Pag 45

Met het organiseren van de Floriade hebben we een drieledig doel voor ogen:

1 De Nederlandse tuinbouw in al zijn facetten maximaal promoten als toonaangevend

in de wereld en het uitdragen van Nederlandse tuinbouwproducten als topproducten.

2 De ontwikkeling van de tuinbouw in de regio bevorderen.

3 De Regio Venlo op de kaart zetten als een economisch, maatschappelijk en toeristisch

aantrekkelijk woon-, werk- en verblijfsgebied.

Wij gaan het A-merk Floriade na toewijzing maximaal gebruiken om de Nederlandse

tuinbouw, de regionale tuinbouw en andere regionale economisch-maatschappelijke

ontwikkelingen te promoten.Waarom wachten tot 2011 of 2012 met het naar buiten treden

van de plannen? Na toewijzing gaan we in 2005 direct aan de slag met public relations,

marketing- en promotieactiviteiten. Natuurlijk doen we dat in goed partnerschap met de

tuinbouwmarketingorganisaties. Samen!

Ons doel is om minimaal 2,5 miljoen bezoekers te genereren. Dit willen we bereiken door

het opbouwen van een goede bekendheid van het evenement en het aanzetten tot

daadwerkelijk bezoekgedrag. De internationale marketingcommunicatie willen we

samen met het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC) aanpakken.

Daarbij zoeken we samenwerking met de landen om ons heen, met name Duitsland.

Pag 59

**Organisatie na toewijzing**

***Partnerschap vanuit het gezamenlijke doel***

Zoals in de marketingcommunicatieve benadering is aangeduid, heeft de Regio Venlo met

het organiseren van de Floriade 2012 een drieledig doel voor ogen:

Op de eerste plaats wil de Regio Venlo de Nederlandse tuinbouw in al zijn facetten nationaal

en internationaal promoten. Tevens willen we de regionale tuinbouwontwikkelingen

stimuleren en ook de regio op de kaart zetten.Wij gaan voor tenminste 2,5 miljoen bezoekers.

*Pag 89*

*Maak de relatie tussen het behalen van de*

*hoofddoelstelling en de financiën inzichtelijk,*

*inclusief een aantal subdoelstellingen en de*

*financiën.*

In de begroting zijn wij uitgegaan van een aantal

voorzichtige uitgangspunten.

Zo is gerekend met 2 miljoen bezoekers, terwijl

het marktonderzoek aangeeft dat minimaal 2,5 miljoen

bezoekers haalbaar is. Ook het bedrag aan sponsoring

hebben we laag gesteld op € 6,5 miljoen.