bij het evenement te vergroten, anderzijds de activatiepartner een groter netwerk en eventueel ondersteuning in verschillende vormen te bieden.
- Benader initiatiefnemers proactief om ze te enthousiasmeren en te voorkomen dat de energie wegloopt.
- Maak de termijn tussen enthousiasmeren en het aanvragen van een financiële bijdrage voldoende groot (10-12 weken).
- Houd er rekening mee dat uiteindelijk een klein percentage organisatoren van activiteiten nog afhaakt, of waarmee uiteindelijk geen overeenstemming wordt bereikt over de inhoud van het programma. Durf om die reden ook het risico te nemen en bind partners aan je voor iets meer geld dan er beschikbaar is.
- Houd niet rigide vast aan de norm van maximaal x% bijdrage; door flexibel te zijn kun je meer regie voeren over het programma en met name de kwaliteit en de diversiteit in het programma. Het biedt ook de mogelijkheid om activiteiten die zeer goed aansluiten bij de doelstelling en tegelijk kwetsbaar zijn, toch in het programma te houden.



LA VUELTA 22

HOLANDA

6. VRIJWILLIGERS

De vrijwilligers vormden het visitekaartje van het evenement. Zonder hen was de organisatie van de start van de Ronde van Spanje in Nederland niet haalbaar. De vrijwilligers vormden het verlengstuk van de projectorganisatie en een belangrijk onderdeel in de totale veiligheidsstructuur rondom het evenement. Vaak waren zij het eerste aanspreekpunt voor bezoekers, tegelijkertijd stonden zij in verbinding met hun coördinator en daarmee zowel de projectorganisatie als met alle veiligheidsdiensten. EventMakers was de partner bij het werven, selecteren, trainen, plannen en begeleiden van alle vrijwilligers.

Belangrijkste resultaten

- In totaal waren er 698 vrijwilliger die werkten voor de projectorganisatie, in de steden Utrecht, 's-Hertogenbosch en Breda; 441 man en 257 vrouw.
- Dertien vrijwilligers kwamen uit het buitenland: Italië, België en Frankrijk.
- Uiteraard waren er ook vrijwilligers uit de start- en finishsteden zelf: 44 Breda, 30 's-Hertogenbosch en 99 uit Utrecht.
- In het Vuelta-weekend waren er 2.171 shifts in te vullen bij de projectorganisatie en doorkomstgemeenten.
- De meeste vrijwilligers draaiden 2 shifts tijdens het weekend.
- De vrijwilligers geven het evenement een 7,4.
- 570 vrijwilligers zijn door doorkomstgemeenten geworven en ingezet.



6.1 Waardering

Door voldoende aandacht aan de vrijwilliger te besteden is er een hecht en betrokken team gecreëerd. Waardering uitspreken is hierbij het sleutelwoord geweest. Alle vrijwilligers zijn vanaf het moment van aanmelden voorzien van de informatie door maandelijkse nieuwsbrieven. Ook konden zij met vragen EventMakers altijd per mail of telefoon bereiken. Daarnaast zijn er online en live kennismakingsbijeenkomsten georganiseerd om de vrijwilliger beter te leren kennen en in het juiste team te plaatsen.

Begin augustus was er een feestelijke kick-off bij Capgemini waar oud-renner Stef Clement een boeiende en interactieve presentatie heeft verzorgd over teamsamenwerking. Vrijwilligers konden de organisatie beter leren kennen en werden klaargestoomd voor de uitvoering van het evenement. Deze bijeenkomst werd afgesloten met een borrel om hen alvast te bedanken. Reden om de aftrap en het bedanken samen te voegen was dat het onmogelijk was om met een evenement als La Vuelta Holanda (met veel spreiding in zowel dagen als locatie) iedereen op 21 augustus in Breda bij elkaar krijgen.

De georganiseerde bijeenkomsten, continue communicatie en belangstelling richting de vrijwilliger heeft geresulteerd in een kwalitatief goede groep vrijwilligers met hart voor het evenement.

De vrijwilligers zijn met name ingezet op het gebied van marketing en hospitality (gastheren/vrouwen, informatiemedewerkers, media) en techniek, veiligheid en mobiliteit (medewerkers parcours, evenementenregelaars).

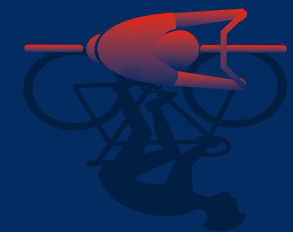
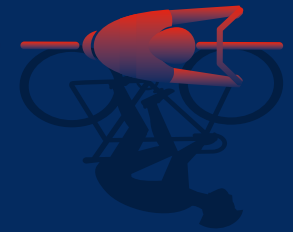
Er is hierbij ingezet op een zo inclusief en divers mogelijk vrijwilligersteam. Zo maakten inwoners van het AZC Gilze Prinsenbosch deel uit van het vrijwilligerspeloton.

6.2 Flinke inspanning

In februari 2022 is de wervingscampagne, die voor 2020 al was opgestart, vervolgd. De campagne is verspreid via alle partners waaronder: steden, provincies, private partners, sportuitvoeringsorganisaties, vrijwilligerscentrales, (wieler)verenigingen, etc.

Bij de werving van vrijwilligers zijn er wat obstakels geweest zoals de timing van het evenement (midden in de zomervakantie) waardoor veel mensen niet beschikbaar waren en samenwerking met scholen niet mogelijk was. Een ander punt waardoor dit een minder aantrekkelijk evenement is gebleken voor vrijwilligers is, is dat het een openbaar evenement is waar iedereen langs de kant kan staan en je je dus niet persé hoeft aan te melden als vrijwilliger om er, kosteloos, bij te kunnen zijn. De meeste mensen waren nodig in de functie eventregelaar (verkeer rondom het evenement in goede banen leiden). De ervaring is dat dit een minder aantrekkelijke functie is en daarmee lastig in te vullen.

Ondanks de intensieve voorbereiding wordt er op de evenementdagen dan toch nog een beroep gedaan op flexibiliteit en inventiviteit. Dit werd met name gevraagd van de functies eventregelaar en parcourspost (samen 80% van de vrijwilligers). Vrijwilligers op over-steekpunten bij het parcours hebben soms ervaren dat zij op een vervelende manier aangesproken werden door het publiek. Dit is als intimiderend en vervelend ervaren door de vrijwilligers.



6.3 Wist je dat?

- Alle vrijwilligers (en ook alle medewerkers van de projectorganisatie en leveranciers) hebben een duurzaam lunchpakket ontvangen met lokale en vegetarische producten.
- De vrijwilligers een speciale La Vuelta Holanda bedank-bidon, gemaakt van suikerriet, hebben ontvangen om water bij te vullen.
- Iedere vrijwilliger is voorzien van een mooi en duurzaam kledingpakket waardoor een goede (oranje) zichtbaarheid is gecreëerd.
- De kledingmaten waar mogelijk vooraf zijn geïnventariseerd, om te voorkomen dat er veel kleding over zou blijven. Hetgeen wel is overgebleven is terecht gekomen bij mensen die deze shirts en jasjes goed kunnen gebruiken. Denk hierbij aan vluchtelingen, daklozen en mensen met een beperkt budget.
- De vrijwilligers zijn geïnspireerd op het gebied van duurzaamheid tijdens een inspirerende presentatie tijdens de kick-off (bijvoorbeeld het attenderen van bezoekers op de digitale kaart).

Lessons learned:

- Het inhoudelijk voorbereiden en aansturen van een grote groep vrijwilligers vraagt veel aandacht van de projectteams die vrijwilligers inzetten tijdens het evenement. Denk hierbij ook aan het aansturen van vrijwilligers in doorkomstgemeenten. Belangrijk is om hier in de planning rekening mee te houden.
- Bij een groot wielerevenement in de openbare ruimte is een logistiek manager nodig omdat de spreiding over tijd (vier dagen), afstand (400 kilometer) en spreiding van de projectorganisatie over verschillende

locaties veel logistieke vraagstukken met zich meebrengt. Denk hierbij aan het verspreiden van lunchpakketten en het verplaatsen van mensen naar de juiste plekken tijdens het evenement (in een gebied dat slechts gedeeltelijk toegankelijk is in verband met de benodigde verkeersmaatregelen).



7. DUURZAAMHEID

La Vuelta Holanda heeft laten zien dat ook (sport) evenementen duurzamer georganiseerd kunnen worden. Zowel het topsportevenement als het activatieprogramma zijn een impuls geweest voor een duurzamere aanpak. Zo is de allereerste Groene Karavaan ooit georganiseerd. In ieder hoofdstuk staat per onderdeel al kort opgesomd wat er op het gebied van duurzaamheid is gerealiseerd. Een kleine greep uit de resultaten:

Belangrijkste resultaten

- Een uur voor de renners konden toeschouwers langs het parcours 's werelds allereerste duurzame Groene Karavaan ooit bewonderen.
- Ook konden bezoekers op het duurzaamheidsplein tijdens het koersweekend allerlei inspiratie opdoen en de 'groene auto's' van dichtbij bewonderen.
- Wielerverenigingen met accommodatie kregen de mogelijkheid van een gratis energiescan aan te vragen met tips & tricks (inclusief financiering) over hoe hun accommodatie te verduurzamen.
- Alle initiatieven uit activatieprogramma zijn langs de drie pijlers van duurzaamheid gelegd. Ook hebben de compañeros tijdens de afslagavond een workshop gekregen over hoe een evenement zo duurzaam mogelijk te organiseren.
- De marketingcommunicatie was zo digitaal mogelijk; zo kregen bezoekers geen plattegrond, maar was er een digitale kaart
- De campagne met het Fonds Gehandicaptensport heeft gezorgd dat een aantal unieke sporters een sporthulpmiddel hebben kunnen aanschaffen. Dit past binnen het onderdeel inclusiviteit van de duurzaamheidsstrategie.
- Bij de VIP-events zijn lokale producten gebruikt en was er een groot vegetarisch aanbod.
- Alle medewerkers hebben tijdens het startweekend een duurzame, vegetarische lunch ontvangen met lokale producten, verzorgd door Boerschappen.
- In publiek-private samenwerking is een concept ontwikkeld om individuele duurzaamheidsambities te koppelen aan een collectieve duurzaamheidsambitie, waarbij gekozen is voor de uitdagende vorm van een Groene Karavaan.
- Naast het realiseren van concrete resultaten is La Vuelta Holanda ook als kans aangegrepen om partners en publiek bewuster te maken op het gebied van duurzaamheid. Door te inspireren en La Vuelta Holanda als podium aan te bieden voor passende duurzame initiatieven.



LA VUELTA 22

HOLANDA

7.1 De aanpak

Op basis van de United Nations Sustainable Development Goals is, samen met Green Events, in 2019 een duurzaamheidsstrategie voor La Vuelta Holanda opgesteld. Hierbij is goed gekeken welke thema's er bij het evenement pasten. Dit heeft uiteindelijk geleid tot drie pijlers:

- 1) Zorg voor de natuur (milieu)
- 2) Iedereen doet mee (inclusief)
- 3) Fit voor morgen (vitaliteit)

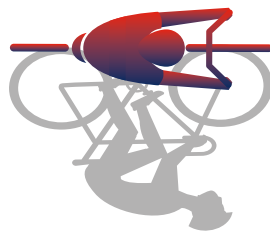
De maatregelen zijn op verschillende ambitieniveaus ingestoken. Immers, dat je als eigen organisatie nadenkt over welke stappen je zet op het gebied van duurzaamheid is logisch, maar het grootste bereik creëer je door anderen te inspireren, dat is juist ook de kracht van een sportevenement. Dit heeft geleid tot het onderscheid in drie niveaus.

Kopgroep

Een goed duurzaamheidsverhaal begint met de eigen zaken op orde. Hiertoe heeft de projectorganisatie een zogenaamde duurzaamheidsmatrix opgesteld, om zo allerlei maatregelen in kaart te brengen die bijdragen aan een duurzaam evenement. Al deze maatregelen zijn gecategoriseerd op impact, uitvoerbaarheid en kosten. De meest realistische en haalbare maatregelen zijn waar mogelijk geïmplementeerd.

Demarrage

La Vuelta Holanda had op dit tweede ambitieniveau invloed maar was niet beslissend. De belangrijkste partners zijn door de projectorganisatie: geïnformeerd, geïnspireerd en waar mogelijk is de dialoog aangegaan



over de mogelijkheden om te verduurzamen. Hierbij kan gedacht worden aan de Spaanse collega's (Unipublic), de private partners, de wielerploegen, de grote en toonaangevende side events (zoals de Toerversie) en de toeleveranciers. Zo heeft Unipublic gewerkt met veel materialen uit Nederland en konden deelnemers aan de Toerversie als optie een duurzaam wielershirt bestellen.

Peloton

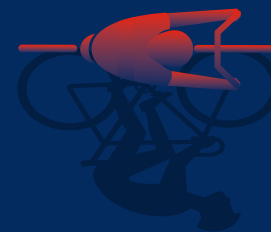
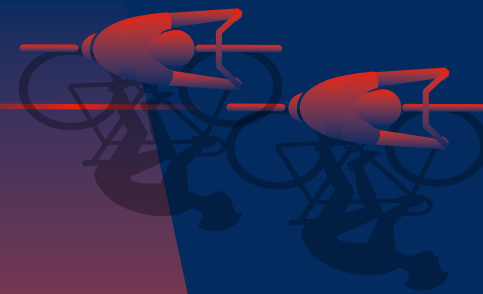
Met de derde groep, het peloton, was het minst intensief en persoonlijk contact. Uiteraard stond inspiratie hier voorop. Onder dit peloton vielen onder andere: bezoekers en de kleine activiteiten uit het activatieprogramma. Zo zijn bezoekers verleid met de digitale kaart om bij de watertappunten hun bidon bij te vullen. En konden ook de kleinere activiteiten gebruik maken van de VAMOS-aankleding van het activatieprogramma middels een leensysteem.

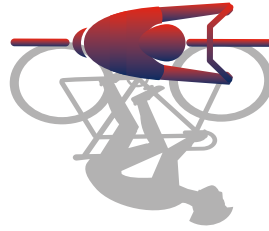
7.2 Duurzame legacy

Naast inspiratie en het zo duurzaam mogelijk organiseren van La Vuelta Holanda is ingezet op twee specifieke projecten: 's werelds eerste Groene Karavaan en het verduurzamen van wielerverenigingen.

Groene Karavaan met energie van Essent

De traditionele La Vuelta reclamekaravaan kwam niet vanuit Spanje mee naar Nederland en dit bood een unieke kans om het op een andere manier te doen: het neerzetten van 's Werelds eerste Groene Karavaan. Zo kreeg de organisatie de kans om het duurzaamheidsverhaal aan alle bezoekers van La Vuelta te laten zien. Het idee was tweeledig: geen uitstoot tijdens de karavaan zelf, en vooral ook anderen





inspireren door het verspreiden van een duurzame boodschap door alle partners die meereden. Dit onder de bezielende leiding van La Vuelta Holanda partner More2Win.

Uiteindelijk reden er 28 voertuigen geheel emissieloos (elektrisch, op groene waterstof of op zonne-energie) mee. Hiermee hebben we 10.962 'groene' kilometers gereden. Dat heeft een flinke CO₂ besparing op geleverd ten opzichte van een normale reclamekaravaan. Daarnaast zijn er geen (plastic) wegwerp-gadgets uitgedeeld.

De karavaan werd gevormd door twaalf partners, van sociaal ondernemers, tot overheden en grote ondernemingen en instellingen. Samen vertegenwoordigden de partners van de Groene Karavaan vrijwel alle sectoren; automotive, toerisme, energie, kleding, voeding, water, zakelijke dienstverlening en entertainment (bijlage 5)

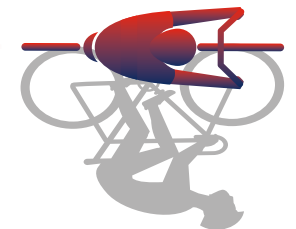
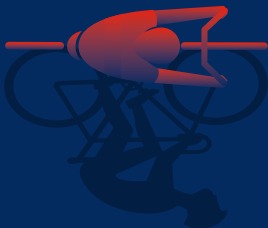
Maar liefst 66% van de bezoekers die langs de route stonden geeft aan dat een CO₂ neutrale/ Groene Karavaan belangrijk is voor de toekomst van dit soort evenementen

Vanuit de internationale wielwereld en de media is met grote belangstelling gekeken naar dit innovatieve Nederlandse concept. Met de Groene Karavaan is een stap gezet in het verduurzamen van de traditionele reclamekaravaan en daarmee een voorzichtige stap in het verduurzamen van de wielerevenementen en wielersport.

In bijlage 4 zijn meer facts & figures van 's Werelds eerste Groene Karavaan te vinden. Kijk [hier](#) de aftermovie

Verduurzamen wielerverenigingen

La Vuelta Holanda en Sportenergie hebben in juni de handen ineengeslagen om de wielerverenigingen in Nederland te ondersteunen bij het verduurzamen van hun wielerverenigingen. Dit draagt niet alleen bij aan het tegengaan van klimaatverandering, verenigingen houden ook meer geld over voor vrijwilligers, trainers, nieuwe fietsen en nieuw materiaal. De wielerverenigingen kregen een gratis energiescan aangeboden, en ook ondersteuning bij de vervolgstap om hun accommodatie ook daadwerkelijk aan te passen. De KNWU omarmt het initiatief en zal het traject samen met haar uitvoeringspartner en Sportenergie voortzetten.



