

Het aanvraagformulier dient **digitaal** ingediend te worden bij het secretariaat van Stichting Ondernemersfonds Centrum 's-Hertogenbosch T.a.v. het bestuur van de Stichting (info@soch.nl)

Alleen volledige ingevuld en digitale aanvragen die minimaal 5 dagen voor de bestuursvergadering zijn ontvangen (zie www.soch.nl voor de data) worden binnen 30 dagen in behandeling genomen

Naam project : Opera op de Parade 2023
Naam aanvrager : Zuid Nederlandse Theatermaatschappij

In te vullen door secretariaat Ondernemersfonds Centrum 's-Hertogenbosch:
Datum van ontvangst: : Projectnummer: 2023/

In te vullen door aanvrager:
Let op: lees voor het invullen van dit aanvraagformulier de toelichting.

1. Algemene informatie:

Naam project : Opera op de Parade 2023
Naam collectief :
Naam aanvrager : Zuid Nederlandse Theatermaatschappij
Adres / woonplaats aanvrager : Sint Jorisstraat 131 te 5211 HA 's-Hertogenbosch
IBAN nummer : NL65 ABNA 0264 1602 66 tnv Zuid Nederlandse Theatermaatschappij BV
Projectleider : Marie-José Meeuwissen telefoon 06- 53 74 2161
E-mailadres projectleider : marie-jose.meeuwissen@theateraandeparade.nl

2. Project

Opera op de Parade is hét jaarlijkse opera-evenement waar publieksbereik, participatie en artistieke topkwaliteit bij elkaar komen. Opera op de Parade vindt plaats van 22 tot en met 24 juni 2023.

Omschrijving project : Met Opera op de Parade 2023 brengen philharmonie zuidnederland, Opera Zuid en Theater aan de Parade in samenwerking met de Gemeente 's-Hertogenbosch, het International Vocal Competition (IVC) en Huis73 opera en klassieke muziek van topniveau naar de openbare ruimtes in 'de stad', naar hartje Den Bosch. De verbindende kracht van muziek is terug te vinden in alle activiteiten. Het instrument dat wij hiervoor inzetten zijn onvergetelijke live belevingen van opera en muziektheater voor een zo breed mogelijk publiek van alle leeftijden op een zo laagdrempelige manier in midzomernachten in de openlucht. Avonden die je beleeft met andere opera- en muzikliefhebbers, familie, vrienden, burens, stadgenoten en niet te vergeten, vele bezoekers van buiten de stad. Bij de operavoorstelling verschijnen in de vroege ochtend de eerste bezoekers al, later in de middag stroomt het plein vol enthousiaste toeschouwers die met een hapje en een drankje genieten van de gratis openluchtvoorstellingen.

Opera op de Parade 2023 is een driedaagsevent dat muziek- en operaliefhebbers vanuit het hele land verbindt.

Dag 1, 22 juni, Opera op de Parade
Voor de Opera op de Parade programmeren we traditiegetrouw de nieuwe voorjaarsproductie van Opera Zuid en philharmonie

zuidnederland in de buitenlucht. In 2023 is dit werk van meesterhumorist en satiricus Jacques Offenbach, die het publiek dansend en feestend mee naar de onderwereld voert in zijn verrukkelijke, doldwaze en komische opera Orphée aux Enfers. In dit schaamteloze, hilarische en een tikje brutale meesterwerk brengt regisseur Benjamin Prins onder anderen de populaire smaakmaker Francis van Broekhuizen als Junon op het podium. Het geheel staat onder bezielende leiding van Enrico Delamboye.

Dag 2, 23 juni, Het IVC vocalistenprogramma voorziet in een podium voor nieuw zangtalent en een breed vocaal programma voor een breed publiek. Musici van philharmonie zuidnederland zorgen voor de muzikale begeleiding en het geheel staat onder leiding van de internationaal befaamde dirigent Ed Spanjaard.

Dag 3, 24 juni, Dag van de Participatie met de Symphonic Mob en de Koren Sing Along

Het wordt een bijzondere zaterdag, 24 juni. De koren en amateurmusici uit Den Bosch en omstreken worden uitgenodigd om met velen (we verwachten rond de 1.000 participanten) bij te dragen aan de grootste Koren Sing Along uit de geschiedenis van Opera op de Parade. Zij worden hierbij begeleid door de Koninklijke Harmonie en musici van philharmonie zuidnederland.

