

Vier scenario's Tour de France Utrecht

Inleiding

Er zijn vier scenario's uitgewerkt voor een Grand Départ Tour de France in Utrecht (zie ook bijlage):

- witte trui
- groene trui
- bolletjestrui
- gele trui

De scenario's hebben een oplopend ambitieniveau met betrekking tot het evenement. Voor de uitwerkingen per scenario is gebruik gemaakt van de ervaringen van Rotterdam 2010, Luik 2012, eigen ervaringen rondom de Giro Utrecht 2010, ervaringen met andere evenementen in Utrecht en expertbeoordelingen op onderdelen. Voor we ingaan op de scenario's maken we nog enkele kanttekeningen:

- De scenario's worden als integrale scenario's gepresenteerd. In de praktijk zal blijken dat onderdelen van de verschillende scenario's onderling uitwisselbaar zijn.
- In de onderhandelingen met de ASO en met private en publieke partners zal blijken dat partijen voorkeuren hebben die door de verschillende scenario's heen kunnen lopen.
- In de uitwerking zullen zich nieuwe kansen aandienen die ertoe kunnen leiden dat de scenario's aangepast worden.

Vanwege deze kanttekeningen is het onverstandig deze scenario's te beschouwen als definitief en integraal. Ze geven echter wel een indruk van het soort Grand Départ dat we kunnen organiseren, welke activiteiten voorafgaand aan, tijdens en na zullen plaatsvinden en wat de kosten daarvan zijn. Na afronding van de onderhandelingen is de uitstraling van het evenement en de daarbij behorende activiteiten en begroting scherper te definiëren. In de eerste paragrafen van dit raadsvoorstel heeft het college een voorstel gedaan voor uitgangspunten die zij zou willen hanteren in het uitwerkingstraject.

Algemeen

Het uitgangspunt in alle varianten is een voor renners en publiek veilig parcours. Er wordt rekening gehouden met een grote publieke belangstelling (800.000 tot 1 miljoen bezoekers, inclusief de eigen inwoners van Utrecht) over een periode van een week. Het parcours is zodanig ontworpen dat er een optimale bereikbaarheid gecreëerd wordt met veilige bezoekersstromen. In de financiële bijlage is opgenomen wat de basiskosten zijn die minimaal gemaakt worden bij een gastheerschap van de Grand Départ.

Alle scenario's zijn opgebouwd op deze basis met daarbovenop een groeiend ambitie- en kostenniveau voor de volgende drie elementen:

- Parcours, locaties, mobiliteit
- Marketing, communicatie, city dressing
- Side events, legacy

Scenario 1: Witte Trui

Het minimale scenario om een veilig en doelmatig evenement neer te zetten zonder extra's.

Parcours, locaties, mobiliteit

De inrichting van parcours, locaties en het niveau van en voorzieningen is basic en doelmatig, gericht op het veilig organiseren van het evenement. Dus het minimale aantal oversteekplaatsen, toiletten en vrijwilligers om de veiligheid en bereikbaarheid te kunnen garanderen.

Marketing, communicatie, city dressing

Langs het parcours is de aankleding ingetogen. De promotie en mediabenedering is met name regionaal gericht en de communicatiemiddelen zoals website zijn eenvoudig en beperkt. De informatievoorziening is basic en gericht op de veiligheid en bereikbaarheid.

Side events, legacy

Alleen tijdens de Grand Départ (donderdag tot en met zondag) worden kleinere sportieve en culturele side-events georganiseerd.

Scenario 2: Groene Trui

Het scenario waar, naast een veilig en doelmatig evenement, ook wordt ingezet om de beleving van het evenement te vergroten door onder andere extra publieksvoorzieningen, meer aankleding en de beperkte aanwezigheid van hotspots tegen vergoeding.

Parcours, locaties, mobiliteit

Er komen meer publieksvoorzieningen zoals enkele megaschermen en meer oversteekpunten. Ook zijn er extra vrijwilligers om de bezoekersstromen te reguleren. Er wordt actief de samenwerking gezocht met OV-bedrijven.

Marketing, communicatie, city dressing

Ook de binnenstad wordt, net zoals langs de route, passend aangekleed (city dressing). Op een beperkt aantal plekken is er tegen een vergoeding WIFI beschikbaar. Er komt een basic publiekscampagne inclusief social media en een iets uitgebreidere website. Mediastrategie is gericht op landelijke sport pers.

Side events, legacy

In plaats van alleen het weekend worden tijdens de hele week in de stad diverse bescheiden culturele en sportieve events aangeboden.

Scenario 3: Bolletjestrui

Het scenario waar, naast een veilig en doelmatig evenement, het een optimale beleving wordt door uitgebreide faciliteiten en voorzieningen. Er wordt ingezet op internationale persbewerking.

