



Návrh koncepce činnosti kulturního, vzdělávacího a informačního centra v Brně na Vinohradech

Mgr. Nikola Vasilevská, DiS.
Brno-Vinohrady 2023

Obsah:

1. Poslání a cíle
2. Oblasti působení organizace KVIC
3. Financování
4. Propagace

Přílohy:

1. Zhodnocení aktuálního stavu
2. Specifika kulturního prostředí na sídlišti
3. Návrhy konkrétních akcí

1. POSLÁNÍ A CÍLE

1.1. Poslání

- Být živým, rozmanitým a moderním kulturním centrem, otevřeně komunikovat s veřejností, reflektovat potřeby místních obyvatel a především nabízet kvalitní kulturní akce pro všechny věkové a zájmové skupiny.
- Poskytovat pestrou škálu kulturních aktivit, které oslovují širokou veřejnost, podporují soudržnost komunity a přispívají k rozvoji uměleckého a kulturního života na Vinohradech.

1.2. Cíle a kroky k jejich naplnění

- Hlavním cílem je co největší pestrost a dostupnost kulturních či edukačních aktivit pro všechny zájmové skupiny.
- KVIC se stane kulturním srdcem Vinohrad, které propojuje obyvatele, poskytuje kvalitní zážitky a podporuje rozvoj uměleckého talentu v naší komunitě.

1.2.1. Inovace a rozmanitost programu

- Zajištění pestrosti kulturního programu a akcí, které oslovují různé věkové a zájmové skupiny na Vinohradech.
- Inovace a modernizace kulturních aktivit, aby odpovídaly současným trendům a zájmům obyvatel.

1.2.2. Transparentnost a komunikace

- Zlepšení informovanosti veřejnosti o kulturních akcích, programu a možnostech pronájmu prostor prostřednictvím různých kanálů komunikace (více v bodu propagace)
- Aktivní zapojení místních obyvatel do plánování kulturních činností.
- Podpora aktivních občanů v jejich činnostech pro místní komunitu.

1.2.3. Všeobecná dostupnost a inkluзивita

- Zajištění přístupnosti kulturních aktivit pro všechny obyvatele včetně osob se zdravotním postižením.

1.2.4. Finanční stabilita a efektivní řízení

- Využití všech dostupných možností financování, včetně dotačních programů, vlastní činnosti, fundraisingu, sponzoringu a dalších zdrojů, pro zajištění ekonomické soběstačnosti.
- Efektivní řízení finančních prostředků a plánování rozpočtu s důrazem na dlouhodobou udržitelnost.

1.2.5. Optimalizace využití kulturních prostor

- Efektivní využití prostor, včetně vhodných venkovních ploch a společenského sálu. Zpřístupnit veřejnosti prostory, které budou přizpůsobitelné kulturním aktivitám.
- Nastavení a zveřejnění jasně daných podmínek pronájmu jednotlivých prostor, především kulturního sálu Pálava na ulici Bzenecká.

1.2.6. Zvýšení návštěvnosti a propagace

- Efektivně komunikovat a propagovat kulturní centrum a jeho programy, aby oslovilo co nejširší publikum.
- Využití moderních metod propagace a marketingu pro zvýšení povědomí o kulturních akcích a zvýšení počtu návštěvníků. Spolupráce s místními médii, komunitními skupinami a influencery pro šíření informací o kulturních událostech na Vinohradech.

1.2.7. Spolupráce a partnerství

- Navázání úzké spolupráce s dalšími dobrovolnými spolky a organizacemi působícími na Vinohradech, s cílem sdílet zdroje, znalosti a vzájemně se podporovat.
- Spolupráce s MČ Brno-Vinohrady a kulturní komisí.
- Vytvoření partnerství s místními školami, institucemi a podniky pro společné pořádání kulturních programů a akcí.

1.2.8. Otevřenost a přístupnost kulturního centra

- Zpřístupnění vstupu do kulturního centra pro veřejnost včetně umožnění přístupu veřejnosti do centra KVIC.
- Aktivní přístup k získávání zpětné vazby od návštěvníků a pravidelné vyhodnocování.

1.2.9. Hodnocení a měření výkonu

- Vytvořit systém hodnocení a měření výkonu, který umožní průběžné zlepšování kvality a účinnosti kulturních programů.
- Sledovat návštěvnost, spokojenost návštěvníků a dosahované výsledky.

