

Bijlage Advies betreffende deelname aan het Varend Corso 2018

Er zijn twee opties voor deelname aan het Varend Corso 2018.

Optie 1. Deelname met een speciale voor Delfland ontworpen Corsoboot

De Corsoboot vaart de route tussen de vele andere boten. Via de boot wil Delfland laten zien wat het doet in het kader van haar kerntaken. Het rondvaren met een boot biedt geringe interactiemogelijkheden met het publiek/de toeschouwers of met andere vaarrecreanten. Interactie vindt plaats op de wal. Daarmee is het geen effectieve investering voor het vergroten van het waterbewustzijn. Door bewustzijn te stimuleren over de (nieuwe) uitdagingen rond water wil het College en de organisatie een beweging aanjagen, zodat partijen (inwoners, bedrijven, grondeigenaren en medeoverheden) actief gaan bijdragen aan het toekomstbestendig inrichten van de leefomgeving. Het een gegeven dat het Varend Corso niet bijdraagt aan de waterkwaliteit: booteigenaren en toeschouwers laten spullen achter in en rondom het water. Deelname aan het evenement met een eigen boot, kan mogelijk de verkeerde indruk wekken. De geringe interactie draagt beperkt bij aan de toch al hoge naams- en taakbekendheid van Delfland.

Optie 1 voldoet hiermee niet aan de communicatiedoelen noch aan de sponsorcriteria die Delfland hanteert.

Optie 2. Vergroten zichtbaarheid Delfland in een van de kerntaken: handhaving

Tijdens de Varend Corso dagen zijn de handhavers van Delfland met een surveillanceboot zichtbaar aan het werk om veiligheidstoezicht op het water te houden.

Er is interactiemogelijkheid met de andere vaarrecreanten (op en rond het water) en de werkzaamheden van Team Toezicht & Handhaving kunnen we benutten om de naams- en taakbekendheid van Delfland te vergroten: we werken daarmee aan het vergroten van **waterschapbewustzijn**. Daarnaast wil team Communicatie met de inzet van social media (zie hieronder) ook het **waterbewustzijn** onder de jonge Westlanders vergroten. Het effect dat wij beogen is dat (jonge) vaarrecreanten veilig en voorbereid het water opgaan (óók buiten het Varend Corso om): zorg dat je boot in orde is en geen olie lekt, zorg dat je weet waar je mag varen (stremmingen), ken de vaarregels (veiligheid), hou je aan de snelheid, ontzie de kwetsbare oevers en gooi geen rotzooi in het water (waterkwaliteit).

Optie 2 voldoet hiermee aan de communicatiedoelen en het sponsorbeleid van Delfland.

Ondersteuning met social media

Team Communicatie maakt in opdracht van Team Toezicht & Handhaving drie **korte filmpjes om veilig varen via social media te promoten**. We zoeken hierin de samenwerking met netwerk *Varen doe je samen*. Op een laagdrempelige (BOB-reclameachtige) manier komen bijvoorbeeld vaarregels en -tips aan bod. Maar ook bijvoorbeeld het belang van natuurvriendelijke oevers en het vermijden van rotzooi in het water. Wellicht is een jonge Westlandse watersporter bereid om hieraan mee te werken en ook **jeugdijkgraaf Jiska Taal** kan in de filmpjes ingezet worden. Via de onlinekanalen van Delfland brengen we de filmpjes gericht (via targeting: #varendcorso2018) onder de aandacht bij relevante doelgroepen: jongeren in het Westland. Met de organisatie van het Varend Corso kan verkend worden hoe we die filmpjes op de jongerendag (dag 2) extra onder de aandacht kunnen brengen.

Advies

Vanwege de hoge kosten en vanwege het feit dat optie 1 niet bijdraagt aan het vergroten van het waterbewustzijn cq waterschapbewustzijn is het advies aan het College om voor

2018 niet te kiezen voor optie 1: deelname aan het Varend Corso met een Corsoboot.

Een mogelijk afbreukrisico is dat als het effect van de inzet van de Corsoboot gering is en de kosten die gemaakt worden voor het optuigen van de Corsoboot hoog, de publieke opinie zich hierover negatief zal uitlaten. In een zomerperiode waarin er doorgaans relatief weinig nieuws te melden is, kan dit onbedoeld veel (negatieve) media-aandacht krijgen.

Gezien de geringe kosten, de bijdrage aan de communicatiedoelen en het voldoen aan het sponsorbeleid, is het advies aan het college om te kiezen voor optie 2.

De inzet van de filmpjes via de social mediakanalen met de juiste targetting kan veel free publicity genereren over de kerntaken van Delfland, onder ander de kerntaak handhaving en het waterbewustzijn onder jongeren vergroten. De filmpjes kunnen in de maand juni en begin juli voorbereid worden: voor de start van het zomerreces.