7.3 Wist je dat?

- 🍃 De wens om een groene Vuelta-start te realiseren is geslaagd. Met de Groene Karavaan; een uniek concept wat bij een volgende wielerveeniging zo uitgerold kan worden. En met de verduurzaming van accommodaties van wielerverenigingen is er ook een blijvende legacy gecreëerd. Om voor een volgende editie het evenement nog meer te verduurzamen is het advies om meer middelen vrij te maken en ingrijpendere keuzes te maken.
- 🍃 Met zoveel partners werken en een programma neerzetten is fantastisch. Aan de andere kant maakt dat het regievoeren op dit onderwerp ook ingewikkeld. Je bent afhankelijk van hoe al deze partners de onderwerpen duurzaamheid en innovatie oppakken en inzetten. Daarnaast kan er ook sprake zijn van botsende belangen. Zo was er in Breda vanuit veiligheidsoverwegingen een glasverbod op de publieksvenues. Vanuit duurzaamheid zou je juist graag herbruikbaar glas gebruiken.
- 🍃 Ook in het activatieprogramma was duurzaamheid een belangrijk onderwerp. Zo kregen alle compañeros tijdens de afslagavonden een workshop over dit onderwerp. Ook pasten een aantal activiteiten perfect bij een of zelfs meerdere duurzaamheidsthema's. Echter is er geen harde keuze gemaakt om bijvoorbeeld alleen activiteiten toe te laten die het op een duurzame manier organiseren.
- 🍃 Om invulling te geven aan een vooruitstrevende duurzame ambitie is commitment, integratie en budget nodig. Zo is bij het kiezen van de kledingpakketten uiteraard voor de meest duurzame haalbare optie gekozen. Echter kleding van volledig gerecycled materiaal bleek financieel niet haalbaar.

- 🍃 Hoewel gestreefd is naar een haalbare duurzame merchandise lijn, is het meest duurzame uiteraard niets aanbieden. Echter werd het publiek en de wielervrienden een fysiek aandenken gegund.
- 🍃 La Vuelta Holanda had de primeur met 's Werelds eerste Groene Karavaan. Echter moest het publiek nog wennen aan dit nieuwe concept. Met name kinderen waren teleurgesteld dat er niets uit het raam werd gegooid zoals bij een traditionele karavaan.
- 🍃 Een volgende stap is om als organisatie zelf volledig CO₂ neutraal te rijden, zowel in de voorbereiding als tijdens het evenement zelf. Zoveel mogelijk met het OV en elektrische busjes en huurauto's. Dit kon niet altijd geleverd worden door de partners.

Echter zijn er zeker stappen gezet: zo reed de Spaanse organisatie ook met elektrische volgauto's mee in de koers.



LA VUELTA 22

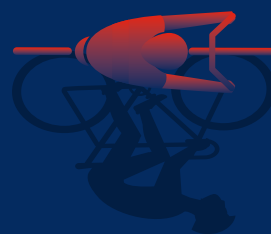
HOLANDA

8. LEGACY

De start van de Ronde van Spanje in Nederland was een feest van en in regio's en steden. Mogelijk gemaakt dankzij de grote betrokkenheid en inzet van veel partners en instanties, de (project)organisatie, de vrijwilligers en de overweldigende belangstelling van het publiek. En na de coronapandemie een enorm feest van blijdschap en verbroedering.

Vanaf de kick-off op donderdag 12 mei hebben de steden en regio's met alle succesvolle cross-over initiatieven de kracht laten zien van een dergelijk activatieprogramma verspreid over Utrecht en Brabant. De Universiteit Utrecht gaat in de evaluatie van het evenement verder in op de maatschappelijke en organisatorische effecten en impact van het evenement.

Door met een dergelijk groot netwerk zo'n evenement te organiseren zorgt ervoor dat opgebouwde energie, netwerken en kennis voor een groot deel behouden blijven. Dit vertaalt zich in een aantal concreet te benoemen voorbeelden.



8.1 Duurzame legacy

Met de organisatie van La Vuelta Holanda zijn meerdere blijvende zaken gerealiseerd, zoals:

- Het concept Groene Karavaan is ontwikkeld en is te vertalen richting andere (wieler)evenementen. De verwachting is dat dit innovatieve concept in de toekomst zeker een vervolg krijgt.
- Samen met partner Sportenergie is aan de wielerverenigingen met een accommodatie een gratis energiescan aangeboden met follow-up. De KNWU heeft dit traject geadopteerd en gaat samen met hun eigen partner en Sportenergie verder met dit initiatief. Waardoor nog meer verenigingen worden bijgestaan in het verduurzamen van hun accommodatie. Gezien de huidige energiemarkt is dit onderwerp actueler dan ooit.
- Met het geld dat is ingezameld voor het Fonds Gehandicaptensport worden sporthulpmiddelen aangeschaft voor mensen uit parcoursgemeenten die een sporthulpmiddel nodig hebben en zo mede dankzij La Vuelta Holanda kunnen gaan sporten.

8.2 Samenwerken & organisatie

Het organiseren van een evenement dat door drie provincies trok, met compañeros, vrijwilligers uit heel het land en tientallen partners, heeft gezorgd voor blijvende verbindingen en samenwerkingen, zoals:

- Een goede samenwerking tussen de (marketing) organisaties in de provincies Utrecht en Noord-Brabant. Zij hebben de intentie om op meerdere onderdelen blijvend te gaan samenwerken.
- De ambtelijke en bestuurlijke samenwerking, geformaliseerd in een stichting en een uitvoerende projectorganisatie als succesvol model voor toekomstige projecten/evenementen.
- Vier stagiairs uit 2020 hebben na hun studie een aanstelling gekregen bij een publieke of private partner van La Vuelta Holanda.

8.3 Producten & middelen

Er zijn meerdere producten en middelen ontwikkeld die bij volgende evenementen kunnen worden ingezet, zoals:

- De voor La Vuelta Holanda doorontwikkelde duurzaamheidsmatrix kan ook bij volgende evenementen gebruikt worden voor het verduurzamen van het evenement.
- Ook het doorontwikkelde risicomanagementmodel kan worden gebruikt bij volgende evenementen om te sturen op eventuele risico's en daarop beheersmaatregelen te treffen.
- De digitale kaart is ontwikkeld en dit concept is bruikbaar om bezoekers te informeren en de leiden. Dit kan breder dan alleen bij evenementen worden ingezet.
- Tijdens La Vuelta Holanda is voor de bereikbaarheidscommunicatie met een chatbot gewerkt. Dit was een nieuwe ervaring voor de publieke partners, en heeft veel (standaard) vragen afgevangen. Een snel en relatief eenvoudig te implementeren middel.

- Een uitgebreide beeldbank met foto's en video's, van het evenement, die de publieke partners blijvend kunnen gebruiken voor onder andere citymarketingdoeleinden.
- Een set aan online-kanalen met al een flink aantal volgers, bruikbaar voor toekomstige wieler gerelateerde evenementen van de partners

8.4 Activiteiten & evenementen

Binnen het activatie zijn ook veel mooie nieuwe samenwerkingen tot stand gekomen, daarnaast zijn er activiteiten die ook na het vertrek van het peloton door blijven gaan, zoals:

- Toerversie La Vuelta Holanda: de intentie van de organisator van de Toerversie Central Events is om zowel de editie in Utrecht als Breda een blijvend vervolg te geven.
- De verwachting vanuit gemeenten Utrecht en Breda is dat verschillende evenementen en activiteiten uit het activatieprogramma de komende jaren een vervolg krijgen.
- Tot slot is er de opbrengst van activiteiten zelf. Bijlage 3 geeft hier een compleet overzicht van alle aangemelde activiteiten.

9. PROJECTORGANISATIE

De organisatie van La Vuelta Holanda heeft een impuls opgeleverd voor zowel de bestuurlijke als organisatorische samenwerking tussen Utrecht en Noord-Brabant. De drie steden en twee provincies hebben in verschillende structuren intensief met elkaar samengewerkt.

Belangrijkste resultaten:

- La Vuelta Holanda was een prachtige leerervaring als het gaat om het organiseren van een groot sportevenement in de openbare ruimte. Doordat collega's vanuit de steden en provincies onderdeel uitmaakten van de projectorganisatie, wordt deze kennis ook daadwerkelijk geborgd.
- Het intensiveren van de samenwerking onderling, maar ook tussen onder andere kennisinstellingen, private partners en marketingorganisaties verspreid over Utrecht en Noord-Brabant.
- La Vuelta Holanda heeft de publieke partners een platform geboden voor verdere samenwerking. De (publieke) samenwerking is ervaren als prettig, constructief en collegiaal en op basis van gelijkwaardigheid.

Projectorganisatie

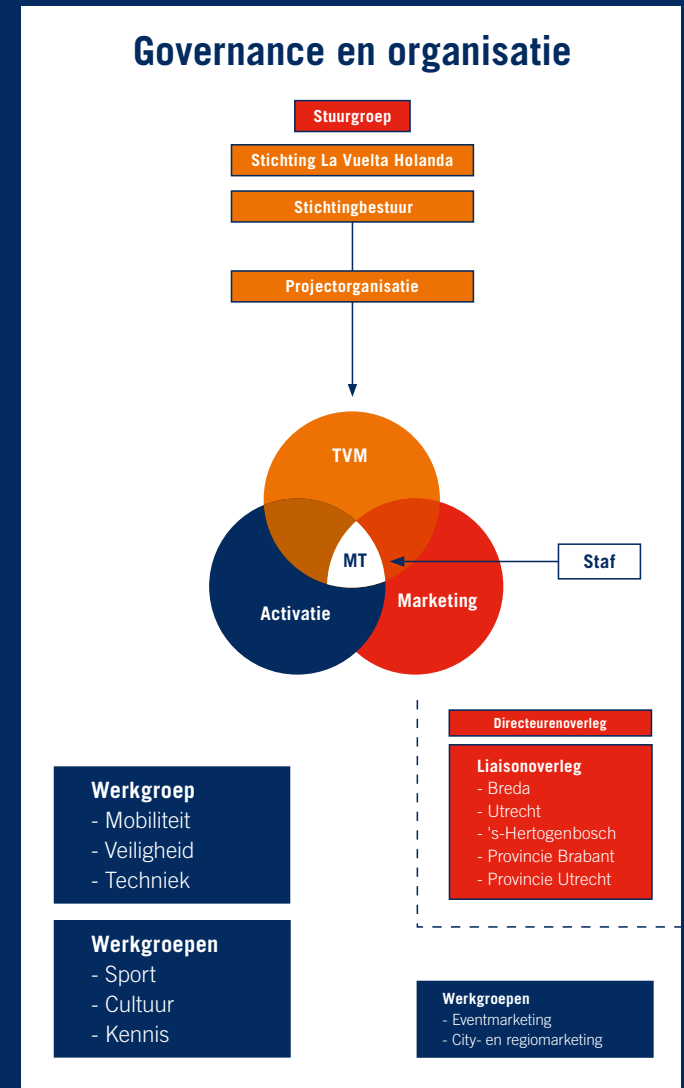
- De projectorganisatie bestond uit een vast team met onder andere mensen vanuit de gemeentelijke en provinciale organisaties, zodat de kennis ook voor toekomstige evenementen geborgd wordt.
- De werklocatie was het -duurzame- pand van partner a.s.r. Daar beschikte de projectorganisatie over circa 20 werkplekken en de mogelijkheid te vergaderen. Corona en de samenstelling van het team, zorgden er wel voor dat er veel hybride gewerkt werd. Het team TVM had als vaste uitvalsbasis het Utrechtse Stadskantoor.

- Corona heeft na de doorstart in 2021 gezorgd voor wisselingen in het projectteam. Ondanks dat een groot deel van de teamleden doorging en er dus kennis behouden bleef, heeft het inwerken en het op vlieghoogte brengen van mensen ook extra tijd gekost.
- De totale projectorganisatie is gegroeid tot 45 mensen (niet full-time) in augustus 2022.

De niet-gemeentelijke inzet bestond uit:

- marketing: met twee gerenommeerde sportmarketingbureaus (SportVibes en Triple Double) is een partnership aangegaan. Hierdoor werd een groot deel van de marketingcommunicatiewerkzaamheden door hen uitgevoerd.
- voor het vrijwilligersmanagement is een partnership aangegaan met EventMakers, aangezien zij specifieke kennis hebben en een grote landelijke database met enthousiaste vrijwilligers.
- overige stafdiensten zoals juridisch, fiscaal en financieel advies zijn eveneens via partnerships ingevuld (door respectievelijk Holla, EY en PwC).
- voor het onderdeel duurzaamheid is samengewerkt met More2Win die onder andere het concept Groene Karavaan uitgevoerd hebben.
- De projectorganisatie bestond voor een groot deel uit jonge mensen (tijdelijke contracten) en stagiairs. Deze (in totaal ongeveer veertien) stagiairs hebben een lange periode stage gelopen (tot en met het evenement zelf), zodat geen kennis verloren zou gaan of tijd verloren zou gaan.
- Het projectteam met mensen met verschillende achtergronden vormde mooie combinatie: deskundigheid op elk vlak kon zo worden ingebracht, evenals een groot netwerk en een groot bereik.

De projectorganisatie zelf was als volgt opgebouwd:



9.1 Stichting

Voor de organisatie van La Vuelta Holanda is een stichting opgericht. Met de keuze voor een stichtingsvorm is de organisatie op afstand van de publieke partners gezet. De stichting zorgde onder andere voor de betalingen van de kosten van La Vuelta Holanda, was contractpartner voor de private partners en was verantwoordelijk voor de commerciële inkomsten zoals de merchandising en hospitality. In de stichting waren juridische, financiële en commerciële expertise vertegenwoordigd.

De stuurgroep overlegde regelmatig met het stichtingsbestuur (de opdrachtnemer van de publieke partners en opdrachtgever voor de projectorganisatie). Via het directeurenoverleg, het liaisonoverleg en indien nodig het controllersoverleg werden deze bijeenkomsten secuur voorbereid. Via negen kwartaalrapportages is door de publieke partners verantwoording afgelegd aan de gemeenteraden en provinciale staten.

Gedurende het project is via het zogenaamde CoSo-model een risico-analyse gemaakt. Hiermee werden zowel de financiële en kwaliteitsrisico's in beeld gebracht en gemonitord en zijn beheersmaatregelen benoemd. De risicomatrix is gedurende het project vijf maal geactualiseerd door de verschillende deelgebieden binnen de projectorganisatie. Via deze methodiek kon tijdig worden bijgestuurd indien nodig.

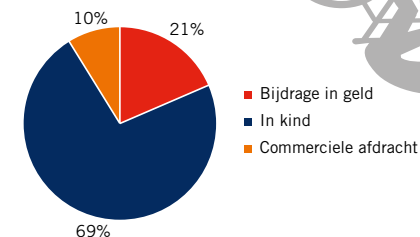
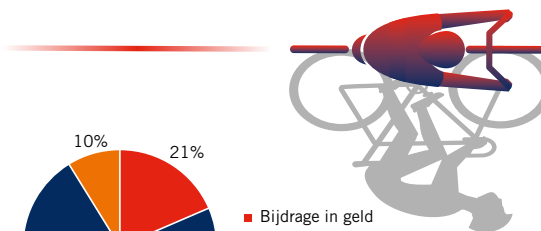
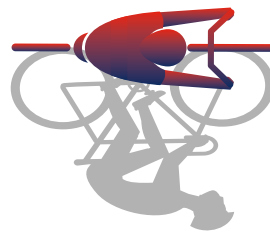
9.2 Partnerships

La Vuelta Holanda is niet alleen mogelijk gemaakt door de publieke partners. Ook hebben tientallen private partners zich aan het evenement verbonden waardoor gewenste

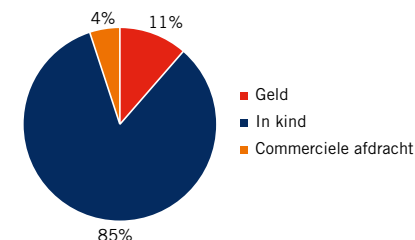
cofinanciering (60-40%) voor een start in 2020 haalbaar werd. Na de doorstart naar 2022 is deze verhouding uitgekomen op 58-42%, gebaseerd op de werkbegroting van maart 2022. Het proces om private partners aan La Vuelta Holanda te binden is intensief begeleid door partner Triple Double.

Belangrijkste resultaten

- Het totaal aantal private partners voor La Vuelta Holanda 2022, inclusief Groene Karavaan, is op meer dan 50 uitgekomen. Zij hebben met elkaar gezorgd voor een private dekking van bijna € 5,3 miljoen. Waarvan een groot deel in diensten en producten ('in kind'), en een deel in cash. Zie bijlage 5 voor een volledig overzicht van de partners.
- Een groot deel van deze partijen had haar commitment al voor de bekendmaking in december 2018 uitgesproken. In mei 2020 waren er 36 partners aan het evenement verbonden en bedroeg de private dekking circa € 5,5 miljoen.
- Tijdens en na de haalbaarheidsfase voor de doorstart naar 2022 is met alle 36 partners weer gesproken om ook verzekerd te zijn van een bijdrage voor de editie van 2022. Dit is een intensief traject gebleken. Bedrijven waren namelijk twee (corona) jaren verder, en hadden andere prioriteiten, doelstellingen, budgetten en met name veel positiewisselingen. In de meeste gevallen zijn de partners gebleven en zijn er zelfs nog nieuwe partijen aangesloten.
- Een kopgroep van private partners uit Utrecht hebben in deze haalbaarheidsfase een voortrekkersrol gehad.
- Daarmee is sprake van een bijzondere prestatie, waarbij het (topsport)evenement in onzekere tijden door een wereldwijde pandemie in grote mate ook mede privaat is gefinancierd.



