

Projekt charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2022

Bc. Adéla Dutková

Diplomová práce
2022



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav managementu a marketingu

Akademický rok: 2021/2022

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Adéla Dutková**
Osobní číslo: **M20412**
Studijní program: **N0413A050031 Management a marketing**
Specializace: **Marketing management**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **Projekt charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2022**

Zásady pro vypracování

Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

I. Teoretická část

- Vypracujte literární rešerši zaměřenou na neziskové organizace a event marketing.

II. Praktická část

- Analyzujte předchozí charitativní akci Mělník pro OnkoBubliny z roku 2021 a vybrané obdobné aktivity.
- Vypracujte projekt charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2022.
- Projekt podrobte časové, nákladové a rizikové analýze.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- FERRELL, Pride. *Foundations of marketing*. Seventh edition. Boston: Cengage Learning, 2017, 470 s. ISBN 9781305405769.
- JURÁŠKOVÁ, Olga a Pavel HORŇÁK. *Velký slovník marketingových komunikací*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 271 s. ISBN 978-802-4743-547.
- KRYŠKOVÁ, Šárka. *Nestátní neziskové organizace – právní úprava, účetnictví, audit, daně*. 1. vyd. Praha: Leges, 2019, 302 s. ISBN 978-807-5023-780.
- PRESTON, Chris. *Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions*. Second edition. Hoboken, New Jersey: John Wiley, 2012, 300 s. ISBN 9780470891070.
- VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 268 s. ISBN 978-802-4750-378.

Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Vratislav Kozák, Ph.D.**
Ústav managementu a marketingu

Datum zadání diplomové práce: **11. února 2022**
Termín odevzdání diplomové práce: **27. dubna 2022**

L.S.

prof. Ing. David Tuček, Ph.D.
děkan

doc. Ing. Michal Pilík, Ph.D.
garant studijního programu

Ve Zlíně dne 11. února 2022

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen připouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové/bakalářské práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové/bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně

Jméno a příjmení:

.....
podpis diplomanta

ABSTRAKT

Diplomová práce je zaměřena na přípravu podkladů pro charitativní event Mělník pro OnkoBubliny 2022. Diplomová práce se dělí do tří částí. Cílem teoretické části bylo zpracovat literární rešerši týkající se oblasti neziskových organizací se zaměřením na pomoc onkologickým pacientům a poznatky o event marketingu se zaměřením na charitativní akce. A následně vytvořit teoretická východiska pro praktickou část. Cílem praktické části byla analýza prvního ročníku charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2021 s pomocí vybraných marketingových analýz. Na základě zjištěných výsledků byl vytvořen projekt zaměřený na koncept projektu Mělník pro děti a příprava podkladů pro konání charitativního eventu Mělník pro OnkoBubliny 2022. Byla rovněž zpracována i časová, nákladová a riziková analýza projektu.

Klíčová slova: Event, charitativní akce, Nadační fond Pink Bubble, Mělník pro OnkoBubliny, Mělník pro děti

ABSTRACT

The diploma thesis is focused on improving the current state of charity event Mělník pro OnkoBubliny 2022. The diploma thesis is divided into three parts. The aim of the theoretical part was to process a literature search related to the field of non-profit organizations focusing on helping cancer patients and knowledge of event marketing with a focus on charity events. Then create a theoretical basis for the practical part. The aim of the practical part was the analysis of the of the first year of the charity event Mělník pro OnkoBubliny 2021 using selected marketing analyzes. Based on the results, a project was created a project focused on the concept of the project Mělník pro děti and the preparation of documents for the charity event Mělník pro OnkoBubliny 2022. The time, cost and risk analysis of the project was also prepared.

Keywords: Event, charity event, Nadační fond Pink Bubble, Mělník pro OnkoBubliny, Mělník pro děti

Poděkování

Mé srdečné poděkování patří doc. Ing. Vratislavu Kozákovi, Ph.D. za jeho ochotu, odborné rady, vstřícnost při společných konzultacích, odbornou kritiku, ale především za jeho trpělivost během zpracování mé diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat všem zainteresovaným osobám, kteří se podílejí na charitativní akci Mělník pro OnkoBubliny.

„Zavři oči. Představ si svůj velký sen, jako by se už stal skutečností. Zabalil jej do průsvitné růžové bubliny, nech zlehka odplout do vesmíru a usměj se. Protože od této chvíle se sbírá pozitivní energie k jeho naplnění...“

Nadační fond Pink Bubble

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	12
CÍLE A METODY PRÁCE	14
I TEORETICKÁ ČÁST	15
1 NEZISKOVÉ ORGANIZACE SE ZAMĚŘENÍM NA POMOC ONKOLOGICKÝM PACIENTŮM	16
1.1 VYMEZENÍ POJMU NEZISKOVÁ ORGANIZACE A JEJICH ROZDĚLENÍ	16
1.1.1 Rozdělení neziskových organizací podle Rady vlády pro nestátní neziskové organizace.....	17
1.1.2 Rozdělení NO podle oblasti poskytování služeb.....	18
1.2 STRATEGIE ZÍSKÁVÁNÍ FINANČÍ.....	19
1.2.1 Hospodaření neziskových organizací.....	19
1.2.2 Fundraising.....	19
1.2.3 Crowdfunding v neziskových organizacích	20
1.2.4 Veřejné sbírky	21
1.2.5 Rozdíl mezi sponzoringem a dárcovstvím	22
1.3 MARKETING NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ	23
1.3.1 Úkoly marketingu v neziskové organizaci	24
1.3.2 Neziskový marketingový mix	24
1.3.3 Branding v neziskovém sektoru	24
1.4 ZAMĚSTNANCI V NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍCH A DOBROVOLNICTVÍ	25
1.4.1 Fundraiser.....	25
1.4.2 Dobrovolník	25
1.5 NADACE A NADAČNÍ FONDY	26
1.6 NEZISKOVÉ ORGANIZACE ZAMĚŘENÉ NA ONKOLOGII	27
2 EVENT MARKETING SE ZAMĚŘENÍM NA CHARITATIVNÍ AKCE	29
2.1 VYMEZENÍ POJMU EVENT A EVENT MARKETING	29
2.1.1 Event marketing	29
2.1.2 Event.....	30
2.1.3 6 P Event marketingu a propagace event marketingu	31
2.1.4 5 W v event marketingu	32
2.1.5 Postup marketingově komunikačního mixu	32
2.2 TECHNIKY A TRENDY V EVENT MARKETINGU	33
2.2.1 Buzz marketing	33
2.2.2 Zapojování sociálních médií do eventů.....	33
2.3 CHARITATIVNÍ EVENTY	34
2.3.1 Participace sociálních sítí a charitativní akce.....	34

2.3.2	Emoce a charitativní eventy	34
3	OUTDOOR (OPEN-AIR) EVENTY	35
3.1	VYMEZENÍ POJMU OUTDOOR (OPEN-AIR) EVENT.....	35
3.1.1	Plánovací model a harmonogram outdoor eventu.....	35
3.1.2	Specifika českých outdoor eventů.....	36
3.1.3	Mokrá varianta při nepříznivém počasí outdoor eventu	37
3.2	ZÁBOR VEŘEJNÉHO PROSTRANSTVÍ PRO CHARITATIVNÍ ÚČELY	37
3.2.1	Poplatky za zábor veřejného prostranství.....	38
3.3	BEZPEČNOST PŘI OUTDOOR EVENTECH.....	38
4	VYBRANÉ ANALYTICKÉ METODY POUŽITÉ V DIPLOMOVÉ PRÁCI	39
4.1	PESTLE ANALÝZA.....	39
4.2	PORTERŮV MODEL PĚTI KONKURENČNÍCH SIL	39
4.3	SWOT ANALÝZA.....	40
5	SHRNUTÍ TEORETICKÉ ČÁSTI – TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRO ZPRACOVÁNÍ PRAKTICKÉ ČÁSTI.....	41
II	PRAKTICKÁ ČÁST	42
6	ANALÝZA NADAČNÍHO FONDU PINK BUBBLE.....	43
6.1	PROFIL, POSLÁNÍ A HISTORIE NADAČNÍHO FONDU	43
6.1.1	Historie NF Pink Bubble	43
6.1.2	Poslání NF Pink Bubble	44
6.1.3	Hlavní činnost	45
6.1.4	Zařazení neziskové organizace podle RVNNO a podle oblasti poskytování služeb	45
6.1.5	Vize a plány pro rok 2022	45
6.2	ZAMĚSTNANCI A DOBROVOLNÍCI V NF PINK BUBBLE.....	45
6.3	STRATEGIE ZÍSKÁVÁNÍ FINANČÍ.....	46
6.3.1	Fundraising.....	46
6.3.2	Crowdfunding.....	47
6.3.3	Veřejné sbírky a účet NF Pink Bubble.....	47
6.3.4	Sponzoring a dárcovství	49
6.3.5	Pořádání eventů	50
6.4	HOSPODAŘENÍ NF PINK BUBBLE.....	51
7	ANALÝZA NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ ZAMĚŘENÝCH NA DĚTSKOU ONKOLOGII A JEJICH CHARITATIVNÍCH AKCÍ PRO DĚTSKÉ ONKO PACIENTY.....	53
7.1	HAIMA CZ, z.s. - KLINIKA DĚTSKÉ HEMATOLOGIE A ONKOLOGIE FN MOTOL.....	53

7.2	ŠANCE OLOMOUC O.P.S. (SOUČÁST HAIMA CZ, Z. S.).....	54
7.3	NADAČNÍ FOND DĚTSKÉ ONKOLOGIE KRTEK.....	54
7.4	NADAČNÍ FOND KAPKA NADĚJE	55
7.5	SLUNEČNÍ PAPERSEK, Z. S.....	55
7.6	NA KOLE DĚTEM – NADAČNÍ FOND JOZEFA ZIMOVČÁKA	56
7.7	NADAČNÍ FOND ŠANCE ONKOLÁČKŮM.....	56
7.8	NOVÉ HÁRO, Z.S.	57
7.9	SHRNUTÍ ANALÝZY NO	57
8	SITUAČNÍ ANALÝZA.....	59
8.1	PESTLE ANALÝZA.....	59
8.2	PORTERŮV MODEL PĚTI KONKURENČNÍCH SIL	60
8.3	SWOT ANALÝZA.....	61
8.3.1	Silné stránky	62
8.3.2	Slabé stránky	63
8.3.3	Příležitosti.....	63
8.3.4	Hrozby	64
9	ANALÝZA PRVNÍHO ROČNÍKU CHARITATIVNÍ AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY 2021	66
9.1	PŘEDSTAVENÍ EVENTU	66
9.1.1	Původní myšlenka a první krůčky příprav charitativní akce.....	67
9.1.2	Lokace a termín charitativní akce	67
9.2	CÍLOVÁ SKUPINA A CÍL CHARITATIVNÍ AKCE	67
9.3	PŘÍPRAVA PRVNÍHO ROČNÍKU CHARITATIVNÍ AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY.....	68
9.3.1	Zábor veřejného prostranství.....	68
9.3.2	Harmonogram eventu Mělník pro OnkoBubliny 2021	68
9.3.3	Lidské kapacity	68
9.3.4	Stánky s občerstvením.....	69
9.3.5	Sponzoring	69
9.3.6	Zápisy z osobního jednání na MÚ Mělník.....	70
9.3.7	Zápisy z osobního jednání se spoluorganizáteli akce RC Kašpárek Mělník, z. s.	71
9.4	MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE A PROPAGACE	72
9.4.1	Sponzoři a partneři akce.....	72
9.4.2	Grafika a tiskové materiály	73
9.4.3	Facebooková událost	78
9.4.4	Promo fotografie jako propagace pro další ročníky	79
9.4.5	Mediální podpora – rozhovory, články a propagace.....	79

9.5	PROGRAM CHARITATIVNÍ AKCE 2021	80
9.6	DOPROVODNÝ PROGRAM 2021	81
9.6.1	Zápisy z jednání v rámci doprovodného programu – paralelní akce	81
9.7	FINÁLNÍ PŘÍPRAVY NA 4. 9. 2021 PRO CHARITATIVNÍ AKCI MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY.....	82
9.7.1	Layout náměstí	82
9.7.2	Emailová komunikace účinkujícím a dalším dobrovolníkům.....	83
9.7.3	Text pro moderátorku.....	84
9.7.4	Výzdoba	85
9.7.5	Potřebné věci na den D.....	85
9.7.6	Zázemí, catering a handstripy pro účinkující	86
9.7.7	Rozmístění tiskových materiálů na náměstí Míru Mělník v den konání akce.....	86
9.8	KALKULACE CHARITATIVNÍ AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY 2021	87
9.9	ZHODNOCENÍ PRVNÍHO ROČNÍKU CHARITATIVNÍ AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY.....	87
10	PROJEKT CHARITATIVNÍ AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY 2022	89
10.1	PŘEDSTAVENÍ PROJEKTU 2022	89
10.1.1	Cílová skupina a cíl 2022	90
10.1.2	Měření účinnosti.....	90
10.2	KONCEPT PROJEKTU, LOGO A VIZITKA.....	91
10.2.1	Mělník pro děti	91
10.2.2	Logo, maskot a vizitka	92
10.3	HARMONOGRAM AKTIVIT PRO PLÁNOVÁNÍ CHARITATIVNÍ AKCE.....	93
10.4	MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE A PR 2022	94
10.4.1	Rozšíření projektu o další spolupráce – partneři a dárci	94
10.4.2	Web Mělník pro děti	97
10.4.3	Propagace webu Mělník pro děti – Google My Business	100
10.4.4	QR kódy	102
10.4.5	Mediální partneři – magazíny a nově i rádia.....	102
10.4.6	Grafika a tiskové materiály 2022	103
10.4.7	Polepy na auta	106
10.4.8	Obrandované bublifuky jako PR předměty	106
10.4.9	Instagram a Facebook projektu	109
10.4.10	Live streaming, kamerování a fotografování	111
10.5	PROGRAM, DOPROVODNÝ PROGRAM A OBČERSTVENÍ.....	112
10.5.1	Program 2022	113
10.5.2	Doprovodný program – stánkaři a komerční prodej	114
10.5.3	Charitativní stánek.....	115

10.5.4	Občerstvení.....	115
10.6	VIZUALIZACE NÁMĚSTÍ 2022.....	116
10.6.1	Layout náměstí 2022	116
10.6.2	Výzdoba	117
10.7	LIDSKÉ KAPACITY A ORGANIZAČNÍ STRUKTURA.....	119
10.8	MOKRÁ VARIANTA PŘI NEPŘÍZNI POČASÍ.....	120
10.9	VIZE PROJEKTU DO BUDOUCNA	121
11	ČASOVÁ ANALÝZA	123
12	NÁKLADOVÁ ANALÝZA	128
13	RIZIKOVÁ ANALÝZA.....	130
	ZÁVĚR	133
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	135
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	137
	SEZNAM OBRÁZKŮ	142
	SEZNAM TABULEK.....	145
	SEZNAM GRAFŮ	146
	SEZNAM PŘÍLOH.....	147

ÚVOD

Rakovinou onemocní během svého života každý třetí Čech. Mezi nimi jsou i děti a mladiství, kde je problém ještě závažnější. Existující neziskové organizace se zabývají právě těmito pacienty, podporují je finančně, ale především psychicky a snaží se předat pozitivní pohled na život, a celkově vyvolat sounáležitost. Pořádají charitativní eventy, ozdravné pobyty, vzdělávací kurzy a další. Eventy jsou dnes žádané a navštěvované po dvouleté nucené přestávce ještě více, kdy probíhaly eventy v malém měřítku on-line, proto zájem o off-line eventy roste. Lidé se chtějí bavit, být na čerstvém vzduchu a užívat si života bez omezení.

Cílem charitativního eventu Mělník pro OnkoBubliny je především připomenutí nelehkého života nemocných dětí, ale program je připraven tak, aby si na akci každý našel to své a přišel, byť na chvíli, se podívat a třeba i přispět na charitu. Snahou je vyvolat v lidech filantropické myšlení, sounáležitost a zároveň pozitivní myšlení, radost a zábavu. Charitativní event je pořádán pro pacienty Nadačního fondu Pink Bubble a jedná se o samostatný event, který nesouvisí s jinou akcí. Atmosféru charitativní akce umocňuje přítomnost pacientů Nadačního fondu Pink Bubble, která dodává celému eventu na autentičnosti a opravdovosti. Prostřednictvím hudebního a doprovodného programu ve spolupráci s partnery a sponzory vzniká event se silným potenciálem pro vytvoření tradiční charitativní akce.

Cílem diplomové práce je vytvoření projektu charitativního eventu Mělník pro OnkoBubliny 2022, jehož hlavní náplní je vytvoření konceptu celého projektu druhého ročníku akce, marketingová komunikace a PR, organizační struktura, rozšíření akce o další spolupráce, přilákání různých věkových skupin v rámci hudebního a doprovodného programu a další zlepšení. Event se vytvořil v srpnu 2020, kdy jsem začala přemýšlet nad tématem své diplomové práce.

Diplomová práce je rozdělena na část teoretickou, analytickou a projekt. **Teoretická část** vychází z poznatků nashromážděných z odborné literatury a internetových zdrojů o neziskových organizacích zaměřených na dětskou onkologii, event marketing orientovaný na charitativní eventy a outdoor eventy.

Analytická část představí základní charakteristiku Nadačního fondu Pink Bubble. Dále bude součástí analytické části rozbor neziskových organizací zaměřených na dětskou onkologii v České republice. Bude provedena situační analýza současného stavu eventu Mělník pro OnkoBubliny 2021 ve spojení s NF Pink Bubble. První metodou bude PESTLE

analýza, ve které budou uvedeny vnější faktory NF Pink Bubble. Druhou analýzou je Porterův model pěti konkurenčních sil, analýza mezoprostředí NF Pink Bubble. Poslední SWOT analýza poukáže na silné a slabé stránky, stejně jako příležitosti a hrozby. V závěru analytické části zanalyzují první ročník projektu Mělník pro OnkoBublíny 2021.

Projekt diplomové práce se zabývá zlepšením a změnami v souvislosti s prvním ročníkem. Projekt zahrnuje celkovou realizaci eventu od stanovení cíle a cílové skupiny, přes marketingovou komunikaci, časový harmonogram, tvorbu programu, výzdobu, zajištění partnerů a sponzorů až po přípravu výzdoby.

CÍLE A METODY PRÁCE

Hlavním cílem diplomové práce je vytvoření projektu charitativní akce Mělník pro OnkoBublíny 2022. Stanoveného cíle bude dosaženo v rámci zpracování literární rešerše a internetových zdrojů zaměřené na neziskové organizace zabývající se dětskou onkologií, event marketing orientovaný na charitativní eventy a outdoor akce.

Analytická část diplomové práce se bude zabývat základní charakteristikou Nadačního fondu Pink Bubble, jeho hlavními činnostmi a zaměřením, strategií získávání financí a hospodařením. Dále bude součástí analytické části rozbor neziskových organizací zaměřených na dětskou onkologii v České republice. Bude provedena situační analýza současného stavu eventů Mělník pro OnkoBublíny 2021 ve spojení s NF Pink Bubble. První metodou bude PESTLE analýza, ve které budou uvedeny vnější faktory, které mohou mít vliv na realizaci eventů. Druhou analýzou je Porterův model pěti konkurenčních sil, analýza mezoprostředí NF Pink Bubble. Poslední SWOT analýza zhodnotí vnějších a vnitřní faktory eventů a nadačního fondu. Analyzován bude první ročník projektu Mělník pro OnkoBublíny 2021.

Součástí diplomové práce budou přílohy, které materiálně doplňují diplomovou práci o rozhovory, články, tiskové materiály, smlouvy a další náležitosti dokládající přípravu na event.

Výstupem teoretické a analytické části budou podklady k tvorbě projektu charitativního eventů Mělník pro OnkoBublíny 2022. Především bude vytvořen koncept celého projektu, marketingová komunikace a PR, organizační struktura, rozšíření akce o další spolupráce, zaujetí různých věkových skupin v rámci hudebního a doprovodného programu. Projekt bude podroben časové, nákladové a rizikové analýze.

I. TEORETICKÁ ČÁST

4 NEZISKOVÉ ORGANIZACE SE ZAMĚŘENÍM NA POMOC ONKOLOGICKÝM PACIENTŮM

Hodnoty neziskových organizací spočívají v něčem jiném, než jsou finance. Jde o vztahy s lidmi, komunikaci, solidaritu, zvyky a spoluodpovědnost. Existuje spousta možností, jak nezisková organizace může získat finanční prostředky pro osoby, které je opravdu potřebují. K vyššímu potenciálnímu získání financí je zapotřebí také marketing. Neziskové organizace tvoří především lidé a dobrovolníci, kteří jsou ochotni obětovat svůj čas ve prospěch filantropie. Onkologické onemocnění je častou diagnózou nejen žen, mužů, ale také dětí, proto existuje mnoho nadací a nadačních fondů, které nemocné podporují.

1.1 Vymezení pojmu nezisková organizace a jejich rozdělení

Pro vysvětlení pojmu nezisková organizace (NO) je lepší slova rozdělit. Pojem „**nezisková**“, nebo také nevýdělečná **organizace** symbolizuje, že tyto instituce nejsou primárně zaměřeny na tvorbu zisku. Snahou těchto institucí je poskytnout občanům veřejnou službu. Tyto organizace přímo produkují užitek, a tím se odlišují od komerčních organizací. Nejsou zakládány za účelem podnikání. I přesto některé neziskové organizace tvoří zisk a v určitém měřítku produkují podnikatelskou činnost. Povinností organizací je tyto prostředky zpátky reinvestovat do hlavních aktivit organizace (Stejskal a kolektiv, 2012, s. 15).

Vít (2015, s. 29) upozorňuje na možnou odměnu, určitou část zisku, která může být rozdělena mezi členy figurující v NO (zaměstnanci, zakladatelé, členové atd.). Zisk, jakožto kladný rozdíl mezi výnosy a náklady, je tedy již snížen o náklady na prémie, a jejich vyplacení není dělením zisku.

Zákon, který upravuje funkci neziskových organizací, je 89/2012 Sb., občanský zákoník (NOZ), účinný od 1. ledna 2014 (VÍT, 2015, str. 14).

Jak Vašítková (2014, s. 210) píše, Salamon a Anheiner pochopili nestátní neziskové organizace jako soubor ústavů, jenž fungují zevně státních skladby, ale jsou zde pro veřejné zájmy.

Tito autoři určili **pět základních znaků neziskových organizací**:

- 1) **Dobrovolné** – lidé pracující v NO mohou vykonávat svou práci dobrovolně. Dále se dobrovolnost projevuje formou darů.

- 2) **Neziskové** – nerozdělují zisk, mohou ho tvořit, ale ten musí být použit jako reinvestice do hlavních činností dané NO.
- 3) **Soukromé** – jsou nezávislé na státní správě, ani jí nejsou usměrňovány. Mohou mít ale státní podporu a v jejich vedení může stát i státní úředník.
- 4) **Institucionalizované** – jsou organizovány ve smyslu struktury, a to bez ohledu na to, jestli jsou soudně nebo formálně upraveny.
- 5) **Samosprávné a nezávislé** – jsou schopné řídit samy sebe (Vašítková, 2014, str. 210).