2. OBLASTI PŮSOBENÍ ORGANIZACE KVIC

Název příspěvkové organizace KVIC vychází ze 4 samostatných slov, které se zabývají čtyřmi různými oblastmi.

2.1. Kulturní oblast

- Pořádání kulturních akcí a festivalů (koncerty, divadelní představení, výstavy, taneční večery) v kulturním sále či na vinohradské louce, která by se stala centrem kulturního dění na Vinohradech.
- Organizování uměleckých workshopů, kurzů a přednášek pro všechny věkové skupiny, které by podporovaly rozvoj uměleckých dovedností a tvořivosti obyvatel.
- Spolupráce s místními umělci a uměleckými skupinami pro jejich prezentaci.
- Podpora a propagace místních kulturních tradic a historie prostřednictvím výstav, tematických akcí a interaktivních programů. Návrat k tradicím, od kterých se v minulosti upustilo, např. obnovení Vinohradských hodů.

2.2. Vzdělávací oblast

- Pořádání vzdělávacích kurzů a workshopů zaměřených na rozvoj dovedností, osobnostní růst, kreativitu a vzdělání obyvatel.
- Organizace přednášek, seminářů a diskusních setkání na aktuální témata ve spolupráci s odborníky a akademickou sférou.
- Spolupráce s místními školami a institucemi pro vytváření vzdělávacích programů a projektů.
- Spolupráce s místním klubem seniorů v oblasti vzdělávání.

2.3. Informační oblast

- Obnovení informačního centra otevřeného pro veřejnost, které by poskytovalo informace o kulturních akcích, vzdělávacích možnostech či volnočasových aktivitách.
- Vytváření a distribuce informačních materiálů o místním kulturním životě, historii, památkách, zájmovostech a možnostech trávení volného času.
- Správa webového portálu a sociálních médií, které by sloužily jako platforma pro sdílení informací, komunikaci s veřejností a také jako propagační nástroj pro kulturní centrum.
- Prodej vstupenek, informačních materiálů, knih, upomínkových předmětů, merchandisingu, vratných kelímků na akce apod.

2.4. Centrum

- Slovo „centrum“ v rámci organizace KVIC znamená koordinující a zastřešující funkci, která propojuje jednotlivé oblasti (kulturní, vzdělávací, informační) a zajišťuje jejich vzájemnou spolupráci a synergii. Centrum slouží jako srdce kulturního života na Vinohradech, poskytuje infrastrukturu a zázemí pro jednotlivé aktivity, shromažďuje a dále předává informace o zdejší kulturní životě a zároveň podporuje vzájemnou propojenost a komunikaci mezi všemi subjekty.

3. FINANCOVÁNÍ

Financování je klíčovým prvkem každého úspěšného kulturního projektu a organizace. Pro zajištění udržitelnosti a rozvoje kulturního centra na Vinohradech je nezbytné mít jasnou a strategickou koncepci financování. Efektivní využívání dostupných finančních prostředků a diversifikace zdrojů jsou základními principy, které nám umožní realizovat naše ambiciózní cíle a plány. V následujícím odstavci se zaměříme na různé zdroje financování a metody získávání peněz, které budou využity k podpoře kulturních aktivit a programů v rámci KVIC.

3.1. Příjmy z vlastní činnosti

- Pronájem (sál, učebny, venkovní plochy, pronájem od stánkařů a prodejců na akcích KVICu aj.)
- Vstupné, kurzovné (akce, kroužky, workshopy, přednášky, kino, divadlo...)
- Prodej (merchandising, vlastní prodej občerstvení)

3.2. Vlastní rozpočet schválený MČ Brno-Vinohrady

3.3. Dotace – veřejné projektové výzvy

- Statutární město Brno (hudba, divadlo, tanec, kulturní akce...)
- Jihomoravský kraj (rozvoj kultury v rámci JmK)
- Ministerstvo kultury (kreativní učení, kreativní vouchery...)
- Evropské fondy (operační program kultura)

3.4. Granty

- Nadace, fondy (Cesty Kultury, Fond BTK...)
- Mezinárodní organizace (Creative Europe, EEA grants...)
- Korporace a firemní nadace (Skanska, Česká Spořitelna, VZP...)