Figuur 1 Type partnerships

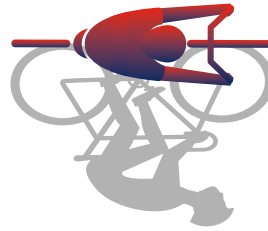


Figuur 2 Vorm van financiële bijdrage in waarde

- Bij het sluiten van de partnerships is nadrukkelijk gekeken naar de core business van de partners: hoe kon de core business worden ingezet om het organiserend vermogen te versterken?
- Naast de private partners hebben ook publieke partners bijgedragen: het ministerie van VWS, het ministerie van Defensie, de provincies Utrecht en Noord-Brabant en de steden Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht.
- Alle partners hadden een eigen toolkit, waaronder een composite logo ontvangen waarmee zij zich ook visueel konden aansluiten bij het La Vuelta Holanda peloton.
- Naast de officiële partners is er veelvuldig samengewerkt met organisaties uit de steden en de regio's zoals de marketingorganisaties. Om met elkaar het maximale rendement uit het evenement te halen en het internationale podium optimaal in te zetten. Dit heeft geresulteerd in blijvende samenwerkingen.

LA VUELTA 22

HOLANDA



9.3 Relatiemanagement

In aanloop en tijdens La Vuelta Holanda zijn er meerdere partnerbijeenkomsten geweest. In aanloop naar 2020 was dat in 's-Hertogenbosch bij het nationale Wielergala, Utrecht Marketing organiseerde een sfeervol ontvangst rondom de kick-off op 12 mei en bij de ploegenpresentatie konden de partners ook niet ontbreken. Op een a-locatie kon er genetwerkt worden, om vervolgens op het Vredenburgplein de spetterende show mee te maken, om vervolgens vanaf het terras de renners in de mixed-zone en bootjes te aanschouwen.

Bij alle Nederlandse etappes werd voor de officiële start met een delegatie van bestuurders en ambassadeurs het startlint doorgeknipt. Ook bood Unipublic La Vuelta Holanda de gelegenheid om tijdens de uitreiking van de truien op het podium hoogwaardigheidsbekleders te laten aansluiten. Deze unieke gelegenheid is gebruikt om ook een aantal mensen te bedanken, waaronder Minister Conny Helder, plaatsvervangend ambassadeur Jorge Avila Liceranzu en vertegenwoordigers van Utrecht Science Park.

Uniek was dat de rode trui voor de eerste etappes een speciaal Nederlands design had, ontworpen door Mattijs van Bergen. Dit is nog niet eerder gebeurd bij de start van

een grote wielerronde in het buitenland. Ook ontvingen alle renners op het podium een aandenken aan de Vuelta-start in Nederland, namelijk een La Vuelta Holanda nijntje. Een waar collectorsitem!

9.4 Wist je dat?

- De projectorganisatie was gehuisvest in het pand van a.s.r. Dit pand heeft energielabel A en er is gekozen voor duurzaam materiaalgebruik. Er is nagenoeg papievrij gewerkt.
- Tijdens de periode met coronamaatregelen, en ook daarna, zijn door de mogelijkheid van vergaderen via Teams een heleboel reiskilometers bespaard.
- Bij werkbezoeken aan de Vuelta-organisatie is de CO₂-uitstoot van de vluchten gecompenseerd.

Lessons learned

- Het in een publiek-private vorm organiseren en financieren van het evenement zorgt voor een stevig draagvlak, een gedeelde verantwoordelijkheid en breed eigenaarschap. Deze vorm maakt het echter ook complex en uitdagend. Het vraagt veel van de onderlinge communicatie en afstemming.
- De keuze voor een stichtingsvorm zorgt voor transparantie en organisatorische rust: goed kunnen sturen op maatschappelijk rendement en voorkomen dat economisch rendement de overhand neemt, het kunnen bewaken van risico's door de governance structuur (liaisonsplatform, controllers- en directeurenoverleg en stuurgroep).
- Formuleer maatschappelijke KPI's zodanig dat ze tussentijds ook gebruikt kunnen worden als sturingsmechanisme.
- De twee werelden publiek en privaat vulden elkaar

goed aan in een tijdelijke projectorganisatie, en konden leren van elkaars werkwijze. In de processen rondom besluitvorming en communicatie op belangrijke momenten was de werkwijze van publieke partners wel bepalend: vaste besluitvormingsprocessen, communicatie door de bestuurders en vasthouden aan de opdracht.

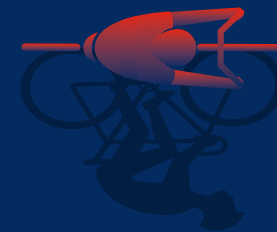
- Een gezamenlijke werkplek voor de projectorganisatie is zeer wenselijk, evenals de fysieke aanwezigheid van alle teams op één locatie.
- De verhouding stagiairs en professionals dient goed in balans te zijn. Het bieden van stageplekken is een belangrijke maatschappelijke waarde. Het vraagt echter ook veel tijd om de stagiairs goed te begeleiden.
- Bij La Vuelta Holanda waren ook veel partijen betrokken dat maakt het faciliteren en afstemmen extra belangrijk. Denk aan maandelijkse factsheets en regelmatige updates naar doorkomstgemeenten. Voor een goede informatievoorziening was aanvullend een online omgeving ingericht.
- Zorg dat alle projectonderdelen, zeker als ze team overstijgend zijn, een eigenaar hebben. Met name operationele zaken vragen richting een evenement een flinke tijdsinvestering. Denk hierbij aan het accrediteren van alle medewerkers, vrijwilligers en gasten.



LA VUELTA 22

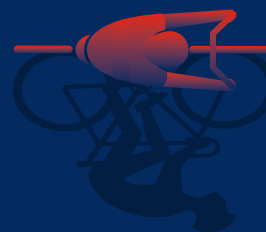
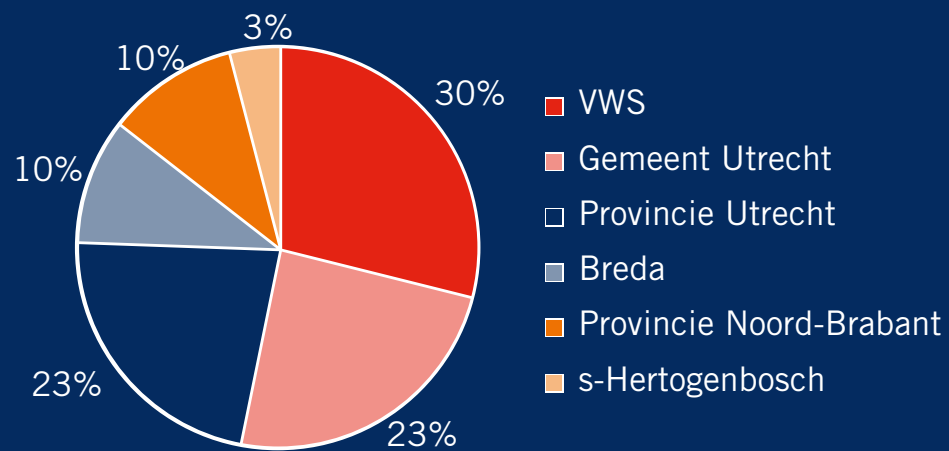
HOLANDA

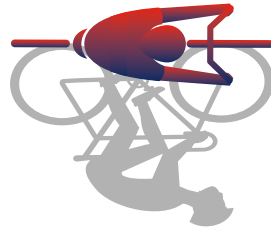
10. BEGROTING



Voor de organisatie van de Vuelta-start in 2020 in Nederland bedroeg de initiële projectbegroting € 14,9 miljoen, met een financieringsverhouding van 60% publieke en 40% private middelen. De publieke middelen bestonden uit een bijdrage van VWS en bijdragen van de publieke partners in de verhouding 2/3 Utrechtse partners (50-50%), 1/3 Brabantse partners (onderverdeeld in 43-43-14%).

Verdeling van de publieke bijdragen in de begroting





10.1 Verplaatsen start naar 2022

- Na het teruggeven van de start in 2020 vanwege de coronapandemie, is tijdens de haalbaarheidsfase gebleken dat meer geld nodig was om het evenement in 2022 te organiseren. De herziene begroting voor het evenement bedroeg € 15,8 miljoen.
- De publieke partners hebben een extra bijdrage gedaan en van VWS is een subsidie ontvangen, met de afspraak dat een eventueel overschot wordt terugbetaald aan VWS. Daarmee kwam de publieke financiering op 65% van de benodigde middelen.
- In de dekking van het evenement zijn ook inkomsten uit commerciële activiteiten begroot. Dit zijn werkzaamheden die aan andere organisaties zijn uitbesteed, zoals het organiseren van de toertocht. Op basis van onze ervaringen uit 2020 hebben we besloten die opbrengsten naar beneden bij te stellen, tot 3% van de opbrengsten. Hierdoor ontstond in 2021 een dekkingsopgave van € 200.000.
- Met deze dekkingsopgave en later ook extra kosten als gevolg van stijging van bijvoorbeeld de energieprijzen en het terugtrekken van cash en barter sponsors en is inzichtelijk gemaakt op welke posten in de begroting bespaard kon worden.
- Om de begroting sluitend te krijgen is een aantal kostenposten bevroren. Met name op het gebied van Marketing en Communicatie heeft dit consequenties gehad. Kortgezegd heeft dit ertoe geleid dat vanuit de projectorganisatie de focus is komen te liggen op het koersweekend en minder op de voorpret, aankleding en signing.
- In maart 2022 is aan de stuurgroep een sluitende begroting van € 15,3 miljoen voorgelegd, met daarbij draaiknoppen voor situaties waarbij extra opbrengsten

werden gerealiseerd of hogere of extra kosten ontstonden.

- Met deze strakke sturing, op grond van een bestuurlijke opdracht om niet negatief te eindigen, is het gelukt om uiteindelijk het evenement met een positief saldo te eindigen. Door de subsidie afspraken met VWS sluit het project uiteindelijk met een nihil resultaat.

10.2 Resultaten en ontwikkelingen

Door het verplaatsen van La Vuelta Holanda van 2020 naar 2022 is de exploitatie van de organisatie van La Vuelta Holanda over meerdere jaren verspreid. Dit leidt ertoe dat de verantwoording niet in een jaarrekening van de stichting verwerkt kan worden. Voor een juiste vergelijking van de begroting met de werkelijke exploitatie volgt onderstaand een vergelijking van de in maart 2022 door de stuurgroep goedgekeurde sluitende begroting met de daadwerkelijke exploitatie over de jaren 2019 tot en met 2022. De accountantscontrole is uitgevoerd op het exploitatieoverzicht over de jaren 2019-2022. Uitkomst van deze controle is de accountantscontrole is uitgevoerd op het exploitatieoverzicht over de jaren 2019-2022, wat heeft geresulteerd in een goedkeurende verklaring.

Doordat de stichting bij de verplaatsing van La Vuelta Holanda van 2020 naar 2022 een subsidie heeft verkregen van het Ministerie van VWS, met een terugbetaalverplichting indien sprake is van een overschot, is een extra regel aan het exploitatieoverzicht toegevoegd met het terug te betalen bedrag aan VWS.

Hierdoor komt het resultaat van de organisatie van La Vuelta Holanda uit op nihil.





Stichting La Vuelta Holanda

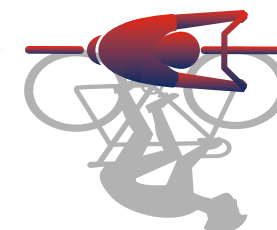
	Sluitende begroting akkoord in maart '22	Gerealiseerd in 2019-2022
Opbrengsten		
Publieke partners	7.150.000	7.150.000
VWS bijdrage	2.500.000	2.500.000
VWS subsidie	500.000	500.000
Private partners - barters	3.951.700	4.577.028
Private partners - cash	632.000	543.250
Commerciële activiteiten	555.000	252.534
Groene karavaan	-	149.115
	15.288.700	15.671.927
Totaal organisatiekosten	6.612.645	6.723.018
Totaal TVM	4.842.700	5.206.806
Totaal marketing en communicatie	1.377.402	1.387.693
Totaal activatie	889.950	906.678
Totaal groene karavaan	-	143.259
Totaal overige kosten	1.076.003	575.902
Totaal relatiemanagement	490.000	427.306
Totaal kosten	15.288.700	15.370.662
Terug te betalen subsidie VWS	-	301.265
Resultaat	-	-

Aan de opbrengsten kant zijn hogere baten gerealiseerd vanuit bartercontracten, hier staan ook hogere kosten in de exploitatie tegenover en hebben derhalve geen invloed op het resultaat. Daarentegen vallen de cash opbrengsten en de opbrengsten van de commerciële activiteiten ruim € 400.000 lager uit dan begroot.

In de sluitende begroting was geen rekening gehouden met de organisatie van de Groene Karavaan omdat die pas georganiseerd zou worden als sprake zou zijn van een positief resultaat. Dat was er op dat moment, maart 2022, nog niet. Naast een dekking in de exploitatie van de Groene Karavaan voor kosten gemaakt door het team TVM alsmede het team marketing en communicatie, resteert een positief saldo van bijna € 6.000.

Onder de overige kosten hebben wij een post onvoorzien opgenomen voor enerzijds tegenvallende opbrengsten uit de commerciële activiteiten en anderzijds kosten waar, ondanks de ervaring, geen rekening mee was gehouden.

De totale dekking van La Vuelta Holanda is uitgekomen op € 15,7 miljoen en de totale uitgaven zijn uitgekomen op € 15,4 miljoen. Hierdoor is een overschot ontstaan van € 0,3 miljoen en dat is als terug te betalen subsidie aan het Ministerie van VWS verantwoord in het exploitatieoverzicht.



LA VUELTA 22

HOLANDA

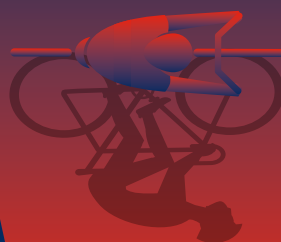
10.3 Lessons learned

- De verhouding publiek/privaat dient in zekere mate gereflecteerd te worden in de risico's die beide bereid zijn te nemen. Zo kan voorkomen worden dat bij het ondermaats leveren het (financiële) risico bij de publieke partners terecht komt.
- Rollen en verantwoordelijkheden bij samenwerking met private partners scherp formuleren waardoor de verantwoordelijkheid bij in kind-opdrachten ook gevoeld en uitgevoerd worden als ware het opdrachten op basis van inhuur (met een inspannings- en of resultaatverplichting).
- Te veel in kind-afspraken kunnen er overigens toe leiden dat als bezuinigd moet worden de kostenbesparingen terecht komen op activiteiten waar dit niet wenselijk is.
- Met een inhoudelijk sterkere propositie, ook aan de voorkant afgestemd met het hoofdevent (in dit geval Unipublic) is meerwaarde te verkopen aan potentiële partners. Daarmee kan een betere en uitvoerbare tegenprestatie (meer dan een sponsorpakket) benoemd worden. Bij het opstellen van de tegenprestatie dient ook zeker het team communicatie betrokken te worden omdat het meestal ook gaat om zichtbaarheid en gebruik van logo's en huisstijl.
- Laat de commerciële inkomsten een kers op de taart zijn in plaats van een cruciaal onderdeel in de begroting.
- Het verkopen van VIP-pakketten in deze economische uitdagende tijden voor een evenement in de openbare ruimte vraagt om een goede afstemming vraag-en aanbod en middelen om deze pakketten ook daadwerkelijk tijdig aan de man te brengen.





- 1. REFLECTIE VAN DE VIJF PUBLIEKE PARTNERS OP LA VUELTA HOLANDA**
- 2. MEDIA RAPPORT**
 - 2.1 Mediarapport La Vuelta-breed over alle etappes
 - 2.2 Mediarapport La Vuelta Holanda
- 3. ACTIVATIEPROGRAMMA**
 - 3.1 Toelichting op een aantal activiteiten met een blijvend karakter
 - 3.2 Totaaloverzicht activiteiten van compañeros
- 4. GROENE KARAVAAN**
- 5. OVERZICHT VAN PRIVATE PARTNERS**
- 6. MANAGEMENTSAMENVATTING ONDERZOEKSRAPPORT USBO KOERSEN TUSSEN AMBITIE EN BUDGET**



BIJLAGE 1

REFLECTIE VAN DE VIJF PUBLIEKE PARTNERS OP LA VUELTA HOLANDA

**Gemeente Utrecht**

Gemeente Utrecht kijkt positief terug op La Vuelta Holanda. Na een gevarieerd en breed gedragen activatieprogramma in de aanloop, een succesvol verlopen Toerversie op 14 augustus vormde de ploegenpresentatie, ploegentijdrit en finish op het Utrecht Science Park een geslaagde finale van La Vuelta Holanda. Enkele honderdduizenden inwoners en bezoekers genoten van de derde grote ronde die Utrecht aan deed en het eerste grootschalige stadsbrede evenement na de recente coronapandemie. Ook in de regionale, landelijke en internationale media was veel lof voor La Vuelta Holanda, met daarin veel aandacht voor Utrecht. Gemeente Utrecht is tevreden over de intensieve samenwerking met de vier publieke partners en de vele private partners gedurende het traject. Er is daarbij – vanuit het Utrechts perspectief – samengewerkt op basis van vertrouwen met oog voor elkaars verschillen, belangen en doelstellingen.

Provincie Utrecht

Provincie Utrecht heeft La Vuelta Holanda ingezet om in en om het provinciale gebied maatschappelijke doelen te realiseren. Dit had vooral betrekking op het in de directe omgeving van het Vuelta-parcours events en activiteiten te laten organiseren door het enthousiasmeren van diverse betrokken partijen. We hebben ons daarbij gericht op de doorkomstgemeenten, organisaties, ondernemers en plaatselijke (dorps)comités. De provinciale organisatie heeft La Vuelta Holanda benut om mens en organisatie bij elkaar brengen door activiteiten te organiseren en de Vuelta te promoten. Via netwerkactiviteiten hebben we bestuurders bij elkaar gebracht en hebben we de Haagse contacten kunnen intensiveren. Diverse platformen (bijvoorbeeld EBU) zijn

bij het evenement ingezet als verbinder voor netwerk, innovatie en economie. Onderlinge samenwerkingen op diverse niveaus zijn hierdoor verdiept.