Oók vindt die dag de Symphonic Mob plaats waarmee we amateurmusici oproepen te musiceren in een megagroot orkest midden in de stad. Duncan Ward, chef-dirigent van philharmonie zuidnederland, neemt zelf de muzikale leiding op zich! Deze grootschalige samenwerking tussen amateurmusici en de professionals van het orkest, is in Duitsland al een groot succes. De philharmonie zuidnederland is het eerste orkest in Nederland dat de Symphonic Mob gebruikt om het contact met amateurmusici te intensiveren.

"Dit project mondt uit in één groots muzikaal evenement. In de openbare ruimte, mét publiek. Daarmee maken wij zichtbaar wat een professioneel orkest kan betekenen voor de muziekcultuur van een regio, hoe muziek leeft en verbindt", aldus Stefan Rosu, intendant philharmonie zuidnederland.

Deelnemers van 9-90 jaar en van alle niveaus, van beginneling tot gevorderd amateur, spelen mee.

Ook de orkestmusici vinden het een ontzettend leuke ervaring om het enthousiasme van de amateurs te zien. Een verbinding die je alleen kunt maken door samen te musiceren. Naast de verbinding tussen de amateurs (van alle leeftijden) en de orkestmusici maakt ook een nieuw breed publiek kennis met een live symfonieorkest. Bij de eerste editie in 2022 waren er ook honderden belangstellenden in zowel Eindhoven als Maastricht; winkelende voorbijgangers bleven massaal kijken en er volgde meermaals een groot applaus. Waanzinnig leuke reacties. Ook was er veel aandacht in vakbladen, in de kranten en op de regionale tv-zenders.

Samen met de amateurs uit de regio wil philharmonie zuidnederland laten horen hoe de muziekcultuur in de regio leeft en verbindt.

"Fantastisch is dit. Er is niets krachtigers voor muzikanten om samen in een orkest te spelen, zoals hier. Jonge generaties, oude generaties, op deze manier brengen we ze bij elkaar", aldus chef-dirigent Duncan Ward.

		<p>Voorafgaand aan de Koren Sing Along en Symphonic Mob organiseren we workshops voor amateurzangers, -musici en regionale en nationale koren.</p>
Achtergrond/aanleiding	:	<p>Opera op de Parade hoort al jaren tot de top 5 van evenementen waarop de Bosschenaren heel erg trots zijn. Wij hebben de ambitie dit te laten groeien tot een evenement van nationale betekenis. Met hulp van de gemeente 's-Hertogenbosch, fondsen en sponsors gaan we de waarde van Opera op de Parade voor de kunstvorm opera en voor 'de stad' vergroten. Om dit doel te bereiken, organiseren we in 2023 een driedaags evenement dat muziek- en operaliefhebbers vanuit het hele land verbindt.</p>
Behoeftte/vraagstelling	:	<p>Met deze aanvraag ad € 25.000,- voor de editie van 2023 kunnen we onze ambitie voor dit driedaagsfestival verankeren als een belangwekkend landelijk cultureel evenement en meer mensen de mogelijkheid te bieden om kennis te maken en te genieten van de kunstvorm opera en de fantastische vocalisten die ons land rijk is. En zélf ook mee te doen.</p> <p>Hierbij is de steun van Stichting Ondernemersfonds Centrum 's-Hertogenbosch van onschatbare, een niet te vervangen waarde.</p>
Projectteam	:	<p>Opera op de Parade is een initiatief van philharmonie zuidnederland (oprichter van Opera op de Parade in 2006) Opera Zuid en Theater aan de Parade. Het evenement wordt ondersteund door de gemeente 's-Hertogenbosch. Belangrijke samenwerkingspartners zijn in 2023 het International Vocalisten Competition, Huis73 's-Hertogenbosch en de Koninklijke Harmonie 's-Hertogenbosch.</p>
Partners in het project	:	<p>De partners van Opera op de Parade 2023 werken voor specifieke programmaonderdelen nauw samen met regionale en landelijke partners. Belangrijke artistiek inhoudelijke partners zijn Opera Zuid, philharmonie zuidnederland en het IVC. Samen met mede organisator Theater aan de Parade en partner gemeente 's-Hertogenbosch vormen zij de basis van het evenement.</p> <p>De organisatie van de Opera op de Parade 2022 levert en financiert alle faciliteiten in samenwerking met:</p> <ul style="list-style-type: none">-Gemeente Den Bosch (andere faciliteiten zoals bewaking, EHBO, schoonmaken e.d.)- Oranje vormgevers (vormgever publiciteit)- Sponsors en fondsen (waaronder de horeca rondom de Parade)- CrowdCom te Den Bosch (technische productie)
Doelstellingen die met het project worden behaald	:	<p>We willen Opera op de Parade naar een hoger, landelijk niveau tillen en het festival verankeren als belangwekkend landelijk cultureel evenement en meer mensen de mogelijkheid bieden om kennis te maken en te genieten van de kunstvorm opera en de fantastische vocalisten die ons land rijk is.</p> <p>Ons doel: vanaf 2023 vieren we de opera tijdens een driedaags evenement dat 20.000 muziek- en operaliefhebbers vanuit het hele land verbindt. Met hulp van de gemeente 's-Hertogenbosch, fondsen en sponsors gaan we de waarde van Opera op de Parade voor de kunstvorm opera en voor 'de stad' stapsgewijs vergroten.</p>