Parcours, locaties, mobiliteit

De voorzieningen zijn er op gericht om het voor de bezoekers zo aangenaam en makkelijk mogelijk te maken. Zo wordt de publieksinformatie ook digitaal georganiseerd met gratis WIFI langs het parcours. De mobiliteit is optimaal door het gratis OV, de loopbruggen, de extra megaschermen en de vrijwilligers die als gastheer optreden

Marketing, communicatie, city dressing

De website is zo interactief mogelijk met een uitvoerige social media aanpak. De stad wordt feestelijk aangekleed met een gele Domtoren, niet alleen tijdens maar ook in de loop naar het evenement. Er is een pro-actief internationaal persbeleid met perspresentaties en promotiefilms met de koppeling Utrecht Fietsstad en toerisme.

Side events, legacy

Voor en tijdens de Grand Départ worden er uitgebreide culturele en sportieve side events georganiseerd. Overigen initiatieven worden gefaciliteerd indien mogelijk.

Scenario 4: Gele Trui

Met dit scenario wordt voor iedereen de optimale beleving voor, tijdens en na het evenement gecreëerd door optimaal samen te werken, te co-creëren waar mogelijk en breed initiatieven te ondersteunen.

Parcours, locaties, mobiliteit

Een fietsenplan en de inzet van digitale media (QR-codes) maken de mobiliteit optimaal. De venues in de stad worden nadrukkelijker gefaciliteerd en aangekleed, ook komen er zogenaamde fanzones. De vrijwilligers maken onderdeel uit van de beleving door hun herkenbare sfeermakende kleding.

Marketing, communicatie, city dressing

De website is optimaal ingericht en te bekijken via gratis WIFI in de hele stad. De city dressing en publiciteit in de aanloop worden geïntensiveerd. Er is meer budget voor proactieve internationale persbewerking.

Side events, legacy

Er komt een uitgebreid side-events programma ruim voor en tijdens de Grand Départ hierbij wordt co-creatie gestimuleerd. De Tour fungeert nadrukkelijk als investeringsimpuls voor 'Utrecht Fietsstad', onder meer door het verbinden van programma's aan het evenement (legacy).

Bijlage

	Witte Trui	Groene Trui	Bolletjes Trui	Gele Trui
PARCOURS, LOCATIES, MOBILITEIT				
Inrichting Parcours, locaties	Sober	Leuk	Feestelijk	Uitbundig
Mobiliteitsplan	Sober en doelmatig	+ samenwerking OV bedrijven	+ gratis OV	+ inzet digitale media + fietsplan
Crowd manag.	Basisniveau	Basis+	Uitgebreid	Uitgebreid
Oversteekpunten parcours	Noodzakelijk niveau	Extra oversteek- punten	+ loopbruggen	+ extra loopbruggen
Publieks- voorzieningen	Toilet, water	+ enkele schermen	Meer schermen + audio	+ inzet QR-codes
Tribunes voor publiek			Ja	+ Fanzones
Vrijwilligers	Basisomvang	Uitgebreider aantal	+ Getraind als gastvrouw/heer	+ Getraind en gekleed als gastvrouw/heer
Camperpark			Ja	Extra faciliteiten
MARKETING, COMMUNICATIE, CITYDRESSING				
Presentaties, film persconferenties	Sober	Uitgebreid	Hoge kwaliteit	Hoge kwaliteit + Utrecht promotie
Bewoners- informatie	Basis	Uitgebreid		
Websites	Basis	Uitgebreid	+ interactief	+ interactief en crowd sourcing
Social Media		Beperkte inzet	Uitgebreide inzet	Uitgebreide inzet
Persbewerking	Regionaal	+ landelijk sport	+ internationaal sport en toerisme	+ internationaal sport en toerisme
Prog Nuit du Tour			Sober	Uitgebreid
Programma Count Down 100 dagen		Sober	Uitgebreid	Uitgebreid
Publieks campagne		Basis	Hippe media, crowd sourcing	Uitgebreider + zakelijke markt
Apps, Games			Faciliteren	Stimuleren
Merchandising	basis	Basis +	Uitgebreid	Zeer uitgebreid
City Dressing	Sober, langs het parcours	Sober, parcours, in binnenstad	Uitgebreid, bv Gele Dom	Uitgebreid, bv Gele Dom en meer
Wifi		Langs parcours	Gratis langs parcours	Gratis in hele binnenstad
Marketingcommu- nicatie side ev.			Basisniveau	Uitgebreid
SIDE EVENTS, LEGACY				
Sportieve side events	Bescheiden in de week van de Tour	Bescheiden, voor en in de week van de Tour	Uitgebreid tbv wielerevenemen – ten agenda	Uitgebreid tbv wielerevenemen – ten agenda
Culturele side events	Bescheiden in de week van de Tour	Bescheiden, voor en in de week van de Tour	Uitgebreid vóór en tijdens de week van de Tour	+ doorlopend en uitgebreid progr. in de hele stad
Side events Horeca/detailh.			Faciliteren	Stimuleren, co- creatie
Utrecht Fietsstad		Impuls marketing Utrecht Fietsstad	+ investerings- impuls Utr Fietsst.	+ investerings- impuls Utr Fietsst.