Provincie Noord-Brabant

In de regio Noord-Brabant is met de komst van La Vuelta Holanda impact gemaakt op sportief, sociaal-maatschappelijk en economisch gebied. Het 100 dagen activatieprogramma bestond uit een divers programma, verdeeld over de regio, met ruime aandacht voor fietsstimulering, Spaans-Brabantse historie, cultuur, samen feest vieren en crossovers tussen deze thema's en ook was er ruime aandacht voor de doelgroep van Uniek Sporten. De samenwerking met Visit Brabant, Breda Marketing en Visit Den Bosch is geïntensiveerd. Tijdens de start, finish en doorkomst van La Vuelta Holanda weekend stonden de steden, de dorpen, provinciale wegen vol met publiek. In veel doorkomstgemeenten waren feesten waar de inwoners en bezoekers uit andere provincies/landen samen genoten van La Vuelta. Hier zag je alle leeftijdscategorieën samen komen. La Vuelta Holanda en het wieler-DNA in de regio waren een goede match.

Gemeente Breda

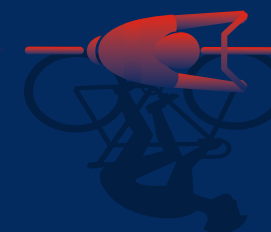
Breda kijkt terug op een fantastische Spaanse La Vuelta Holanda zomer, met als kers op de taart een prachtige etappedag. In samenwerking met een groot aantal partijen uit de stad en regio is een mooi en gevarieerd activatieprogramma neergezet van (inter)nationale allure, dat recht deed aan onze doelstellingen op het vlak van sportiviteit, gezond stedelijk leven, cultuur, economie, duurzaamheid, inclusiviteit en feest in de stad. Op de etappedag was het druk in de stad en Breda stond wereldwijd in de kijker met de beelden van de doorgang

van de renners door de Grote Kerk. Breda Marketing schat in dat hierdoor het aantal bezoekers aan de stad ook de komende jaren nog een impuls zal krijgen als gevolg van de Vuelta. De samenwerking met de betrokken publieke partners is als erg positief ervaren. Daarnaast is de samenwerking met een groot aantal private partners en (onderwijs) instellingen enorm geïntensiveerd. De sfeer in aanloop naar en tijdens het evenement was erg positief. De komst van de Vuelta naar Breda is een groot succes geweest.

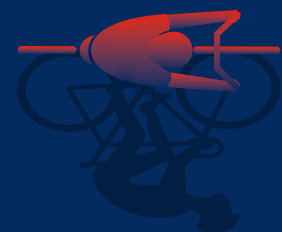
Gemeente 's-Hertogenbosch

's-Hertogenbosch kijkt met voldoening terug op La Vuelta Holanda in het algemeen en de start van de tweede etappe in 's-Hertogenbosch in het bijzonder. In 's-Hertogenbosch zijn 25.000 toeschouwers getuige geweest van een peloton dat geneutraliseerd door de binnenstad koerste, waarna gedurende de verdere dag het Vuelta-feest is voortgezet, gecentreerd op één groot plein, maar ook in de kroegen in de kleinere binnenstadstraten. Qua organisatie is zowel op bestuurlijk en ambtelijk vlak volop gedrevenheid gezien en ervaren rond de samenwerking met de publieke partners, de private lokale partners en de instanties waarmee activatie en de geformuleerde maatschappelijke doelen zijn gerealiseerd. Het was uiteindelijk een geslaagd lokaal, regionaal én nationaal event, met boven verwachting veel publiek, sfeer, (top) sport, activatie en publiciteit.





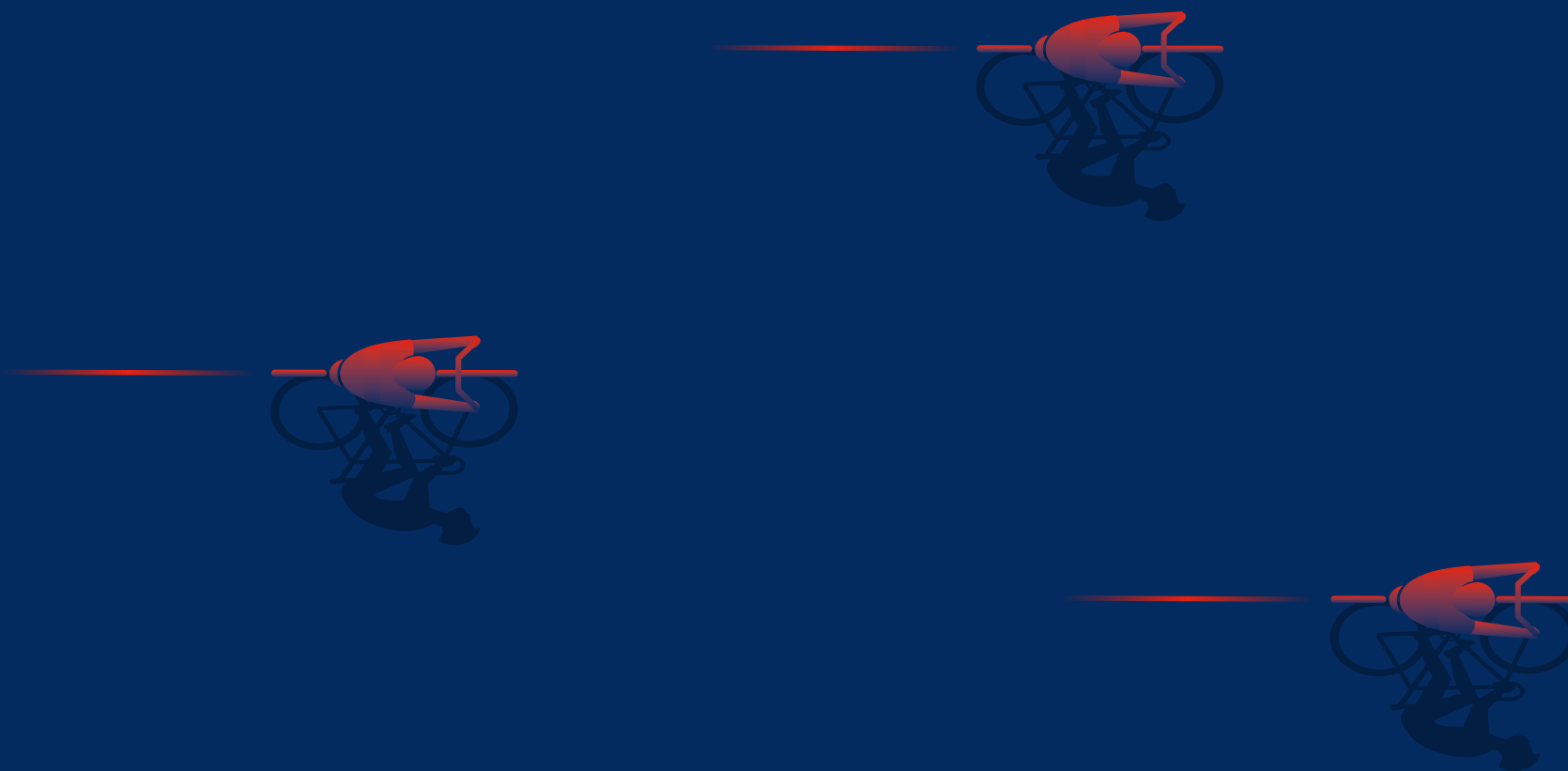
2.1 Mediarapport La Vuelta-breed over alle etappes



LA VUELTA 22

HOLANDA

2.2 Mediarapport La Vuelta Holanda
Gemeten van 1 januari – 10 september 2022



LA VUELTA 22

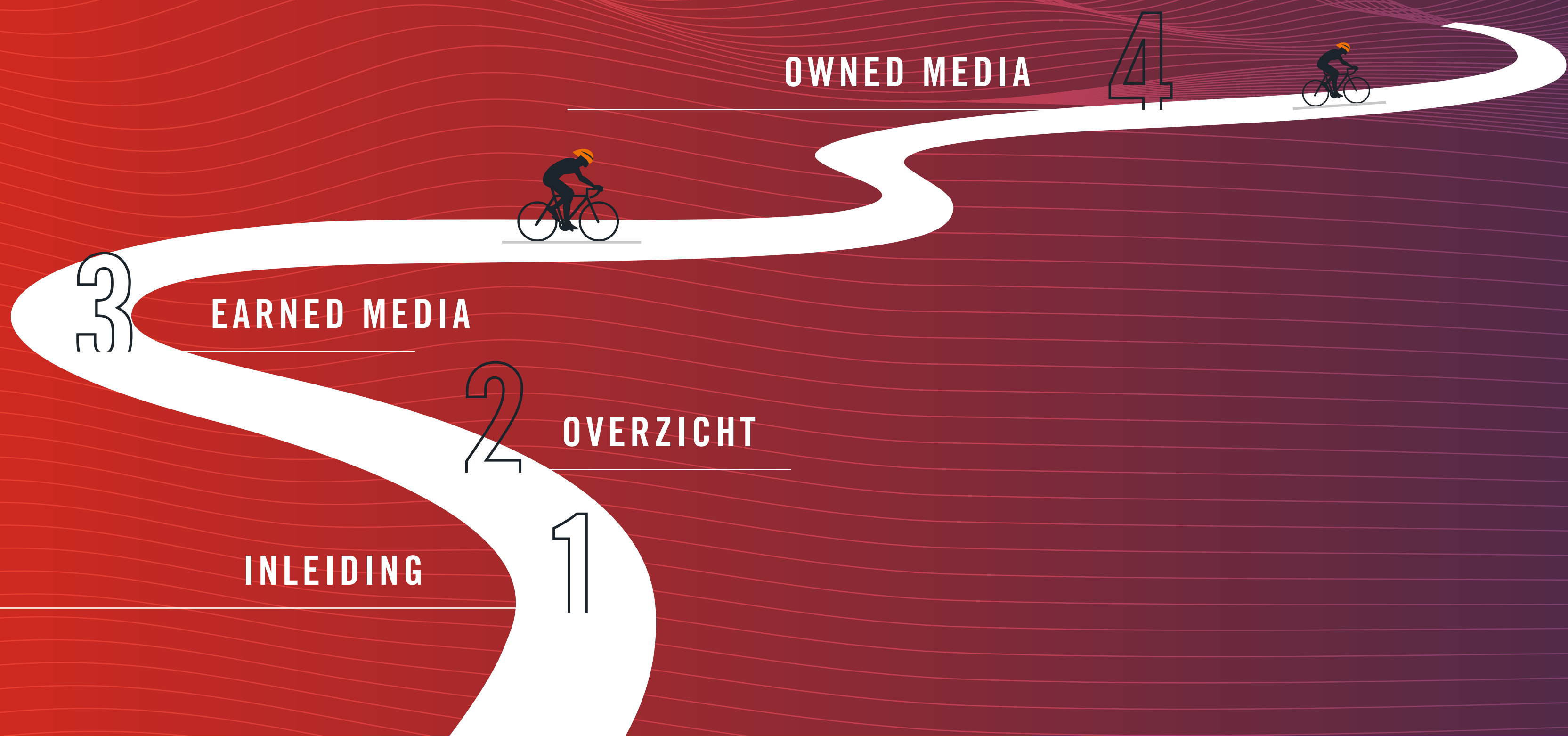
HOLANDA



MEDIA IMPACT RAPPORT

INDEX

INDEX



1 INLEIDING

2

OVERZICHT

3

EARNED MEDIA



OWNED MEDIA

4



INLEIDING

De start van La Vuelta in Nederland is uitgegroeid tot een groot wielerveest. Van de ploegenpresentatie in Utrecht tot en met de eindsprint in Breda, verwelkomden enthousiaste wielervans het peloton in Nederland. Naar schatting brachten bijna een miljoen wielervans een bezoek aan het evenement.



Naast deze vier dagen topsport werd het evenement omlijst door meer dan driehonderd sportieve, culturele en feestelijke activiteiten. Samen met inwoners, maatschappelijke organisaties, culturele instellingen, sportverenigingen, kunstenaars en ondernemersorganisaties werden er tal van activiteiten voorafgaand en tijdens het evenement georganiseerd. De officiële aftrap

van dit activatieprogramma vond plaats op 12 mei, precies 100 dagen voor de start van de Ronde van Spanje.

De communicatie van en over dit wielerspektakel en het activatieprogramma begon al ver voor deze kick-off. Met een gerichte communicatie- en mediastrategie werd gedurende de gehele aanloop naar en tijdens het evenement het evenement en de betrokken steden/provincies onder de aandacht gebracht.

In dit rapport wordt de (social) media impact van het evenement uitgelicht. Van de periode 1 januari 2022 tot en met 12 september 2022 (einde van La Vuelta 2022) is de impact gemeten van de eigen kanalen (owned media) en de overige media die hebben bericht over het evenement (earned media). De resultaten daarvan kunnen worden teruggelezen in dit rapport.



LA VUELTA 22

HOLANDA



OVERZICHT

IN DIT OVERZICHT IS EEN SAMENVATTING VAN DE BELANGRIJKSTE MEDIACIJFERS VAN DE RAPPORTAGE TE ZIEN, WAARBIJ ONDERSCHIED IS GEMAAKT TUSSEN EARNED EN OWNED MEDIA. LATER IN DE RAPPORTAGE WORDT INGEZOOMD IN DE SPECIFIEKE CIJFERS PER MEDIUM/KANAAL.

EARNED MEDIA



Media uitingen die door andere door andere personen/media (zonder betaling) worden gecreëerd over het evenement.

- ONLINE & SOCIAL
- OFFLINE
- RADIO & TELEVISIE



OWNED MEDIA

Media uitingen over het evenement waarvan zelf de inhoud is bepaald die gepubliceerd zijn op kanalen die in eigen beheer zijn.



WEBSITE

1.787.738
PAGINAWEEGAVEN

509.873
UNIEKE BEZOEKERS



SOCIAL MEDIA

5.396.408
BEREIK

30.128
VOLGERS



VERDELING SOCIAL MEDIA BEREIK

- FACEBOOK
- TWITTER
- INSTAGRAM
- LINKEDIN
- YOUTUBE

PR-WAARDE

La Vuelta Holanda heeft de nodige media-aandacht gegenereerd. De aanloop en het evenement had een cumulatief bereik van bijna 1,9 miljard, pr-waarde van meer dan €41 miljoen en bijna 39.000 berichten over het evenement. Ook in vergelijking met de meest recentelijk georganiseerde starts van een grote ronde in Nederland (Tour de France 2015 en Giro D'Italia 2016) heeft La Vuelta Holanda een hoge pr-waarde behaald. La Vuelta is qua mondiaal mediabereik de kleinste van de drie grote rondes. Echter leverde La Vuelta Holanda meer PR-waarde in Nederland op (€41,3 miljoen) dan de Grand Départ van de Tour de France (€33,6 miljoen*) en Giro D'Italia in Gelderland (€30,7 miljoen**).

Belangrijk kanttekening om hierbij te plaatsen, is dat we geen inzicht hebben in de meetmethode, campagnebudgetten en andere middelen die voor deze evenementen zijn ingezet. Een conclusie dat La Vuelta Holanda meer mediawaarde heeft opgeleverd dan deze twee evenementen kan daarom niet worden getrokken.

* Eindrapportage Grand Départ Tour de France 2015 (2015)

** Giro d'Italia goed voor 30 mln euro PR-waarde in Nederland (MarketingTribune, 2016)

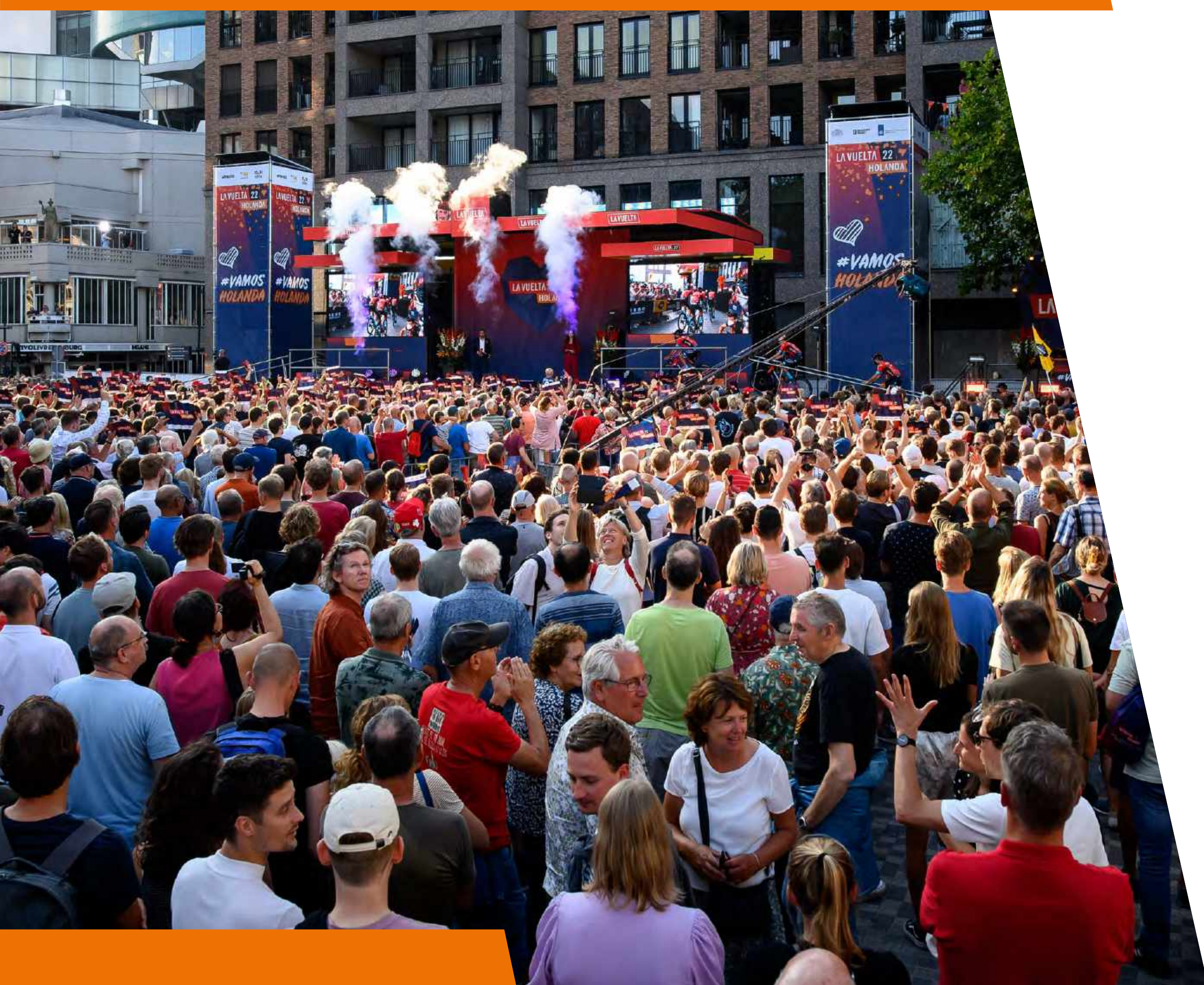




EARNED MEDIA

De cijfers in deze rapportage zijn gemeten over de periode van 1 januari 2022 tot en met 12 september 2022.

