

Technische vragen cie <EEB, 21-01-2019>

nr	Partij en indiener	Punt	Gedeputeerde	Onderwerp	Vraag	Antwoord
1	D66	c-agenda alle commissies in januari 2019		Brief GS aan PS inz. regiodeals in Noord-Holland	D66 is uiteraard ingenomen met de investering in terreinen en panden langs het waterfront van de Zaan en het IJ. Hiermee kan nieuw leven worden ingeblazen in deze gebouwen en wellicht een oplossing bieden voor het woningtekort in de regio. D66 heeft nog wel enkele vragen over de regiodeal. 1. Wat is de financiële provinciale bijdrage aan de regiodeal ZaanIJ? 2. Kan worden toegelicht welke	1. Dat wordt nu uitgewerkt in overleg met de trekkers van deze regiodeal, nl. Zaanstad en Amsterdam en de dealmakers van LNV namens het Rijk. 2. In hoofdlijn sluit de deal aan bij de beweging “Metropool in ontwikkeling” van de Omgevingsvisie. Het gaat om de uitwerking van de gewenste binnenstedelijke verstedelijkingsopgave en het vinden van de juiste balans met het Metropolitane Landschap, incl. een groene gezonde klimaatadaptieve stad. De deal “ZaanIJ duurzaam verbonden” gaat in brede zin om verbinden: tussen de verstedelijkingsopgave in Amsterdam en Zaanstad, tussen (de opgaven in) de bestaande wijken en de nieuwe toekomstige woningbouw en tussen de stad en het groen (van voordeur tot in het landschap). Concreter draagt de deal bij aan doelen op gebied van Groen Kapitaal/Metropolitane Landschap incl. fietsverbindingen; arbeidsmarktbeleid en ondermijning. Er is ook een bereikbaarheidsopgave, die loopt primair via de Corridorstudie Amsterdam-Hoorn. Aangezien het Rijk minder middelen beschikbaar heeft gesteld dan gevraagd loopt nog overleg over wat wel/niet in de deal komt. In februari is hier hoog ambtelijk (op DG niveau bij het Rijk, waarschijnlijk LNV en BZK) overleg over. Op basis van de definitieve inhoud bepaalt de provincie – naast haar definitieve financiële bijdrage - hoe zij daar op gaat sturen. 3. Uiterlijk voor het Zomerreces moet de bestuursovereenkomst rond zijn. In het voorjaar wordt PS geïnformeerd over de

Technische vragen cie <EEB, 21-01-2019>

nr	Partij en indiener	Punt	Gedeputeerde	Onderwerp	Vraag	Antwoord
					provinciale doelen hiermee zijn gediend en hoe de provincie daarop gaat sturen? 3. Hoe en wanneer wordt PS geïnformeerd over de voortgang (en resultaten) van deze regiodeal? 4. Hoe wordt omgegaan met de voorgestelde regiodeals die zijn afgevallen? 5. Hoe vindt de verdeling van de beschikbare middelen (29 miljoen) van de provincie voor de regiodeals plaats?	voortgang. 4. Die mogelijkheden worden verkend. Het is bijvoorbeeld mogelijk om in een later stadium via het ministerie van LNV wederom voorstellen in te dienen voor een nieuwe tranche. Er bestaat echter geen garantie dat het Rijk afgewezen voorstellen dan alsnog zal honoreren. 5. In totaal heeft de provincie Noord-Holland in de Kaderbrief 2019-2022 over drie opeenvolgende jaarschijven een bedrag van 29 miljoen euro ter beschikking gesteld als cofinanciering voor de regiodeals. Een mogelijke provinciale bijdrage aan de regiodeal ZaanIJ zal binnen die middelen gezocht worden. De overige middelen zijn in principe beschikbaar voor het opnieuw indienen van de afgewezen regiodeals, of mogelijke nieuwe voorstellen voor een volgende tranche.
2	50PLUS	8.a	Bond	Kop werkt: jaarprogramma 2019 /voortgangsrapportage 2018 en	pagina 55, 5.1 De ambitie van het project Destinatiemarketing	Er is een toeristisch regioprofiel voor De Kop van Noord-Holland opgesteld en de marketingstrategie voor de periode 2017-2020 is bepaald. Dit heeft geleid tot:

Technische vragen cie <EEB, 21-01-2019>

nr	Partij en indiener	Punt	Gedeputeerde	Onderwerp	Vraag	Antwoord
				Maatschappelijke en Economische Effectrapportage	is om de Kop van Noord-Holland naar de top-vijf van toeristische regio's te brengen. Hiervoor is € 1.600.000 begroot. Vraag 1. Kan GS aangeven wat dit tot nu toe concreet heeft opgeleverd, en op welke plek de Kop van Noord-Holland nu staat?	1. Gecoördineerde marketing en promotieacties voor de Kop van Noord-Holland binnen Holland boven Amsterdam vanuit een eigen toeristisch profiel; 2. Strategie voor het optimaal benutten en versterken van het toeristisch profiel voor de toekomst, gekoppeld aan de doelstellingen van het ambitiedocument; Met als doel: meer toeristen en bezoekers, die langer blijven, vaker terug komen en meer geld uitgeven en daarmee tot het verhogen van het economisch en maatschappelijk rendement op lokaal, regionaal en bovenregionaal niveau. De campagnes zoals vastgelegd in de Marketingstrategie zijn uitgevoerd. Dit jaar is extra ingezet op een mediacampagne en dit heeft geleid tot 30% meer bezoekers op de website. Behalve stijgende bezoekersaantallen naar de website zien we ook een sterk stijgende activiteit op de social media accounts zoals Instagram en Facebook. De Website kent 409.023 bezoekers met gemiddeld 1350 unieke bezoekers per dag. Bij de diverse winacties waren in totaal 15.000 deelnemers. Via het digitale magazine is een aansprekend overzicht te zien: http://campaignsresults.instantmagazine.com/indekop/nieuws-uit-de-kop-3/resultaten-2018/ Tot en met 2018 is € 800.000 gereserveerd voor deze campagnes. Tot en met het 1^e halfjaar van 2018 is € 482.639,77 uitgegeven. De daadwerkelijke stijging van bezoekers aan De Kop en het effect van deze stijging zullen t.z.t worden gemeten in de

Technische vragen die <EEB, 21-01-2019>

[illegible]