Om dit doel te bereiken, hebben we de formule van het festival verbreed:

- Opera op de Parade en de Sing Along zijn de belangrijkste pijlers van het festival. Dit zijn niet alleen grote publiekstrekkers, het zijn bovenal echte publiekslievelingen die de liefde voor opera aanwakkeren. Het IVC vocalistenprogramma voorziet daarnaast in een podium voor nieuw zangtalent en een breed vocaal programma voor een breed publiek.
- Voor Opera op de Parade programmeren we traditiegetrouw de nieuwe voorjaarsproductie van Opera Zuid en philharmonie zuidnederland in de buitenlucht.
- In 2022 omlijstte Waut Koeken, intendant van Opera Zuid, de opera met een korte uitleg en presentatie voor de opera en na de pauze. Deze toevoeging werd zeer op prijs gesteld en nemen we weer mee.
- Voor 2023 staat een Dag van de Participatie op het programma met een Koren Sing Along en de Symphonic Mob met bijdragen van amateurkoren en - musici uit de regio.
- Voorafgaand aan zowel het IVC-vocalisten programma als de Koren Sing Along als de Symphonic Mob organiseren we operaworkshops voor amateurzangers en regionale en nationale koren.

Projectresultaat (meetbare economische effecten)

Opera op de Parade onderscheidt zich op alle mogelijke fronten van andere klassieke muziek- of operafestivals in Nederland. Het evenement is uniek in ons land.

Onderscheidend:

- Opera op de Parade past in een lange traditie van meer dan 17 jaar waarin ieder jaar op een eigentijdse wijze Opera- en Muziektheater aan het grote publiek wordt aangeboden. De hoge muzikale kwaliteit van het festival in combinatie met de grote laagdrempeligheid zijn en blijven dé kernwaarden van Opera op de Parade.
- Dankzij deze kwaliteiten heeft het festival niet alleen een grote aantrekkingskracht op het publiek maar ook op partners, die het programma versterken. Met als resultaat dat het evenement landelijk groeit én nog meer aandacht trekt.
- Er is geen ander operafestival in Nederland waar een integrale opera met decor én voltallig symfonieorkest - in de openlucht en gratis toegankelijk- deel uitmaakt van het programma.
- Muzikaal zetten twee BIS-gezelschappen, philharmonie zuidnederland en Opera Zuid, hun handtekening onder het festival. Zij werken aan de Top van Nederland en staan garant voor de hoge kwaliteit van het programma alsook de uitvoeringen. Beide gezelschappen grijpen de kans om hun muzikale kwaliteit én de parels uit het muzikale erfgoed laagdrempelig onder de aandacht te brengen van een groot en breed publiek en verbinden op dit podium midden in 's Hertogenbosch de Hoge cultuur met de Volkscultuur.
- De grote betrokkenheid van International Vocal Competition staat garant voor deelname van en de presentatie van nieuw zangtalent en een jonge cast van zangers van de nieuwe generatie. Winnaars van het concours dat in juni plaatsvindt, staan bij Opera op de Parade op het podium.
- Een ware publiekstrekker tijdens de pre-coronajaren was de Opera Sing Along, waarbij het publiek meezingt met bekende operahits, geprogrammeerd en onder begeleiding van philharmonie zuidnederland en solisten. Het plezier spat er bij dit event van af! In 2023 wordt dit participatieprogramma gevat in een minstens zo

Afbakening (wat is het project wel/niet)

gevarieerde, laagdrempelige en aanstekelijke Koren Sing Along om het operagenre te verankeren in het repertoire van amateurzangers en koren.