3.5. Sponzoring

- Identifikace potenciálních sponzorů a dárců
- Vytvoření sponzorských a partnerských programů
- Crowdfunding
- Barterová spolupráce
- Spolupráce s místními podniky
- Individuální dárci

4. PROPAGACE

Propagace je dalším klíčovým prvkem koncepce organizace KVIC, kterým se zajistí efektivní šíření informací o kulturních aktivitách a programu. Propagace bude založena na multikanálové strategii, využití moderních i tradičních forem a úzké spolupráci s médií a veřejností. Cílem je zvýšit povědomí o organizaci, oslovit co nejširší publikum s dostatečným předstihem před akcemi a vytvořit silnou komunitu příznivců a návštěvníků.

- **Webové stránky:** moderní, informativní a snadno přístupné stránky pro návštěvníky.
- **Sociální sítě:** Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, TikTok.
- **Propagační materiály:** Tvorba atraktivních propagačních materiálů s pomocí zdarma dostupných nástrojů nabízejících jednoduché intuitivní šablony na tvorbu letáků, plakátů, brožur či třeba programových příruček. Tyto materiály budou obsahovat informace o kulturních akcích, programu, umělcích a dalších důležitých informacích pro návštěvníky.
- **Média a tisk:** Cílem je udržovat aktivní komunikaci s místními médii a novináři. Poskytovat jim pravidelné tiskové zprávy, pozvánky na akce a informace o novinkách a úspěších organizace.
- **Partnerství a spolupráce:** Navazování nových partnerství s dalšími kulturními organizacemi, umělci, institucemi a obchodními partnery. Společná propagace kulturních akcí a sdílení zdrojů.
- **Osobní marketing:** Propagace organizace KVIC prostřednictvím osobního marketingu. Účast na veřejných setkáních, konferencích, festivalech a dalších kulturních událostech, kde se lze prezentovat a navazovat kontakt s potenciálními návštěvníky a partnery.
- **Cílená reklama:** Využití možnosti cílené reklamy, jak online, tak offline. Zaměřením se na specifické skupiny lidí, které by mohly zajímat jednotlivé akce.
- **Recenze a doporučení:** Podpora získávání recenzí a doporučení od návštěvníků a účastníků kulturních akcí. Oslovovat je, aby sdíleli své zážitky na sociálních médiích, recenzních platformách nebo prostřednictvím svých osobních profilů. Pozitivní recenze a doporučení jsou silným nástrojem propagace, který se v dnešní době stává stále více významným.

- **Spolupráce s místními školami a institucemi:** Navázání spolupráce se školami a dalšími vzdělávacími institucemi. Např. s nabídkou speciálních programů, workshopů a vzdělávacích akcí, které jsou zaměřeny na kulturní vzdělávání a rozvoj. Tím se dá získat podpora škol a přilákat nové publikum.
- **Online a offline reklamní kampaň:** Integrovaná reklamní kampaň, která kombinuje online a offline kanály. Využití placené online reklamy, jako jsou PPC (Pay-Per-Click), cílené reklamy na sociálních sítích a ve vyhledávacích v kombinaci s tištěnými inzertami, plakáty a dalšími venkovními médii. Reklamní materiály by měly být vizuálně atraktivní a obsahově relevantní.
- **Newsletter a e-mailový marketing:** Vytvoření newsletteru, do kterého se budou moci návštěvníci a příznivci organizace KVIC přihlásit. Pravidelné posílání e-mailových zpráv s informacemi o nadcházejících akcích a novinkách. Newsletter je skvělým způsobem, jak udržovat spojení s občany, kteří o to stojí, a informovat je o aktuálním dění, navíc by e-mailovou komunikaci mohla ocenit starší věková kategorie občanů.
- **Interakce na sociálních sítích:** Být aktivní na sociálních sítích a zapojit se do interakce s občany. Odpovídat na komentáře, zasílat pozdravy, sdílet obsah a vytvářet diskuse. Cílem je vytvořit angažovanou a interaktivní komunitu, která bude KVIC a jeho aktivity podporovat.
- **Vinohradský maskot:** Maskot je vizuální symbol, který může lidem pomoci lépe si zapamatovat naši organizaci a městskou část. Může se stát ikonou, která bude spojována s našimi kulturními aktivitami a událostmi. Lidé se s maskoty rádi fotí a sdílejí tyto momenty na sociálních sítích, což by mohlo vést k šíření povědomí o naší organizaci. Jako bonus to bude další atrakce a zábava pro děti. Lidé by si mohli svého maskota zvolit např. v anketě. Zde jsou nějaké příklady: Skřítek Vincek (Vincent), Hrošínek a Rozinka apod.