1.1.1 Rozdělení neziskových organizací podle Rady vlády pro nestátní neziskové organizace

Rada vlády pro nestátní neziskové organizace (RVNNO) je iniciativním, koordinačním a poradním orgánem vlády ČR v okruhu nestátních neziskových organizací. Byla založena usnesením vlády z 10. června 1992. Rada soustřeďuje, projednává a předkládá vládě dokumenty, zabývající se NNO a vztahující se k vytváření vhodného prostředí (Rada vlády pro nestátní neziskové organizace, ©2009–2021).

Občanská sdružení se stala spolky, od 1. ledna 2014 již neplatí zákon 83/1990 Sb. o sdružování občanů. Občanský zákoník upravil právní formu na zapsaný spolek (z. s.) (Redakce světa neziskovek, ©2014).

Dva základní typy neziskového sektoru:

- 1) **Státní neziskové organizace** – zřizuje a financuje je veřejná správa (stát, obce, kraje, atd). Typické jsou školská zařízení, sociální služby a zdravotnictví.
- 2) **Nestátní (nevládní)** – zřizovány občany, ve formě FO a PO. Nestátní neziskové organizace fungují nezávisle na vládě.

Nestátní neziskové organizace (NNO) se dále dělí na:

- **Tržní (ziskový) sektor** – finance získávají NO z prodeje služeb a produktů, cílem je zisk.
- **Neziskový (netržní) sektor** – peníze získávají díky přerozdělování, cílem není zisk, nýbrž veřejné služby, které jsou posláním a vizí NO.
- **Nestátní neziskový sektor** – financování ze soukromých peněz, není možná dotace z veřejného sektoru, cílem je užitek.

- **Neziskový veřejný sektor** – financování z veřejných financí a správa státem, cílem je poskytování veřejných služeb.
- **Domácnosti** (HOMMEROVÁ, 2015, str. 8).

Aktuálně existují v ČR následující druhy nestátních neziskových organizací:

- Nadace a nadační fondy.
- Spolky.
- Evidované právnické osoby (např. náboženské a církevní společnosti).
- Obecně prospěšné společnosti.
- Ústavy.
- Evidované právnické osoby (Redakce světa neziskovek, ©2014).

Právní forma / rok	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 (březen)
Nadace	347	357	368	372	413	434	435	444	511	490	515	530	533	523	522	524
Nadační fondy	927	959	1022	1032	1061	1129	1195	1245	1343	1331	1556	1672	1798	1 859	1 952	1 978
Obecně prospěšné společnosti	906	1079	1261	1416	1612	1785	1968	2150	2412	2867	2830	2776	2721	2 647	2 591	2 569
Zapsané ústavy	x	x	x	x	x	x	x	x	x	142	398	685	892	1 042	1 179	1 197
Evidované církevní právnické osoby	4429	4299	4286	4234	4216	4251	4277	4286	4119	4117	4127	4145	4150	4 142	4 132	4 012
Občanská sdružení	53302	55535	58523	59545	62187	66527	70540	73460	81756	x	x	x	x	x	x	x
Organizační jednotky sdružení	30248	30576	30743	30238	29152	29609	30188	30941	31234	x	x	x	x	x	x	x
Spolky	x	x	x	x	x	x	x	x	x	82778	85492	88895	92180	97 174	99 296	99784
Pobočné spolky	x	x	x	x	x	x	x	x	x	24761	25102	25239	25102	25 475	25 319	25330
Organizací celkem	90159	92805	96203	96837	98641	103735	108603	112526	121375	116486	120020	123942	127376	132862	134991	135394

Zdroj dat: Český statistický úřad

Obrázek 1 Statistika počtu NNO 2005–2020 (Neziskovky, ©2021)

1.1.2 Rozdělení NO podle oblasti poskytování služeb

- Organizování dobročinnosti (charita, nadace, církevní charitativní činnosti atd.)**
- Umění a kultura, vzdělávání a výzkum
- Rekreace, sport, rozvoj obce a bydlení
- Sociální služby (péče o rodinu, služby pro starší občany, pomoc lidem bez domova)
- Ekologie
- Mezinárodní aktivity

- g) Politika (organizace na podporu politických stran a hnutí atd.), náboženství
- h) Zdraví (preventivní zdravotnická péče, ambulance, domácí ošetření atd.) a další (Vašítková, 2014, s. 211, 212).

1.2 Strategie získávání financí

Získávání financí je klíčovou úlohou nestátní neziskové organizace. Díky získaným zdrojům se mohou věnovat své hlavní činnosti a podporovat tak ty, kteří pomoc NO potřebují. Získání peněz na hlavní činnosti NO může být vícezdrojové.

1.2.1 Hospodaření neziskových organizací

Důležité je vedení účetnictví – evidence nákladů a výnosů, aktiv a pasiv, výkaz zisku a ztrát, zdanění příjmů, majetku a služeb. Účetnictví je vedeno stejně jako u ziskových organizací, ale jsou zde jisté rozdíly (např. daňové úlevy – daň z nemovitosti, z příjmu) (Šimková, 2012, s. 14).

U NO je vyžadováno:

- Znalost daňových a účetních předpisů.
- Příprava účetních dokladů a definice kompetencí pro jejich schvalování a evidenci.

Zpracování kalkulace nákladů pro tvorbu cen, ale především pro kontrolu vynaložených financí z veřejných rozpočtů a pro veřejnou kontrolu (audit) (Šimková, 2012, s. 14).

1.2.2 Fundraising

Podstatou fundraisingu je zajistit finanční přítok peněz pro hlavní činnosti NNO. Neziskový sektor jako nositel fundraisingových činností, jenž slouží k nabývání přímého užitku pro následné použití na veřejné služby (Boukal a kolektiv, 2013, s. 15).

Možnosti fundraisingu:

- 1) **On-line fundraising** – dárci mohou přispívat on-line na stránkách NO, tyto stránky by měli být systematické, přehledné, zábavné, mělo by být zde vysvětleno, čím se daná organizace zabývá a na co přesně dárci peníze dávají.
- 2) **Pořádání charitativních akcí** (viz *Charitativní eventy*)

- 3) **Výměna reklamy** – díky reklamě, kterou na svém webu NO vyvěsí, může získat stokoruny až tisícikoruny měsíčně. Platformy zaplatí podle počtu kliknutí na reklamní blok (PPC) nebo počtu zobrazení.
- 4) **Individuální dárci** – je dobré, aby tuto skupinu zaujal způsob, otázka PROČ? by měly darovat peníze, jakou pro ně bude mít darování přidanou hodnotu. Je proto dobré vymyslet příležitost k daru, aby dar byl účelový a vytvářel tak pro kupujícího nějakou hodnotu.
- 5) **Firemní dárci** – NNO může oslovit i další firmy, aby buď sponzorovaly různé aktivity nebo darovaly finance (viz *Rozdíl mezi sponzoringem a dárcovstvím*). Dále mohou firmy darovat i prostřednictvím služeb, tzn. zdarma, které NO potřebuje ke své existenci, např. grafika webu, marketingová komunikace, školení zaměstnanců, daně a účetnictví atd.
- 6) **Samofinancování a vlastní hospodářské aktivity** – prostřednictvím příjmů z nehmotného majetku (know how, licence, patenty), příjmy z pronájmu dlouhodobého hmotného majetku (nemovitosti, kanceláře, přístroje atd.), příjmy z úroků z vkladů, a především prodej vlastních výrobků a služeb.
- 7) **Prodej inzerce.**
- 8) **Fondy EU a domácí veřejné rozpočty** a další (Pět způsobů, jak získat peníze pro neziskovou organizaci, ©2012) (Boukal a kolektiv, 2013, s. 47, 67, 77, 151, 177).

Rok	Rozpočet (v Kč)	Navrženo Komisí (v Kč)	Vyplaceno (v Kč)	Podpořené projekty
2015	13.350.000	12.487.000	12.207.000	32
2016	14.025.000	12.304.420	11.950.420 ³⁵	28 ³⁶
2017	14.000.000	15.371.587 ³⁷	13.389.461	37 ³⁸
2018	13.000.000	12.276.668	12.253.878	23
2019	13.000.000	12.765.733	11.749.622	21
2020	12.750.000	12.708.355	12.708.355	20

Obrázek 2 Vývoj poskytovaných finančních prostředků vládou 2015-2020 (Vláda, ©2021)

1.2.3 Crowdfunding v neziskových organizacích

Crowdfunding je fenomén v oblasti financování projektů. Zajištění dostatku financí pro určité aktivity pomocí sociálních sítí. Podstatou je, že crowdfunding funguje on-line, kdy nezávislá skupina lidí posílá malé částky pro docílení požadované sumy. Příkladem je platforma startovac.cz, kdy je představen produkt, akce atd. Je zde ukázána i požadovaná

cílová částka, kdy si lidé mohou vybrat, kam peníze pošlou (Krechovská, Hejduková a Hommerová, 2018).

1.2.4 Veřejné sbírky

Další možností, jak získávat peněžní prostředky, jsou veřejné sbírky. Upravuje je **zákon o veřejných sbírkách č. 117/2001 Sb.** Veřejnou sbírkou se rozumí shromažďování dobrovolných finančních prostředků pro předem stanovený účel od předem neznámého okruhu lidí (Boukal a kolektiv, 2013, s. 92).

Podle Víta (2015, s. 109) se za veřejnou sbírku nepovažuje oslovování konkrétních lidí, které NO požádá o peněžní příspěvek. V případě, že fundraiser půjde na místo, kde potká nahodilé množství lidí a osloví je s prosbou o příspěví finanční částky, zde se jedná o veřejnou sbírku. Dále do veřejné sbírky nepatří např. finanční prostředky, které hromadí politická hnutí, občanská sdružení, náboženské a církevní společnosti, pokud se konají v kostelech.

Existuje plno podmínek pro veřejné sbírky, kterými je potřeba se řídit. V případě nedodržení těchto pravidel, nejen že hrozí finanční sankce, ale především to může poškodit dobré jméno NO. Pravidlo pro konání sbírky je takové, že sbírku může zahájit pouze PO, která písemně oznamuje krajskému úřadu, pod který patří, podle sídla organizace (Magistrát hl. m. Prahy – pro Prahu) (Vít, 2015, s. 110).

Způsoby konání sbírky:

- a) **Pokladničky** – předem se oznamuje jejich počet příslušnému obecnímu úřadu, včetně přesného místa, kde budou pokladničky umístěny. Pokud budou přenosné, musí se zabezpečit proti odcizení a neoprávněnému otevření. Výběrčí, který má na starosti pokladničku, se na pokyn musí prokázat osvědčením z úřadu a plnou mocí k oprávnění výběru peněžních prostředků pro účely veřejné sbírky.
- b) **Prodej předmětů** – do ceny každého předmětu je zakomponován i příspěvek do veřejné sbírky. Prodej předmětů je nutné evidovat.
- c) **Bankovní účet** – předem založený zvláštní účet.
- d) **Sběrací listiny** – v listině musí být sloupec pro uvedení výše poskytovaných peněžních příspěvků spolu se sloupcem pro podpisy přispěvatelů. Listiny mají mít číslo spolu s razítkem a podpisy statutárních orgánů PO.
- e) **DMS** – dárcovské textové zprávy.

- f) **Prodej vstupenek** – při veřejném vystoupení (sportovní, kulturní, dobročinné atd.) pořádané za účelem vybrání finančních příspěvků do veřejné sbírky. Na vstupenkách musí být uvedena výše příspěvku a pořadové číslo. Je opět potřebné vést evidenci vstupenek (Vít, 2015, s. 110, 111).

Vít (2015, s. 111) uvádí, že veřejná sbírka prováděná prodejem předmětů, vstupenek a sběracími listinami se nesmí provádět v prostředních veřejné dopravy spolu s prostorami pro cestující. V ostatních veřejných prostorách se veřejná sbírka může uskutečnit pouze se souhlasem majitele nebo provozovatele.

Vyúčtování sbírky musí probíhat nejpozději do 3 měsíců ode dne ukončení sbírky, kdy PO předkládá ke kontrole úřadu vyúčtování sbírky. Peníze vybrané musí být použity na účel, pro jaký byla veřejná sbírka konána. PO je oprávněna použít max. 5 % z výtěžku sbírky na její náklady. Čistý výtěžek je PO povinna oznámit veřejnosti konečné vyúčtování sbírky (Vít, 2015, s. 111, 112).

1.2.5 Rozdíl mezi sponzoringem a dárcovstvím

Sponzoringem se rozumí příjem z reklamy či propagace, který podléhá dani. Dále podléhá také dani z přidané hodnoty (nyní 21 %). V případě, že je NO plátcem DPH, musí být daň v zákonné výši připočtena a odvedena. Na druhé straně si sponzor může aplikovat odpočet daně na vstupu, pokud splňuje hlediska daně z příjmu (Vít, 2015, s. 103–104).

Sponzor za poskytnuté finanční prostředky očekává i určitou protislužbu, tou je zviditelnění své firmy na internetových stránkách nebo na výrobcích. Sponzor (firma či podnikatel) požaduje, aby se o něm daná NO zmiňovala co nejvíce a byla zajištěna co nejvyšší reklama. NO zase potřebuje finanční prostředky. Spolupráce je přínosná pro obě strany – fundraisera i sponzora (Boukal a kolektiv, 2013, s. 121).

Smlouva se sponzory je **smlouva o reklamě**. Boukal a kolektiv (2013, s. 83) zmiňuje, že náklady na reklamu a propagaci jsou daňově uznatelné náklady, tudíž je sponzor může zařadit do základu daně. Sponzorský příspěvek snižuje základ daně v úplné výši. Příjmy ze sponzorského poměru jsou branné za příjmy, započítávají se do základu daně. Osvobození od daně není možné. NO jsou oprávněny použít odečitatelnou položku ve výši 30 % základu daně, ale maximální částkou je milion Kč. Dále vyvstává skutečnost, v případě 30% snížení odečitatelné položky dosahuje méně než 300 000 Kč, je možné tuto částku odečíst, avšak maximálně do výše základního kapitálu.

Dar je bezúplatné plnění. Dárce dává najevo svou podporu, aniž by očekával nějaké přínosy pro firmu. Dárcovství je součástí fundraisingové strategie NO (Boukal a kolektiv, 2013, s. 84).

Smlouvou je **smlouva darovací**, která je upravena § 2055–2078 NOZ. (Vít, 2015, str. 148)

Viz PŘÍLOHA P I: VZOR DAROVACÍ SMLOUVY

Změny v maximální úhrnné částce odečitatelných darů				
Dárce – fyzická osoba , může od základu daně odečíst dar, pokud přesáhne v úhrnu 2 % základu daně anebo činí alespoň 1 000 Kč ve zdaňovacím období.				
Dále je zastropovaná maximální výše odečitatelných darů. Tato maximální výše činila do konce roku 2019 rovných 15 % základu daně. Za období kalendářního roku 2020 a 2021 lze v úhrnu odečíst vždy nejvýše 30 % základu daně. Poté se hranice vrátí opět na 15 %.				
Dárce	Minimální % základu daně	Minimální hodnota	Maximální % základu daně do 31. 12. 2019	Maximální % základu daně za 2020 a 2021
Fyzická osoba	2 % v úhrnu	1 000 Kč v úhrnu	15 %	30 %

Obrázek 3 Změny v odečitatelné darech u FO 2020/2021 (Portál pohoda, ©2021)

Dárce – právnická osoba				
může od základu daně odečíst dar, pokud jeho hodnota činí alespoň 2 000 Kč. V úhrnu šlo odečíst maximálně 10 % ze sníženého základu daně (základu daně sníženého o daňové ztráty z minulých let, odpočet na podporu výzkumu a vývoje nebo odpočet na podporu odborného vzdělávání).				
Pro zdaňovací období, která skončila v období od 1. 3. 2020 do 28. 2. 2022, lze odečíst vždy nejvýše 30 % sníženého základu daně. Poté se opět hranice vrátí na původních 10 %.				
Dárce	Minimální hodnota	Maximální % základu daně		
		Zdaňovací období končící do 29. 2. 2020	Zdaňovací období končící od 1. 3. 2020 do 28. 2. 2022	
Právnická osoba	2 000 Kč	10 %	30 %	

Obrázek 4 Změny v odečitatelné darech u PO 2020/2021 (Portál pohoda, ©2021)

1.3 Marketing neziskových organizací

Marketing se v NO zavádí i několik let, než dojde k zdárnému implementování marketingových zásad do všech oddělení a mezi všechny zaměstnance v organizaci. I v neziskovém sektoru se marketing řídí marketingovým mixem, nejdůležitější roli zde však hraje lidský přístup.

Podle Tajtákové, Nové a Bedřicha (2016, s. 13) je podstatou marketingu NO prospěšná výměna mezi spotřebitelem a výrobcem, kde obě strany sledují svůj cíl. NO poskytuje zdarma službu nebo výrobek, takže spotřebitel platí pouze část skutečné ceny služby či výrobku.

1.3.1 Úkoly marketingu v neziskové organizaci

- 1) **Analýza trhu** – SWOT analýza, analýza potenciálních klientů, sponzorů a dárců.
- 2) **Výběr cílových skupin a segmentace trhu.**
- 3) **Pozice NO v konkurenčním prostředí.**
- 4) **Tvorba programu** – volba cílů organizace, aby uspokojila potřeby cílové skupiny.
- 5) **Sestavení marketingové strategie.** Jak uvádí Vašítková (2014, s. 215, 216), vytyčení prvků marketingového mixu k docílení nejvíce cílů, tzv. „9P“ – produkt, distribuce, lidé, komunikační mix, proces poskytování služeb, nadšení, materiální prostředí, cena a partnerství. Při tvorbě strategie má NO nejvíce myslet na zákazníka a jeho potřeby.
- 6) **Výběr a zaškolení dobrovolníků.**
- 7) **Praxe a implementace programů.**
- 8) **Kontrola plnění cílů a řešení výkyvů** (Vašítková, 2014, s. 215, 216).

1.3.2 Neziskový marketingový mix

Neziskový marketing má klást větší důraz na službu či výrobek a na toho, kdo tuto službu poskytuje. Menší důraz klade na reklamu, obal nebo cenu. Vysoce důležitá je kvalita, jak uvádí Šimková (2012, s. 111) „*služba musí dosáhnout určité úrovně, i když je levná nebo „zdarma“.*

1.3.3 Branding v neziskovém sektoru

Dobré jméno NO, důraz na kvalitu a zvyšování hodnoty společnosti jsou atributy každé dobré organizace 21. století. Neziskové organizace však s pojmem branding, tzn, budování a hodnota značky jako takové, není úplně ztotožněn a není do pozice marketingu implementován. NO na konkurenčním trhu přibývá, proto je důležité budovat značku již nyní. Samotné firmy by se měly zabývat i positioningem (Hommerová, 2015, s. 9).

1.4 Zaměstnanci v neziskových organizacích a dobrovolnictví

Zaměstnanci hrají v postavení NO méně důležitou roli, mnohem důležitější jsou pro NO jsou dobrovolníci. Dobrovolníci přijdou do kontaktu s veřejností, proto je jejich zaučení a zaškolení mnohem důležitější než u zaměstnanců, kteří zabezpečují plynulý chod NO (Vašítková, 2014, s. 225).

„Počet zaměstnanců neziskových organizací v roce 2018 v přepočtu na celé úvazky (...) byl 117 tisíc, což je o 10,0 % více než v roce 2017 (počet fyzických osob byl vyšší). Podíl na celkové zaměstnanosti v roce 2018 byl 2,2 %“ (Počet neziskových institucí i jejich zaměstnanců dále roste, ©2021).

Zaměstnanec má v NO na starosti také propagaci, marketing, PR, administraci atd. Personalistika není v neziskovém sektoru příliš řešenou oblastí. Motivací k práci bývá zpravidla to, že dělá společensky závažnou tematiku, která pomáhá jiným lidem. Zaměstnanci vyvíjí úsilí k práci díky psychickým stavům pomoci a mají určité hodnotící stanovisko k dílčím cílům a poslání NO (Boukal a kolektiv, 2013, s. 37–40).

1.4.1 Fundraiser

Podle Boukala a kolektivu (2013, s. 37) *„fundraiser je člověk, který se profesionálně zabývá fundraisingem“*. Může být externistou fungujícím v NO na organizaci akcí, veřejných sbírek nebo zpracování projektových žádostí. Na druhé straně to může být zaměstnanec NO – interní fundraiser. V případě externího fundraisera to může být dobrovolník či brigádník.

1.4.2 Dobrovolník

Definice dobrovolnictví je v samotném neziskovém sektoru od tradičního darování neplacené práce v neziskových organizacích, přes ekoturistiku až po firemní dobrovolnictví. Může být přímé (off-line meetingy), nepřímé (on-line dobrovolnická pomoc) a osobní (Bania a Leete, Seaman a Young, 2018, s. 121).

Dobrovolnická pomoc je svobodnou neplacenou formou pomoci v NO. Dobrovolník pracuje za účelem pomoci druhým. Protihodnotou za poskytnutou práci je zvýšení schopností dobrovolníka, který tak může nabýt nových poznatků a znalostí. Dobrovolnická pomoc je jakýmsi nepeněžitým darem, který dobrovolník odevzdává ve prospěch NO (Vašítková, 2014, s. 225).

Rok	Počet zaměstnanců v neziskových institucích	Počet dobrovolníků (FTE)
2014	106 179	27 661
2015	104 176	29 184
2016	103 298	30 620
2017	106 347	31 324
2018	116 991	32 455

Obrázek 5 Vývoj počtu pracovníků v neziskových organizacích (Český statistický úřad, ©2020)

„Počet hodin odpracovaných dobrovolníky vzrostl v roce 2018 meziročně o 2,6 % na téměř 57 milionů. Hodnota dobrovolnické práce byla 9,3 mld. Kč, což meziročně představuje nárůst o 12 %“ (Chrámecký, ©2020).

1.5 Nadace a nadační fondy

Specifické NNO jsou nadace a nadační fondy, které patří mezi fundace. Jsou zakládány pro plnění společenských cílů a úkolů. Nejčastěji jsou nadační fondy sociální, tělovýchovné, humanitní atd (Stejskal a kolektiv, 2012, s. 71).

Majetek nadačního fondu tvoří dary a vklady. NF se může, ale nemusí ke svému majetku chovat stejně jako nadace. Jak Vít (2015, s. 76) popisuje, majetek NF lze zcizit a může se aplikovat k investici, ale opatrně. Není povinnost poskytovat příspěvky. Pokud je ale NF dává, musí postupovat v souladu se zakladatelským právním jednáním. V případě, že NF využije příspěvek nekompetentně, musí jej vrátit a zahrnout tuto skutečnost ve smlouvě s příjemcem příspěvku.

Nadace a nadační fondy

Nadace i nadační fondy jsou PO, tzv. fundace, která tvoří majetek k určitému účelu. Jsou upraveny zákonem č. 89/2012 Sb., občanský zákoník § 303–401. „Nadace i NF se zakládá nadační listinou, kterou může být zakládací listina nebo porřízení pro případ smrti“ (Kryšková, 2019, s. 39, 42).

Rozdíl mezi nadací a nadačním fondem

V případě sloučení NF a nadace, vzniká nadace. V opačném případě toto ale není možné, nadace je vždy nadřazena NF, tudíž není ta eventualita změny právní formy NF na nadaci (Kryšková, 2019, s. 39–43).