- Met de Symphonic Mob musiceren enkele honderden amateurmusici samen met musici van philharmonie zuidnederland in één orkest. Ze brengen het publiek een ware aubade van onsterfelijke melodieën.

SAMENWERKING

De philharmonie zuidnederland, Opera Zuid en Theater aan de Parade organiseren sinds 2007 in samenwerking met de gemeente 's-Hertogenbosch en de International Vocal Competition (IVC) een meerdaags operafestival met landelijke allure. In 2023 springt ook Huis73, het huis voor kunst en cultuur in 's-Hertogenbosch, aan boord van het festival.

Beschrijf de aanpak van het project : Opera Zuid en philharmonie zuidnederland zijn artistiek inhoudelijke partners. Samen met medeorganisator Theater aan de Parade en daarnaast International Vocalisten Competition en de gemeente 's-Hertogenbosch vormen zij de basis van het evenement. De samenwerking en betrokkenheid tussen de organisaties is zowel voor als achter de schermen goed. Zowel bij de voorbereiding van het festival als tijdens de uitvoering werken vanuit alle partners veel collega's mee, tot aan de leden van de Raden van Toezicht én de burgemeester van 's-Hertogenbosch aan toe. Al deze mensen zijn onze belangrijkste ambassadeurs.

Een structurele aanpak door middel van een efficiënte organisatie.

Beschrijf hoe het project wordt ingebed in een structurele aanpak :

De organisatiestructuur van Opera op de Parade bestaat uit een stuurgroep en werkgroepen. De stuurgroep wordt gevormd door de directies van de drie initiatiefnemers. Er zijn daarnaast vier werkgroepen: artistiek, productie, financiering en marketing. Zitting in de werkgroepen hebben specialisten vanuit de betreffende afdelingen van de initiatiefnemers.

Elke werkgroep wordt aangestuurd door een projectleider die aan de stuurgroep rapporteert. In de werkgroep productie heeft ook de (externe) producent Crowdcom zitting.

In 2022 is de organisatie uitgebreid met een extra projectleider vanuit Theater aan de Parade. Deze structuurwijziging bleek een 'gouden greep' die wij meenemen naar de toekomst: werkgroepen functioneerden onder de eenduidige regie beter en ook de interne communicatie verliep effectiever.

Risico-analyse : Indien niet alle fondsaanvragen worden gehonoreerd, dan staan de drie partijen garant: Opera Zuid, philharmonie zuidnederland en Theater aan de Parade.

Planning en terugkoppelmomenten :
Planning:
24-03-2023: Kick off en presentatie Opera op de Parade bij Delen Private Bank
24-03-2023: versturen persbericht
Vanaf 25-05-2023 start onlie campagnes (gefaseerd)
Na 24-06-2023: evaluatie

Terugkoppelmomenten

Er vindt een constante evaluatie-cyclus plaats op basis waarvan wij de ontwikkeling van ons festival monitoren en telkens bijsturen. In dit evaluatieproces kijken we ook naar de effecten van onze marketingcampagne.

Terugkijkend naar 2022 was de inzet van onze marketing en communicatie vooral gericht op het weer zichtbaar maken van het festival bij het publiek en de live ontmoeting bij - eindelijk weer - een opera in de openlucht. De kwalitatieve doelstelling om een zo breed mogelijk publiek te bereiken, van 0 tot 100 jaar is geslaagd. We ontvingen meer jongeren dan ooit op de Parade.

Naar het festival in 2023 toe zetten we de in dit hoofdstuk genoemde vernieuwingen in die tot een aanzienlijke groei van het aandeel landelijke bezoekers (van 6 – 25%) moeten leiden. Het effect daarvan toetsen we tijdens het festival in de vorm van een enquête. Dit instrument wordt elke editie ingezet om leeftijd, woonplaats, reden en bevindingen te toetsen. Ook bij de sponsors en hun relaties. De uitkomsten daarvan vormen weer de basis om de strategie naar 2024 te versterken of bij te sturen.

In 2019 trok ons operafestival 8.000 bezoekers voor de Opera op de Parade en 5.000 bezoekers voor de Opera Sing Along. In 2022 konden we na twee jaar stilte terug naar een live ontmoeting met het publiek. In 2022 hebben we 6.500 mensen bereikt.