ONLINE & SOCIAL



PR-WAARDE

€13.023.534

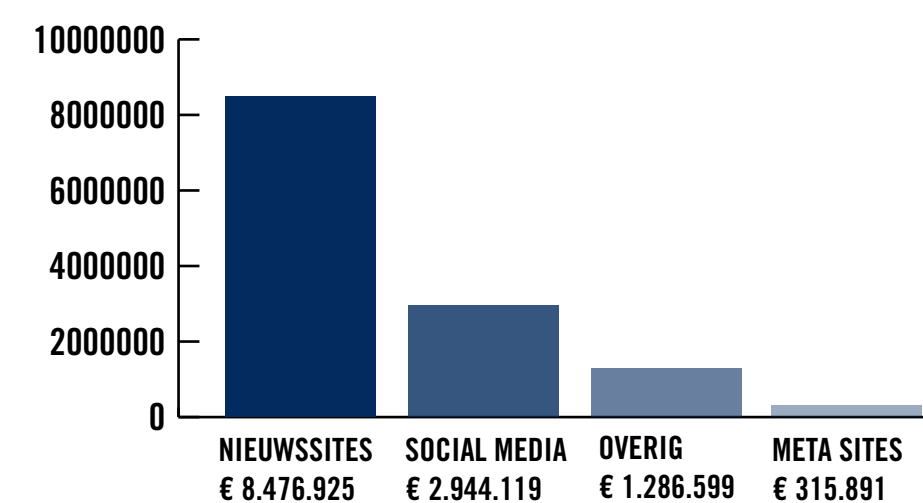
*PR-waarde wordt gebaseerd op bereik medium, grootte bericht en advertentiekosten medium

AANTAL BERICHTEN

37.096

*Berichten op social media, nieuwssites en andere online media over La Vuelta Holanda (exclusief eigen kanalen)

VERDELING PR-WAARDE



*Overig zijn berichten over La Vuelta Holanda op fora (inclusief reacties), weblogs, nieuwsbrieven, reviews en persberichten

**Meta-sites zijn websites die fungeren als doorverwijzing naar een andere website

SENTIMENT



*Sentiment wordt bepaald aan de hand van 'negatieve' of 'positieve' woorden in bericht

OFFLINE

PR-WAARDE

€ 27.035.916

*PR-waarde wordt gebaseerd op bereik medium, grootte bericht en advertentiekosten medium

AANTAL PUBLICATIES

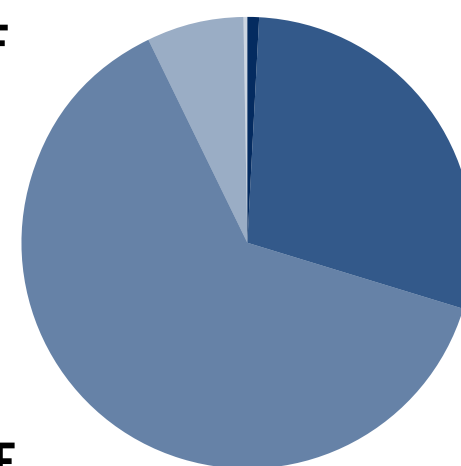
1.208

TOP 5 PR-WAARDE

DE TELEGRAAF	€ 3.749.764
BN DESTEM	€ 3.566.698
BRABANTS DAGBLAD	€ 2.681.707
AD ALGEMEEN DAGBLAD	€ 2.115.304
DE VOLKSKRANT	€ 1.964.304

SENTIMENT

- ZEER POSITIEF
- POSITIEF
- NEUTRAAL
- NEGATIEF
- ZEER NEGATIEF



*Sentiment wordt bepaald aan de hand van 'negatieve' of 'positieve' woorden in bericht



OFFLINE

Wielersfans genieten en zien hun favoriete ploeg winnen



A vader Evert Schimmel en dochter Amy uit Voorhuizen staan aan de Graadt van Roggenweg langs het parkoers van de ploegentijdrit. Inzetz: Robbe, Ward, Thijs, Sep en Cas juichten voor de renners van Jumbo-Visma.

Dé kans om alle toppers van heel nabij te bekijken

Het is misschien wel de meest 'aanraakbare' Giteravond hebben ze handte- noem maar op."



Tessa Boersma en Joris Scholten gaan uit hun dak als de renners langkomen aan het Ledig Erf. FOTO: NEDERLANDSE KRANT

Op de Spaanse toer in 'skybox' Ledig Erf

Vamos!

Deze zomer start La Vuelta in Utrecht. Hiermee is Utrecht de enige stad ter wereld die alle drie de grote rondes van de profs heeft gehuisvest. Treed in de sporen van de profs door mee te doen aan Tour d'Utrecht en Toerversie La Vuelta Holanda of de andere toertochten met een paans tintje die de komende maanden op de agenda staan.



KIKKAZ/WILMA VOPELMAAN, BEELD LA VUELTA HOLANDA

Activiteiten rond de Vuelta op de Utrechtse Heerweg gestart, te beginnen met de onthulling van een bord op de Amerongse Berg. Waarom? Op deze alom bekende horeca van 69m hoog gaan de jaars schijden voor de eerste punten van de Vuelta bergtrui. Wielersgilde Joop Zoetemelck en oud-wielrenner Stel Claessens (zie foto) onthullen de markering van het hoogste punt in de Nederlandse etappes van de Vuelta.

'Meet jouw tijd met de tijd'

fietsers uit te dagen om vanuit Amerongen als laatste de top te bereiken. Ga jij de uitdaging aan? De hele zomer kun je een poging doen en jouw tijd meten met de tijden die de profs in augustus meemaken op de Amerongse Berg.

Utrecht op weg naar de finish op het Utrecht Science Park. De derde etappe op zondag 23 augustus start en finish in Broed. Een 92 km tellende koers volledig binnen de Brabantse provinciegrenzen; van Oosterhout en Berne

Versterkingen Jumbo

Daniel Bigham en Wilco Katerman gaan de laatste bochten van de Vuelta met de Jumbo-Visma. De komende maanden worden de ploeg versterkt met twee nieuwe renners.

13

Vuelta-start De vierde Vuelta start in Nederland in de provincie Utrecht. Het circuit in Assen was toen het eerste van de proloog.

Volgend jaar in Barcelona

De Catalaanse stad Barcelona is het volgende doel van de Vuelta in 2023. Dit maakt de organisatie bekend bij de start van de huidige Vuelta in Utrecht. Het is nu vooral ook in Barcelona dat de ploeg met een proloogrijdt.

Uren reed Robert Gesink de laatste jaren op kop voor de ploeg en op dag 1 van

Eindelijk zijn eigen rode trui

Zestien jaar al rijdt Robert Gesink bij Jumbo-Visma en de voorlopers van de ploeg. In zijn 21ste grote ronde pakt de 36-jarige routinier voor het eerst de leiderstrui. Het is de ultieme beloning na een demonstratie van Jumbo in de ploegentijdrit door uitzinnig Utrecht.

DANIEL OUDSWAARD



Ik heb de afgelopen jaren veel voor anderen gegeven. En nu dit. Heel mooi - Robert Gesink

Extra motivatie

Gesink komt als eerste over de streep van zijn ploeg en de rode trui is daarmee voor hem. Een plan waar vooral niet over gesproken is. „Maar alleen als we zeker weten dat we zouden winnen. Met jou meer te gaan hielden we via de radio dat het ging lukken. Dat is prachtig. Het publiek langs de kant was waanzinnig. Zeker de eerste bochten was het geluid niet normaal. Dat werd ook in onze oortjes geschreeuwd. Gebruik die! Die is onze thuiswedstrijd.”

Wielersfans in Utrecht

Wielersfans in Utrecht vieren de overwinning van Robert Gesink. De stad is overvol met supporters die de ploegentijdrit hebben gevolgd.



Uurrecord voor Bigham

Daniel Bigham heeft het wereldrecord voor de Vuelta in handen. Hij reed de laatste etappe in 1:15:48 kilometer. Het record was in handen van de Belg Victor Combaert.

de Vuelta volgt onverwacht de be



van een grote wielerronde in eigen land: 'Nederlanders, grijp je kans'

maand op het podium kunnen staan, dat is de kern op de kaart van mijn carrière", zegt hij. "Zeker als je geen wedstrijd hebt, heb je de heel veel je thuis. Dat zorgt voor extra ontspanning, je weet precies waar je je aanval moet plaatsen, kent de bochten, de steden. Daar kun je dagen in Nederland verdedigen. Wat ook bijzonder was, is dat we in de vierde etappe naar Zuid-Limburg reden, waar ik toen woonde en nu ben je in de buurt van de stad. Het is inderdaad een groot succes. Maar als je het effect ervan bekijkt, is het heel groot succes. Aan het

grijp je kans'

zend supporters aangespraagd. Ik heb maar één dag in de bergtrui geteld, eigenlijk een erg klein succes. Maar als je het effect ervan bekijkt, is het heel groot succes. Aan het



RADIO & TV



PR-WAARDE

€ 1.315.768

*PR-waarde wordt gebaseerd op bereik medium, grootte bericht en advertentiekosten medium

AANTAL UITZENDINGEN

541

TOP 5 PR-WAARDE

NPO 1	€ 631.596
RTL 4	€ 351.480
SBS 6	€ 81.817
RADIO M UTRECHT	€ 63.102
NPO 2	€ 60.075

SENTIMENT



*Sentiment wordt bepaald aan de hand van 'negatieve' of 'positieve' woorden in bericht

Om de pr-waarde voor radio en televisie te bepalen, wordt gerekend met een advertentietarief van 30 seconde per uitzending. Hierdoor krijgt een live-uitzending van enkele uren dezelfde pr-waarde toebedeeld als een uitzending van enkele minuten en kan de mogelijke pr-waarde voor radio en televisie hoger liggen dan hier wordt getoond.

RADIO & TV

NOS

Nieuws ▾

Sport ▾

Uitzendingen



NOS Nieuws • Zondag 21 augustus, 21:15



Vuelta-organisatie: bijna een miljoen mensen langs parcours

De afgelopen vier dagen bezochten bijna een miljoen mensen de Ronde van Spanje in Nederland. Dat schat de organisatie van La Vuelta Holanda, die de Spaanse wielerronde in Nederland organiseerde.

Bij de ploegenpresentatie in Utrecht, donderdagavond, telde de organisatie zo'n 12.500 toeschouwers. Een dag later bij de eerste etappe in Utrecht stonden zo'n 260.000 mensen langs het parcours en de tweede etappe van Den Bosch naar Utrecht trok zo'n 375.000 belangstellenden. De derde rit, met



OWNED MEDIA

De cijfers in deze rapportage zijn gemeten over de periode van 1 januari 2022 tot en met 12 september 2022.



WEBSITE

OP LAVUELTAHOLANDA.COM KONDEN WIELERFANS EN ANDERE GEÏNTERESSEERDEN ALLE INFORMATIE EN HET LAATSTE NIEUWS OVER HET EVENEMENT VINDEN. BIJNA 600.000 UNIEKE BEZOEKERS HEBBEN DEZE WEBSITE BEZOCHT. HIERONDER WORDEN DE BELANGRIJKSTE CIJFERS VAN DE WEBSITE UITGELICHT.

PAGINAWEEERGAVEN

1.787.738

UNIEKE BEZOEKERS

509.873

AANTAL SESSIES

882.771

SESSIES PER GEBRUIKER

1,73

GEM. SESSIE DUUR

1m 38 s

DIGITALE KAART

305.178 KEER GEBRUIKT

CHATBOT MELL

16.716 GESPREKKEN GEVOERD

Voor niet beantwoorde vragen op de veelgestelde vragen pagina of bereikbaarheidspagina stond chatbot Mell klaar om verder te helpen. Hiervan zijn 800 gesprekken overgenomen door een medewerker.

BEST BEZOCHTE PAGINA'S

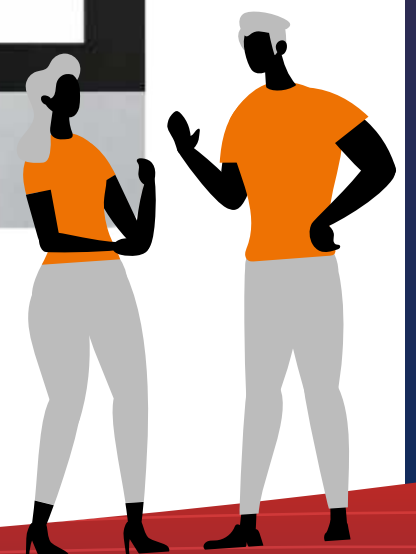
HOMEPAGE 353.853

ETAPPE 1 257.342

ETAPPE 2 237.940

ETAPPE 3 212.157

PROGRAMMA 119.389



WEBSITE

VERLOOP VAN BEZOEKERS & SESSIES

Januari 2022

Bezoekers: 2.642
Sessies: 3.106

Maart 2022

Bezoekers: 4.666
Sessies: 5.510

Mei 2022

Bezoekers: 15.353
Sessies: 19.073

Juli 2022

Bezoekers: 52.453
Sessies: 64.330

September 2022

Bezoekers: 2.261
Sessies: 2.485
(gemeten t/m 12 september 2022)