Tabulka 1 Rozdíl mezi nadací a nadačním fondem zákazníků (Vlastní zpracování, podle: Kryšková, 2019, s. 42–43)

	Nadace	Nadační fond
Zákon č. 89/2012 Sb., OZ	Věnuje se především nadacím	NF upravuje minimálně
Nadační jistina a nadační kapitál	Vytváří	Nevytváří
Účel založení	Veřejně prospěšný nebo dobročinný účel	Společenský, hospodářský účel
Trvání	Zakládá se za určitým účelem, když je účel naplněn, je zrušena	Nemá trvalý účel, může být založen k dosažení termínovaného účelu
Majetek při založení	Nadační kapitál tvoří min. 500 000,- Kč	Není stanovena min. hodnota, min. 1,- Kč
Orgány NO	Správní rada Dozorčí rada Revizor	Správní rada Revizor

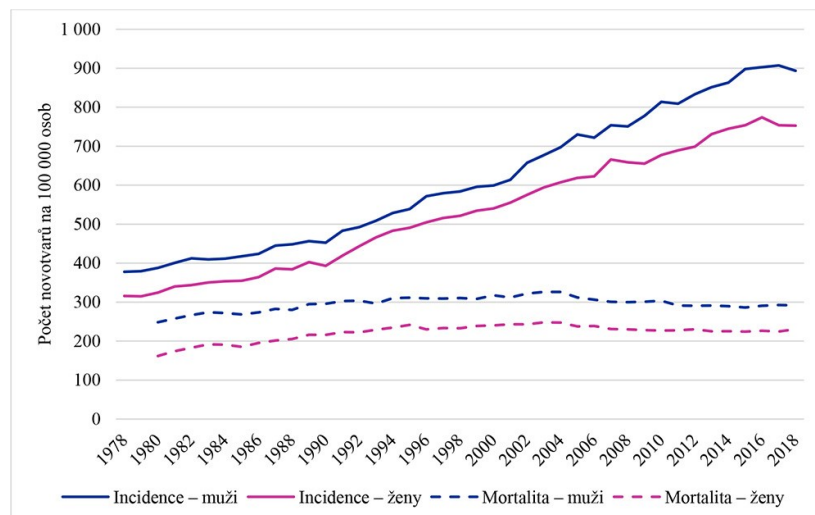
1.6 Neziskové organizace zaměřené na onkologii

„Statistika hovoří jasně: každý 3. obyvatel České republiky v průběhu svého života onemocní rakovinou“ (Česká republika a rakovina v číslech, ©2021).

Lékaři v ČR ročně průměrně diagnostikují více než 87 000 zhoubných nádorů. Ročně zemře skoro 27 000 lidí. Asi 600 000 osob je v ČR se zhoubným novotvarem nebo v během života prodělal tuto nemoc (Česká republika a rakovina v číslech, ©2021).

Důležitá je zvláště prevence, na kterou upozorňuje každá příručka či kodex. Shrnutí prevence a návod, jak na onkologickou prevenci dává dohromady Evropský kodex.

Viz PŘÍLOHA P II: EVROPSKÝ KODEX PROTI RAKOVINĚ



Obrázek 6 Vývoj novotvarů dle pohlaví, přepočet na 100 000 osob. Zdroj dat mortality: od roku 1994 Český statistický úřad (Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, ©2018)

Neziskové organizace, které se věnují onkologickému onemocnění, je nespočet. Každá má zaměření na něco jiného a na jinou věkovou skupinu. Analýze a srovnání neziskových organizací zaměřených na onkologii budou analyzovány v kapitole č. 7.

2 EVENT MARKETING SE ZAMĚŘENÍM NA CHARITATIVNÍ AKCE

Eventy – akce jsou skvělým marketingovým nástrojem, jak rozšířit povědomí o firmě, značce nebo neziskové organizaci. Zvláště pokud se jedná o charitu, je pořádání charitativních akcí jednou z nejefektivnějších metod, jak získat finanční prostředky.

2.1 Vymezení pojmu event a event marketing

2.1.1 Event marketing

Event marketing je marketingově komunikačním nástrojem, součástí public relations, jenž spadá do marketingové komunikace. Má několik kroků – příprava, plánování, organizaci, přes realizaci až po kontrolu a vyhodnocení. Organizování eventů, akcí či událostí se děje za účelem vytváření zážitků. Tento druh marketingu je zinscenování zážitků v rámci firemní komunikace. Eventy mají vyvolat emocionální a psychické zážitky, díky kterým firma či společnost upevňuje své postavení na trhu. Podstatou je, že účastníci a zainteresované osoby do eventů vnímají sdělení, které je poselstvím celého eventu více smysly najednou (Jurášková a Horňák, 2012, s. 68–69).

Tradiční úspěšné eventy, které mají již svou tradici, mohou mít i své **logo a slogan** – zajistí marketing akce. Díky tomu si je lidé snadněji zapamatují a zajistí, aby počty účastníků každým ročníkem rostly (Šedivý a Medlíková, 2017, s.47).

Nejčastější je použití event marketingu u charitativních akcí, obchodu, sportu, vzdělávání, kultury nebo politických akcí. Souvisí to s velkou interní (management, zaměstnanci firmy) i externí (zákazníci, dodavatelé, novináři a média) komunikací firem. Důležitý je přechod od pasivní komunikace směrem k publiku na aktivní a zapojení účastníků do akce (Jurášková a Horňák, 2012, s. 68-70).

Fáze event marketingu:

- **Situační analýza** – analýza aktuální situace na trhu a analýza konkurence
- **Stanovení cílů event marketingu** – zvyšování povědomí o firmě, podpoření image firmy, přinášení zážitků nebo odměna šikovných zaměstnanců
- **Určení cílové skupiny** – interní, externí, veřejné, kombinované cílové skupiny
- **Strategie eventů** – až po určení volby určitého eventu

- **Plánování zdrojů** – sponzoring, finanční dary
- **Stanovení rozpočtu**
- **Event controlling** (Jurášková a Hornák, 2012, str. 67-69)

2.1.2 Event

Eventem neboli akcí se rozumí pořádání akce za účelem zviditelnění firmy, jejích produktů a celkovou image. Patří do PR aktivit. Síla zážitku má být jedinečná, neopakovatelná. V případě pořádání dalších ročníků akcí nikdy není nic stejné, protože eventy jsou o lidských kapacitách, štěstí a okolnostech. Event má za cíl upoutat pozornost prostřednictvím multimediální techniky, která působí na emoce a má vyvolat nevšední zážitek. Výrobky, které firma na eventech nabízí, jsou vedlejší složkou, publikum především zajímá samotná akce. S eventem je spojeno mnoho interní i externí komunikace. Vyžadují působivý scénář, dramaturgii, kvalitní samotný průběh, a nakonec vyhodnocení dopadů akce (Příkrylová, 2019, s. 128, 129).

Jedná se zpravidla o kulturní, společenská nebo sportovní akce. Event má na jedné straně rozvinout a upevnit vztahy se současnými partnery, dodavateli, zákazníky, zaměstnanci atd. Na straně druhé má podpořit další získávání kontaktů díky poskytnutí informací o činnosti firmy. Může se jednat o VIP akce, marketingové, organizované, charitativní, sponzorské, motivační, výroční atd (Helada, 2015, s. 34).

Příkrylová a kolektiv (2019, s. 128, 129) píše „*praxe potvrzuje, že úspěšné zapamatování značky či produktu je přímo úměrné tomu, do jaké míry měl návštěvník možnost se sám na dané akci aktivně podílet. (...) Nejúspěšnějším konceptem bývá jedinečná trojdimenzionální akce nabízející aktivní zapojení pro účastníky*“.

Typy eventů:

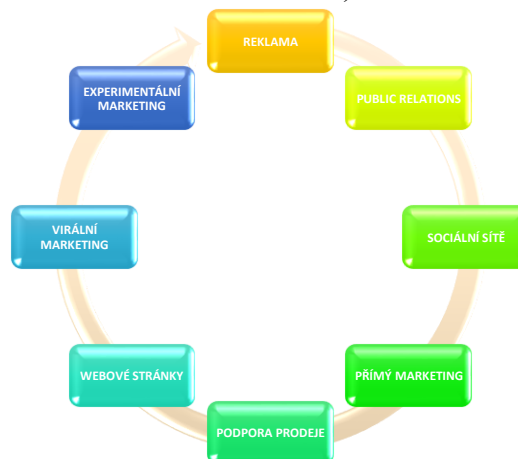
- **Charitativní** – viz *Charitativní akce*
- **Open-air** – viz kapitola *Outdoor (open-air) eventy*
- **Firemní** – cílovou skupinou jsou interní pracovníci, akcionáři, dodavatelé
- **Veřejný** – pro externí cílovou skupinu, jako jsou např. novináři, pro aktuální i potenciální zákazníci. Šikovné využití veřejných eventů je na veletrzích či na výstavách

- **Reprezentující know-how** – objektem je know-how, které vlastní firma a zatím nemá konkurenci.
- **Imageový** – program nebo místo souvisí s hodnotou výrobků či služeb.
- **Výroční** – tyto eventy jsou často medializovány, protože výročí vzniku firmy naznačuje stabilitu a vytváří dobrou image firmy. Pozvány bývají často i celebrity.
- **Rebrandový** – organizovaný při změně značky v rámci inovace nebo positioningu. Cílem je informovat širokou veřejnost i interní subjekty o těchto změnách.
- **Informativní, kombinovaný, motivační, VIP, výroční, pracovní nebo zábavně orientovaný, prezentační, příležitostní, značkový, a další** (Jurášková a Hornák, 2012, s. 67–72)

2.1.3 6 P Event marketingu a propagace event marketingu



Graf 1 6 P event marketingu
(Vlastní zpracování, podle:
Preston, 2012, str. 72)



Graf 2 Propagace event marketingu (Vlastní
zpracování, podle: Preston, 2012, s. 77)

2.1.4 5 W v event marketingu

Preston (2012, s. 67) upozornil na **tři pravidla**, které by měla událost splňovat – uskutečnitelná, životaschopná a udržitelná. Existuje pět otázek, které marketér může sobě položit, aby zjistil, zda událost tyto podmínky splňuje. Toto jsou univerzální metody hodnocení jakéhokoli druhu činností, a proto jsou velmi užitečné.

- 1) **WHY/PROČ?** – Otázka proč by lidé měli na event přijít, co jim to přinese? Je vyžadována aktivní pozvánka, která zmiňuje například to, co lidé mohou svou účastí získat nebo co mohou dané události přinést. Jaké benefity jim pramení z účasti nebo podpory akce? Událostí se pořádá hodně, proto je potřeba zmínit, jaká je přidaná hodnota právě této akce.
- 2) **WHO/KDO?** – Pro koho je naše akce zaměřena? Kdo je naše cílová skupina? Pokud firma pořádá event zacílený interním a externím osobám (zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé apod.), kde se bude hovořit o cílech, vizích a plánech firmy, je nesmysl zvát na událost rodinné příslušníky. Cílová skupina by měla být co nejpřesněji definována, stejně jako její kapacita.
- 3) **WHEN/KDY?** – Kdy chce společnost či firma event zorganizovat. Volba data a alespoň přibližná časová kapacita eventu, bývají po volbě tématu a názvu jedny z prvních akcí, co firma plánuje. Datum musí být pečlivě zváženo i díky zainteresovanosti stakeholderům, jako jsou sponzoři, mediální partneři atd., protože spousta z nich bude chtít být přítomno na události. Při plánování je nutné brát v potaz na roční období a svátky.
- 4) **WHERE/KDE?** – Kde chce event společnost pořádat? Zda to bude vnitřní nebo outdoor event, zda je na vybraném místě přístup k elektřině, doprava, počasí, přístupný terén, kapacita sálu apod.
- 5) **WHAT/CO?** – Bez ohledu na to, co je cílem či posláním události, není překážkou, aby jakýkoli event byl osvěžující a vzrušující. Účel akce by měl být interpretován tak, aby ilustroval výhody, které na účastníka čekají (Preston, 2012, s. 67–71).

2.1.5 Postup marketingově komunikačního mixu

- **Přípravné aktivity** – veškeré činnosti potřebné k podání informací o plánování eventu, zaujetí cílové skupiny, aby se účastnila nebo podílela na eventu

- **Doprovodné činnosti** – komunikace s organizátory a účastníky eventu, komunikace přes média a sociální sítě
- **Následné aktivity** – komunikace po eventu a vyhodnocení akce a podání těchto informací veřejnosti (Jurášková a Horňák, 2012, s. 69)

2.2 Techniky a trendy v event marketingu

Sociální sítě a kreativní zaujetí zákazníka; jsou témata druhé dekády 21. století. Konkurenční prostředí nikdy nebylo větší, proto je důležité se odlišit od jiných svou kreativitou, nápaditostí a neobvyklými prvky.

2.2.1 Buzz marketing

Technika oslovení svou značkou či firmou může být kreativní díky **buzz marketingu**. Účast na událostech má pozitivní vliv na vlastní kapitál značky. Na rozdíl od některých obchodníků, kteří se vyhýbají pořádání událostí a jako marketingové příležitosti používají zdlouhavé procesy pro uvedení události nebo produktu na trh. Buzz marketing může být efektivní způsob, který umožňuje společnosti vyniknout v konkurenčních značkách. Funguje na principu dobré marketingové komunikace, osobního prodeje, používá reklamu, podporu prodeje a další propagaci (Ferrell, 2017, s. 408).

Při tomto druhu marketingu se ale musí brát zřetel, aby se neporušoval zákon a vše bylo podle pravidel. Jak uvádí Ferrell (2017, s. 408) například šablonování názvu značky nebo loga na chodník, může vyvolat efektivní rozruch marketingové techniky, ale městské úřady a policie jej mohou také považovat za nezákonné graffiti.

2.2.2 Zapojování sociálních médií do eventů

Mezi nejlepší eventy a události se řadí ty, které integrují fyzické (off-line) události do sociálních sítí. Díky sociálním sítím se po celém světě lidé mohou navzájem propojit. Kanály a sociální média jsou v dnešní době revoluční, protože umožňují posluchačům diskutovat a přemýšlet o dané problematice třeba z pohodlí kanceláře nebo z domova. Často se tyto eventy nahrávají a lidé si je mohou pustit kdykoliv a kdekoliv, i když událost již proběhla. Přináší do událostí nové virtuální publikum – někdy z opačného konce republiky nebo i světa. Mezi kanály sociálních sítí patří např. webové stránky, YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, Google, účinné jsou také hashtagy (Scott Meerman, 2017, s. 266–267).

2.3 Charitativní eventy

Pojem charita nebo také dobročinnost je podle Smetany (2013, s. 24, 27) taková forma chování, která vychází z lidského milosrdenství. Dobročinnost je nejčastěji spojována s neziskovými organizacemi, které organizují společenskou aktivitu. „Štítek“ charitativní mají ty organizace, které se zaměřují na nemocné a sociálně slabé osoby.

Pořádání charitativní akce není jednoduchou záležitostí, vyžaduje spoustu administrativy. Jednou z možností, jak vybrat peníze na dobročinnou činnost a darovat je poté nějaké příspěvkové organizaci, nadaci či nadačnímu fondu, může být forma veřejné sbírky, kterou může pořádat jediné právnická osoba (viz *Veřejné sbírky*) (Pulgretová, ©2021).

Dalším důležitým faktorem jsou **náklady na event** ve srovnání s částkou, která bude darována. Je třeba mít na paměti, že charitativní organizace nemusí chtít pouze peníze, ale také např. najímat dobrovolníky, zvýšit povědomí o neziskové organizaci a zlepšovat kontakty. Dnes je snaha dosáhnout oba cíle najednou. Výsledný efekt eventu je poté sdílen v rámci fotografií a videí na sociálních sítích (Dowson a Bassett, 2018, s. 85).

2.3.1 Participace sociálních sítí a charitativní akce

Charitativní eventy se také mohou konat prostřednictvím finanční sbírky přes sociální sítě – medializaci, reklamy, přímým přenosem eventů, během kterých mohou dárci přispívat prostřednictvím SMS nebo přímým posílám na účet nadace. Cílem charitativní akce není pouze filantropie, dobročinnost, pomoc nemocným, ale také zviditelnění sponzorů jako těch, kteří štědře přispívají, a zajišťují tak reklamu a budování dobrého jména své firmy či společnosti (Jurášková a Horňák, 2012, s. 67).

2.3.2 Emoce a charitativní eventy

Výhody emocí:

- Přesvědčují, snadno ovládají, ponořují diváka hlouběji do děje
- Obrázek nebo hudba se používají pro lepší zapamatování

Nevýhody emocí:

- 1) Uniknutí poselství charitativní akce
- 2) Negativní emoce – např. smutek a strach, mohou způsobit poškození akce (Vysekalová, 2014, s. 79)

3 OUTDOOR (OPEN-AIR) EVENTY

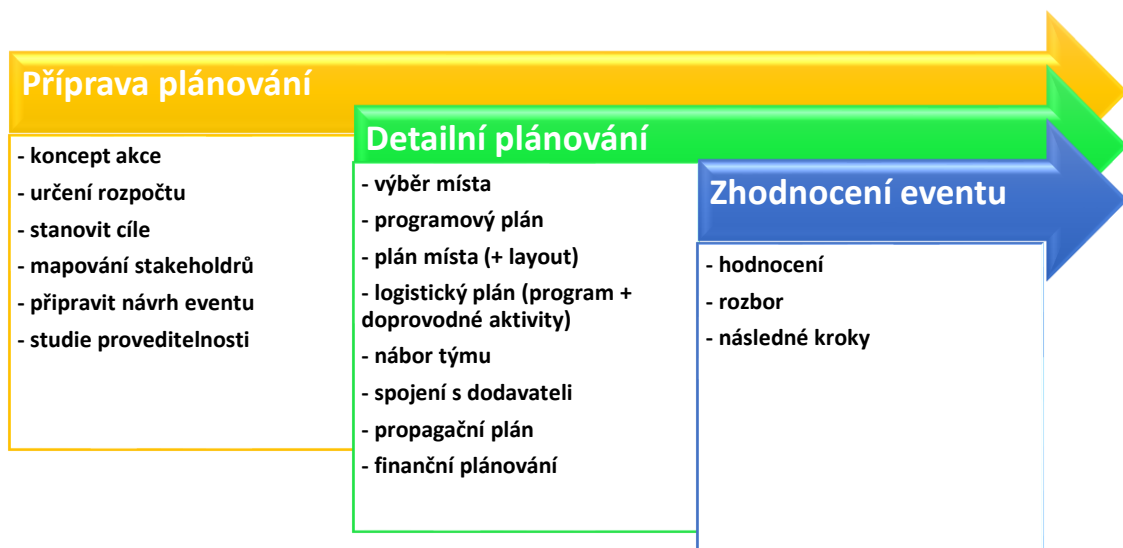
Outdoor eventy mají potenciál širšího oslovení účastníků. Počasí zde hraje klíčový prvek, proto je vždy nutné mít plán B. Druhou nejdůležitější povinností je zabezpečit bezpečnost. Zranění účastníků zapříčiněné nedbalostí, není dobrou vizitkou firmy ani samotného eventu. Plánování je klíčovým prvkem, kde platí pravidlo, že je lepší začít raději dříve než později.

3.1 Vymezení pojmu outdoor (open-air) event

Open-air, outdoor eventy jsou eventy konané na otevřeném prostranství, klasicky jsou to náměstí, amfiteátry nebo fotbalové hřiště a stadiony. Cílovou skupinu zde tvoří široké publikum v počtu stovek až tisíců účastníků. Nutná je však „mokrý varianta“ eventu, protože počasí hraje při pořádání velmi klíčovou roli (Jurášková a Hornák, 2012, s. 71).

„Všude platí, že konání akce je povinen organizátor písemně oznámit příslušnému úřadu a pokud se akce má konat pod širým nebem mimo veřejné prostranství, je nutné přiložit k oznámení souhlas toho, kdo je vlastníkem, případně uživatelem pozemku“ (Grunclová, ©2017, s. 13).

3.1.1 Plánovací model a harmonogram outdoor eventů



Graf 3 Detailní plánování outdoor eventů (Vlastní zpracování, podle: Dowson a Bassett, 2018, s. 42)

Tabulka 2 Harmonogram outdoor eventů (Vlastní zpracování, podle: IMS Technology services, ©2018)

1.	Povolení	Zábor veřejného prostranství a podmínky s tím spojené
-----------	-----------------	---

2.	Kontrola vyhlášek a nařízení. Spojení s MÚ, prostudování zákonů	Vyhlášky o hluku (hudba), požární a bezpečnostní kódy, OSA
3.	Zajištění podmínek pro prodejce a ostatní stánkaře	Přístup k elektřině, toaletám, parkování, vybavení stravovacích služeb, zvuková podpora, osvětlení atd.
4.	Logistika a layout	Setkání se s odpovědným pracovníkem v místě konání outdoor eventů. Rozmístění a logistický plán, parkování
5.	Osvětlení	Chodníky, parkoviště – všechny tyto oblasti musí mít buď již existující osvětlení, nebo se musí zajistit, pro bezpečnost
6.	Zajistit spokojenosti a pohodlnosti účastníků	Studenějším počasí – zajištění teplejšího místa, horkých nápojů. V teplejším počasí naopak – chladicí mlžné přístroje, dostatečné zásoby vody
7.	Hmyz	Ochrana proti škůdcům (komáři apod.) – vonné esence, spreje
8.	Dobrá komunikace	Dobrá komunikace pro personál a bezpečnost/zdravotnický personál. Při větších eventech jsou potřeba vysílačky
9.	Nepřízeň počasí	Mokrý varianta (viz <i>Mokrý varianta outdoor eventů</i>)
10.	Úklid	Technické služby, externí firma nebo samotní pořadatelé apod.

3.1.2 Specifika českých outdoor eventů

- 1) Nižší rozpočet oproti zahraničním eventům
- 2) Potřeba mít mokrou variantu
- 3) Technika, vizuální kompozice a branding jsou oblast zlepšování
- 4) Programu, představení a nabídka umělců – evropská úroveň, participace na zahraničních eventech
- 5) Outdoor vánoční eventy je nutná včasná rezervace termínu a lokality již v průběhu letních prázdnin
- 6) Podcenění bezpečnosti

- 7) Nedostatky v gastro servisu, mezery v informovanosti, nepřehledná navigace v prostoru nebo chybějící hygienické prostory (Pýcha, Šimek a Vocel, ©2021)

3.1.3 Mokrý varianta při nepříznivém počasí outdoor eventů

Mokrý varianta v případě deště a nepříznivých povětrnostních podmínek se nejčastěji řeší záložním plánem v podobě „suché“ varianty, kdy je v záloze pronájem vnitřních prostor. V případě nemožnosti přesunu aktivit dovnitř, se přichází k plánu zastřešit místo konání eventů – jedná se o stany a přístřešky. Možná je ještě změna programu, ale to je často obtížné, protože samotný event se plánuje dlouho dopředu, což se o počasí říct nedá (Mokrý varianta při nepříznivém počasí, ©2021).



Obrázek 7 Ukázka stanů (Mitko for events, ©2021)

3.2 Zábor veřejného prostranství pro charitativní účely

„Právní úpravu záboru veřejného prostranství nalezneme v zákoně č. 128/2000 Sb., o obcích, v platném znění (dále jen „zákon o obcích“) a dále také v zákoně č. 565/1990 Sb., o místních poplatcích, v platném znění (dále jen „zákon o místních poplatcích“)“ (Matzner, ©2021).