V RÁMCI PROPAGACE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH BUDOU VYUŽITY NÁSLEDUJÍCÍ MARKETINGOVÉ STRATEGIE:

- Tvořit a sdílet originální a vtipné obrázky a meme, které budou reflektovat kulturní akce a aktuální témata.
- Pravidelně vytvářet krátká videa, stories a reels, která představí kulturní akce, zákulisí příprav a rozhovory s umělci. Tvorba video pozvánek.
- Propagovat živé přenosy (livestreamy) z kulturních akcí, aby se lidé mohli na akci podívat, i když se zrovna nemohou fyzicky zúčastnit.
- Pořádat soutěže a giveaway na sociálních sítích, kde účastníci budou moci vyhrát vstupenky, merchandise nebo jiné kulturní dárky.
- Spolupracovat s místními influencery a osobnostmi na sociálních sítích, aby propagovali naše kulturní akce a sdíleli své zážitky.
- Vytvořit unikátní hashtag pro každou kulturní akci a vyzvat návštěvníky, aby ho používali ve svých příspěvcích.
- Spolupracovat s místními kreativními tvůrci na vytváření atraktivního obsahu pro sociální sítě, který budeme pravidelně sdílet, aby naše mediální kanály byly aktivní a lidé je měli na očích.
- Aktivně monitorovat a reagovat na komentáře, otázky a zpětnou vazbu od návštěvníků na sociálních sítích.

5. ZÁVĚR

Pro efektivní fungování příspěvkové organizace KVIC je nejdůležitější pestrá nabídka kulturních a vzdělávacích akcí pro nejrozličnější věkové skupiny obyvatel. K jejímu plánování a realizaci je však nezbytným krokem důkladná analýza aktuálních zdrojů financí a hledání nových možností s cílem ekonomické nezávislosti. Moderní formy propagace a propojení s ostatními již fungujícími spolky jsou na cestě k novému KVICu nepostradatelné a samozřejmé.

PŘÍLOHA Č. 1

Zhodnocení aktuální situace

V rámci svého návrhu si dovoluji popsat aktuální situaci místního kulturního života na brněnských Vinohradech. Toto zhodnocení je odrazem pouze mého osobního pohledu, ze kterého dále vycházím při psaní této koncepce. Analýza by si jistě zasloužila mnohem více prostoru s využitím účinných nástrojů, které se běžně využívají ke zmapování a zhodnocení vnějších a vnitřních faktorů, jež ovlivňují chod každé organizace, např. SWOT analýza, metoda SMART a další. Tyto činnosti (s ohledem na reálný stav) by měly patřit mezi první úkoly nového ředitele/ředitelky KVIC.

S ohledem na rozsah tohoto dokumentu, a také z důvodu omezeného přístupu ke všem podkladům, uvedu v bodech nejzásadnější nedostatky z pohledu běžného občana Vinohrad a návštěvníka akcí:

- Stereotyp, malá rozmanitost akcí, absence moderního přístupu.
- Nedostatečná informovanost, netransparentnost, minimální komunikace s veřejností.
- Nereflektování přání místních obyvatel, nedostatek akcí pro různé věkové skupiny, především pro starší děti a dospívající.
- Nevyužití všech dostupných možností financování (dotační výzvy, fundraising, barter, sponzoring a další), ekonomická nesoběstačnost.
- Neefektivní využívání dostupných prostor, které nabízí mnohem větší potenciál.
- Nevyužití všech dostupných a moderních možností propagace, nízká návštěvnost akcí.
- Nedostatečná spolupráce s dalšími volnočasovými spolky působícími v okolí.
- Pobočka KVIC je aktuálně uzavřená pro veřejnost – nefunkční zvonek, zavřené dveře.

Prvním úkolem nového ředitele je kromě výše zmíněných analyzačních metod také zmapování situace v oblasti majetku, personálu, prostor vhodných k pořádání kulturních akcí, seznámení se s dosavadním chodem organizace, včetně akcí naplánovaných do konce roku 2023, seznámení se s rozpočtem na příští rok, zmapování dalších možností financování, a to především vhodných dotačních výzev na rok 2024, a setkání se s dalšími spolky, jež se podílí na kulturním životě v naší městské části.