Februari 2022

Bezoekers: 3.548
Sessies: 4329

April 2022

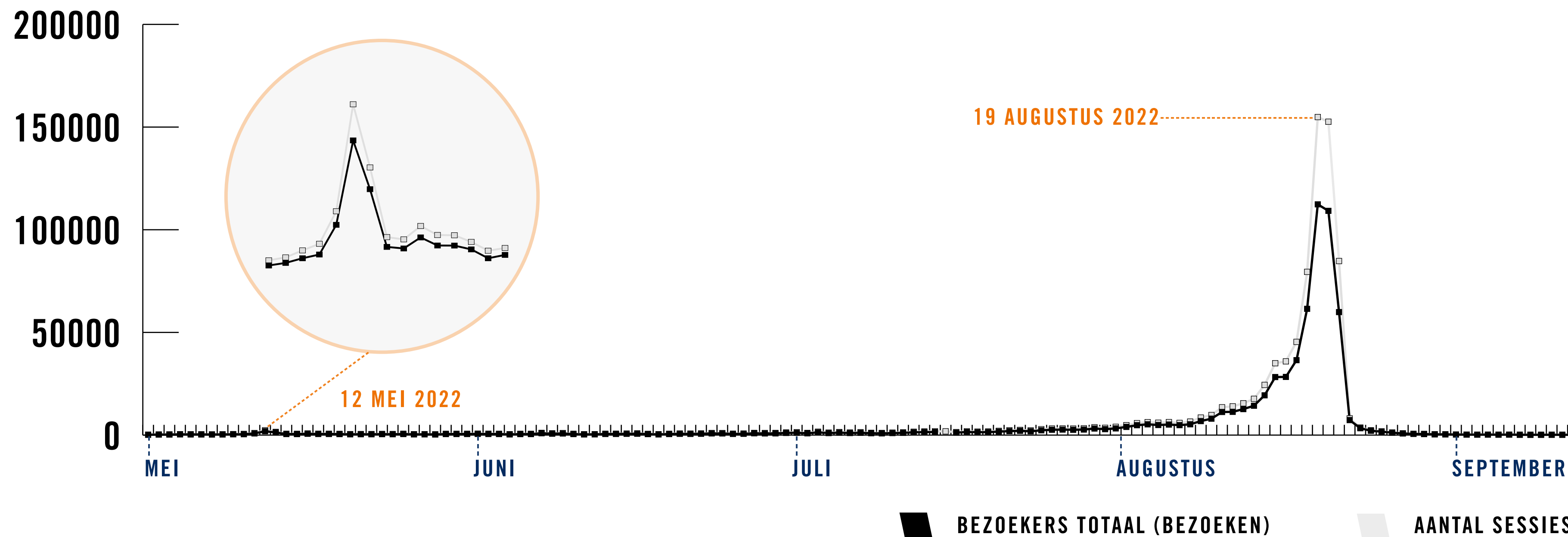
Bezoekers: 6.574
Sessies: 7.804

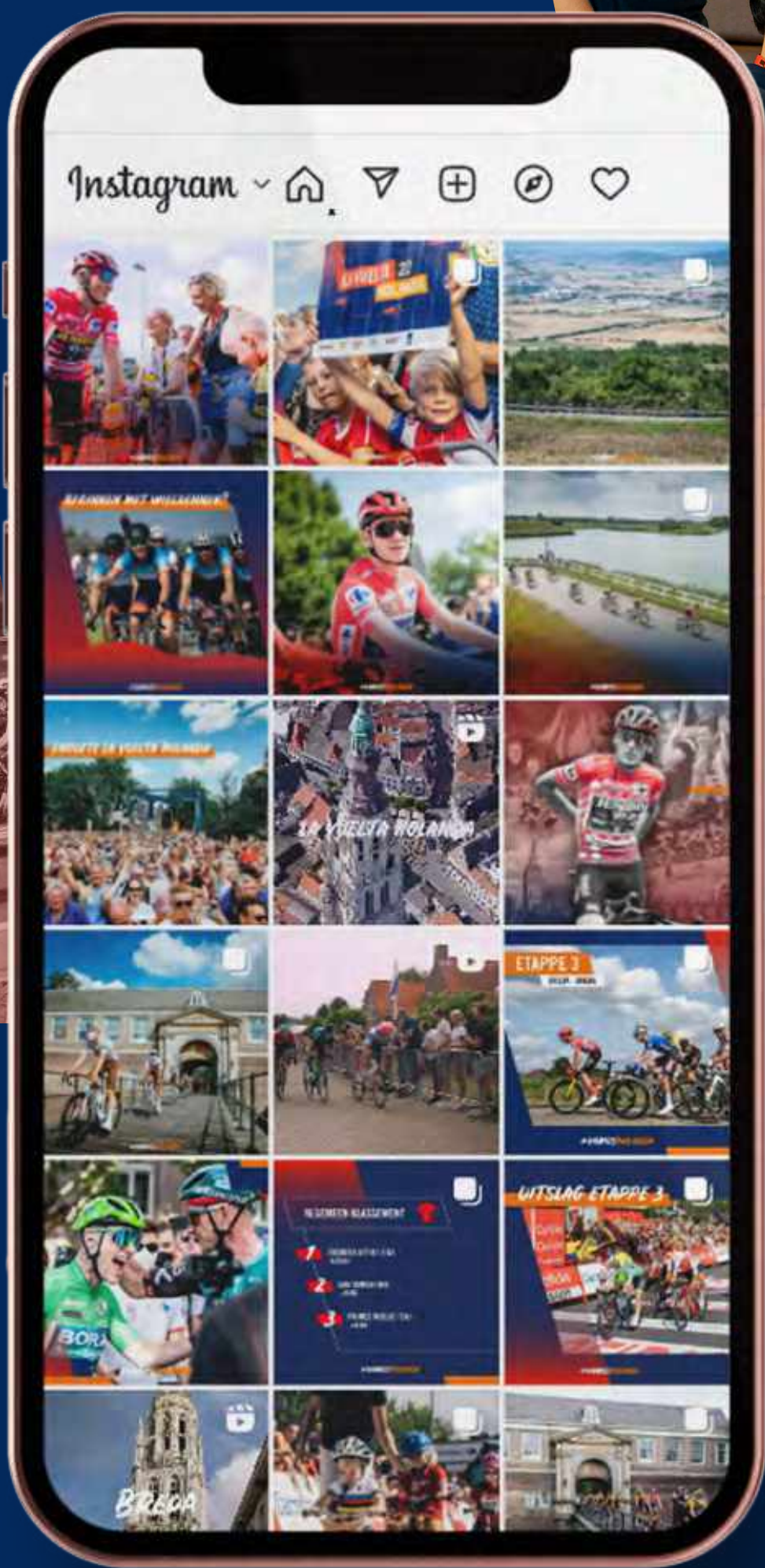
Juni 2022

Bezoekers: 18.390
Sessies: 22.768

Augustus 2022

Bezoekers: 572.138
Sessies: 753.366





CONTENT HUB

Gedurende de gehele aanloop naar en tijdens het La Vuelta Holanda bracht de content hub het evenement en de betrokken steden/provincies online onder de aandacht. Met een team van contentspecialisten, designers, fotografen en videoproducenten werd gerichte en creatieve content gecreëerd en gedistribueerd via diverse online en social kanalen naar duizenden wielersfans, inwoners van steden/provincies en andere geïnteresseerden in binnen- en buitenland.



FACEBOOK

VAN WIELERCONTENT TOT FIETSVERHALEN UIT DE BETROKKEN STEDEN EN PROVINCIES, DIT ALLES EN NOG VEEL MEER WAS TE VINDEN OP HET FACEBOOKKANAAL LA VUELTA HOLANDA. DEZE BETROKKEN COMMUNITY HEEFT GEZORGD VOOR DE VOLGENDE CIJFERS OP HET FACEBOOKKANAAL VAN LA VUELTA HOLANDA.

AANTAL BERICHTEN

144

AANTAL VOLGERS

5.901

VERMELDINGEN

9.217

*Vermeldingen zijn berichten van andere kanalen waarin La Vuelta Holanda is vermeld (@LaVueltaHolanda getagd in bericht)

BEREIK

1.647.744

BETROKKENHEID*

42.188

*Betrokkenheid is de interactie met het bericht (o.a. likes, reacties, etc.)

CLICKS

27.754



FACEBOOK



Mooi om al die renners over de Vliegbasis Soesterberg voorbij te zien komen, wij hebben er in elk geval van genoten.

Leuk Beantwoorden Verbergen 8 w



Geweldig mooi om te zien

Leuk Beantwoorden Verbergen 8 w



knap werk ! ik vindt het geweldig dat Mike de trui heeft, zeker om dit een van de laatste wedstrijden is voor Jumbo-Visma ! 🙌🌹

Leuk Beantwoorden Verbergen 8 w



Het was suuuuuuper! Thnx!!!! 🧡💛👍 2



INSTAGRAM

OP HET INSTAGRAMKANAAL KREGEN FANS VAN HET EVENEMENT EEN UNIEK KIJKJE ACHTER DE SCHERMEN VIA STORIES. OOK WAS HIER ANDERE LEUKE/INFORMATIEVE CONTENT VOORAFGAAND, TIJDENS EN NA AFLOOP VAN HET EVENEMENT TE VINDEN. BEKIJK HIER DE BELANGRIJKSTE CIJFERS VAN HET INSTAGRAMKANAAL VAN LA VUELTA HOLANDA.

AANTAL BERICHTEN

137

BEREIK

1.125.779

AANTAL VOLGERS

4.190

BETROKKENHEID*

61.344

*Betrokkenheid is de interactie met het bericht (o.a. likes, reacties, etc.)

VERMELDINGEN

9.891

CLICKS

15.836



INSTAGRAM STORIES

AANTAL BERICHTEN

423

BEREIK

991.628

INSTAGRAM

Wat een gaaf collectors item! Gisteren enorm genoten van de TTT en vandaag de renners aangemoedigd tijdens de eerste etappe ❤️ dit zal een prachtig aandenken zijn aan een onvergetelijke Vuelta start #vamos #vueltaholanda 🇳🇱🇪🇸

8 w. 1 vind-ik-leuk Reageren

Deze heb ik ook gereden met de rolstoel tijdens de onbeperkte Vuelta 🙌

7 w. 1 vind-ik-leuk Reageren



WIE JUICH JIJ DE FINISH OVER?

Remco Evenepoel 🇳🇱	18%
Sam Bennett 🇮🇪	23%
Mike Teunissen 🇳🇱	50%
Iemand Anders 😊	9%

#VAMOSHOLANDA

INSTAGRAM STORIES - SOCIAL REPORTERS



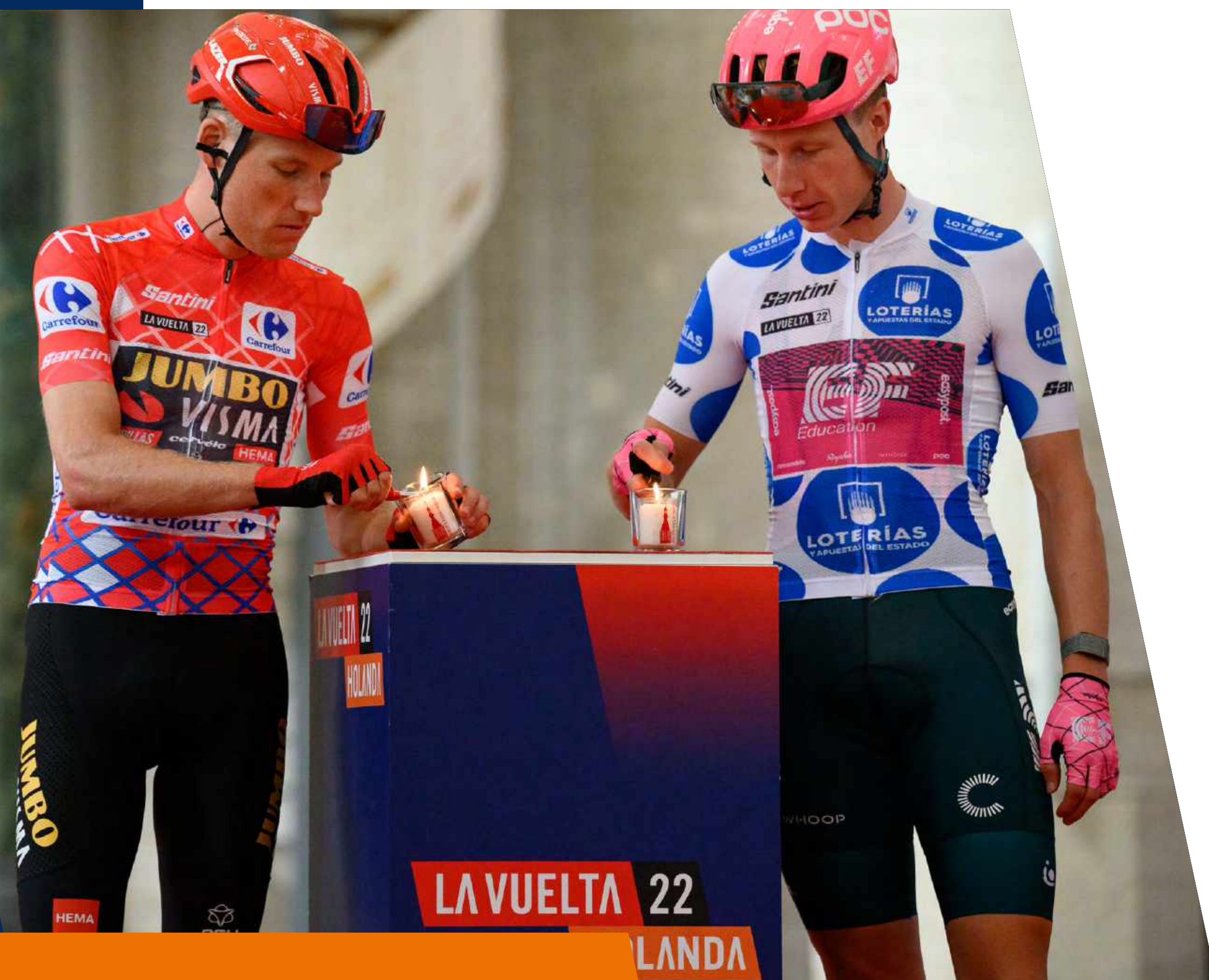
Het was mooi 🙌

7 w. 1 vind-ik-leuk Reageren

Was fantastisch evenement, complimenten voor eenieder die bij de organisatie betrokken was. TOP

8 w. 1 vind-ik-leuk Reageren

LINKEDIN



LA VUELTA HOLANDA WAS OOK OP LINKEDIN TE VINDEN. HIER KREGEN VOLGERS ONDER ANDERE NIEUWSBERICHTEN, SPONSORAANKONDIGINGEN EN ANDER RELEVANTE BERICHTEN VOOR DEZE DOELGROEP. HIERONDER WORDEN DE BELANGRIJKSTE CIJFERS VAN HET LINKEDIN-KANAAL UITGELICHT.

AANTAL BERICHTEN

36

BEREIK

151.937

AANTAL VOLGERS

1.132

CLICKS

6.744

LINKEDIN

La Vuelta Holanda
1.134volgers
3 mnd • Bewerkt •

De **Jaarbeurs** als officiële startlocatie van La Vuelta Holanda!
Als partner faciliteert de Jaarbeurs ook het internationale perscentrum, Het Village Départ en de VIP hospitality voor etappe 1. Lees hier n ...meer weergeven



Peter Clijnk en 107 anderen

2 commentaren • 4 gedeelde items

La Vuelta Holanda
1.134volgers
2 mnd •

Vandaag hebben **Sharon Dijksma**, burgemeester van **Gemeente Utrecht** en **Javier Guillén**, Algemeen Directeur van La Vuelta, het accreditatiebureau en de perskamer van La Vuelta 22 in de **Jaarbeurs** geopend. ✂ We : ...meer weergeven



Tim Nome en 192 anderen

1 commentaar • 5 gedeelde items

La Vuelta Holanda
1.134volgers
4 mnd •

Breng La Vuelta Holanda naar de klas! 📚

Speciaal voor groep 7 en 8 plus VMBO-1 en VMBO-2 niveau is ...meer weergeven



69

1 commentaar • 4 gedeelde items

YOUTUBE

OP HET YOUTUBE-KANAAL VAN LA VUELTA HOLANDA WAREN ALLE VIDEO'S VAN HET EVENEMENT TE VINDEN, VAN AFTERMOVIES TOT ALLE AFLEVERINGEN VAN DE ROODSHOW EN VAN INTERVIEWS TOT TOERISTISCHE VIDEO'S. BEKIJK HIER DE BELANGRIJKSTE CIJFERS VAN HET YOUTUBE-KANAAL VAN LA VUELTA HOLANDA.

AANTAL VIDEO'S

23

BEREIK

329.150

AANTAL SUBSCRIBERS

776

VIEWS

64.122

GEMIDDELTE KIJKTIJD

1m18s

TOTALE KIJKTIJD

1389 u 18 m 36 s

LIKES

1.298



YOUTUBE

19, 20, 21
AUGUSTUS

Website   



La Vuelta Holanda

776 abonnees

ABONNEREN

HOME

VIDEO'S

PLAYLISTS

COMMUNITY

KANALEN

OVER



Uploads ▾

SORTEREN OP



De Rood Show #6 Terugblik op La Vuelta Holanda

6 weergaven • 3 dagen geleden



La Vuelta Holanda... Forever in our cycling hearts

435 weergaven • 1 maand geleden



It's been a hell of a ride

135 weergaven • 1 maand geleden



Breda, we are hungry for more 🍷

84 weergaven • 1 maand geleden



These fans stole our heart today ❤️

222 weergaven • 1 maand geleden



Greeting of yesterday...

6 weergaven • 1 maand geleden



It's almost time to break the silence... Are you ready? 🔥

32 weergaven • 1 maand geleden



Klaarmaken voor de ploegenpresentatie van La...

138 weergaven • 1 maand geleden



La Vuelta Holanda Ploegenpresentatie

524 weergaven • 1 maand geleden

@DOUWEDOETDINGEN



BERGEN IN BRABANT?! - La vuelta Breda Holanda etapp...

10K weergaven • 1 maand geleden



WAAR MOET JE STAAN? La Vuelta 's-Hertogenbosch...

14K weergaven • 2 maanden geleden



LA VUELTA KOMT NAAR UTRECHT! - Etappe 1. De...

21K weergaven • 2 maanden geleden

TWITTER



VOLGERS VAN HET TWITTERKANAAL VAN LA VUELTA HOLANDA WERDEN VOORZIEN VAN ONDER ANDERE LIVEVERSLAG TIJDENS DE ETAPPES EN LEUKE/INFORMATIEVE CONTENT VOORAFGAAND, TIJDENS EN NA AFLOOP VAN HET EVENEMENT. BEKIJK HIER DE BELANGRIJKSTE CIJFERS VAN HET TWITTERKANAAL VAN LA VUELTA HOLANDA.

AANTAL BERICHTEN

306

BEREIK

1.150.170

AANTAL VOLGERS

18.129

BETROKKENHEID*

24.274

*Betrokkenheid is de interactie met het bericht (o.a. likes, reacties, etc.)

VERMELDINGEN

3.921

CLICKS

9.859

TWITTER

La Vuelta Holanda @LaVueltaHolanda · 21 aug.
Vamos @breda! ❤️🇳🇱


#vamosholanda #lavuelta22



1 16 98

La Vuelta Ho... @LaVuelta... · 22 aug. ...
La Vuelta Holanda...
Forever in our cycling hearts ❤️

#VamosHolanda #LaVuelta22




0:55 21,9K keer bekeken

2 39 313

La Vuelta Ho... @LaVuelta... · 22 aug. ...
This memory will last a lifetime ❤️

#VamosHolanda #LaVuelta22 @RGUpdate



20+

La Vuelta Holanda @LaVueltaHolanda · 1 jul. ...
Het aftellen is nu echt begonnen! 🏆 Nog maar 50 dagen totdat @lavuelta 2022 in Nederland van start gaat. 🇳🇱 Met wie kom jij de etappes bezoeken?