Existují dva druhy záboru veřejného prostranství – obecné a zvláštní užívání:

- **Obecné** – je zdarma a neomezené (např. užívání náměstí, veřejných komunikací, chodníků nebo veřejné zeleně atd.)
- **Zvláštní** – je zpoplatněné, omezuje v jistém měřítku ostatní (např. podnikatel využije veřejné prostranství k uspořádání nějakého eventů – farmářské trhy, sportovní akce, propagaci podnikání apod.) (Matzner, ©2021)

3.2.1 Poplatky za zábor veřejného prostranství

Poplatky za zábor veřejného prostranství se liší podle toho, k čemu je zábor užíván, a to na komerční či nekomerční účely. Komerční účely jsou většinou zpoplatněny 10,- Kč/m²/den. Pokud jde o charitativní eventy nebo veřejně prospěšné (nekomerční) účely, zde se poplatky neplatí (Matzner, ©2021).

3.3 Bezpečnost při outdoor eventech

Při pořádání venkovní akce je nutné dbát na bezpečnostní opatření. Nutné je legislativní prozkoumání dokumentu zveřejněného Ministerstvem vnitra v roce 2011, který obsahuje prvky integrovaného záchranného systému. Tento dokument může pomoci pořadatelům akcí, jež jsou odpovědní za dodržování předpisů veřejného pořádku. V případě porušení povinností k zajištění bezpečnosti, je v moci veřejné správy zasáhnout a provést šetření. V případě přestupku či trestného činu jsou prosazeny peněžní pokuty. Takto je zabezpečena ochrana veřejného pořádku, která rozšiřuje legální moc obce. Bezpečnost na větších outdoor eventech mohou zabezpečit bezpečnostní agentury (Grunclová, ©2017, s. 13, 20).

Rizika bezpečnosti:

- 1) Zajištění veřejného pořádku a bezpečnosti
- 2) Veřejné zdraví
- 3) Zemědělské půdy, les, přírody a krajiny
- 4) Ochrana vod, ovzduší (Grunclová, ©2017, s. 20)

3.4 Trendy v outdoor eventech

- 1) Technologie – design, dekorace a výzdoba bývá nahrazována LCD obrazovkami, které mají ještě jednu výhodu – efekt
- 2) Mapping a virtuální realita
- 3) Sportovní aktivity začleněné do programu
- 4) Aplikace využívané pro komunikaci s moderátorem, sdílení dat na sociálních sítích, orientace v prostoru a hlasovací zařízení
- 5) Vyhodnocování dat a analýza cílové skupiny je skvělou zpětnou vazbou na proběhnou akci a poučení pro další (Pýcha, Šimek a Vocel, ©2021)

4 VYBRANÉ ANALYTICKÉ METODY POUŽITÉ V DIPLOMOVÉ PRÁCI

V této kapitole jsou zmíněné analytické metody, jenž se používají ke zkoumání prostředí. Pro rozbor makroprostředí se využívá PESTE analýza. Ke zkoumání mezoprostředí slouží Porterův model pěti konkurenčních sil. Poslední metodou je SWOT analýza, která je souhrnem analýz.

4.1 PESTLE analýza

Pro zkoumání makroprostředí je možné aplikovat PESTLE analýzu. Hlavních faktorů je pět a jeden další – písmeno L znamená Legal – legislativní. Společnost nemůže nijak ovlivnit těchto pět faktorů, ale musí je předvídat a rychle na ně reagovat v neustále se měnícím marketingovém prostředí (Foret, 2012, s. 47).

PESTLE analýza je tedy zkratkou pro 5 (+1) faktorů, které hrají roli v makroprostředí:

- **P** – Political – politické hledisko (např. politika zaměstnanosti)
- **E** – Economical – ekonomické aspekty (např. změny úrokové míry)
- **S** – Social – sociálně demografická hlediska (např. struktura příjmů, vzdělanost)
- **T** – Technological – technologické hledisko (např. podpora výzkumu)
- **L** – Legal – vlivy legislativy
- **E** – Ecological – ekologické aspekty (např. úprava životního prostředí) (Vysekalová, 2016, s. 71)

4.2 Porterův model pěti konkurenčních sil

K analýze mezoprostředí lze použít Porterův model pěti konkurenčních sil. Z části si může firma zvolit své účastníky trhu.

Porter definuje pět základních konkurenčních sil, které na trhu působí, a to:

- Stávající konkurence
- Vstup nové konkurence
- Vliv odběratelů
- Vliv dodavatelů

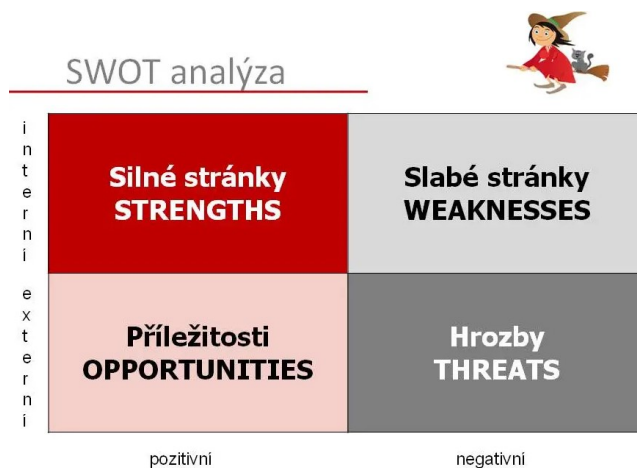
- Substituční produkty (Karlíček, 2018, s. 56-57)

Na některých trzích bývá velká konkurence. Hrozba vstupu nové konkurence na trh bývá v závislosti na bariérách vstupu. Substituty lze definovat jako produkty, u kterých spotřebitel může jednoduše zaměňovat spotřebu jednoho za druhý, aniž by se změnil jeho užitek z nahrazovaného produktu. Hrozbu mohou substituty vyvolat tehdy, když dá spotřebitel přednost výrobku x před y. Dodavatele lze charakterizovat jako všechny, kteří dodávají firmě zboží nebo služby. Odběratele jako všechny, kteří odebírají zboží či služby – v případě firmy to mohou být zákazníci (Karlíček, 2018, s. 56-57).

4.3 SWOT analýza

SWOT analýza je strategická souhrnná analýza interního prostředí a vnějšího okolí. Je to vlastně jakýsi souhrn mikroprostředí a makroprostředí. Levá polovina zaznamenává okolnosti, které mají na podnikání pozitivní dopad. Pravá polovina naopak ukazuje, kde je potřeba zapracovat a co zlepšit. Horní část mapuje interní faktory, dolní část ukazuje vnější prostředí (Čevelová, ©2021).

SWOT analýza by měla být vyvážená, měla by mít v každém kvadrantu stejné nebo podobné množství zastoupených údajů. **Silné stránky** identifikují, čím se firma liší, čím je lepší od konkurence. Opravdu silnou stránkou je jen to, co se odlišuje od standardu. **Slabé stránky** jsou opakem silných stránek, na kterých je potřeba zapracovat. **Příležitosti** představují externí realitu, jenž mohou firmě pomoci, pokud je zvládne dobře pochopit, identifikovat a použít. **Hrozby** zahrnují fakta, které bez zavinění firmy mohou ohrozit její životaschopnost. Jedná se např. o živelní pohromy, činnost konkurence, změny zákaznických rozhodnutí (Čevelová, ©2021).



Obrázek 8 SWOT analýza (Čevelová, ©2011)

5 SHRNUÍ TEORETICKÉ ČÁSTI – TEORETICKÁ VÝCHODISKA PRO ZPRACOVÁNÍ PRAKTICKÉ ČÁSTI

V současnosti je neziskových organizací mnoho. Jednou z možností, jak získat finanční prostředky pro ty, kteří je potřebují, může být uspořádání eventu – charitativní akce. Při pořádání venkovních (outdoor, open-air) akcí je nutné předcházet a předvídat mnoho věcí, aby akce byla úspěšná a efektivní.

První kapitola se věnuje neziskovým organizacím, jejich rozdělení podle typů a znaků. Dále se zaměřuje na nadační fondy a na onkologické neziskové organizace. Vymezuje pojmy jako fundraising a fundraiser, crowdfunding, veřejná sbírka, sponzoring, dárcovství, dobrovolník a další. Zkoumá, jak může nezisková organizace získávat finance, jak funguje neziskový marketing a v čem se liší od marketingu ziskového sektoru. Je zde odpověď, kdo je podstatnější pro neziskovou organizaci, zda je to zaměstnanec či dobrovolník.

Druhá kapitola je o event marketingu zaměřeného na charitativní akce. Event marketing je definován jako marketingově komunikační nástroj, který se dá rozdělit do několika druhů, typů a fází. Marketingový mix určuje 6 P event marketingu a dále rozvádí jeden pilíř – propagaci. Aby firma připravila dobrý event, je nutné si položit pět otázek ve fázi příprav, díky kterým se dozví, zda je splněno pravidlo tří podmínek úspěšného eventů.

Rozebírají se zde techniky a trendy v event marketingu. Speciální pozornost je zde věnována participaci sociálních sítí a charitativních akcí, jak získat finanční prostředky pro neziskovou organizaci prostřednictvím sbírky přes sociální sítě. Kapitola zakončuje zkoumáním, jaký účinek mají emoce v charitativním prostředí.

Třetí teoretická kapitola je věnována outdoor eventům a jejich specifikům od ostatních eventů. Řeší se zde například mokrá varianta outdoor akcí, zábor veřejného prostranství, nebo bezpečnost, která se musí speciálně ošetřit při outdoor eventech. Tato kapitola nabízí i pohled do specifik českých outdoor eventů nebo na trendy v outdoor eventech.

Poslední kapitola rozebírá vybrané analytické metody, které budou v teoretické části použité. Pro analýzu makroprostředí je charakterizována PESTLE analýza a pro mezoprostředí Porterův model pěti konkurenčních sil. SWOT analýza je použita jako souhrnná analýza, která je souhrnem interní a externí analýzy.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

6 ANALÝZA NADAČNÍHO FONDU PINK BUBBLE

Pink Bubble neboli Růžová bublina, která se nafukuje už desátým rokem, je krásným důkazem toho, že dobrosrdečné činnosti a laskavý přístup vždy přináší radost a pomoc těm, kteří to potřebují. Nadační fond Pink Bubble pomáhá onkologicky nemocným dětem a mladým lidem, kterým zkřížilo život onkologické onemocnění.

6.1 Profil, poslání a historie nadačního fondu

Nadační fond Pink Bubble (NF BP) podporuje děti, mladistvé a mladé lidi od 10 do 30 let s onkologickým onemocněním. Pro lidi je dospívání těžké samo o sobě, natož pokud tělo trápí nádorové onemocnění, které je choulostivé pro citlivé tělo i duši.

Díky zaměření se na tuto věkovou skupinu vyplňuje Pink Bubble místo na neziskovém trhu, protože většina neziskových organizací se zaměřuje na onkologické dětské pacienty anebo dospělé.

„Kancelář NF PB se nachází v ulici Jirečkova 10, 170 00 Praha 7. Sídlo leží na Hradčanském náměstí 61/11, 118 00 Praha 1. IČO: 24296171. Pink Bubble je zapsaný v nadačním rejstříku Městského soudu v Praze, oddíl N, složka 908“ (Nadační fond Pink Bubble, ©2021).



Obrázek 9 Logo
Nadačního fondu Pink
Bubble (Nadační fond
Pink Bubble, ©2021)

6.1.1 Historie NF Pink Bubble

Nadační fond Pink Bubble byl založen 26. 4. 2012 modelkou Martinou Šmukovou. Jako dobrovolník již fungovala v Brně v NF Krtek v roce 1999, kde také pomáhala onkologickým dětem. V NF Krtek nakonec zastávala od roku 2001 do roku 2011 funkci prezidentky. Následně v roce 2012 založila růžovou bublinu (Nadační fond Pink Bubble, ©2021).

Od roku 2017 je **NF Pink Bubble členem Asociace veřejně prospěšných organizací ČR** (AVPO), kdy obdrželi i Značku spolehlivosti. Výhodou členství je např. podíl na tvorbě zákonných norem neziskového sektoru, příliv nových trendů, koučink zdarma a členské benefity (kurzy, školení, akce) atd. (Asociace veřejně prospěšných organizací ČR – výroční zpráva 2017, ©2018).



Obrázek 10 Logo Asociace veřejně prospěšných organizací ČR (Nadační fond Pink Bubble, ©2021)

26. 4. 2021 oslavila Růžová bublina 9. narozeniny a výkonný tým vytvořil malou statistiku, co za dobu své existence Pink Bubble zvládl:

- Pro 350 onkologických pacientů dárci přispěli 6 miliony Kč
- Více než 30 ozdravných a zážitkových pobytů se účastnili vyléčení pacienti v rámci celkové částky 4,5 mil. Kč
- Odeslali 3,5 milionu korun 230 rodinám ve finanční tísní, do které se dostali díky onkologické diagnóze nebo v kvůli COVID-19
- V roce 2021 odstartoval projekt individuální psychologické podpory (Nadační fond Pink Bubble, ©2021)

6.1.2 Poslání NF Pink Bubble

Posláním NF je všestranná podpora dětí a mladých lidí, jenž podstupovali nebo se nyní léčí z onkologického onemocnění.

Specializace na tyto oblasti pomoci:

- Podpurné činnosti pro uplatnění pacientů na trhu práce
- Zaměření na podporu zdravotně sociálních projektů
- Záměrem je zakoupení léčebných, rehabilitačních nástrojů pro snadnější pohyb a život onkologických pacientů (Nadační fond Pink Bubble – Výroční zpráva 2018, ©2020)

Pokud si pacienti přejí být zařazeni mezi příjemce nadačního příspěvku, musí splňovat pravidla, viz PŘÍLOHA P III: PODMÍNKY PRO PODÁNÍ ŽÁDOSTI O POSKYTNUTÍ NADAČNÍHO PŘÍSPĚVKU NF PINK BUBBLE.

6.1.3 Hlavní činnost

- 1) **Splněná přání** – pomoc uskutečnit nějaké individuální přání. Tužby jsou pestré, jedná se o pomůcky ke studiu, koníčky, elektronická zařízení až po společenské nebo kulturní zážitky.
- 2) **Pomůcky** – poskytování subvencí při léčbě i po ní. Jedná se o příspěvky na rehabilitační, zdravotnické nebo pohybové pomůcky a služby.
- 3) **Zážitky** – drobné činnosti a radost, jenž v době léčby a rekonvalescence posilují tělo a mysl, pozitivně rozptylují, budují naději a optimistické myšlenky.
- 4) **Vlastní život** – U mladých lidí pomoc při hledání práce nebo brigád, školení, rekvalifikační kurzů a pomoc při startu dospělého života. U náctiletých dětí podpora při studiu v domácím prostředí i v nemocnici (Nadační fond Pink Bubble, ©2021).

Vedlejší činností je prodej merchandising produktů, propagační a reklamní služby (Nadační fond Pink Bubble – Výroční zpráva 2018, ©2020).

6.1.4 Zařazení neziskové organizace podle RVNNO a podle oblasti poskytování služeb

Podle RVNNO patří NF PB do nestátního neziskového sektoru. Oblast služeb, které Pink Bubble poskytuje, je organizování dobročinnosti, charita, nadační fond.

6.1.5 Vize a plány pro rok 2022

- Rekonstrukce dětského hřiště a zahrady ve FN Motol (viz obrázek č. 12).
- Rozšíření působnosti NF Pink Bubble – více obsáhnout krajská onkologická oddělení.
- Profesionalizace procesů v NF.

6.2 Zaměstnanci a dobrovolníci v NF Pink Bubble

Výkonný tým PB má čtyři pracovníky:

- **Martina Šmuková** – zakladatelka, členka správní rady, fundraising a PR

- **Ing. Martina Mecerová** – výkonná ředitelka Nadačního fondu
- **Mgr. Renáta Výborná** – manažerka projektů pro pacienty
- **Kristýna Žáková** – produkce a sociální sítě (Nadační fond Pink Bubble, ©2021)



Obrázek 11 Výkonný tým Nadačního fondu Pink Bubble (Nadační fond Pink Bubble, ©2021)

PŘÍLOHA P IV: SPRÁVNÍ RADA NADAČNÍHO FONDU PINK BUBBLE

Činnost dobrovolníků je důležitá, dobrovolnická práce probíhá prostřednictvím pomoci při prodeji charitativních předmětů ve stáncích při eventech, účast při přednáškách a dalších událostech pro pacienty, pomoc při pořádání eventů atd. Dobrovolníci jsou současní či bývalí pacienti – Bublinky, jak jim říkají v nadačním fondu, ale i další dobrovolníci, kterým je neziskový sektor blízký a chtějí pomáhat.

6.3 Strategie získávání financí

Získávání financí pro hlavní činnosti Nadačního fondu Pink Bubble jednou z nejdůležitějších činností. Díky financím realizuje NF své aktivity pro onkologicky nemocné děti a mladé lidi, aby lépe zvládali toto závažné onemocnění.

6.3.1 Fundraising

Nadační fond Pink Bubble využívá větší polovinu možností fundraisingu:

- 1) On-line fundraising – viz *obrázek č. 13*
- 2) Pořádání charitativních akcí – viz *Pořádání eventů*
- 3) Individuální dárci – viz *Sponzoring a dárcovství*
- 4) Firemní dárci – viz *Sponzoring a dárcovství*

5) Samofinancování a vlastní hospodářské aktivity – merchandising

NF nevyužívá žádné státní dotace ani fondy. Pouze vstupují do grantů společností, z veřejných financí nic nedostávají, finance pramení od drobných a firemních dárců.

6.3.2 Crowdfunding

Velká crowdfundingová sbírka probíhá poprvé nyní, v roce 2021/2022, kdy se NF Pink Bubble na Donio.cz usiluje o finanční sbírku na revitalizaci dětského hřiště při FN Motol, kterou dětští onkologičtí pacienti hojně navštěvují a tráví čas na čerstvém vzduchu v době nemoci i rekonvalescence.

Tento projekt má 4 etapy:

- 1) **Fáze – "rozhýbej se"** - stroje atd. (aktuální fáze)
- 2) **Fáze - "dejme dětem stín"** - zastínění hřiště
- 3) **Fáze - "domečky"** - místa pro odpočinek, relaxaci, četbu pacientů v dospívajícím věku, ale zároveň i pro maminky malých dětí, které si na hřišti budou hrát
- 4) **Fáze - "zeleň"** - stromy a keře, revitalizace trávníku



Obrázek 12 Rekonstrukce dětského hřiště a zahrady ve FN Motol (Donio, ©2022)

6.3.3 Veřejné sbírky a účet NF Pink Bubble

Účty veřejných sbírek jsou dva:

- 1) **Veřejná sbírka „Podpora kvality života“:** číslo účtu 253135368/0300, od roku 2012, veřejná sbírka na podporu zkvalitnění života onkologických pacientů během léčby i po ní.

PŘÍLOHA P V: POVOLENÍ VEŘEJNÉ SBÍRKY KVALITA ŽIVOTA

Z této veřejné sbírky jsou financovány léky, rehabilitace, lázeňské pobyty, finanční pomoc rodinám, které postihlo onkologické onemocnění.

Spadají sem i prostředky z prodeje merchandising předmětů.

- 2) **Veřejná sbírka „Podpora splněných přání“:** číslo účtu 2777575777/0300, od roku 2018, veřejná sbírka pro splnění přání dětí a mladých onkologických pacientů.

PŘÍLOHA P VI: POVOLENÍ VEŘEJNÉ SBÍRKY SPLNĚNÁ PŘÁNÍ


Z veřejné sbírky jsou realizovány výběry peněžních částek na webových stránkách NF PB, kdy je zobrazena požadovaná cílová částka a kdokoli může poslat peníze a podpořit projekt pacienta, který se mu líbí.

Projekt „Podpora splněných přání“ (obr. 13), kdy děti a mladí dospělí mají nějaké přání – elektronika, hudební nástroje, zážitky, setkání atd. Toto přání je popsáno i s vlastním osobitým příběhem pacienta o jeho onemocnění. V růžovém kolečku, které symbolizuje bublinu, která se po naplnění cílové částky uzavře a následně zástupci NF zakoupí pacientovi přání. Napravo v horním rohu jsou vidět dárci a částky, které poskytly na splnění přání. Možná je i platba pomocí QR kódu.

Nadační fond Pink Bubble splnil již 281 přání v celkové hodnotě 7 665 683 Kč.

PINK BUBBLE NADAČNÍ FOND

O NÁS | PŘÁNÍ | GALERIE | DĚKUJEME | KONTAKT | INFO PRO PACIENTY



KLÁVESY YAMAHA
Veronika K. (11 let)

Dobrý den, jmenuji se Veronika a je mi 11 let. V dubnu 2020 mi diagnostikovali osteosarkom levé dolní končetiny. Celý minulý rok jsem se léčila na onkologickém oddělení ve FN Motol. Chemoterapie jsem dokončila v prosinci 2020. Mám za sebou těžkou operaci levé nohy, po které jsem se učila znovu chodit.

Od ledna jsem byla doma a rehabilitovala, do školy jsem nechodila kvůli oslabené imunitě. Od září už začínám chodit do školy, ale bohužel jsem ještě musela jít na operaci pravé plicе.

Ráda bych Pink Bubble poprosila o klávesy Yamaha P-125 SET se stojanem, pedálníci a klavírní stoličkou, kdyby to šlo tak i s obalem, abych mohla piano přenést. Mám ráda hudbu, dřív jsem ráda tancovala, ale teď můžu jen omezeně. Něco jsem dělat chtěla, proto jsem zkusila klavír, ten mě začal bavit a teď chodím do ZUŠ.

Byla bych moc ráda za jakýkoliv příspěvek, abych mohla co nejdříve hrát.


Moc děkuji, Verča

POTŘEBNÉ FINANCE: 25000 Kč | ZBÝVÁ: 9000 Kč
V případě vašeho zájmu pomoci, pošlete libovolnou částku na účet:
2777 575 777 / 0300 v.s. 202162

V případě, že se potřebnou sumu na splnění přání podaří vybrat rychleji, než Váš dar doputuje na účet ní Pink Bubble, přidáme Váš příspěvek automaticky dalšímu pacientovi, který na splnění svého snu teprve čeká. Pokud to vidíte jinak, napište nám na [mail](#) a my budeme Vaše přání respektovat.

DĚKUJEME

Kristýna Kudelová... Skupinka	1000,-
DĚKUJEME ŽE MY - Verunko,	
držíme ti všichni moč moč	
palce a přejeme hodně zdraví,	
dobré nálady a ať se ti dobře	
hraje. Opatruj se!	
Kamila Voráčková... od Kamel s	612,-
láskou	
Barbora Vlasáková	1000,-
Helena Hantychová	1500,-
Petr Musil	500,-
Jana Cvareňová	38,-
Michaela Obermajerová	500,-



QR Platba

Obrázek 13 Veřejná sbírka „Podpora splněných přání“ (Pink Bubble, ©2021)

PŘÍLOHA P VII: UKÁZKA VEŘEJNÉ SBÍRKY PODPORA SPLNĚNÝCH PŘÁNÍ

3) Účet pro firemní dárcе: číslo účtu 449494944/0300

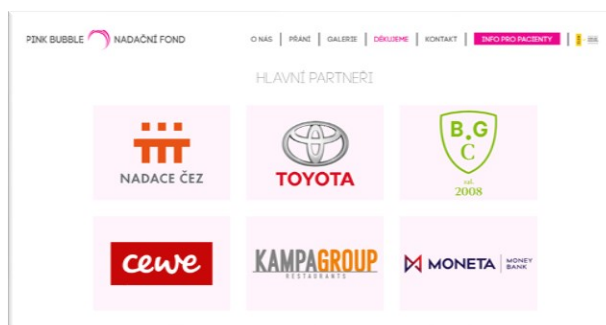
Třetím účtem je běžný účet pro firemní dárcе. Může se jednat o firmy i drobné přispěvatele. Tyto částky plynou na tento účet v rámci darovacích smluv. A následně jsou tyto finance používány pro pacienty na ozdravné pobyty, zážitkové programy, rekvalifikační kurzy atd.