Hoeveel bezoekers trekt uw evenement naar de binnenstad; meerwaarde voor de ondernemers in de stad?

Met Offenbachs Orphée aux Enfers hebben wij weer een aansprekende opera op het podium en alle werkzaamheden op en rond het plein horen tot het verleden. Met het volste vertrouwen denken wij vanaf 2023 door te kunnen groeien naar 20.000 bezoekers

De horecaondernemers in het centrum doen goede zaken tijdens het festival. Opera op de Parade 2023 versterkt het imago van de stad 's-Hertogenbosch als cultuurstad van het zuiden. Op geen ander moment en in geen andere stad vindt een dergelijk landelijk onderscheidend muziek-evenement plaats.

3. Kosten

Gevraagd bedrag : (€ 5.000,00)
Totaal projectkosten : (€ 368.802,00) incl. BTW excl. BTW
Is de aanvrager btw-plichtig m.b.t. dit project? : ja nee

4. Communicatie

Communicatieplan : Met Opera op de Parade willen we de liefde voor opera naar de harten brengen van een breed publiek, van 0 tot 100 jaar. De reden van deze brede opzet is eenvoudig: met de liefde voor kunst kun je niet vroeg genoeg beginnen en als het goed is houdt die liefde nooit op en groeit zij de rest van het leven met je mee.

Onze marketing en communicatie is erop gericht om:
- deze brede doelgroep te bereiken;
- het landelijk onderscheidende karakter van Opera op de Parade te positioneren.

Specifiek richten wij ons op:

- fans van het evenement;
- liefhebbers van opera en klassieke muziek;
- andere muziek- en cultuurliefhebbers in de regio en landelijk;
- koren, zangers (regio en landelijk);
- toeristen en bezoekers van Den Bosch;
- inwoners van Den Bosch e.o.;
- gezinnen met kinderen;
- jongeren.

FOCUS OP JONG PUBLIEK

Alle partners die meewerken aan Opera op de Parade zijn bekend met publiciteitsstrategieën om jong(er) publiek - jonger dan 30 jaar - te trekken; deze acties hebben wij in 2022 voor het eerst en met succes ingezet.

Hoe bereiken we de jonge mensen tot 30 jaar?

Onze strategie voor deze doelgroep is om de volgende middelen in te zetten:

a. Online campagne: op Google Display, YouTube, Facebook, Instagram en Spotify Ads. Met inzet van sociale media en online audio en video kunnen we heel gericht op deze doelgroep targetten. In 2022 was 11,2% van de mensen die wij met de online-campagne bereikt hebben tussen de 25 en 34 jaar. Met name Instagram heeft door de inzet van een betrokkenheidscampagne een goed resultaat in de jongere doelgroep laten zien. Met Google Display, YouTube en Spotify Ads creëren we een groot bereik, met Facebook, Instagram en ook Google Display sturen we op bezoek aan, bezoek aan onze website > Operaopdeparade.nl (nieuwe website is in de maak).

b. Influencer marketing: door samenwerkingen aan te gaan met 'bekende personen' uit Den Bosch, Noord-Brabant en de opera- en klassieke muziekwereld, bereiken we via hun social mediakanalen enorm veel (jonge) mensen in één keer. Denk bv aan de Bossche Buik, Femke Kamps, De Huismuts, Nikki de Jager, Laetitia Gerards etc. Het wordt een goede combi tussen nano (100 – 5.000 volgers), micro (5.000 en 50.000 volgers) en meso influencers (50.000 – 100.000 volgers), waarmee we veel bereik en engagement creëren.

FOCUS OP LANDELIJK PUBLIEK

In 2023 focussen we ons behalve op een jong(er) publiek extra op het bereiken van landelijk publiek. We willen cultuurliefhebbers in heel Nederland, die nog niet weten dat dit operafestival echt iets voor hen is, warm maken voor opera.