PŘÍLOHA Č. 2

Specifika kulturního života na sídlišti

1. Různorodost a multigenerační prostředí

Paneláková sídliště, jako je to naše, většinou hostí různorodou skupinu obyvatel s různými sociálními a věkovými pozadími. Při tvorbě programu by se měla tato různorodost zohlednit a plánovat akce, které osloví co nejširší spektrum obyvatel.

2. Komunitní angažovanost

Z mého pohledu zde máme vcelku pevné komunitní struktury, z toho důvodu je žádoucí podporovat a zapojovat místní obyvatele do tvorby, realizace a hodnocení kulturního, vzdělávacího a informačního programu, v případě že projeví zájem. Například prostřednictvím pravidelných setkání, diskusí, dotazníků a otevřených fór, popř. také v součinnosti s obcí a právě probíhajícím auditem (Audit Family Friendly Community).

3. Propojení s místními zdroji a využití potenciálu

Naše sídliště nabízí různé dosud nevyužité místní zdroje a potenciál, kterého lze využít. Při tvorbě kulturního programu by měla být věnována pozornost spolupráci s místními umělci, uměleckými skupinami, školami, institucemi a podniky. Cílem je především sdílet své zdroje a znalosti. Zmapování všech místních organizací, které se zabývají kulturou, nabízejí volnočasové či vzdělávací aktivity, kontaktování umělců, zájmových uskupení, hudebních skupin a zkrátka všech, kterých se kulturně/vzdělávací téma nějak dotýká. Uspořádání společného setkání a brainstormingu, ze kterého vzniknou případné spolupráce na aktivitách v dalších letech. V rámci setkání by se také zhodnotil aktuální stav a identifikace nedostatků nabídky např. pro určité věkové či zájmové skupiny, tyto potřeby by pak reflektoval konkrétní program. Zefektivnění spolupráce s Domečkem, který je součástí kulturního centra KVIC, nabídka pomoci s financováním či oživením nabídky.

4. Moderní a inovativní přístup

Vinohrady potřebují osvěžení a nové impulsy jak v kulturním, tak ve vzdělávacím prostředí, proto je nezbytné sledovat aktuální trendy a nabízet inovativní a moderní formy aktivit.

5. Osobní rozvoj a vzdělávání

Vzhledem k prostředí s různorodými sociálními skupinami by měl být vzdělávací program zaměřen na podporu osobního rozvoje a získávání nových dovedností. Nabízené workshopy, kurzy či semináře by měly pokrývat širokou škálu témat, jako jsou umělecké a řemeslné dovednosti, digitální gramotnost, jazykové kurzy, podnikání, finanční gramotnost, péče o děti a další. Úkolem KVICu není pouze realizace všech těchto aktivit, ale podpora a propojení jiných specializovaných subjektů, která by mohla spočívat např. v tvorbě vhodných podmínek, poskytnutí prostor, propagaci apod.

6. Podpora uměleckých a kulturních aktivit

Vinohrady jsou úrodnou půdou pro rozvoj uměleckého talentu a kreativity. Organizace KVIC by měla podporovat a propojovat místní umělce, hudebníky, tanečníky a další tvůrce a poskytovat jim prostor a příležitosti pro prezentaci své tvorby. Může se jednat o koncerty, výstavy, divadelní představení, taneční workshopy a další umělecké akce.

7. Flexibilní programová nabídka

Pro paneláková sídliště je typické vysoké množství obyvatel na omezeném prostoru. Proto je potřeba vytvořit flexibilní a různorodou programovou nabídku, která zohlední různé zájmy, časové možnosti a potřeby obyvatel. Ta by se měla zaměřit na různé formáty, od jednoduchých akcí a workshopů až po dlouhodobější projekty či kurzy.

8. Zapojení technologií

Využití moderních technologií může přinést nové možnosti. KVIC bude otevřen využívání nových digitálních nástrojů, interaktivních aplikací, QR kódů a online platform pro propagaci a realizaci svých aktivit. Zvýší se tím dostupnost a atraktivita programu pro mladší generaci a technologicky orientované obyvatele, kteří mají ve městech a na sídlištích velké zastoupení. Moderní technologie také umožní rozšíření dosahu a dostupnosti pořádaných akcí.