#VamosHolanda #LaVuelta2022 #Aftellen



La Vuelta Holanda @LaVueltaHolanda · 20 apr. ...
Vandaag hebben de talenten van wielervereniging Het Stadion uit Utrecht de ploegenpresentatie voor de start van @lavuelta getest. We kunnen niet wachten totdat het Spaanse feest losbarst! 🇳🇱🇪🇸 #Vamos



La Vuelta Holanda @LaVueltaHolanda · 18 aug. ...
"Life is better on a boat" 🇳🇱🇪🇸

#LaVuelta22 #VamosHolanda



11 111

NIEUWSBRIEF

LA VUELTA HOLANDA VERSTUURDE ELKE MAAND EEN NIEUWSBRIEF MET DE BELANGRIJKSTE UPDATES EN NIEUWS RONDOM HET EVENEMENT. DUIZENDEN WIELERFANS, INWONERS VAN STEDEN/PROVINCIES EN ANDERE GEÏNTERESSEERDEN BLEVEN OP DEZE MANIER OP DE HOOGTE VAN DE VUELTASTART IN NEDERLAND. HIERONDER STAAN DE BELANGRIJKSTE CIJFERS VAN DE NIEUWSBRIEF UITGESCHREVEN.

VERZONDEN NIEUWSBRIEVEN

8

OPENS

9.545

CLICKS

2.976

INSCHRIJVINGEN NIEUWSBRIEF

3.653

Nederlands: 3.574
Engels: 79

OPEN RATE*

62,5%

*34,15% is de gemiddelde open rate van nieuwsbrieven in Nederland (2021)

CLICK-THROUGH RATE (CTR)*

19,4%

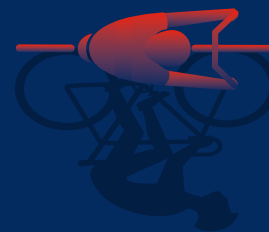
*4,41% is de gemiddelde click-through rate van nieuwsbrieven in Nederland (2021)



LA VUELTA 22

HOLANDA





3.1 Toelichting op een aantal activiteiten met een blijvend karakter

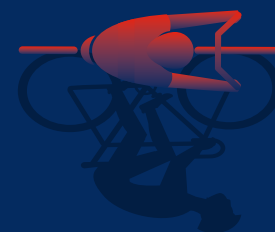
Naast de in het hoofddocument genoemde legacy (nieuwe verbindingen en het verder verfijnen van de 'bottom up'-activatiestrategie) heeft het activatieprogramma concreet een aantal producten opgeleverd met een blijvend karakter:

- Woordmagie heeft een boek uitgebracht met portretten van Brabantse Vuelta-deelnemers.
- Breda Promotions heeft met het Spaans Rondje Breda een blijvende wandelroute samengesteld.
- Voor Fietsmaatjes 's-Hertogenbosch heeft La Vuelta Holanda geleid tot het opzetten van een vergelijkbaar initiatief in Breda en waarschijnlijk ook in Utrecht.
- Van het theaterstuk van het Nieuw Utrechts Toneel is een hoorspelversie gemaakt die als podcast via de NPO beschikbaar is.
- Voor Gilde de Baronie Breda heeft het Vuelta-project Spaanse Sporen geleid tot nieuwe samenwerkingen en plannen voor de toekomst.
- La Vuelta Holanda heeft bijgedragen aan het stimuleren van de aanleg van permanente pumptracks, via de samenwerking met de KNWU (pumptrackinfo.nl).
- Wielervereniging het Stadion geeft aan nieuwe leden te hebben gevonden naar aanleiding van hun activiteit in het kader van La Vuelta Holanda.
- De fotospeurtocht en fotofietstocht La Vuelta Breda van De Oranjeboom blijven beschikbaar.
- Het project van de Bibliotheek Utrecht heeft geleid tot een blijvende herinnering in de vorm van het gedicht op de Spaanse trappen op het Jaarbeursplein en in de vorm van een publicatie met het gedicht dat vertaald

is in de talen van de deelnemende wielrenners aan La Vuelta 2021.

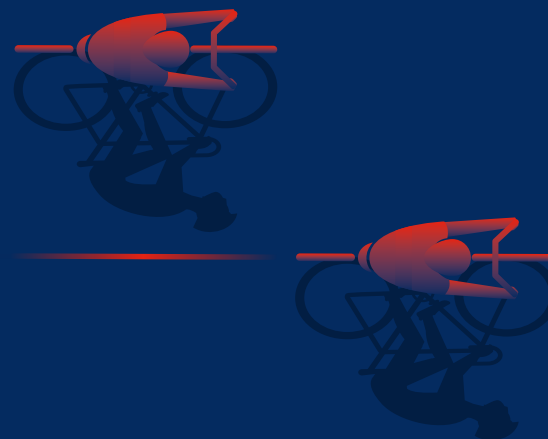
- De in het kader van la Vuelta Holanda gemaakte vaandels en gedichten krijgen een plek in de Utrechtse Sint Maarten Parade.
- Maurice Spapens, initiatiefnemer van het project La Vuelta Breien-Tricotar gebruikt de inspiratie en de opbrengst (zowel in breiwerk als in netwerk) van zijn project als startpunt voor een nieuw project waar hij de komende jaren aan gaat werken.
- Het Wielwoordenboek van Instituto Cervantes is blijvend beschikbaar.
- Als gevolg van het Padel Event van On the Move Utrecht zijn nieuwe blijvende sportgroepen gevormd.
- In Breda wordt door Blind Walls Gallery een permanent kunstwerk gerealiseerd in de openbare ruimte, geïnspireerd op La Vuelta Holanda.
- Nationaal Park De Utrechtse Heuvelrug heeft de ambitie uitgesproken om een plasticvrije zone te vormen in een samenwerkingsverband met twaalf verschillende stakeholders.
- Er zijn verschillende muziekcomposities gemaakt in het kader van La Vuelta Holanda (o.a. het Utrechtse Vuelta Lied van ZIMIHC en Viva La Vuelta in 's-Hertogenbosch).
- Central Events zal ook in de komende jaren een La Vuelta Toertocht blijven organiseren.
- De portretten en verhalen die gemaakt zijn door de Zuiderwaterlinie-organisatie blijven beschikbaar.
- SportUtrecht heeft met de Vuelta Fiets hubs nieuwe verbindingen gelegd met veel verschillende partners en is van plan om van de Fiets hubs een jaarlijks terugkerende activiteit te maken.
- Huis Doorn heeft de tentoonstelling wegens succes verlengd tot en met einde van het jaar.

- Grafisch Lyceum en X11 in Utrecht laten het geveldoek dat in het kader van La Vuelta Holanda door studenten is gemaakt voorlopig hangen, als herinnering.



LA VUELTA 22

HOLANDA



3.2 Totaaloverzicht activiteiten van compañeros

Hieronder een opsomming van alle activiteiten van de kalender. Dit betreft activiteiten die georganiseerd zijn zowel met als zonder financiële bijdrage van La Vuelta Holanda.

ORGANISATIE	NAAM PLAN	PLAATS (ORGANISATOR)
Architectuurcentrum AORTA	Choreografie van de zwerm	Utrecht
Ballangrud Breda	Friday Night Skate	Breda
Bibliotheek Utrecht	Er op en er over	Utrecht
Blind Walls Gallery	Blind Wall Vuelta	Breda
BrabantSport	Het favoriete trainingsrondje van ... (Team Brabant Sporters)	Brabant
Brack Beer Construction	Fiesta d'el Bracko	Breda
Breda Promotions	Spaans Rondje Breda	Breda
Breda Wandelt	Expeditie Las Lanzas	Breda
BredaBusiness - Gemeente Breda	Vuelta Bedrijvencompetitie "Fietsen voor Breda"	Breda
BRIK Festival	Fly me to the moon - Leandre Clown	Breda
Buurtssportcoach Woudenberg	Vuelta horecaplein	Woudenberg
Café den Braai	Fiesta familia playa den braya	Vlijmen
Cafe Domkop	pubquiz over La Vuelta	Utrecht
Café het hijgend hert	Sevillanas para bailar	Breda



LA VUELTA 22

HOLANDA

ORGANISATIE	NAAM PLAN	PLAATS (ORGANISATOR)
Cafe Willem Slok	Vuelta bij Willem Slok	Utrecht
Campus Landgoed Zonheuvel	Heuvelrug Duurzaamheidsfestival	Doorn
Carlos Vugs	La Vuelta Festival Janskerkhof	Utrecht
Central Events	Toerversie Vuelta	Utrecht
Central Events	Fanzone Brusselplein La Vuelta Holanda 2022	Utrecht
Chassétheater	La Vuelta activiteiten	Breda
Circus SNOR	Fietscircus van Circus SNOR	Utrecht
Coureurs du Courage	Coureurs du Courage - un dia antes	Breda
Coureursclub Jeroen Bosch (CCCJB)	Historische Toertocht en Spaanse Avond	's-Hertogenbosch
Cycling4Climate	Cycling 4 Climate Tour	Utrecht
Dave Andriese	De Vuelta van Joop	Rotterdam
DC Models B.V.	Breda Fashion Weekend	Etten-Leur
De Fietskoerier Utrecht	Open NK 24-uurs race	Utrecht
De Helling	Feestelijke vooravond	Utrecht
De Oranjeboom	Fotospeurtocht en fotofietstocht La Vuelta Breda	Teteringen
De Proloog	la Vuelta activiteiten	Amerongen
De Rooi Pannen	Op z'n Spaans genieten bij Brasserie Reduit	Breda
De Rooi Pannen	Spaanse take-away bij Brasserie Reduit	Breda
De Rooi Pannen	Vuelta De Rooi Pannen Breda	Breda



LA VUELTA 22

HOLANDA

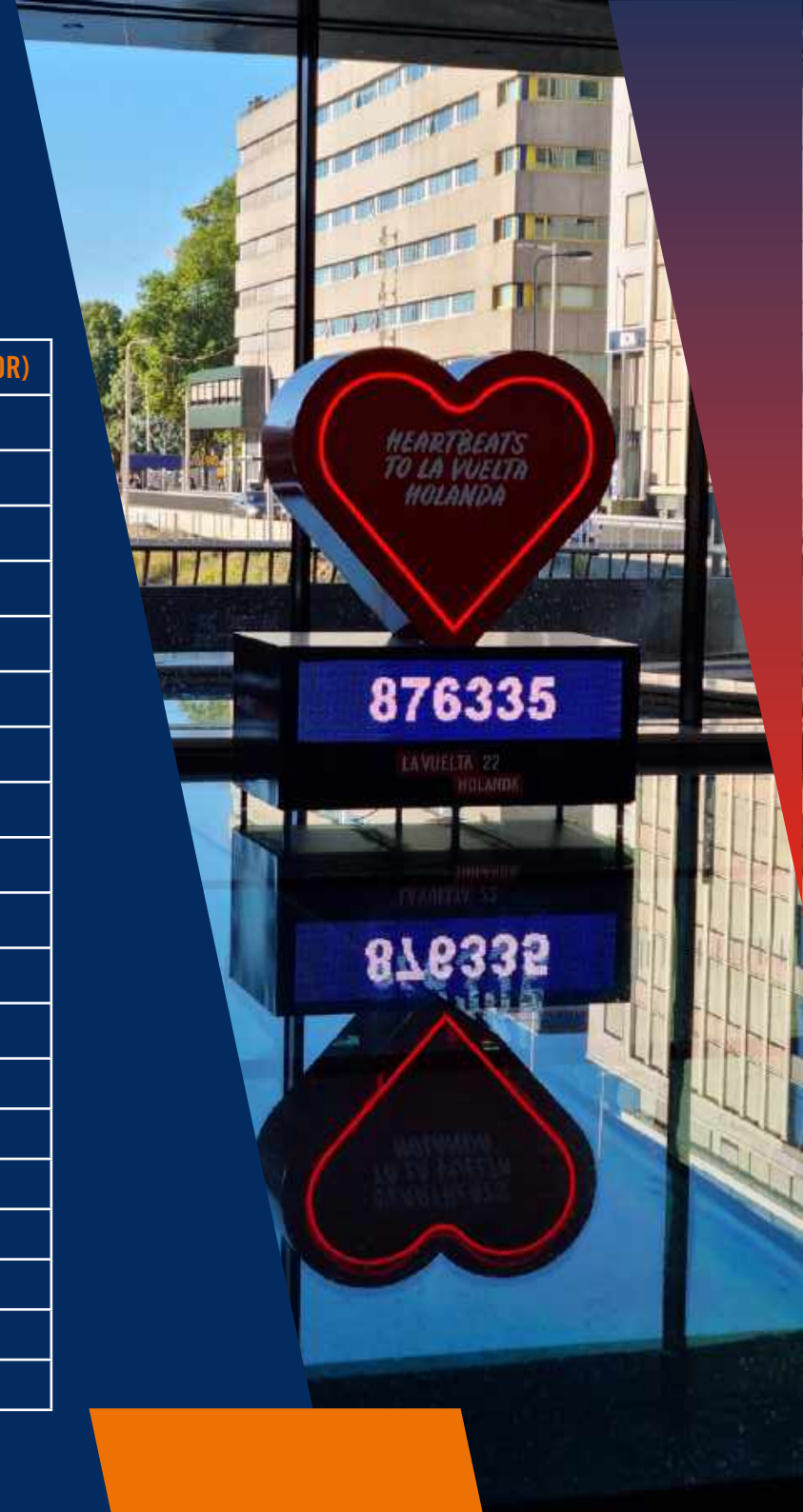
ORGANISATIE	NAAM PLAN	PLAATS (ORGANISATOR)
Diversen (140x)	budget voor buurt/straatfeesten	Parcoursgemeenten
DTC Driebergen	Vamos las Colinas	Driebergen-Rijsenburg
EKKO	Ga Toch Fietsen	Utrecht
FanWork	Fiesta en De Biltstraat	Utrecht
Fort van de Verbeelding	Fietsbellen Concert	Utrecht
Gemeente Breda	Plaza Fiesta	Breda
Gemeente Drimmelen	nijntje Pleintje	Made
Gemeente Leusden (de Hamershof)	Spaanse feestweek in de Hamershof (winkelcentrum)	Leusden
Gemeente 's-Hertogenbosch	Festival la Vuelta por Favor	's-Hertogenbosch
Grafisch Lyceum Utrecht en X11 media en vormgeving	Propuesta La Vuelta Educacional	Utrecht
Helden van Brabant	Brabantse Helden Toertocht	's-Hertogenbosch
Het is Koers	Vuelta activiteiten	Made
Het Nieuw Utrechts Toneel	Vuelta. Een wielerdrama over vriendschap en rivaliteit	Utrecht
Het Platform Cultuur (KunstenHuis)	La Vuelta Holanda, una fiesta para Zeist!	Zeist
Hof van Overveld	Maisdoolhof	Prinsenbeek
Hondenvereniging Wouwse Plantage	Spaanse Happy Dog Survival	Wouwse Plantage
Hoog Catharijne	Parcours Hoog Catharijne	Utrecht
Hotel Theater Figi	Mijn-gevecht	Zeist
Huis Doorn	la Vuelta activiteiten	Doorn



LA VUELTA 22

HOLANDA

ORGANISATIE	NAAM PLAN	PLAATS (ORGANISATOR)
Huub Mol	Longest Day 2022	Utrecht
Instituto Cervantes	La Vuelta activity plan	Utrecht
Instituto Cervantes	The Vuelta Spanish Day	Utrecht
Instituto Cervantes	Filmcyclus: Cinema y ciclismo (meerdere films)	Utrecht
Instituto Cervantes	Wielersport en literatuur	Utrecht
Joost van Asch	Vuelta Cafe KAMU	Breda
Jumbo Scherpenzeel	Jumbo Spinning Contest	Scherpenzeel
Kamerkoor Estrivo	Una vuelta cantada	Utrecht
Keijzer marketing communicatie	Ik fiets la vuelta holanda	Utrecht
Keistad Fietsfestival	Keistad Fietsfestival	Amersfoort
Klokkenluiders Gilde Breda	Luiden Nassauklok Grote Kerk Breda	Breda
KNWU	Fietsactivatieplan	Arnhem
Kracht door Creatie	Spaans Feestje	Breda
Kunstenhuis IDEA	Vamos Spinning	Zeist
La Vuelta Holanda	Ploegenpresentatie	Utrecht
Ledig erf events	Fieste la Vuelta	Utrecht
Libema Profcycling	Kids veiligheidsparcours ZLM Tour	Rosmalen
Louis Hartlooper Complex	Cine de Vuelta Holanda	Utrecht
Marieke Hulbos	Wetenschap achter de Wielersport	Utrecht



LA VUELTA 22

HOLANDA

ORGANISATIE	NAAM PLAN	PLAATS (ORGANISATOR)
Maurice Spapens Dutch Design	VueltaBreien2020VueltaTricotar	Breda
Mencia de Mendoza lyceum	La Vuelta in Breda	Breda
Michael Varekamp en Harry Kanters	Een muzikale etappe	Bavel
More2Win	Meer kinderen veilig op de fiets naar school dankzij La Vuelta Holanda 2020	Eindhoven
Muziekgezelschap Ploege-nootjes	Spaanse klanken	Breda
Nationaal Park de Utrechtse Heuvelrug	Plasticvrij	Doorn
Nationale Jeugdronde	Nationale Jeugdronde	Roosendaal
Nieuwe Veste	Muziek langs het parcours (coördinatie diverse bandjes)	Breda
November Music	The Strava Project	s-Hertogenbosch
On The Move Utrecht	Utrecht Padel Event - Viva Padel	Utrecht
Ondernemers Scherpenzeel	Ontmoetingsplein Vamos Scherpenzeel	Scherpenzeel
Ondernemersvereniging Biz3b	Vueltafestival	Driebergen-Rijsenburg
Opd'efiets	Wielrenclinic	Made
Open Tuinendag Utrecht	Boomplanting Open Tuinendag Utrecht	Utrecht
Pannenkoekenhuizen.com	Vuelta feestje	Woudenberg
Platteland Anders	Spaanse Wandeltocht	Scherpenzeel
Podium Oost	Op weg naar de Vuelta dag	Utrecht
Poppodium Gebouw T	Viva La Vuelta Festival	Bergen Op Zoom