6.3.4 Sponzoring a dárcovství

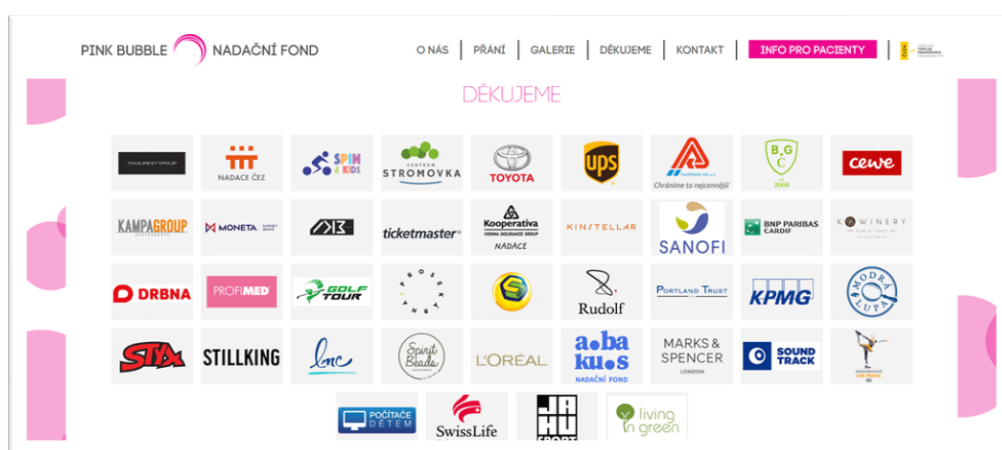
Sponzoring NF Pink Bubble moc nevyužívá. Pouze při Pink Bubble Charity Golf.

Dárcovství - jak už bylo zmíněno v podkapitole Fundraising, dárcovství a darovací smlouvy využívají firemní a drobní dárci, kteří si poté mohou dary odečíst z daňového základu. Pro rok 2022 se dary vrací na předcovidové hodnoty, a to je min. částka 1000Kč nebo 2 % ZD a maximálně 15 % ZD.

PŘÍLOHA P VIII: Darovací smlouva finanční NF PB



Obrázek 14 Hlavní partneři Nadačního fondu Pink Bubble (Pink Bubble, ©2022)



Obrázek 15 Partneři a podporovatelé Nadačního fondu Pink Bubble (Pink Bubble, ©2021)

6.3.5 Pořádání eventů

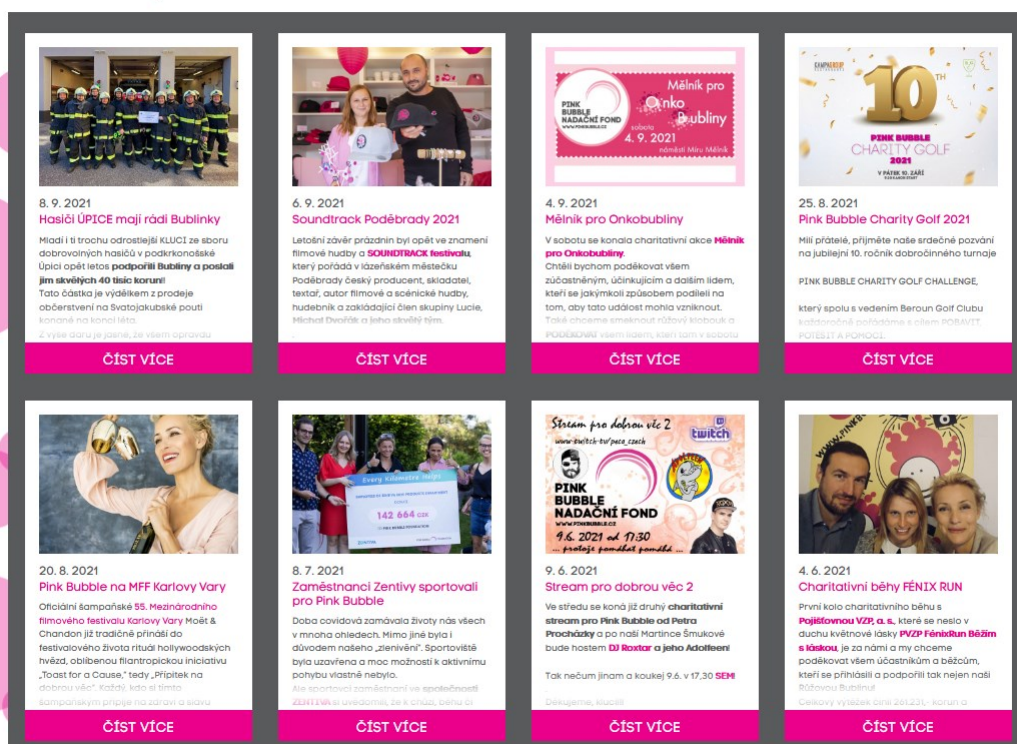
Pořádání eventů je jedním z nejvýznamnějších aktivit NF Pink Bubble. Za svého působení od roku 2012 bylo podporováno, bylo součástí nebo pořádalo kolem **200 charitativních eventů!**

Vybrané významné eventy v roce 2021:

- **Nadace ČEZ pomáhá!** – již od roku 2014 spolupracuje Růžová bublina s Nadací ČEZ, díky které se vybralo 480 000 Kč. Od května 2020 do ledna 2021 se tato částka rozdělovala mezi 48 rodin a dětí s onkologickým onemocněním.
- **Charitativní JISKRA na Výstavišti Praha (8. 4. 2021)** – Výstaviště Praha spolu s graffiti umělci oslovilo PB s výstavou JISKRA. Celou akci zaštitilo a finančně podpořilo hlavní město Praha. Celková finanční suma 126 239 Kč byla rozdělena mezi Klub svobodných matek a NF Pink Bubble.

- **Finále CEWE FOTOKNIHA roku (19. 5. 2021)** - v době COVID-19 byl uspořádán on-line event díky CeWe Fotoknihám přihlášeným do soutěže a bylo vybráno 43 200 Kč.
- **Pink Bubble na KVIFF (20. – 28. 8. 2021)** – vždy se na KVIFF vybírá jedna nezisková organizace (charita), která je na MFF v Karlových Varech prezentována a podporována. V roce 2021 to byl právě NF Pink Bubble. Neuvěřitelná finanční částka 801 970 Kč se vybrala díky spolupráci s oficiálním šampaňským KVIFF, Moët & Chandon.
- **Pink Bubble Charity Golf** – již 10. ročník proběhl 10. 9. 2021 v Beroun Golf Club. Tento ročník se výtěžilo 450 000 Kč díky hráčům golfu a dalším patronům. Finanční prostředky pomohou při realizaci ozdravných pobytů, a hlavně obnově terapeutické zahrady ve FN Motol, kterou využívají malí onkologičtí pacienti (Nadační fond Pink Bubble, ©2021).

PINK BUBBLE NADAČNÍ FOND O NÁS | PŘÁNÍ | GALERIE | DĚKUJEME | KONTAKT | INFO PRO PACIENTY



Obrázek 16 Ukázka eventů NF Pink Bubble (Nadační fond Pink Bubble, ©2021)

6.4 Hospodaření NF Pink Bubble

Z poslední zveřejněné výroční zprávy a účetní uzávěrky (2020) je patrné, že NF Pink Bubble nevlastní žádný dlouhodobý majetek, disponuje pouze krátkodobým majetkem, který činí na

konci zúčtovacího období 2020 sumu 4 272 000 Kč. Nejvyšší položkou je krátkodobý finanční majetek.

Výkaz zisku a ztrát ukazuje, že výnosy z hospodářské činnosti v tržbách za vlastní výkony převyšují nad hlavní činností, a to z důvodu prodeje merche. To z velké části pomáhá snižovat ztrátu z hlavní činnosti, kde náklady převyšují výnosy. Výsledek hospodaření za rok 2020 skončil ve ztrátě – 212 134 Kč.

Osobní náklady zahrnují mzdové náklady, odměny, náklady na sociální zabezpečení a zdravotní pojištění. Tyto náklady činily za rok 2020 částku 423 000 Kč.

NF Pink Bubble přijal v roce 2020 dary ve výši 2 427 520 Kč. Z těchto darů bylo použito 2 187 485 Kč, a to 767 143 Kč jako finanční podpora a 1 468 088,19 Kč na splněná přání dětem.

Nadační fond ze své podstaty funguje na přerozdělení financí, které získá fundraisingem, crowdfundingem nebo další činností, mezi onkologicky nemocné děti a mladé dospěláky. Mezi hlavní činnosti patří poskytování darů, což zahrnuje finanční pomoc rodinám a mladým lidem, kteří se ocitli ve finanční tísní způsobené onkologickým onemocněním, či poskytuje NF Pink Bubble finanční dary. V poskytovaných darech jsou zahrnuty i dary na splněná přání, která jsou rovněž jednou z hlavních činností NF.

Tabulka 3 Přijaté dary a poskytnuté dary 2012-2020 v celých tis. Kč (Vlastní zpracování, zdroj dat: Pink Bubble, 2021)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Přijaté dary	978	1148	1931	3922	3415	2073	2166	3463	2 187
Poskytnuté dary	636	236	--	294	1313	573	1353	1581	2235

Přijaté dary mohou být podle zakládací listiny využity také na rehabilitační a ozdravné pobyty, podporu dalšího vzdělávání, projekty zdravotně sociálního charakteru atd.

Celkové roční náklady na správu NF nesmí převýšit 30 % (Pink Bubble, ©2021).

7 ANALÝZA NEZISKOVÝCH ORGANIZACÍ ZAMĚŘENÝCH NA DĚTSKOU ONKOLOGII A JEJICH CHARITATIVNÍCH AKCÍ PRO DĚTSKÉ ONKO PACIENTY

V této kapitole jsou zmíněny vybrané neziskové organizace, které cílí na dětské pacienty a pořádají charitativní akce jako součást fundraisingu. Neziskové organizace jsou seřazeny sestupně podle datu svého vzniku. Vždy je u každé NO přiloženo logo, dále zmíněna právní forma, specializace a zakladatel NO. U některých NO jsou zmíněny i významné výsledky, které neziskovka dosáhla v pomoci dětem od svého vzniku, a také kolik financí celkově rozdělila od doby svého vzniku. Fundraisingem neziskovky pomáhají v několika oblastech léčby i v době rekonvalescence.



Obrázek 17 Srovnání NO zabývajících se dětskými onkologickými pacienty srovnané podle roku založení (Haima CZ, Šance Olomouc, Krtek NF, Kapka naděje, Sluneční paprsek, Na kole dětem, Pink Bubble, NF Šance onkoláčkům, Nové háro, ©2022)

7.1 HAIMA CZ, z.s. - Klinika dětské hematologie a onkologie FN Motol

- **Založeno** – 1991
- **Právní forma** – spolek
- **Zakladatel** – Klinika dětské hematologie a onkologie FN Motol v Praze
- **Celkově rozdělené finance (od 1991)** – neuvedeno
- **Zaměření** – univerzální pomoc a podpora dětí a jejich rodiny v době nemoci i v rekonvalescenci
- **Významné výsledky** – letních táborů 2020 se účastnilo 70 onkologicky nemocných dětí
- **Jak pomáhají** – letní i zimní tábory pro děti, právní a psychologická pomoc, náplň volného času, pomoc při zajištění diagnostických a léčebných pomůcek, řeší psychické a sociální problémy, přednášky k šíření prevence proti onkologickému onemocnění atd. Lidé mohou darovat krevní buňky

- **Charitativní/benefiční akce** – Den dětské onkologie, možnost zprostředkování benefiční akce od externího subjektu a věnování financí pro spolek
- **Další fundraising** – veřejné sbírky (finanční dary, pokladničky, prodej charitativních předmětů, DMS – dárcovské textové zprávy) (HAIMA CZ, z. s., ©2021)

7.2 Šance Olomouc o.p.s. (součást HAIMA CZ, z. s.)

- **Založeno** – 1991 (součást HAIMA CZ, z.s.), 1999 (osamostatnění – název Šance Olomouc o.p.s.)
- **Právní forma** – obecně prospěšná společnost
- **Zakladatel** – prof. MUDr. Vladimír Mihál, CSc
- **Celkově rozdělené finance (od 1991)** – neuvedeno
- **Zaměření** – dětská onkologie v době léčby i rekonvalescence
- **Významné výsledky** – výtěžek eventu Vánoční hvězda 2020 - 1 924 560 Kč, 39 000 kusů květin
- **Jak pomáhají** – dárcovství kostní dřeně, léčebné výdaje, podpora dětem pro začlenění do společnosti, rekondiční pobyty
- **Charitativní/benefiční akce** – Den dětské onkologie, event Vánoční hvězda, Věncování
- **Další fundraising** – finanční dar (Šance Olomouc o.p.s., 2021)

7.3 Nadační fond dětské onkologie KRTEK

- **Založeno** – 1999
- **Právní forma** – nadační fond
- **Zakladatel** – prof. MUDr. Jaroslav Štěrba, Ph.D.
- **Celkově rozdělené finance (od roku 1999)** – neuvedeno
- **Zaměření** – problematika souhrnné léčby onkologicky nemocných dětí
- **Významné výsledky** – každoročně organizované tábory pro 170 dětí a víkendové pobyty pro 50 rodin (do roku 2019 za 45 000 000 Kč)
- **Jak pomáhají** – tábory a pobytové akce pro onkologicky nemocné děti, domácí péče, ubytovna pro rodiče hospitalizovaných dětí, podpora studií a personalizované léčby dětí

- **Charitativní/benefiční akce** – Dny dětské onkologie, Tesco: Nákup kyslíkových koncentrátorů, Tesco: Nákup dětských invalidních vozíků pro onkologicky nemocné pacienty, Krtek v pohybu, PVZP FénixRun, možnost zprostředkování benefiční akce od externího subjektu a věnování financí pro NF
- **Další fundraising** – DMS – dárcovské textové zprávy, finanční dar, věcný dar (kulturní zážitky, sportovní vybavení atd.), prodej benefičních produktů, veřejná sbírka, jiné formy darů – příspěvek prostřednictvím dalších webů (Nadační fond dětské onkologie KRTEK, ©2021)

7.4 Nadační fond Kapka naděje

- **Založeno** – 2000
- **Právní forma** – nadační fond
- **Zakladatel** – Vendula Pizingerová
- **Celkově rozdělené finance (od 2000)** – více než 180 000 000 Kč
- **Zaměření** – onkologická a hematologická onemocnění – specializace na leukémii, onkologii, kostní dřeň a poruchy imunity
- **Významné výsledky** – 3 vědecké výzkumy, 500+ předaných přístrojů lékařským zařízením; 200+ projektů v oblasti psychosociální péče
- **Jak pomáhají** – finanční náhrada psychologické pomoci, přístroje pro onkologická onemocnění v nemocnicích po celé ČR, revitalizace nemocničních lůžek a prostor, aktivní výzkum, při IKEM – Český registr dárců krevetvorných buněk
- **Charitativní/benefiční akce** – benefiční koncerty nebo sbírky u příležitostí eventů: PIFF – Febiofest Prague International Film Festival; Dostihový spolek; Zlín Film Festival; HC Olymp Prague; Utubering
- **Další fundraising** – prodej benefičních produktů, DMS – dárcovské textové zprávy, Shell clubsmart bodů, pokladničky umístěné po celé ČR (Nadační fond Kapka naděje, ©2021)

7.5 Sluneční paprsek, z. s.

- **Založeno** – 2009
- **Právní forma** – spolek
- **Zakladatel** – MUDr. Pavel Boček

- **Celkově rozdělené finance (od 2009)** – neuvedeno
- **Zaměření** – děti, které prodělaly hemato-onkologické onemocnění, jsou chronicky a vážně nemocné, nemohou se účastnit jiných konkurenčních pobytů pořádaných pro děti. Děti v dětském domově s definovanou psychickou poruchou nebo handicapem
- **Významné výsledky** – za 17 let, co se věnují ozdravným pobytům se zúčastnilo těchto pobytů přes 2000 dětí
- **Jak pomáhají** – pořádání ozdravných pobytů u moře i v ČR
- **Charitativní/benefiční akce** – Koncerty děti dětem, Koncert dětí z dětských domovů
- **Další fundraising** – veřejná sbírka (finanční dar, materiální dar – dárek pro děti) (Spolek sluneční paprsek, 2021)

7.6 NA KOLE DĚTEM – nadační fond Jozefa Zimovčáka

- **Založeno** – 2010
- **Právní forma** – nadační fond
- **Zakladatel** – Jozef Zimovčák
- **Celkově rozdělené finance (od 2010)** – neuvedeno
- **Zaměření** – pomoc dětem díky sportovní události a rekondiční pobyty. Přerozdělují finanční prostředky dalším NO (Haima CZ, z. s., Šance Olomouc o.p.s., sluneční paprsek Praha a Nadační fond Krtek)
- **Významné výsledky** – Na rekondiční a léčebné pobyty rozdělili v roce 2021 částku 2 159 977 Kč, 2020 sumu 1 669 675 Kč, v roce 2019 částku 1 950 000 Kč
- **Jak pomáhají** – pořádání charitativních událostí a rekondičních pobytů pro onkologicky nemocné děti
- **Charitativní/benefiční akce** – Cyklotour 2010–2021, Metrostav Handy Cyklo Maraton 2019, Tour de France a Na kole dětem
- **Další fundraising** – veřejná sbírka (finanční dar, pokladničky, prodej charitativních předmětů, prodej vstupenek) (NA KOLE DĚTEM – nadační fond Josefa Zimovčáka, ©2021)

7.7 Nadační fond Šance onkoláčkům

- **Založeno** – 2014

- **Právní forma** – nadační fond
- **Zakladatel** – Lenka Klasnová
- **Celkově rozdělené finance (od 2014)** – neuvedeno
- **Zaměření** – materiální a finanční pomoc onkologicky nemocným dětem, dále s vrozenými vadami a závažnými onemocněními
- **Významné výsledky** – neuvedeno
- **Jak pomáhají** – akce pro děti, materiální pomoc (rehabilitační pomůcky, léčiva atd.), pomoc v oblasti základních lidských potřeb, sociální potřeby, podpora zdravotních center, podpora zdravotních center, cestovní výdaje spojené s léčbou atd.
- **Charitativní/benefiční akce** – Běh pro onkoláčky, Vánoční jarmarky, „Pošli každý měsíc kačku...“, možnost zprostředkování benefiční akce od externího subjektu a věnování financí pro NF
- **Další fundraising** – finanční dar, věcný dar – bazárek, veřejná sbírka, kasičky (Nadační fond Šance onkoláčkům, ©2021)

7.8 Nové háro, z.s.

- **Založeno** – 2017
- **Právní forma** – spolek
- **Zakladatel** – Markétka Zagrapanová
- **Celkově rozdělené finance (od 2017)** – 3 000 000 Kč
- **Zaměření** – děti a mladé lidi do 25 let při ztrátě vlasů způsobené onkologickým onemocněním
- **Významné výsledky** – výrobní cena paruky je 25 000 Kč, darováno 113 paruk.
- **Jak pomáhají** – výroba paruk pro děti zdarma
- **Charitativní/benefiční akce** – Brutal Assault 2018, další charitativní akce
- **Další fundraising** – finanční dar, darované vlasy (Nové háro, z.s., ©2018)

7.9 Shrnutí analýzy NO

Z analyzovaných neziskových organizací je patrné, že nejstarší NO v ČR – HAIMA CZ, z. s. se datuje hned po revoluci, v době Československa, k roku 1991. Jde o nejstarší neziskovou organizaci, která patří k FN Motol. Má zřejmě nejvíce aktivit zaměřených na pomoc onkologicky nemocným dětem. Nejvýznamnější je Den dětské onkologie, do níž je zapojeno

více NO. Šance Olomouc o.p.s., založená při FN Olomouc, je od vzniku těchto NO součástí HAIMA CZ, z. s. a svou „působnost“ rozšířila i na Moravu. V roce 1999 se následně osamostatňuje a přijímá jméno Šance Olomouc o.p.s. V 90. letech vzniká ještě jedna organizace – Nadační fond dětské onkologie KRTEK. Začátkem nového tisíciletí vzniká snad nejznámější NO zaměřená na leukémii a dětskou onkologii – Nadační fond Kapka naděje pod vedením Venduly Svobodové.

V analýze je následně zmíněna neziskovka Spolek Sluneční paprsek, založená v roce 2009, díky které mohou onkologické děti absolvovat ozdravné pobyty u moře i v ČR. NA KOLE DĚTEM – nadační fond Jozefa Zimovčáka, který vznikl s podporou několikanásobného mistra světa v jízdě na vysokém kole, založený v roce 2010. V roce 2014 vznikl Nadační fond Šance onkoláčkům. Analýzu zakončuje spolek Nové háro, z. s., který vznikl v roce 2017, a jde o jednu z nejnovějších NO v ČR zaměřenou na specifickou pomoc onkologicky nemocným dětem. Zaměřují se na paruky s pomocí zapojených kadeřníků po celé ČR a vyrábějí paruky pro děti a mladé lidi do 25 let. Dávají tak psychickou podporu těm, kterým v době léčby vypadaly vlasy následkem ozařování.

Z dané analýzy je patrné, že v České republice existuje mnoho neziskových organizací zaměřených na pomoc onkologicky nemocným dětem, které pořádají několik vlastních i sdílených charitativních akcí jako součást fundraisingu. Každá NO se zaměřuje na trochu jiný druh onkologického onemocnění, proto je možné konstatovat, že pomoc dětem je pokryta.

Některé z organizací jsou členy AVPO – Asociace veřejně prospěšných organizací a jsou označeny Značkou spolehlivosti.

8 SITUAČNÍ ANALÝZA

Pro co nejpřesnější zanalyzování byly vybrány tři situační analýzy – PESTLE analýza, Porterův model pěti konkurenčních sil a SWOT analýza, které jsou aplikovány na samotný Nadační fond Pink Bubble a charitativní akce (Mělník pro OnkoBublíny), které jsou s NF spojeny.

8.1 PESTLE analýza

Díky teoretickým podkladům lze odvodit, že se tato analýza zabývá makroprostředím. Zaměřuje se na politické, ekonomické, sociální, technologické, ekologické a legislativní faktory.

- **P – politické hledisko** – pro NF Pink Bubble je náročné zaměstnávání dobrovolníků na splnění norem a administrativní zátěž spojenou s uzavíráním smluvních vztahů. Na pořádání eventů má momentálně vliv daňová zvýhodnění v možnosti snížení daňového základu. Dále to mohou být jisté enviromentální předpisy v podobě zákazu vypouštění cokoli do ovzduší (např. balonky).
- **E – ekonomické aspekty** – z hlediska ekonomiky má na pořádání eventu vliv zvyšující se ceny energií a nájemného, míra nezaměstnanosti, minimální výše mzdy atd. Všechny tyto faktory mohou ovlivňovat návštěvnost eventu a současně i výši darovaných financí.
- **S – sociálně demografická hlediska** – počet případů onkologického onemocnění v ČR rok od roku zvyšuje a činnost neziskových organizací, které podporují materiálně i psychicky tyto pacienty, se stává ještě smysluplnější. Dalším faktorem je vzdělanost, častá je finanční negramotnost, která pramení z nižší vzdělanosti a z mezery ve výukových směrnicích na základních i středních školách. Často se objevuje i u mladých pacientů NF Pink Bubble. S tím je pak úzce spojena i zaměstnanost a schopnost spoření.
- **T – technologické hledisko** – technologické faktory zahrnují vědu a výzkum, spadají sem i nové trendy technologie. Internet je klíčovou platformou, kde se rozšiřuje povědomí o každém eventu. Nové aplikace, nové možnosti on-line marketingové komunikace a další technologické faktory, je na internetu potřeba sledovat. Výzkum zaměřený na onkologii ale NF Pink Bubble nepodporuje, investuje do pacientů nikoliv do výzkumu.