Op dit moment is de bezoekersmix:

Gemeente 's-Hertogenbosch 49%

Omliggende plaatsen 15%

Overig Noord-Brabant 30%

Landelijk 6%

We verwachten dat deze bezoekersmix in 2024 zal zijn:
Gemeente 's-Hertogenbosch 40%
Omliggende plaatsen 10%
Overig Noord-Brabant 25%
Landelijk 25%

ACTIES VOOR VERGROTING EN VERBREDING (PUBLIEKSBEREIK)

- Naast de reguliere kanalen die wij inzetten om het publiek te bereiken gaan wij ons richten op bezoekers van theaters, schouwburgen en podiumkunstenfestivals in de (middel)grote steden in Nederland. De belangrijkste uitdaging hierbij is het verhogen van de reisbereidheid. Dat doen we door in samenwerking met de horeca in en rondom Den Bosch interessante arrangementen aan te bieden.
- Met de horeca en de middenstanders uit het centrum van Den Bosch e.o. ontwikkelen we speciale opera-arrangementen die extra uitnodigen om de stad tijdens het festival te bezoeken.
- Het festival blijft gratis toegankelijk, om financiële drempels bij het publiek weg te halen.
- We verbinden net zoals in 2022 ambassadeurs (influencers) aan het festival - jonge muzikanten die hun passie voor (klassieke) muziek via vlogs met hun achterban delen.
- Naast ambassadeurs verbinden we opvallende en populaire koren en solisten aan het programma.
- In advertenties benadrukken we de festivalsfeer; mensen zijn eerder geneigd te reizen voor een meerdaags festival dan voor één regulier concert.
- Sponsors mogen als tegenprestatie relaties uitnodigen om het festival bij te wonen. Dit is in 2022 ook goed bevallen, want zo maken wij binnen het sponsornetwerk maximaal gebruik van de kracht van mond-tot-mond reclame.

We hebben een partnership met Classic.nl; de klassieke radiozender besteedt ruime aandacht aan het festival. En we hebben goede contacten met de redacties van NPO Radio 4, Podium Klassiek en populaire programma's zoals Tijd voor MAX; via deze kanalen brengen wij het festival én de meerdaagse VIP-arrangementen (met extra mooie zitplaatsen) onder de aandacht (prijsvraag/kaarten verloten).

- We benutten de kanalen van onze operapartners in het land. Zij zijn graag bereid om hun kunstdiscipline onder de aandacht van een breed publiek te brengen en dit publiek via een laagdrempelig festival naar de concertzaal te halen.
- Ook benutten wij de kanalen van onze culturele partners, zoals Toneelgroep Maastricht, het Brabantkoor en ons landelijke netwerk van theaters, schouwburgen en podiumkunstenfestivals.
- Wij onderhouden uitstekende contacten met een groot netwerk van hogescholen, universiteiten en grote bedrijven. Zij treden graag op als ambassadeur van ons festival.

- Een redactioneel artikel (spread) in de Luister. Luister is 's lands enige onafhankelijke klassieke-muziekmagazine en tevens het oudste muziektijdschrift van de Benelux. Al bijna zeventig jaar is Luister een baken van kwaliteit en betrouwbaarheid voor de duizenden trouwe lezers, jong en oud. De oplage van het magazine is 25.600 en het maandelijks online bereik is 53.000 unieke bezoekers. 59% van de lezers van Luister is man, en 77% van de lezers is tussen de 45 en 75 jaar oud. Maar liefst 85% van de lezers van Luister bezoeken concerten.
- Daarnaast zorgt Opera Zuid via hun persagenten ervoor dat Opera op de Parade wordt vernoemd in de Orphée aux Enfers-campagne voor de bekende, landelijke glossy's, kranten en online media.
- Met onze mediapartners zorgen we ervoor dat het festival zich op multimediatplatforms nog meer kan onderscheiden.
- Wij zetten in op online marketing om een zo jong en divers mogelijk publiek te trekken, met de nadruk op onder de 30 jaar.

5. Overige vragen

- Maakt u gebruik van andere ondernemers? : ja nee.
Zo ja, betreft dit Bossche ondernemers? ja nee
- Evt. extra toelichting of opmerkingen :

Het aanvraagformulier dient voorzien te worden van de volgende bijlagen:

- recent uittreksel Kamer van Koophandel (niet ouder dan 3 maanden) van de aanvrager of een kopie van de samenwerkingsovereenkomst
- kopie statuten indien van toepassing
- projectbegroting en dekkingsplan
- Door het invullen van dit formulier ga ik akkoord met het plaatsen van de aanvraag op www.soch.nl

Let op: Sla eerst uw document op voordat u het verstuurd. Dit voorkomt dat de invulvelden (in sommige gevallen) leeg worden verstuurd.

's-Hertogenbosch, d.d. maandag, 8 mei 2023 Naam: A.H. Kühne Functie: Directeur / bestuurder