LA VUELTA 22

HOLANDA

ORGANISATIE	NAAM PLAN	PLAATS (ORGANISATOR)
Sportservice Veenendaal	Wielersfestival en Vuelta Kids	Veenendaal
SportUtrecht	Vuelta Fietshubs stad Utrecht	Utrecht
SportUtrecht	Vuelta Fietshubs provincie Utrecht	Utrecht
Stedelijk Museum Breda/Breda marketing	Prado in Breda	Breda
Stichting Balans	Nationale Buitenspeeldag	Soest
Stichting Bevrijdingsfestival Brabant/Den Bosch	Op weg naar La Vuelta Holanda	Utrecht
Stichting Bevrijdingsfestival Utrecht	Op weg naar La Vuelta Holanda	Utrecht
Stichting Bewonersplatform Wouwse Plantage / Wielersplatform Roosendaal.	"de Boulevard kleurt rood" - Wouwse Plantage Wielerdorp	Roosendaal
Stichting Bikewize	All Ride	Tilburg
Stichting Cultuurplatform Rhenen	Vuelta Rhenen 2020	Rhenen
Stichting Cycle Fun Productions	Open NK SlowBiking Tour 2022	Amsterdam
Stichting de Schroef	Fietsvalpreventie ouderen	Drunen
Stichting Electron / Witte Rook	Cultuur programma Vuelta	Breda
Stichting Fietsmaatjes 's-Hertogenbosch	Fietsmaatjes 's-Hertogenbosch fietst la Vuelta	Rosmalen
Stichting FlamencOlé	Mini Vuelta 2020	's-Hertogenbosch
Stichting Frank van der Kooij	La Conquista Breda	Breda
Stichting Gilde de Baronie-stadsgidsen	Spaanse Sporen	Breda



LA VUELTA 22

HOLANDA

ORGANISATIE	NAAM PLAN	PLAATS (ORGANISATOR)
Stichting Green Race	Dikke Banden Race Heuvelrug	Amerongen
Stichting Grote Kerk Breda	Koerstrui in de Kerk - Verhalen achter wereldberoemde wielertrots	Breda
Stichting Leef	Onbepaalde Vuelta	Zwolle
Stichting Move	Move fiets-project	Utrecht
Stichting Nassaudag	Nassaudag Breda 2020	Breda
Stichting Nationaal Park Utrechtse Heuvelrug	Vuelta activiteiten	Doorn
Stichting Prokkel	Vuelta Fiesta ProkkelSterrenslag	Utrecht
Stichting Rooie Zondag Breda	Rooie Zondag	Breda
Stichting Spanjaardsgat	Spanjaardsgat Festival	Prinsenbeek
Stichting Vakantieorkest Ad Hoc	PremiereMuziek van het speciaal voor Vuelta Holanda gecomponeerde muziekstuk	Dorst
Stichting Vrienden van de Koers	Brabantse Vu-Wal-ta a Woensdrecht	Hoogerheide
Stichting Vrouwenwielrennen.nl	Snuffelfiets & Vrouwenwielrennen & Vuelta	Utrecht
Stichting wielerscomite Nispen	21 etapas de Nispa al plaza del teatro al aire libre	Roosendaal
Stichting wielercriterium Steenbergen	Dikke Banden Race/dernykoers	Steenbergen
Stichting Wielercriterium Vooruit	Stichting Wielercriterium Vooruit	Standdaarbuiten
Stichting Wielerevent Zevenbergen	Wielereventweekendmoerdijk	Tilburg
Stichting Wielersplatform Roosendaal, Stichting Volksronde Roosendaal	Spaans Wielerscafe	Roosendaal



LA VUELTA 22

HOLANDA

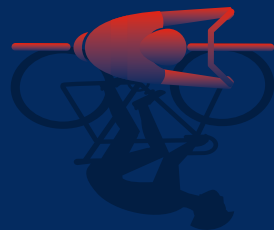
ORGANISATIE	NAAM PLAN	PLAATS (ORGANISATOR)
Stichting Wielerplatform Utrecht	De Ronde van Utrecht - Vuelta editie	Utrecht
Stichting Wielerronde Wouwe Plantage	Hel van de Pin	Heerle
Studio Kars + Boom	Fier en Vaandel	Utrecht
Studium Generale	Wijzer met fietsweetjes	Utrecht
Team Brabant 2000	Criterium Las Colinos Nieuwkuijk!	Nieuwkuijk
Team Sportservice Utrecht	Op de fiets tijdens de Prokkelweek	Vianen
Tour de Junior	La Vuelta feestweek voorafgaand en tijdens de Tour de Junior in Achterveld (gemeente Leusden) leeftijd 12-16	Achterveld
Triathlon Soest	MidzomeravondRun Soest	Soest
U.S.W.V. De Domrenner	Wielersfestival USP	Utrecht
USP	Utrecht Skate Parade: Spaanse Skate	Soesterberg
Vereniging Belangen Oosteind	Oosteind viert de Vuelta	Oosteind
WielersOrakel	Wielersquiz	Oegstgeest
Wielersplatform Roosendaal	Talent van Roosendaal	Roosendaal
Wielervereniging het Stadion	Open Vuelta Dag Nedereindse Berg	Utrecht
Woordmagie	Brabantse Vuelta	Breda
WTC Maas-Waal	La Vuelta door Brakel	Brakel
Zeister Muziekdagen	Muziek Zeister Muziekdagen	Zeist
ZIMIHC	Toeters en Trommels bij de Tijdrit	Utrecht



LA VUELTA 22

HOLANDA

ORGANISATIE	NAAM PLAN	PLAATS (ORGANISATOR)
Zimihc	Vuelta Lied	Utrecht
Zuiderwaterlinie	activatieplan Zuiderwaterlinie	Brabant





WORLD'S FIRST GREEN CARAVAN

The bicycle is part of the solution towards climate change. Professional cycling is not totally sustainable yet. First steps are taken, but the discussion must be opened and solutions must be put forward.

The traditional advertising caravan that precedes major cycling tours took on a unique character during the Dutch stages of La Vuelta 2022. La Vuelta Holanda was the very first cycling event in the world to organize, together with M&W, a fully sustainable advertising caravan during international cycling events.



FACTS & FIGURES

THE CARAVAN

3 DAYS / STAGES
IN TOTAL, 541.000 IN THE NETHERLANDS

28 GREEN VEHICLES
ELECTRICITY SUPPLIED BY GREEN OR SOLAR ENERGY

1 MILLION SPECTATORS INSPIRED BY THE GREEN CARAVAN

14 PARTNERS
WITH A SUSTAINABLE MESSAGE

10.962 KM
GREEN MILESTONES

THE FINISH SQUARES

NO SINGLE-USE PLASTIC GADGETS: 714.000 SAVED PER DAY
IN TOTAL, 2.132.857 GADGETS SAVED, WHICH IS ALMOST 3 TIMES THE WEIGHT OF THE EIFFEL TOWER



3 SUSTAINABILITY SQUARES
BY DAY

12 CHARGING STATIONS
BY KIDS ENERGY

SAVED CO2 EMISSIONS

9 TONNES CO2 EMISSIONS SAVED
BY USING ZERO-CARBON CARDS AND NO PAPER BANNERBOARDS THAT REMAIN TO BE

2.871 L
IN ZERO BURNER

63 FLIGHTS
FROM AMSTERDAM TO PARIS

IMPACT ON VISITORS AND MEDIA

#VAMOS
HOLANDA

66%
of the Vuelta visitors consider a CO2 meter important for the future of cycling events

57%
of the visitors of the sustainability corner consider that green banners involved to be a good solution for the image of the public partner

44%
of the visitors of the sustainability stand to wish to ask to M&W about the importance of sustainability

LOTS OF MEDIA ATTENTION



BIJLAGE 5

OVERZICHT VAN PRIVATE PARTNERS

PARTNERS VAN HET HOOFDEVENT

Agterberg Bedrijven	Eventmakers/Sportyv	Movico
AM	EY	MRP
Arcadis	Heuvelman	PinkRoccade
a.s.r.	Holla	PwC
Ballast Nedam	Hoog Catharijne Klépierre	SportVibes
BPD	Hotel Oud London	Sportenergie
Broekhuis	InterImage	Synchroon
BTB Vastgoed	Jaarbeurs Utrecht	Triple Double
Business Peloton Utrecht	KNWU	TSNed
Capgemini	KWS	Utrecht Marketing
CBRE	Maison van den Boer	Universiteit Utrecht USP
Central Events	Midglas Glasverzekeringen	Vitens
Conclusion	More2Win	Van Tilburg Bastianen
Essent	Movares	Vodafone Ziggo

LA VUELTA 22

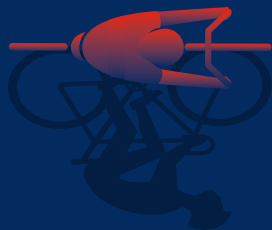
HOLANDA

PARTNERS VAN DE GROENE KARAVAAN

Broekhuis
Capgemini
Dopper
Essent
Gemeente 's-Hertogenbosch
Greener
Heuvelman
Klimaatroute
Lightyear
PWC
Spaans Verkeersbureau
UW Utrecht
Van Zoelen
Velor
WholyGreens
WeDriveSolar



DE GROENE
KARAVAAN
MET ENERGIE VAN ESSENT



BIJLAGE 6

ONDERZOEKSRAPPORT USBO



Managementsamenvatting van het onderzoeksrapport 'Koersen tussen ambitie en budget'

Samenvatting uit het [onderzoeksrapport](#):

“Van 19 tot en met 21 augustus 2022 werden de eerste etappes van de Spaanse wielerronde in Nederland verreden. Het evenement vond plaats onder verantwoordelijkheid van vijf publieke partners: de gemeenten Breda, 's-Hertogenbosch en Utrecht en de provincies Noord-Brabant en Utrecht. Daarvoor was een overeenkomst getekend tussen de gemeente Utrecht en Unipublic/ASO, de organisator van La Vuelta; gevolgd door ondertekening van een samenwerkingsovereenkomst tussen de genoemde publieke partners. Vanwege het Corona-beleid kon het aanvankelijke plan om het wielerevenement in augustus 2020 te houden niet doorgaan. Na toestemming van Unipublic en het beschikbaar stellen van extra middelen door Provinciale Staten en de gemeenteraden van de publieke partners, is besloten het evenement te verplaatsen naar augustus 2022.

Voor de organisatie van het evenement hebben de publieke partners een projectorganisatie opgericht: Stichting La Vuelta Holanda. Vanuit de constructie van quasi-inbesteding konden de publieke partners opdrachten en subsidies geven aan deze afgescheiden rechtspersoon en tegelijkertijd hierop toezicht houden. De stichting kreeg een onafhankelijk bestuur met externe bestuursleden, terwijl de bestuurlijke portefeuillehouders van de publieke partners in een stuurgroep plaatsnamen. Vanuit de stuurgroep bepaalden zij de financiële en inhoudelijke kaders van het evenement en konden zij op het resultaat en de doelstellingen sturen. Dit is een goed

werkbaar organisatiemodel gebleken voor het organiseren van dit complexe evenement onder gezamenlijke verantwoordelijkheid van meerdere provinciale en gemeentelijke overheden.

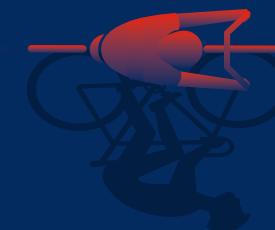
De projectorganisatie La Vuelta Holanda heeft nauw samengewerkt met private partners uit de Utrechtse en Brabantse regio die niet alleen opdrachtnemer waren maar ook in cash en in kind een bijdrage leverden aan de financiering van het evenement. De totale begroting van de Projectorganisatie bedroeg 15,3 miljoen euro. Het ministerie van VWS heeft daarvan 3 miljoen euro bijgedragen. Van de resterende 12,3 miljoen euro hebben de organiserende publieke partners 58% opgebracht en is 42% privaat gefinancierd. Met dit budget is de hoofddoelstelling nagestreefd om “een perfect, veilig georganiseerd en hooggewaardeerd evenement” neer te zetten “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.” Deze hoofddoelstelling is uitgewerkt in meerdere subdoelstellingen en concrete key performance indicators (kpi's).

De voorliggende rapportage evalueert of de beoogde organisatorische, maatschappelijke en economische impact is gerealiseerd. Dit wordt enerzijds bepaald door te meten of de vooraf opgestelde streefresultaten en doelstellingen zijn behaald, en anderzijds door het proces van organiseren te evalueren waarin deze opbrengsten tot stand zijn gekomen. Het doel hiervan is te leren van de ervaringen en opbrengsten met betrekking tot het organiseren van een groot

sportevenement door meerdere publieke partners en in samenwerking met private partners.

De Projectorganisatie heeft continu een balans moeten vinden tussen het bewaken van de begroting en het realiseren van organisatorische, maatschappelijke en economische doelstellingen. Er is sprake geweest van een strakke sturing op kosten en baten en het stimuleren van co-financiering van het activatieprogramma. Hierin zijn mogelijk kansen gemist om de maatschappelijke impact, waarop de Provinciale Staten en gemeenteraden van de publieke partners hadden aangedrongen, verder te vergroten. Tegelijkertijd heeft de organisatie hierdoor voldaan aan de druk vanuit diezelfde volksvertegenwoordigingen om het toegekende budget niet te overschrijden.

De resultaten laten zien dat het eerste deel van de hoofddoelstelling van La Vuelta Holanda goeddeels is gerealiseerd: het evenement verliep in een positieve, feestelijke sfeer; ondanks een turbulente maatschappelijke omgeving met een continue dreiging van corona-uitbraken en protesten van activisten. Met naar schatting 957.700 toeschouwers was de publieke belangstelling boven verwachting groot. De bezoekers waardeerden het evenement als geheel met een 8,3 op een tienpuntschaal. Dat is hoger dan de 8,0 die de organisatie zich ten doel had gesteld.



LA VUELTA 22

HOLANDA



Ook het tweede deel van de hoofddoelstelling is goeddeels gerealiseerd. Het evenement heeft aantoonbaar bijgedragen aan de bestuurlijke en organisatorische samenwerking in beide provincies, en in het bijzonder de betrokken gemeenten. Ook zijn op vele manieren leerervaringen opgedaan over het organiseren van een groot sportevenement met meerdere overheden en in een publiek-private samenwerking. Het activatieprogramma, dat in de honderd dagen voorafgaand aan het evenement tot uitvoering is gebracht, was omvangrijker dan ten doel was gesteld (381 gerealiseerde versus 200 beoogde activiteiten), maar trok minder deelnemers (60.913 gerealiseerd versus 100.000 beoogd) en bezoekers (318.969 gerealiseerd en 400.000 beoogd). Overeenkomstig de doelstelling vonden de activiteiten verspreid plaats over beide provincies. De deelnemers en bezoekers waardeerden de activiteiten gemiddeld met een 8,2 (de doelstelling was een 8,0). Van meerdere activiteiten is bekend dat zij geen eenmalige evenementen zijn maar langduriger geprogrammeerd gaan worden.

Tijdens het activatieprogramma en de etappedagen is op uiteenlopende wijze aandacht besteed aan gezonder en duurzamer leven. Ongeveer een derde van de deelnemers en bezoekers geeft aan zich hierdoor gestimuleerd te voelen om gezonder en duurzamer te leven. Een wereldprimeur was de Groene Karavaan. Hiermee is een stap gezet in de verduurzaming van wielerrondes. Een meerderheid van de bezoekers van het evenement onderschrijft dat streven, maar ziet een interne tegenstrijdigheid tussen deze duurzaamheidsambitie en het starten van een Spaanse wielerronde in Nederland. De Groene Karavaan kan worden gezien als een voorzichtige stap in de verduurzaming, die internationale

navolging verdient, maar die ook vraagt om verdere uitwerking tot een vorm die meer mensen en vooral ook kinderen aanspreekt en integraal onderdeel uitmaakt van een duurzame benadering van het evenement als geheel. Over de totale economische impact had de Projectorganisatie vooraf geen concrete doelstelling bepaald. Wel hebben de vijf publieke partners met elkaar de ambitie uitgesproken om met de start van de Spaanse wielerronde positieve economische effecten te realiseren in de vorm van extra bestedingen en promotie van de betrokken steden en regio's. Die economische impact is tot stand gebracht. In de gemeente Utrecht zorgde het evenement voor 7,2 miljoen euro aan additionele bestedingen; in de gemeente Breda 1,1 miljoen euro; en in de gemeente 's-Hertogenbosch 420.000 euro. De ploegenpresentatie en etappedagen hebben in de provincies Utrecht en Noord-Brabant in totaal geleid tot 17,6 miljoen euro aan additionele bestedingen (inclusief de drie genoemde gemeenten). Hier tegenover staan 15,3 miljoen euro aan organisatiekosten, waarvan 3,0 miljoen werd ingebracht door de rijksoverheid, 2,35 miljoen door de provincie Utrecht, 1,058 miljoen door de provincie Noord-Brabant, 2,35 miljoen door de gemeente Utrecht, 1,058 door Breda en 334.000 door 's-Hertogenbosch. De private partners legden 5,120 miljoen in.

De bezoekers van het wielerevenement zijn trots dat La Vuelta Holanda 2022 heeft plaatsgevonden. Ook is een grote meerderheid van mening dat dit evenement positief heeft bijgedragen aan het imago en de naamsbekendheid van de eigen stad of provincie en een gunstig effect heeft op de aantrekkingskracht ervan als toeristische bestemming."



LA VUELTA 22

HOLANDA