- **L – vlivy legislativy** – upravování zákonů ohledně dárcovství (odečitatelný ZD), zajištění veřejné sbírky je spojeno s obrovskou administrativní zátěží. Dalším legislativním faktorem jsou vyhlášky a zákony, které omezují maximální možný počet účastníků na eventu, právě v covidovém období se neustále měnila pravidla týkající se maximálního počtu účastníků. Počet účastníků je odvislý od aktuální situace v závislosti na počtu nakažených, následně se tyto maximální počty upravují.
- **E – ekologické aspekty** – zohlednění životního prostředí a ekologie při přípravě eventů. S tím souvisí odpady, jejichž množství závisí na velikosti eventu.

8.2 Porterův model pěti konkurenčních sil

Porter analýza je analýza mezoprostředí, díky tomu, že firma může zvolit své dodavatele na trhu.

- **Stávající konkurence** – viz kapitola č. 7.
- **Vstup nové konkurence** – jde o vstup nové konkurence do odvětví neziskových organizací zaměřených na onkologicky nemocné děti. Vstup nové konkurence závisí především na bariérách vstupu do odvětví. Podmínky založení nadace a NF jsou popsány v podkapitole Nadace a nadační fondy. Závisí především na volbě cílové skupiny.
- **Vliv odběratelů** – odběratelé jsou děti a mladí onkologičtí pacienti. Výhoda NF je v dobročinnosti, filantropii a starosti o onkologické pacienty. Jejich odběratelé budou, dokud bude onkologické onemocnění existovat.
- **Vliv dodavatelů** – dodavatelé jsou firmy a všichni dárci, kteří finančně i nefinančně podporují NF a poskytují finance na aktivity realizované NF pro pacienty. Jejich schopnost dary poskytnout závisí na mnoha faktorech, jako jsou ceny energií a nájemného, zaměstnanost, inflace, vzdělání, minimální výše mzdy atd.
- **Substituční produkty** – substitucí NF Pink Bubble – konkurenta jako takového tento NF nemá, jelikož cílová skupina se zaměřuje na unikátní věkovou skupinu. Co se týká merchandisingu, nabízí NF produkty, které mohou přispěvatelé najít i u jiných neziskovek. Výhodou je, že nabízejí i módní a jedinečné produkty různých obchodníků, které ostatní neziskovky nenabízí. Přispěvatelé jsou seznámeni s tím, že procenta z prodeje jdou NF.

8.3 SWOT analýza

SWOT analyzuje vnitřní prostředí a vnější okolí. Je vytvořena na základě poznatků o nadační fondu a současně pořádání charitativních akcí.

Tabulka 4 SWOT analýza (Vlastní zpracování)

Silné stránky	Slabé stránky
Pomoc dobré věci	Nízký počet pracovníků
Orientace na pozitivní přístup	Omezená kapacita činností
Povědomí o NF	Pořádání akcí mimo Prahu je náročné
Unikátní cílová skupina	Absence zástupců NF Pink Bubble v krajských onkologických oddělení
Typická barva pro MK	Poskytnutí příspěvků na nepotřebné věci
Velké obraty v rámci fundraisingu	Nedostatečný počet dobrovolníků
Mnoho možností fundraisingu	Nevyužití všech možností fundraisingu
Zakladatelkou je mediálně známá tvář	Nedostatečná příprava na event
Charitativní akce pořádaná v centru města	Těžší oslovení veřejně známých lidí pro hudební vystoupení
Účinkující se dobrovolně vzdávají honoráře ve prospěch NF	Náročné oslovení nelokálních partnerů a sponzorů akce
Bezúplatné zviditelnění partnerů akce	Nedostatečný rozpočet
Není konkurence v lokálním prostředí	
Propagace NF Pink Bubble díky eventu	
Spojitosť města Mělník s podporou charity	
Příležitosti	Hrozby
Probuzení filantropie pomocí médií	Rostoucí počet neziskových organizací
Rostoucí počet zaměstnanců a dobrovolníků v NO	Možná přesycenost trhu charitami
Rostoucí počet onkologicky nemocných	Úpadek zájmu o NO vlivem médií
Výběr NO pro KVIFF – finanční podpora a medializace	Politické nepokoje

Sponzoring	Omezení maximálního počtu účastníků akcí kvůli COVID-19
Možnost odečtení darů ze základu daně pro firemní dárce	Ekonomická recese
Výběr NF Pink Bubble pro uspořádání charitativní akce	Nevhodné meteorologické podmínky
Pozvednutí kulturního života v městě Mělník	Malá návštěvnost eventů
Osvěta filantropie a pomoci lidem	Paralelní akce ve stejný den a čas
Start začínajících kapel na eventů	Legislativní podmínky globální i lokální
Rozšíření povědomí díky sociálním sítím	Konkurenční charitativní akce s podobným zaměřením v Mělníku
Tradice	

8.3.1 Silné stránky

- Pomoc dobré věci – onkologičtí pacienti, nezisková organizace, charita, charitativní akce, revitalizace nemocničních prostor (např. FN Motol)
- Orientace na radost, pozitivita, originalita
- Povědomí o NF je už velké, především v Praze
- Podpora dětí, mladistvých a mladých lidí (10–30 let) – pokrytí věkové kategorie (cílové skupiny), které se jiné organizace přímo nevěnují
- Perfektní marketing, design a vizuální stránka webu a všech tiskovin, merch atd.
- Velké obraty vybraných financí (fundraising), které rok od roku stoupají
- Mnoho možností, jak pomoci pacientům – finanční i nefinanční
- Zakladatelkou je mediálně známá tvář modelka Martina Šmuková, fond oslovuje velké značky a sponzory, mediální prostředí je blízké. Např. KVIFF v roce 2020
- Propagace značky NF Pink Bubble – WOM, Facebook, Instagram díky Mělník pro děti
- Jedinečná charitativní akce pořádaná v centru města – na hlavním náměstí v Mělníku

- Ochota účastníků akce a vystupujících pomoci bez nároku na honorář ve prospěch neziskové organizace
- Spojitost města Mělník s podporou charity (NO)
- Bezúplatné zviditelnění partnerů a sponzorů akce, kteří jakýmkoli způsobem podporují charitativní akci (prezentace loga na tiskovinách, FB, šeku atd.)
- Není konkurence v lokálním prostředí (v Mělníku), která by se zaměřovala na konkrétní cílovou skupinu v pořádání charitativní akce

8.3.2 Slabé stránky

- Malý NF – málo pracovníků (pouze 5), rychlá únava kolektivu, zahlcení prací, pomalá reakce na komunikaci
- Omezená kapacita pro nábor nadačních příspěvků a pacientů, pořádání eventů atd. v důsledku malého NF
- Pořádání akcí v krajských městech mimo Prahu je náročné na organizaci, zázemí a personální obsazení (např. Zlín je z ruky, NF Pink Bubble je lokální NF)
- Chybí zástupci v jednotlivých krajských onkologických oddělení
- Poskytnutí finančních (nadačních) příspěvků na „nepotřebné“ až „zbytečné“ věci (Iphone, notebook atd.)
- Problém s oslovením dobrovolníků – z časových důvodů
- Nevyužití všech možností získávání financí (fundraisingu)
- Nedostatečná příprava na připravovaný event – nedostatek naplánovaných lidských kapacit, pomocných rukou a dobrovolníků atd
- Těžší oslovení veřejně známých lidí pro hudební vystoupení
- Náročné získání nelokálních partnerů a sponzorů akce (např. sponzoři výzdoby, stánkaři atd.)
- Nedostatečný rozpočet – předem špatně odhadnuté náklady

8.3.3 Příležitosti

- Média mohou probudit v lidech solidaritu, filantropii a empatii

- Rostoucí počet zaměstnanců a dobrovolníků v neziskových organizacích
- Rostoucí počet onkologicky nemocných lidí – možnost pomoci pacientům
- Výběr NO pro velkou událost se silnou image a brandem – např. KVIFF, který každý rok vybírá jinou NO, kterou podpoří jak finančně, tak mediálně
- Sponzoring – cizí firma si objedná sponzoring, ale NO aktivně nevyhledává
- Příležitost pro podnikatele a firmy darovat finance a tuto položku si odečíst ze základu daně
- Výběr NF Pink Bubble pro pořádání charitativní akce, aniž by se o to Pink Bubble zasloužil
- Pozvednutí kulturního života v městě Mělník
- Podpora filantropie a pomoci lidem
- Start začínajících kapel na eventu – zvýšení popularity, WOM, stoupat v povědomí fanoušků
- Potenciál v sociálních sítích – možnost rozšíření povědomí o akci a značce neovlivněné pořadatelem ani samotným NF Pink Bubble
- Díky popularitě se z eventu může stát tradice – lidé budou sami vyžadovat akce tohoto typu

8.3.4 Hrozby

- Rostoucí počet neziskových organizací
- Možná přesycenost trhu charitami
- Úpadek zájmu o NO důsledkem negativních zpráv a informací z médií
- Politické nepokoje
- Opatření proti COVID-19 – zákaz pořádání veřejných akcí, omezení počtu účastníků, omezení v rámci zdravotních pobytů atd.
- Ekonomická recese, kdy lidé nejsou ochotní podporovat NO a charitu, její akce a charitu obecně
- Nevhodné meteorologické podmínky pro tvorbu eventu

- Malá návštěvnost eventu (nezaměstnanost, vysoká cena energií atd.)
- Možnost paralelní konkurenční akce probíhající ve stejný čas a den
- Legislativní podmínky globální i lokální
- Vznik konkurenční charitativní akce s podporou NO a podobným zaměřením v Mělníku

9 ANALÝZA PRVNÍHO ROČNÍKU CHARITATIVNÍ AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY 2021

První ročník benefičního eventů Mělník pro OnkoBubliny prošel během ročních příprav četnými změnami, a i přes počáteční komplikace byla akce úspěšná. Do charitativní sbírky se vybralo téměř 60 000 Kč pro onkologicky nemocné děti a mladé lidi, což bylo hlavním cílem akce.

9.1 Představení eventů

Mělník pro OnkoBubliny je charitativní akce, která se koná ve městě Mělník ve Středočeském kraji. První ročník se uskutečnil 4. 9. 2021 na náměstí Míru v Mělníku. Vznik názvu „OnkoBubliny“ byl inspirován právě onkologickými pacienty Nadačního fondu Pink Bubble (viz kapitola *Analýza Nadačního fondu Pink Bubble*), kterým se v NF Pink Bubble říká Bubliny nebo Bublínky.

Tvůrcem a hlavní organizátorkou charitativní akce je autorka diplomové práce Bc. Adéla Dutková. Nápad na uspořádání charitativní akce zaměřené na onkologii vznikl v srpnu roku 2020 jako téma pro tuto diplomovou práci.

Od začátku se charitativní akce plánovala **jako event bez nároku na honorář pro účinkující a pořádající**. Všichni lidé se honoráře zřekli ve prospěch NO – NF Pink Bubble. Akce byla od počátku plánována bez finančních prostředků. Během přípravy akce se podařilo zajistit část financí prostřednictvím objednávky reklamy Zdravotní pojišťovny Ministerstva vnitra ČR, finanční podporu poskytlo i město Mělník a v neposlední řadě část financí poskytl i samotný NF Pink Bubble.

Příprava trvala jeden rok – od nahlášení data konání akce na MÚ Mělník v srpnu roku 2020 – přes sestavení programu a získávání partnerů až po organizaci samotného dne konání akce a kalkulaci. Za rok prošla charitativní akce mnoha změnami. Měnila se nezisková organizace, cílová skupina a spolupořadatel akce dokonce třikrát.

Nejčastější otázka v době plánování charitativní akce se týkala pravděpodobné očekávané návštěvnosti. Organizační tým se shodl na účasti do počtu 500 osob rovněž i v souvislosti s vládními nařízeními v období vrcholu pandemie.

Po celou dobu plánování se řešil i maximální možný povolený počet účastníků na off-line outdoor akci a v této souvislosti byla sledována aktuální, protiepidemiologické nařízení MZ ČR.

9.1.1 Původní myšlenka a první krůčky příprav charitativní akce

Původní myšlenka vznikla v rámci dlouhodobé spolupráce autorky s kosmetickou firmou XYZ, která se pořádáním benefičních akcí na podporu onkologických pacientů zabývá tradičně. Kosmetická firma XYZ v dubnu definitivně rozhodla nepodpořit a nezařadit outdoor event. Hlavním důvodem byla spojitost jména kosmetické firmy XYZ s konáním off-line outdoor charitativní akce v rámci COVID-19.

V dubnu 2021, kdy byla charitativní akce v polovině příprav na zářiový termín akce, vznikla otázka, kdo bude spolupořadatelem charitativní akce. Hlavní organizátorka se rozhodla pro změnu cílové skupiny a neziskové organizace, která bude v rámci akce podpořena a volba padla na NF Pink Bubble. Dalším pořadatelem mělo být město Mělník, ale vzhledem k ukončenému plánu rozpočtu Mělníka pro rok 2021 nebylo možné tuto akci zařadit a v polovině června 2021 se konečným spolupořadatelem stalo Rodinné centrum (RC) Kašpárek Mělník.

Rodinné centrum Kašpárek Mělník je centrum pro děti a rodiče, jehož hlavní aktivitou jsou herny a kroužky pro děti, přednášky a workshopy pro dospělé, příměstské tábory a pořádání jednorázových akcí. Autorka spolupracuje v RC Kašpárek již 6. rokem, proto nabídka spolupořadatelství vyplynula logicky. Navíc cílová skupina RC je téměř totožná s cílovou skupinou NF Pink Bubble – děti, rodiče a pracovníci jako dobrovolníci.

9.1.2 Lokace a termín charitativní akce

Termín: 4. 9. 2021

Časový rozpis: 14:00 – 18:00 Odpolední program

18:00 – 20:00 After Party

Místo: náměstí Míru Mělník

Začátek charitativní akce ve 14:00 byl ovlivněn tradičním pořádáním Farmářských trhů, které na náměstí Míru Mělník probíhají každou sobotu od 8:00 do 12:00 (+ čas na úklid).

9.2 Cílová skupina a cíl charitativní akce

Charitativní akce je primárně určena pro dárce a přispěvatele na dobrou věc, lidi v produktivním věku. Na další skupinu je zaměřen hudební a doprovodný program, patří sem rodiny s dětmi, děti, ženy, muži, lidé ve věku 5–70 let. Program je tvořen se snahou obsáhnout každou věkovou skupinu. Většina účastníků je z mělnického regionu. Větší část

lidí chápe charitu zaměřenou na skupiny s cílem pomoci a ráda podpoří akci především finančně či nákupem charitativních předmětů. Další část účastníků se ráda zúčastňuje kulturních akcí a benefičních koncertů, ale charita není jejich hlavním cílem, je pravděpodobné, že nějakým způsobem přispějí na dobrou věc.

Cílem charitativní akce je podpořit onkologicky nemocné děti a mladistvé. Finanční prostředky jsou předány NF Pink Bubble, který plní dětská přání, nakupuje zdravotnické pomůcky, zařizuje zážitky v podobě ozdravných a zážitkových pobytů nebo revitalizuje části FN Motol. Cílem je vybrat co nejvyšší možný obnos finančních prostředků. Za pomoci prodeje merchandising předmětů NF Pink Bubble, veřejné sbírky a dále prostřednictvím oslovení místních živnostníků a firem, které mohou přispět finančním darem odečitatelným od základu daně. Druhým a neméně důležitým cílem je pobavit účastníky akce a šíření filantropie.

9.3 Příprava prvního ročníku charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny

Příprava charitativní akce trvala jeden rok. Vzhledem k pořádání prvního ročníku a s tím spojeným nedostatkem zkušeností, byly přípravy náročnější. Spousta věcí se muselo vyzkoušet, vyměnit nebo vyřešit.

9.3.1 Zábor veřejného prostranství

Zábor veřejného prostranství – zábor náměstí Míru Mělník pro charitativní akci Mělník pro OnkoBubliny na 4. 9. 2021 od 13:00 do 20:00 je ke shlednutí v příloze – PŘÍLOHA P IX: POVOLENÍ ZÁBORU VEŘEJNÉHO PROSTRANSTVÍ. O zábor bylo požádáno již v srpnu roku 2020 u referentky majetkové zprávy MÚ Mělník.

9.3.2 Harmonogram eventu Mělník pro OnkoBubliny 2021

Viz PŘÍLOHA P X: HARMONOGRAM AKTIVIT PRO CHARITATIVNÍ AKCI MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY 2021.

9.3.3 Lidské kapacity

- **Zvukař**
- **Fotografka**
- **Dron** – firma SiteDream.cz

- **Grafička**
- **Moderátorka** – Anna Kulovaná
- **Mediální partner** – Kanál eM
- **Organizační tým** (3 osoby)
- **Spolupořadatel akce**
- **Dobrovolníci** (7 osob) – hostesky v zázemí, výzdoba, stavění stánků, montáž atd.
- **Člověk bez funkce k ruce**
- **Účinkující** – kapely, zpěváci a tanečníci (cca 30 osob)
- **Spolupráce s MÚ Mělník** (4 osoby – referentka majetkové zprávy, vedoucí odboru školství a kultury, tisková mluvčí (vedoucí kanceláře vedení úřadu) a starosta města Mělník
- **Stánkaři** – občerstvení (6 stánků), Zdravotní pojišťovna Ministerstva vnitra ČR, ACopánky, NF Pink Bubble, RC Kašpárek Mělník
- **Záchranář** nebyl nakonec zapotřebí (pouze pro akce nad 1000 osob) a kameraman se nesehnal

9.3.4 Stánky s občerstvením

- Kafe Mělník
- Němý Medvěd
- Lavina Winetruck
- Vinařství Pavel Chorouš
- 3 stabilní stánky s občerstvením na náměstí Míru Mělník

Pojízdná pizzerie byla odmítnuta z důvodu odhadu počtu účastníků charitativní akce.

9.3.5 Sponzoring

Na úvod je nutno říct, že žádný z oslovených sponzorů nepodpořil charitativní akci. Jednalo se o firmy a společnosti, které vyráběly nebo prodávaly produkty připomínající bubliny, například kuličky, balónky, nebo jejich barva byla růžová. Byly osloveny firmy s produkty

i občerstvení. Neúspěch byl způsoben malou reklamou sponzorů či nízkou potenciální účastí na charitativní akci (COVID-19), nebo malou potřebou reklamy.

9.3.6 Zápisy z osobního jednání na MÚ Mělník

Všechna jednání s MÚ Mělník jsou vedena s vedoucí odboru školství, kultury, sportu, památkové péče a prevence kriminality. U některých jednání byla přítomna referentka propagace.

1) 11. 5. 2021 – fáze první neziskové organizace¹, spolupořadatelství města Mělníka na prvním ročníku doposud nepojmenované akce:

- Řešení rozpočtu a otázky na spolupořadatelství, otázka zainteresovanosti města do této charitativní akce
- Program a položky v něm, banner na pódium, moderátor, kapely atd.
- Ozvučení a elektrina na náměstí
- Zdravotní pojišťovna Ministerstva vnitra ČR – placená reklama
- Tisk plakátů a dalších tiskovin – propagace + sanitární služby.
- Řešení názvu akce
- Prodej charitativních předmětů – v tuto chvíli nebyly žádné
- Převod finančních prostředků neziskové organizaci
- Protiepidemiologická opatření

2) 26. 5. 2021 – Fáze finální neziskové organizace – Nadační fond Pink Bubble a spolupořadatele město Mělník:

- Řešení názvu akce a charitativních předmětů na prodej – výtěžek charitativního eventů
- Stánky s občerstvením (Lavina Winetruck, Kafe Mělník, Němý Medvěd).
Veřejné toalety
- Stan pro dětský koutek pro RC Kašpárek Mělník

¹ Spolupořadatel se změnil 3x – kosmetická společnost XYZ, město Mělník a RC Kašpárek Mělník. Nezisková organizace, pro kterou je tato charitativní akce pořádána se měnila jednou. A název charitativní akce se také změnil jednou.

- Ozvučení akce, technické požadavky účinkujících, technika atd.
- Program a časová dotace účinkujících
- Fotokoutek, Dj, moderátor a další účinkující
- Tiskové materiály – banner na pódium, plakáty

9.3.7 Zápisy z osobního jednání se spolupořadatelem akce RC Kašpárek Mělník, z. s.

Jednání s předsedkyní spolku Rodinného centra Kašpárek Mělník, z. s. a současně vedoucí oddělení školství na MÚ Mělník. Na některých jednání byla přítomna i koordinátorka Rodinného centra a Dětské skupiny Rolnička a členka organizačního týmu této charitativní akce.

3) 16. 6. 2021 – Finální změna spolupořadatele – schůzka pro informovanost spolupořadatele akce v jaké fázi se přípravy na event nachází:

- Předložení tiskových materiálů
- Otázka veřejné sbírky, vstupného
- Program, pokyny pro moderátorku
- Darovací smlouvy a dárci
- Doprovodný program a aktivity pro děti – skákací stan, vláček, kolotoč, malování na obličej

4) 18. 8. 2021 – Finální porada o přípravách charitativní akce

- Šek a dárci, loga do šeku
- Smlouvy, smluvní vztahy
- Výzdoba a rozpočet
- Doprovodný program – vláček, koně, kolotoč, malování na obličej – stánky
- Program pro grafičku – graficky zpracovat
- Vizualizace náměstí. Rozmístění programu a dalších tiskovin
- Občerstvení

9.4 Marketingová komunikace a propagace

První ročníky jsou vždy náročné na propagaci, jsou to nové události, které nikdo nezná. Jejich popis, vizuální stránka, koncept a program musí zaujmout na první pohled. V době rozvolnění opatření proti Covid-19 se uskutečnilo mnoho jiných akcí, proto zaujetí cílové skupiny bylo velmi důležité. Propagaci zajišťoval především mediální partner akce Kanál eM, regionální internetový magazín, Mělnická radnice – zpravodaj města Mělník a stejnojmenná facebooková událost.

9.4.1 Sponzoři a partneři akce

Sponzorem akce nebyla žádná firma, v banneru i plakátu je uvedeno **Rodinné centrum Kašpárek Mělník** jako spolupořadatel charitativní akce a **Zdravotní pojišťovna Ministerstva vnitra** jako partner akce s placenou reklamou. Toto je drobná chyba, která se stala při přípravě plakátu, a pak už se musel formát zachovat.