PŘÍLOHA Č. 3

Návrhy konkrétních akcí

V následujícím seznamu naleznete různé nápady na akce, které by mohly oživit kulturní dění v naší městské části. Je třeba si uvědomit, že výběr a realizace konkrétních akcí bude záviset na finančních možnostech, získaných dotacích či zajištění dalších možností financování, dále také na preferencích a potřebách místních obyvatel. Tyto nápady slouží pouze jako inspirace pro budoucí programové aktivity, ty mohou být upraveny nebo kombinovány podle potřeb a dostupných zdrojů.

Některé akce jako jsou lesní stezky, únikové pátrací hry, roztančená hřiště apod., jsem schopná zajistit, vymyslet a realizovat sama v rámci své práce, není tedy nutné financovat žádnou externí firmu na zpracování.

1. Akce pro rodiny s dětmi

- Dětský den
- Karneval, Halloween
- Lampionový průvod
- Dětský festival
- Interaktivní a naučné stezky s úkoly v Akátkách
- Olympiáda, závody, Kids Spartan Race
- Příměstské tábory jako výpomoc v době zavřených MŠ o velkých prázdninách
- Divadlo pro děti, mobilní planetárium
- Pohádkový les
- Rostančená hřiště (animační programy s taneční výukou na různých hřištích po Vinohradech)
- Výtvarné a kreativní dílny
- Dětské promítání
- Hurá prázdniny
- Velká pátrací hra na Vinohradech pro malé i velké dobrodruhy
- Vědecká a experimentální představení
- Mikulášská nadílka
- Dětský miniklub, hernička
- Dopolední cvičení pro matky s dětmi

2. Akce pro starší děti a dospívající

- Sportovní turnaje
- Graffiti street art workshop
- Hudební workshopy (DJs, hra na djembe, ukulele apod.)
- Úniková hra – Labyrint Vinohrady
- Závody na Pumptracku
- Stezka odvahy – začarovaný les
- Pochod pravých čertů
- Parkour/BMX workshop
- Selfie run
- Kreativní psaní/kurzy střihu videa/foto workshop, DIY

3. Akce pro dospělé

- Reprezentační ples městské části Brno-Vinohrady
- Retro párty
- Letní noc
- Country bál
- Letní kino
- Jazykové kurzy, kurzy vaření, přednášky, workshopy
- Kulturní noc pod hvězdami
- Cestovatelské přednášky
- Gastronomické zážitky
- Večerní koncerty
- Výstavy
- Tančírna
- Karaoke show
- Pub kvízy
- Stand Up Comedy Show
- Casino night – s fiktivními penězi
- Tematické večírky
- Cvičení, fitness, zumba

4. Akce pro seniory

- Cimbálové dopoledne
- Přednášky
- Kurzy moderních technologií
- Výtvarné dílny
- Vzpomínkové dopoledne – posezení v retro stylu, reminiscenční terapie
- Představení, divadlo
- Cvičení pro seniory, fitness
- Arteterapie, Muzikoterapie, Canisterapie
- Výlety a exkurze
- Mezigenerační odpoledne – Babička a dědeček do školky (Babi, přečti.)
- Mentoring a dobrovolnictví – doučování, komunitní zahrada aj.

5. Akce pro všechny

- Farmářské trhy, bleší trhy, burza knih, burza hraček
- Psí den
- Den země
- Masopust
- Den zdraví
- Rozsvícení vánočního stromu, vánoční trhy, společné zpívání koled
- Mladé kapely
- Bavíme se na Vinohradech
- Pálení čarodějnic
- Duhový běh pro celou rodinu
- Vinné slavnosti
- Food festival
- Vinohradské hody
- Setkání občanů Mezi Bloky
- Festival kroužků a zájmových organizací
- Den matek
- Kulturní léto
- Divadelní představení hostujících divadelních souborů
- Uklidíme Vinohrady, případně další aktivity na podporu zdravého životního prostředí

6. Charitativní akce

- Běh pro útulky
- Tříkrálová sbírka
- Charitativní koncert
- Bleší trh pro místní neziskovky (Naděje, Domov pro seniory, Liga Vozíčkářů...)