Partnerů akce bylo několik. Partneři uvedení v tiskových materiálech a další:

- Regionální muzeum Mělník
- Město Mělník
- MEKUL – Mělnické kulturní léto
- Kanál eM
- SiteDream.cz
- ACopánky
- Instalatérství Topenářství Karel Jirák
- Městská knihovna Mělník
- CDent – Denisa Čížková
- Specializovaný maloobchod Hana Vozábová
- Lavina Winetruck
- Grafika Jana Barančíková

9.4.2 Grafika a tiskové materiály

Komunikace s grafikem a následně s tiskárnou je jedním z nejdůležitějších jednání, která jsou zapotřebí při tvorbě každého eventů. Tiskové materiály tvoří design celého eventů a jejich zveřejnění existují už napořád, jsou vizitkou celé akce.

Ke grafickému zpracování všech tiskových materiálů byla oslovena grafička z povolání Jana Barančíková, která materiály zpracovala profesionálně.

1) Plakát

Jako první tiskový materiál byl připraven plakát a jeho prostřednictvím se tato charitativní akce dostala do širšího povědomí lidí. Plakát se upravoval několikrát z důvodu změn spolupřadatelů, NO, názvu, ale i aktualizace informací a partnerů akce. Plakát byl vytvořen ve formátu A3 a A4 a byl publikován v:

- Mělnická radnice – zpravodaje města Mělník
- Kanál eM – internetový regionální magazín z Mělnicka
- Facebook události – Mělník pro OnkoBublíny
- Partneři akce (viz *Partneři akce*)
- Weby a Facebook účinkujících

Ve fyzické tištěné podobě byl plakát vyvěšen od 23. 7. 2021:

- Regionální muzeum Mělník
- Specializovaný maloobchod Hana Vozábová
- Dopravní hřiště Mělník
- Kafe Mělník
- Krytý plavecký bazén a letní koupaliště Mělník
- Kafe Mělník – Šestihran
- Rodinné centrum Kašpárek, z. s.
- Sběrna Sazky Mělník
- Městská knihovna Mělník
- Nemocnice Mělník

- Základní škola Jungmannovy sady Mělník
- Rodinné centrum Chloumek

PINK BUBBLE NADAČNÍ FOND
WWW.PINKBUBBLE.CZ

Mělník pro
OnkoBubliny

sobota
4. 9. 2021
náměstí Míru Mělník

Pod záštitou města Mělník
a Milli Janatkové

Časový harmonogram
14:00 - 18:00 Odpolední program
18:00 - 20:00 After Party

Vystoupí
Baťa a Kalábůf něžný beat, Štěpán Soukup,
Milli Janatková, kapela Kompas,
tanečnice Adéla Jeřábková, Dj Keri, a další

Doprovodný program
Liberta 95 – promenáda kočárků ze sbírky mělnického muzea
Kašpárčí bublinový koutek pro děti

Vstupné dobrovolné a možnost koupě drobných předmětů.

Přijďte si s námi užít charitativní Den pro organizaci Pink Bubble - Nadační fond pro děti a mladé lidi s rakovinou.

spoluzodávajícími
RODINNÉ CENTRUM
MĚLNÍK
KANÁL eM
město
Mělník
SiteDream.cz
ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA
VNITŘNÍ ČR
211
Regionální
muzeum
Mělník
mělnické
kulturní léto

Obrázek 18 Plakát prvního ročníku charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny (Barančíková, 2021)

2) Cover foto pro facebookovou událost

Více o programu v podkapitole Facebooková událost.



Obrázek 19 Cover foto FB a hlavní banner události charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2021 (Barančíková, 2021)

3) Banner na pódium

Banner o velikosti 500x125 cm, který byl vyvěšen na velkém pódium v pozadí, prezentuje název, logo NF Pink Bubble, datum, místo, sponzory a partnery akce. Banner plní funkci informační, je vyvěšen den před charitativní akcí a jsou zde zveřejněna loga firem, dále banner zapadá do celkového designu a tvoří i výzdobu akce.



Obrázek 20 Banner na pódium se sponzory a partnery charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2021 (Barančíková, 2021)

4) Program

Více o programu v podkapitole Program charitativní akce 2021.

Program charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny	
4. 9. 2021 na náměstí Míru Mělník	
Celým dnem Vás bude provázet moderátorka Anna Kulovaná	
Odpolední program	
14:00 - 14:15	Zahájení Štarošta města Mělník Ctirad Mikeš, zpěvačka Milli Janatková, Martina Šmuková za nadaci Pink Bubble a koordinátorka akce Adéla Dutková
14:15 - 15:00	Baťa & Kalábůf něžný beat Blues a beat oblíbeného mělnického písničkáře
15:00 - 15:30	Liberta 95 Doprovodný program – promenáda kočárků ze sbírky Regionálního muzea Mělník na radničním dvoře v Mělníku
15:30 - 16:15	Kapela Kompas Pětičlenná pražská kapela hrající pop-rock a převážně vlastní tvorbu
16:15 - 16:20	Adéla Jeřábková Vystoupení mělnické tanečnice
16:20 - 16:25	Bboys Rostons crew Taneční vystoupení mělnické breakové skupiny
16:30 - 16:50	Milli Janatková Pěvecké vystoupení multižánrové umělkyně
16:50 - 17:15	přestávka
17:15 - 18:00	Štěpán Soukup Bývalý a zakládající člen kapely zakázanývoce předvede s kapelou svou autorskou tvorbu
After Party	
18:00 - 18:15	Předávání šeku pro nadaci Pink Bubble
18:15 - 18:30	Bboys Rostons crew Taneční vystoupení mělnické breakové skupiny podruhé
18:30 - 20:00	Dj Keri Závěr charitativní akce zakončí mělnický Dj Keri
<small>* Vstupem na charitativní akci se zavazujete k dodržování všech aktuálních protiepidemiologických nařízení MZ ČR * Změna programu vyhrazena * Časy vystoupení jsou orientační</small>	

Obrázek 21 Program 1. ročníku charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny (Barančíková, 2021)

5) Šek

Při přípravách a mediálním šíření charitativní akce se přihlásili podnikatelé a firmy, které chtěli podpořit NF Pink Bubble a jeho pacienty. Ještě 3 dny před samotnou charitativní akcí se přihlásili další dárci, ale grafická podoba šeku byla již hotová a připravena k tisku. Na šeku jsou loga 5 firem, dárců bylo ale celkem 7, vše ukazuje tabulka č. 4.

Tabulka 5 Šek – firmy/podnikatelé a přispěná částka (Vlastní zpracování)

Firma/podnikatel	Prostřednictvím	Přispěná částka
Rodinné centrum Kašpárek Mělník, z. s.	Nikyta Originals s.r.o. - malování na obličej	3 353 Kč
ACopánky	Komerční prodej - 20 % ze zisku	1 200 Kč

Instalaterství Topenářství Karel Jirák	Darovací smlouva NF Pink Bubble	3 000 Kč
Městská knihovna Mělník	Čtenářský maraton	1 800 Kč
CDent – Denisa Čížková	Darovací smlouva NF Pink Bubble	3 000 Kč
Specializovaný maloobchod Hana Vozábová	Dar	2 000 Kč
Lavina Winetruck	Komerční prodej – 20 % ze zisku	1 000 Kč
Celkem		15 535 Kč

U předávání se člen kapely Štěpána Soukupa přihlásil a zaokrouhlil částku na celé tisíce Kč.



Obrázek 22 Šek pro NF Pink Bubble z financí od firem (Barančíková, 2021)

6) Šipky – ukazatele pro polohu doprovodného programu

Návrh na orientační značení – šipky – ukazatele doprovodných programů vznikl po účasti hlavní organizátorky na KVIFF, kde zcela chyběla navigace v prostoru outdoor akce a program nebyl propagován zcela jasně.

Doprovodné programy této outdoor charitativní akce ležely mimo hlavní scénu, kde se odehrával hlavní program bylo pódium. Šipky byly vyrobeny na pravou i levou stranu.

Více o programu v podkapitole Doprovodný program.



Obrázek 23 Doprovodný program – Liberta 95 – přehlídka kočárků na radničním dvoře od 15:00 a Žlutý ostrov – Čtenářský maraton (Barančíková, 2021)

9.4.3 Facebooková událost

Facebooková událost byla vytvořena 22. 6. 2021 pod stejným názvem, jako akce samotná. Akce byla plánována na září a termín konec června na tento druh propagace se může zdát velmi pozdním vzhledem k termínu konání akce 4.9. Tehdejší neustále se měnící vládní nařízení v souvislosti s pandemií dřívější propagaci neumožňovaly. Teprve začátkem června 2021 se situace ustálila natolik, že bylo možno přepokládat, že se akce pravděpodobně uskuteční.



Obrázek 24 Facebooková událost Mělník pro OnkoBubliny 4. 9. 2021 (Facebook, ©2021)

Na facebookové události bylo publikováno 23 příspěvků, kde lidé našli např. tyto informace:

- Aktivity doprovodného programu

- Video pozvánky od kapely Kompas
- Komerční prodej ve stánku ACopánky s příspěvkem 20 % z nákupu výrobků nebo třeba pletení copánků pro Nadační fond Pink Bubble
- Informace o moderátorce charitativní akce
- Pozvánka od tanečnice Adély Jeřábkové na její vystoupení
- Publikace programu
- Rozhovory od mediálního partnera akce Kanál eM
- Pozvánka na malování na obličej ve stánku spolupořadatele charitativní akce, RC Kašpárek Mělník
- Zveřejnění protiepidemiologických opatření (COVID-19)
- Zveřejnění finální vybrané částky a poděkování zúčastněným i účinkujícím

9.4.4 Promo fotografie jako propagace pro další ročníky

Pro focení celé outdoor akce byla přizvána fotograf a ještě videokameraman s dronem. Cílem byla fotodokumentace akce a vytvoření promo fotografií pro případ konání dalších ročníků. Vybraná promo fota z prvního ročníku charitativní akce jsou zveřejněna v PŘÍLOHA P XI: PROMO FOTO Z DRONU A FOTOAPARÁTU MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY 2021.

9.4.5 Mediální podpora – rozhovory, články a propagace

Mediálním partnerem celé akce byl **Kanál eM – internetový regionální magazín z Mělnicka**. Kanál eM publikoval plakát, facebookovou událost, pozvánku na událost, a zveřejnil i finální částku, kterou se povedlo v rámci charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny vybrat. Vznikly 3 rozhovory a 1 článek:

PŘÍLOHA P XII: ROZHOVOR „NÁPAD NA POŘÁDÁNÍ CHARITATIVNÍ AKCE VZNIKL PŘED ROKEM“ 3. 7. 2021

PŘÍLOHA P XIII: ROZHOVOR „PŘIJĎTE SE POBAVIT A PODPOŘIT ONKOBUBLINY!“ 27. 8. 2021

PŘÍLOHA P XIV: ČLÁNEK „MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY ZBARVIL NÁMĚSTÍ DO RŮŽOVA“ 6. 9. 2021

PŘÍLOHA P XV: ROZHOVOR „PINK BUBBLE: JSME NADAČNÍ FOND PRO DĚTI S RAKOVINOU“ 8. 9. 2021

Dále se plakát zveřejnil v **Mělnické radnici – zpravodaj města Mělník**, ve dvou číslech, červenec–srpen a září. Dále byl název charitativní akce přidán do programu mělnického kulturního léta MEKUL. Tiskové materiály ke shlédnutí zde: PŘÍLOHA P XVI: MĚLNICKÁ RADNICE A MEKUL – PROPAGACE CH. AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUKLINY 2021.

9.5 Program charitativní akce 2021

Oslovování účinkujících probíhalo od října 2020. Pořadí oslovování účinkujících znázorňuje tabulka č. 5. **Zpěváci a kapely, kteří byli osloveni a odřekli účast z různých důvodů, tato tabulka neobsahuje.** Těchto oslovených interpretů bylo dohromady kolem 35. Hlavním důvodem odmítnutí veřejného vystoupení byl nárok na honorář nebo obsazený termín. Obvykle se kapely oslovují rok dopředu, v roce 2020 i 2021 hrála velkou roli situace spojená s pandemií COVID-19, a komunikace s vystupujícími probíhala ještě měsíc před konáním akce. Z důvodu nedostatku financí byla i nutná výměna zvukaře.

Program a plakát jsou na obr. 13. a 16. (podkapitola Grafika a tiskové materiály). Hudební program byl v prvním ročníku věnovaný všem věkovým kategoriím, aby si každý našel v programu jednu oblíbenou kapelu nebo vystoupení.

Tabulka 6 Harmonogram oslovených účinkujících (Vlastní zpracování)

Datum	Jméno a příjmení/Název	Činnost/náplň
10/2020	Adéla Jeřábková (Líbalová)	Taneční vystoupení
11/2020	Kapela Kompas	Kapela
11/2020	Milli Janatková	Zpěv
04/2021	Štěpán Soukup	Kapela
04/2021	Dj Keri	Dj
06/2021	Baťa & Kalábůf něžný beat	Kapela
08/2021	Bboys Rostons crew	Breakdance vystoupení

9.6 Doprovodný program 2021

Tím, že cílovou skupinou byly děti a jejich rodiče, byl doprovodný program věnovaný především dětem:

Byl osloven i provozovatel malého kolotoče a fotokoutku. Z nedostatku volného termínu nemohla být účast potvrzena.

Tabulka 7 Harmonogram termínů dojednaného doprovodného programu (Vlastní zpracování)

Datum	Činnost
04/2021	Liberta 95 - Promenáda kočárek ze sbírky mělnického muzea
05/2021	Malování na obličej – stánek Zdravotní pojišťovny Ministerstva vnitra ČR
07/2021	Čtenářský maraton – Žlutý ostrov u Městské knihovny Mělník
08/2021	ACopánky – pletení copánků a prodej vyráběných produktů
08/2021	Malování na obličej – stánek RC Kašpárek Mělník
09/2021	Výletní vláček Mělník

Plakáty některých programů jsou předvedeny v příloze – PŘÍLOHA P XVII: PLAKÁTY A POZVÁNKY DOPROVODNÉHO PROGRAMU 2021.

9.6.1 Zápisy z jednání v rámci doprovodného programu – paralelní akce

1) 6. 4. 2021 Regionální muzeum Mělník s K. F.

- Koncept akce a jejich spojení s Mělník pro OnkoBubliny
- Způsob vybírání vstupného
- Zařazení loga Regionálního muzea Mělník do partnerů akce
- Zařazení do programu a časový harmonogram
- Text pro moderátorku o muzeu a události – Liberta 95

2) 19. 8. 2021 Městská knihovna Mělník s M. R. – osobní jednání

- Zařazení loga Městské knihovny Mělník do šeku
- Způsob nahlášení částky v době předání šeku

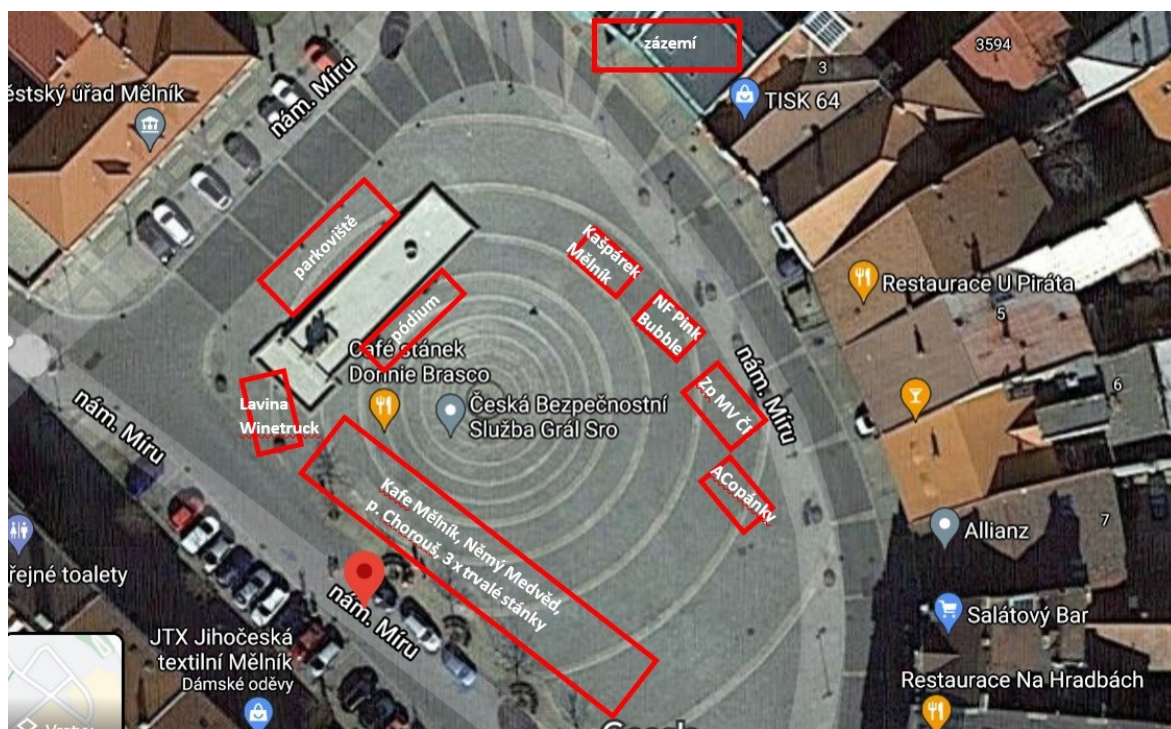
- Způsob výběru benefičních příspěvků pro NF Pink Bubble a zpracování jejich předání NF
- Čtenáři paralelní akce vystupují i na pódiu – časový harmonogram jejich vystoupení
- Text o knihovně pro moderátorku, způsob zařazení do programu
- Propagace a sdílení příspěvků na Facebooku

9.7 Finální přípravy na 4. 9. 2021 pro charitativní akci Mělník pro OnkoBubliny

Intenzivní finální přípravy byly prováděny 3 týdny před akcí, příprava zázemí den před akcí.

9.7.1 Layout náměstí

Pro lepší představivost a orientaci byla vytvořena vizualizace náměstí, aby účinkující, stánkaři a dalšími dobrovolníci věděli, kde jsou jejich stánky rozmístěny. Mapa spolu s dalšími dokumenty byla rozesílána prostřednictvím e-mailu všem, kteří se nějakým způsobem podíleli na pořádání eventů. Všechny stánky byly umístěny viz vyobrazení na mapce, Lavina Winetruck byla umístěna na jižní straně náměstí.



Obrázek 25 Vizualizace náměstí pro charitativní akci Mělník pro OnkoBubliny 2021 (Archiv autorky, zdroj mapy: Google Mapy, ©2021)

Parkoviště pro účinkující a stánkaře, povoleno Městskou policií Mělník bylo umístěno za kašnou. Parkovacích míst nebylo mnoho, asi 4–6, z tohoto důvodu byla k dispozici i parkovací karta – obr. 22.



Obrázek 26 Parkovací karta pro účinkující a stánkaře (Archiv autorky, ©2021)

9.7.2 Emailová komunikace účinkujícím a dalším dobrovolníkům

Pokyny pro účinkující, stánkaře a další zainteresované osoby byly rozeslány 5 – 3 dní před konáním samotné charitativní akce. Znění a pokyny pro všechny spolupracující osoby obsahuje email, obr. 23.

Zdravím Vás (hromadný e-mail).

sobotní charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny pro NF Pink Bubble se nám blíží, a proto posílám souhrnné informace :-).

Zatím to vypadá, že počasí bude přát, takže si tuto řížovou událost pojďme společně užít!

PARKOVIŠTĚ

Parkoviště vyčleněné pro účinkující a další zainteresované osoby se bude nacházet přímo na náměstí Míru Mělník, hned za každou (foto v příloze). Tyto místa bude zabezpečovat Městská policie Mělník, prokážete se jim elektronickým obrázkem parkoviště (v příloze), stačí ukázat v telefonu, budou o tom vědět.

Míst pro zaparkování bude kolem 5–6 míst. Proto prosím, zvláště před zahájením – před 14. hodinou, kdy najždí stánkaři, o výměnu aut – stát v tomto prostoru jen po dobu nezbytnou pro vyložení auta. Pokud zde místo nebude, zkuste prosím zaparkovat poblíž (náměstí Karla IV., ulice Legionářů, Tyršova atd). Věřím, že se tam nějak prostřídáme!

Po příjezdu se prosím hlase u mé kolegyně – P. H., tel. Číslo xxx (její foto v příloze), nebo u mě – Adéla Dutková, 739622785 (foto také v příloze), v případě jejího vytížení. Dáme Vám ~~handstraps~~ na ruku pro přístup do ZÁZEMÍ (v budově radnice) a ukážeme Vám, kde je zázemí pro účinkující, a další osoby. V zázemí na Vás čeká catering :-).

Prosím tedy o info, kolik osob celkově sebou přivezete – pro počet pásek? Děkuji!

OBLEČENÍ NEBO DOPLNĚK (není podmínkou)

Podpořte akci oblečením či doplňkem v řížové barvě (není podmínkou, ale budeme rádi) – brýle, klobouk, kravata, šátek, sukně atd.

KAPELY – buďte prosím na místě s předstihem pro zvukovku, však víte :-).

Zvukař bude na místě mezi 11. a 12. hodinou.

STÁNKAŘI – po příjezdu se prosím hlase u mě – Adéla Dutková, tel. Číslo xxx (foto v příloze), nebo u mé kolegyně – P. H., tel. Číslo xxx (její foto také v příloze), v případě mého vytížení.

Pevně věřím v dobré počasí a zbytek vyřešíme na místě. S posunem časů jednotlivých vystoupení se počítá, pro jistotu je v programu "časy jsou orientační". Program posílám v příloze.

Já na náměstí Míru budu nejdříve od 11:00, v tento čas mě najdete nejspíš u pódia, u výzdoby.

Jestli jsem na něco zapomněla, tak se mnou spojte nejrychleji přes telefon xxx, nebo e-mailem xxx@seznam.cz.

Těším se v sobotu! A děkuji!

S přátelským pozdravem

Adéla Dutková

Obrázek 27 Emailová komunikace účinkujícím, dobrovolníkům (Archiv autorky, ©2021)

9.7.3 Text pro moderátorku

Moderátorkou prvního ročníku charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2021 byla herečka a moderátorka Anna Kulovaná.

PŘÍLOHA P XVIII: TEXT PRO MODERÁTORU 2021

9.7.4 Výzdoba

Výzdoba byla zajištěna prostřednictvím e-shopů Moje party, Nejlevnější ptákoviny, BalonkyPraha.cz a Megabublina. Jednotlivá výzdoba a množství pro charitativní akci je uvedena v tabulce č. 7. Množství bylo objednáno tak, aby zajistilo výzdobu pódia a jeho okolí a jednotlivé stánky.

Bublifuky, šňůrky, barvy na obličej a štětce na barvy na obličej byly nakoupeny do stánku spolupřátatele akce – RC Kašpárek Mělník pro zabavení dětí, ale zároveň přispěly k výzdobě samotné akce.

Tabulka 8 Seznam výzdoby pro charitativní akci 2021 (Vlastní zpracování)

Výzdoba	Množství
Balónky	3 barvy po 100 ks
Kameny jako těžítka na balonky	3 ks
Helium	Na 180 balónků, 4 bomby
Stužky	3 barvy
Roztok na bublifuky	Na 12 l bublifuku
Šňůrky na bublifuky	3 šňůrky

9.7.5 Potřebné věci na den D

- Handstripy pro přístup do zázemí
- Tiskové materiály z tiskárny – šipky, programy, plakáty a banner na pódium
- Tištěné materiály pro organizátorky – kontakty 3x, program 2x, harmonogram 2x, catering 3x, moderátorský text 2x, vizualizace náměstí 2x, výzdoba 2x, tisk parkovací karty 5x, povolení záboru, kartičky pro označení organizátorek 2x
- Kancelářské potřeby – lepenka, provázek, nůžky, 3x desky se sponkou a klíčenka se jmenovkami, papíry
- 20 l destilované vody, lavory na bublifuky
- Lino a koberec pro breakdance
- Štafle, vrtačka, hřebíky

- Výzdoba – helium, balónky, stužky, kameny jako těžítka na balónky atd.
- Kuchyňské vybavení – cukřenka, konvička na mléko, kleštičky, saponát, utěrky, houbičky na nádobí
- 15 stolů a 30 lavic na náměstí Míru

9.7.6 Zázemí, catering a handstripy pro účinkující

Zázemí pro účinkující a další zainteresované osoby bylo umístěno v místnosti radnice Mělník. Veškeré nádobí se zde nacházelo, tudíž nebylo potřeba dovážet další. Pouze se zapůjčil kávovar z MÚ Mělník. V zázemí byly po celou dobu dva dobrovolníci, kteří se starali o pořádek, o přístup osob do zázemí a catering.

Kontakty pro organizátorky 1. ročníku byly uceleně sepsány pro lepší orientaci PŘÍLOHA P XIX: SEZNAM KONTAKTŮ A PŘÍSTUP DO ZÁZEMÍ A PARKOVACÍ KARTY 2021.

Catering objednaný od Martin Růzha – Lahůdky Mělník do zázemí je přidán do příloze PŘÍLOHA P XX: CATERING 2021. Nápoje (vody, káva, džusy, víno atd.) a sladké zákusky, nakoupené nebo darované od dobrovolníků, příloha neobsahuje.

Aby bylo rozeznáno, kdo ze zapojených osob má přístup do zázemí a na parkoviště, byly použity handstripy, který každý z nově příchozích osob dostal na ruku.

9.7.7 Rozmístění tiskových materiálů na náměstí Míru Mělník v den konání akce

- 1) **Banner na pódiu** – byl vyvěšen den před konáním akce (v pátek) jako marketingová upoutávka pro návštěvníky náměstí.
- 2) **Šipky** – byly rozmístěny 2 a 2 šipky na náměstí Míru a u Pražské brány ukazující směr doprovodného programu – parkán na radničním dvoře, kde probíhala promenáda kočárek ze sbírky mělnického muzea – Liberta 95 a Žlutý ostrov u Městské knihovny Mělník, kde probíhal Čtenářský maraton.
- 3) **Plakát** – na náměstí Míru byly vyvěšeny 2 plakáty.
- 4) **Program** – program ve velikosti A2 byl umístěn u pódia v reklamním stojanu „áčku“ 1x, program ve velikosti A3, byl v „áčku“ rozmístěn po náměstí 2x – vždy u vstupu na náměstí Míru.

9.8 Kalkulace charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2021

Kalkulace 1. ročníku charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny skončila v kladných číslech. Placená reklama společnosti od zdravotní pojišťovny pokryla veškeré výdaje.

Veškeré transakce byly prováděny bezhotovostně s účtem spolupřadatele akce – RC Kašpárek Mělník.

Tabulka 9 Kalkulace 1. ročníku charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2021 (Vlastní zpracování)

Výnosy		Náklady	
Placená reklama	17 740 Kč	Grafika	4 000 Kč
		Balónky	554 Kč
		Helium, stužky	4 423 Kč
		Bubliny, šňůrky	1 336 Kč
		Catering pro účinkující atd.	5 460 Kč
		Nápoje	1 000 Kč
		Barvy na obličej, štětce	654 Kč + 150 Kč
		Tisk veškerých tiskovin*	0 Kč
		Elektřina na náměstí Míru Mělník*	0 Kč
		Postavení pódia od Technických služeb Mělník*	0 Kč
			+ 159 Kč

* Díky podpoře města Mělníka, byly tyto položky zaplacené městem. Tyto náklady šly přímo na účet města, proto jejich částka není uvedena.

9.9 Zhodnocení prvního ročníku charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny

Prvního ročníku Mělník pro OnkoBubliny se odhadem zúčastnilo 800 osob. Na náměstí Míru, kde bylo hlavní pódium, bylo v jednu chvíli až 300 lidí. Tím, že byl program po celé odpoledne a kapely se střídaly, množství lidí se na náměstí měnilo. Někteří přišli cíleně na některý z doprovodných programů, někdo na koncert kapely, někdo zůstal i celý den.

Peníze lidé mohli darovat do veřejné sbírky, tj. „do kasičky“, koupí merchant produktů NF Pink Bubble, firmy darem nebo procentem ze zisku. Lidé (dobrovolníci) také nosili předměty na prodej, jejichž částka šla do veřejné sbírky. Tato veřejná sbírka byla rozpečetěna na pražském magistrátu 7. 9. 2021, kdy byla i tato výsledná suma zveřejněna.

Tabulka 10 Celková výše vybrané částky na Mělník pro OnkoBublíny (Vlastní zpracování)

Fundraising	Částka
Výtěžek 7 firem (šek)	15 535 Kč
Merch	24 780 Kč
Kasička (veřejná sbírka)	17 569 Kč
CELKEM	57 884 Kč

Na facebookové události bylo ke dni konání charitativní akce 278 lidí, kteří měli zájem nebo se chtěli události účastnit. Na Facebooku lidé nejvíce reagovali na doprovodné programy, a také na zveřejnění výsledné vybrané částky – tento příspěvek je ke shlédnutí v PŘÍLOHA P XXI: DOSAH FACEBOOKOVÉHO PŘÍSPĚVKU – ZVEŘEJNĚNÍ FINÁLNÍ ČÁSTKY VYBRANÉ PRO NF PINK BUBBLE 2021. Tento příspěvek měl dopad na 6909 lidí, z toho mělo 290 zájem, tzn, že si příspěvek rozklikli pro více informací. Sdílen byl příspěvek 6x a 9 lidí zareagovalo. Sdíleno bylo např. do mělnické facebookové skupiny, což příspěvek zpropagovalo, protože v této skupině je více než 24 000 lidí.

Finální částka byla zveřejněna i na portálu mediálního partnera Kanálu eM (viz PŘÍLOHA P VIII). Nadační fond Pink Bubble zveřejnil i poděkování na jejich stránkách – obr. 24.



Obrázek 28 Zhodnocení charitativní akce Mělník pro OnkoBublíny 2021 (Nadační fond Pink Bubble, ©2021)

10 PROJEKT CHARITATIVNÍ AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY 2022

Druhý ročník charitativní akce s názvem „**2. ročník Mělník pro OnkoBubliny**“, který se uskuteční **3. 9. 2022**, je pokračováním prvního ročníku stejnojmenné akce pořádané poprvé v roce 2021. Hlavní předmětem změny a zlepšení prvního ročníku je marketingová komunikace a PR eventu, rozšíření akce o další spolupráci (partnery, dárcy a nové vystupující atd.), zaujetí různých věkových skupin v rámci hudebního a doprovodného programu a další změny a zlepšení.

Projekt bude obsahovat skutečnosti, grafická a obrazová zpracování a všechny podklady sloužící jako příprava pro nadcházející charitativní akci. Projekt obsahuje vizi, co je možné zahrnout do konceptu eventu a celého projektu. Skutečnost, že projekt nemá přímou konkurenci, lze očekávat zvýšení účasti na druhém ročníku. Projekt je podroben časové, nákladové a rizikové analýze.

10.1 Představení projektu 2022

Druhý ročník charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny se uskuteční 3. září 2022 opět na náměstí Míru v Mělníku od 14:00 do 21:00. Již podruhé mohou lidé přispět a podpořit Nadační fond Pink Bubble, který podporuje onkologicky nemocné děti a mladé lidi od 10 do 30 let. Druhý ročník jsem začala připravovat pár týdnů po uskutečnění prvního ročníku, tj. začátkem října 2021. Přípravy budou pokračovat až do září 2022 de facto do dne konání eventu.

Spolupořadatelem akce je Rodinné centrum Kašpárek Mělník. **Hlavním partnerem** celého projektu je Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR, která má v rámci akce placenou reklamu stejně, jako tomu bylo v prvním ročníku.

Celý projekt primárně probíhá ve spolupráci s mělnickými firmami, podnikateli, umělci a organizacemi se zaměřením na lokální dobročinnost. Do akce se zapojují i firmy a dobrovolníci z jiných koutů Česka. Program (viz *Program, doprovodný program a občerstvení*) tvořím tak, aby si účastník mohl vybrat, co jej zajímá, ale celkově je program věnovaný především dětem.

Rozpočet pro projekt druhého ročníku Mělník pro OnkoBubliny je o něco vyšší než u prvního ročníku. Vzhledem k placené reklamě je budget pro druhý ročník 20 000 Kč. **Oslovování nových partnerů** pro spolupráci na projektu je u druhého ročníku jednodušší

a efektivnější. Nové firmy se tolik neobávají spolupráce a propagace. Při oslovování nových partnerů používám fotografické, tištěné i magazínové dokumentace z prvního ročníku charitativního eventů. Všichni partneři prvního ročníku předběžně přislíbili účast a finanční dary pro NF Pink Bubble pro druhý ročník.

10.1.1 Cílová skupina a cíl 2022

Cílovou skupinou jsou výdělečně činní lidé. Charitativní akce je primárně určena pro dárcce a přispěvatele na dobrou věc, lidi v produktivním věku. Na rodiny s dětmi, děti, ženy i muže je zacílen hudební a doprovodný program. Ženám je věnován doprovodný program – beauty, vizážistika, ale i módní přehlídka. Muže může oslovit hudební program. Jsou to lidé ve věku 3–70 let. Projekt oslovuje primárně Mělničany, ale propagace prostřednictvím mediálních partnerů, včetně rádií a jiných forem marketingové komunikace a PR (polepy na autech, Facebook, Instagram a web projektu, rozhovory, články, QR kódy atd.), oslovuje nejen mělnický region, ale i ústecký, středočeský a v neposlední řadě i Prahu. Na charitativní event přicházejí lidé, kteří se rádi angažují v charitě a chtějí pomáhat. Další část účastníků zahrnují milovníci hudební produkce, kteří se zúčastňují často kulturních akcí a benefičních koncertů, ale charita není jejich hlavním cílem. Lze však očekávat, že určitým způsobem přispějí na charitu minimálně svou účastí a vyjádřením podpory. Je zapotřebí při tvorbě programu počítat s tím, že účastníci mají v oblibě hudební žánr a styl a převážně jsou fanoušky regionálních interpretů. Jsou to lidé společenští, kterým nevadí hluk, davové seskupení lidí, děti atd.

Cílem akce je vybrat co největší obnos finančních prostředků pro NF Pink Bubble, který je určen na pomoc nemocným dětem. Nelze opomenout další důležitý cíl, a tím je pobavení návštěvníků akce a samozřejmě dalším cílem je propagace filantropie.

10.1.2 Měření účinnosti

Měření účinnosti projektu se dá provést několika způsoby:

- **Počet účastníků a jejich zaujetí během akce** – aktivní i pasivní účastníci, kde důležité je zaujmout obě skupiny, je důležitým faktorem toho, jak se event podařilo propagovat
- **Návštěvnost:** Facebooku, Instagramu, webových stránek, vyhledávání na Google (výkony v Google My Business)
- **Mediální analýza a zhodnocení celé akce ze strany účastníků**

10.2 Koncept projektu, logo a vizitka

V souvislosti s pořádáním charitativní akce jsem vytvořila nový projekt, jehož součástí jsou nejen webové stránky **Mělník pro děti**, ale je záštitou pro další případné akce, které se pod hlavičkou projektu v budoucnosti uskuteční. Název spojuje ve významu vše, co by měl charitativní event představovat. Zdůrazňuje místo konání a pro koho je organizován. Celkový název napovídá, že jde o charitu a modrá barva symbolizuje klid, důvěru, čistotu, lásku a ochranu (viz podkapitola *Logo a vizitka*).

10.2.1 Mělník pro děti



Obrázek 29 Motto projektu Mělník pro děti (Mělník pro děti, ©2022)

Hudební i doprovodný program charitativních akcí je věnován všem věkovým kategoriím. Účinkujícími jsou především regionální umělci, ať už se jedná o kapely, zpěváky a tanečníky. Přizváni jsou i další známí umělci z různých částí ČR, kteří rádi spojí svoje jméno s charitou.

Koncept Mělník pro děti je vytvořen tak, aby se **každý rok akce mohla pořádat pro jinou neziskovou organizaci zabývající se onkologicky nemocnými dětmi**, aniž by bylo nutné nějakým zásadním způsobem název měnit. K tomu vede i analýza kapitoly 7 - *Analýza neziskových organizací zaměřených na dětskou onkologii a jejich charitativních akcí pro dětské onkologické pacienty*. Proto název samotného eventu vždy bude Mělník pro _____ (dětí) a pro koho bude doplněno vždy podle názvu, symboliky či motto NO zaměřující se na dětské onkologické pacienty.

Celý event a projekt má mít pozitivní rozměr. Účast návštěvníků je dobrovolná, není požadováno vstupné. Na eventech by lidé neměli mít pocit, že jsou do něčeho nuceni. Na druhou stranu je to i marketingový záměr, protože lidé často zaplatí více, když není stanoveno vstupné. Účastníci jsou informováni **přímo v místě akce, že nákupem každého výrobku, služby či občerstvení přispějete 20 % na Pink Bubble – Nadační fond pro děti a mladé lidi s rakovinou**. Vše je na dobrovolné bázi. Mají možnost přispět různými

nenásilnými způsoby, a pokud se přijdou jen podívat, lze to vnímat jako podporu charitativní akce.

Všichni účinkující, pořádající i dobrovolníci se zřikají svého honoráře ve prospěch vybrané neziskové organizace. Někteří spolupracující či dobrovolníci nejsou profesionálové a snahou tohoto projektu je také rozšířit zkušenosti a podpořit především mladé lidi a dát jim prostor v jejich umělecké tvorbě. Na projektu se již tradičně podílí i řada známých osobností, jako herečka a moderátorka Anna Kulovaná nebo zpěvačka či multiinstrumentalistka Milli Janatková.

10.2.2 Logo, maskot a vizitka

Logu dominuje modrá barva, která evokuje klid, mír, pomoc a pozitivní náboj. Logo je prezentováno jako kruh, který symbolizuje nekonečno, působí uklidňujícím dojmem a měl by pohlcovat nejistotu a negativní přístup k životu.

Ve centru loga jsou vyobrazeny čtyři mávající děti, které zastupují obě pohlaví. Použité barvy jsou veselé, mají vyvolávat radost a štěstí. Logo znázorňuje, že celý projekt je určen všem onkologickým dětem bez rozdílu pohlaví, rasy nebo náboženství.

V celém významu vyznačuje pomoc, sounáležitost, hravost a zábavu. Poukazuje na pozitivní energii, kterou během eventu chtějí všichni pořádající, účinkující či spolupracující lidé šířit.

Grafiku loga, maskota i vizitky, které budou součástí všech propagačních materiálů, jsem zadala studentce oboru Design managementu UTB Bc. Monice Šifferové (partner akce).



Obrázek 30 Logo Mělník pro děti (Šifferová, 2022)



Obrázek 31
Maskot Mělník
pro děti
(Šifferová,
2022)



Obrázek 32 Vizitka Event Manager Mělník pro děti (Šifferová, 2022)

10.3 Harmonogram aktivit pro plánování charitativní akce

Pro smysluplné a chronologické přípravy eventu je důležitá dochvilnost, plnění dílčích kroků a správný time management. Důležité jsou bezpochyby termíny dílčích kroků, které směřují k včasné přípravě eventu. Tvorba harmonogramu aktivit, tzv. checklistu vede ke kontrole a včasnému plnění jednotlivých kroků příprav. Checklist je tvořen obecně, aby jej bylo možno využít k přípravám případných následujících ročníků charitativní akce Mělník pro děti.

Pro přípravu celého eventu je používána on-line aplikace Freelo pro snadnější plánování eventů a projektů.

 HARMONOGRAM <i>pro rok 20__</i> CHARITATIVNÍ AKCE		
DATUM	ČINNOSTI A ÚKOLY	SPLNĚNO
ZÁŘÍ	Rezervace termínu a místa akce pro další ročník. Rozhodnutí, pro koho bude další ročník pořádán, pro jakou neziskovou organizaci.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
ŘÍJEN	Tvorba facebookové události.	<input type="checkbox"/>
ŘÍJEN - PROSINEC	Rezervace kapel a účinkujících pro vystoupení. Průběžné schůzky se spoluorganizáteli a partnery akce.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
LISTOPAD - PROSINEC	Rezervace lidských kapacit (moderátor, zvukař, fotografové, grafik, a další dobrovolníci). Domluva s regionálními rádii na propagaci akce.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
LISTOPAD - ČERVENEC	Domluva partnerů akce (občerstvení, stánků s komerčním prodejem, firmy pro finanční dar NO, partneři podílející se na výzdobě atd.).	<input type="checkbox"/>
ÚNOR	Schůzka se starostou pro zástitu města pro charitativní akci. Schůzka s mluvčí MÚ pro propagaci plakátu akce a jeho zařazení do periodika Mělnické radnice.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
BŘEZEN - KVĚTEN	Domluva doprovodného programu.	<input type="checkbox"/>
DUBEN - ČERVEN	Kompletace hlavního plakátu akce s grafikem (základní údaje, nápin, doprovodný program, loga partnerů akce atd.) + cover foto na facebookovou událost. Průběžné schůzky se spoluorganizáteli a partnery akce.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
ČERVEN	Nahrání spotů v rádiích jako pozvánku na charitativní akci. Odeslání plakátu akce do Mělnické radnice a zařazení akce do Mělnického kulturního léta na webu a tiskových materiálech.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
ČERVEN - SRPEN	Zadání k přípravě tiskových materiálů (program, banner na pódium, banner na zábradlí - reklamní plochu, šek a ukazatele doprovodného programu). Marketingová komunikace reklamní plochy pro banner události, výlep plakátů po městě a u partnerů akce, reklamní spoty, rozhovory a články o akci v Kanál eM.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
ČERVENEC - SRPEN	Odeslání požadavků účinkujících na ozvučení akce zvukaři. Objednání výzdoby, podpis záboru veřejného prostranství.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
SRPEN - ZÁŘÍ	Finální přípravy na akci (vizualizace náměstí, příprava výzdoby, zázemí, rozpis úkolů pro dobrovolníky a všechny lidské kapacity atd.). Převzetí tiskových materiálů v tiskárně.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
ZÁŘÍ	Tvorba textu pro moderátorku a pokyny všem zainteresovaným osobám. Zveřejnění finální částky, která se na charitativní akci vybrala (Facebook, Kanál eM). Komunikace s účinkujícími a zainteresovanými osobami - poděkování, „zakončení“ facebookové události. Kalkulace a vůčtování.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Obrázek 33 Harmonogram (checklist) pro charitativní akce Mělník pro děti (Vlastní zpracování, použitá grafika: Canva, ©2021)

10.4 Marketingová komunikace a PR 2022

Oblast, která vyžaduje dobrou přípravu, je nutné neustále na ní pracovat a hledat nové způsoby propagace.

10.4.1 Rozšíření projektu o další spolupráce – partneři a dárci

Při kontaktování partnerů s nabídkou spolupráce nejčastěji využívám oslovení po telefonu, kde dohodnu základní podmínky spolupráce a nedílnou součástí oslovení je e-

mail. Jako barter pro výměnu služby/výrobků nabízím reklamní balíček loga firmy či podnikatele.

Nabízím:

- reklamu loga Vaší firmy na všech tiskovinách (hlavní plakát, banner na pódiu atd.)
- reklamu na facebookové události a příspěvky sdílené do skupiny Mělník City (cca 24 000 členů)
- reklama na Instagramu Mělník pro děti
- reklamu na náměstí Míru - Váš rollab, vaše tiskoviny, letáky - čistě ve vaší režii 😊
- prezentace firmy v listu partnerů a sponzorů
- na webových stránkách: <https://melnik-pro-deti.webnode.cz/>

Hlavní plakát, kde by bylo i Vaše logo bude propagován:

- v **Mělnické radnici – zpravodaj města Mělníka** (ve dvou číslech)
- informace v **přehledu akcí mělnického kulturního léta MEKUL**
- hlavní plakát i banner bude také sdílen díky hlavnímu mediálnímu partneru - **Kanál eM - regionální internetový magazín z mělnicka.**

Obrázek 34 Oslovovací e-mail s nabídkou barterového reklamního balíčku (Vlastní zpracování, pomocí: Gmail, ©2022)

PARTNEŘI Mělník pro OnkoBubliny 2022

Loga partnerů akce jsou vyobrazena na hlavním plakátu a banneru, který bude umístěn na pódiu v den konání eventu. Hlavní plakát i banner je také sdílen hlavním mediálním partnerem – Kanál eM – regionální internetový magazín z Mělnicka. Hlavní plakát je inzerován u všech partnerů akce a sdílen v Mělnické radnici – zpravodaj města Mělníka (ve dvou číslech).

Hlavní partneři

- Zdravotní pojišťovna Ministerstva vnitra ČR
- Rodinné centrum Kašpárek Mělník

S podporou/pod záštitou

- Město Mělník
- Milli Janatková

Partneři/spolupráce

- Luboš Kulich photography
- Grafika Jana Barančíková
- MEKUL – Mělnické kulturní léto
- Instalatéřství Topenářství Karel Jirák
- ACopánky

- Specializovaný obchod Hana Vozábová
- Martin Novák – Kopírka Mělník
- Nikyta original s.r.o.
- Monika Šifferová
- Evi H Art
- Face Bag – Unidax s.r.o.
- Lucie Krejčí – zábava na míru
- Zahradnictví Petro
- Václav Vondráček – Hospoda Hořín
- Výletní vláček Mělník
- Kafe Mělník
- Pizzerie Bardolino
- Vinařství Chrouš

Sponzoři

- Bubble Factory s.r.o.
- Tiskárna Delatero s.r.o.
- Agentura Kon, s.r.o.

Mediální partneři

- Kanál eM
- Rádio Relax
- DRM (Dětské rádio Mělník)

DÁRCI – ŠEK Mělník pro OnkoBubliny 2022

Do finanční podpory prostřednictvím darovacího šeku jsou zapojené firmy a podnikatelé, kteří chtějí podpořit charitativní akci **finančními dary**. Finanční i věcné dary putují přímo NF Pink Bubble. Jedná se o jednorázovou částku nebo podíl ze zisku z prodeje výrobků či

služeb, která vznikne v den konání eventu. Loga těchto dárců jsou prezentována na darovacím šeku, který předám zástupci NF Pink Bubble v 18:00 na pódiu v den konání akce.

Tabulka 11 Dárci a přispěvatelé Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování)

Firma/podnikatel	Přispívaná částka
Instalatérství Topenářství Karel Jirák	3 000 Kč
ACopánky	20 % z tržby*
Specializovaný obchod Hana Vozábová	7 000 Kč
Martin Novák – kopírování a tisk	5 000 Kč
Radmila Pinkavová-Jirkovská	2 000 Kč
Nikyta original s.r.o.	20 % z tržby*
Evi H Art	20 % z tržby*
Face Bag – Unidax s.r.o.	20 % z tržby*
Lucie Krejčí – zábava na míru	20 % z tržby*
Štěpán J.	Věcný dar – PlayStation
Bubble Factory s.r.o.	Prodej 100 sponzorovaných bublifuků
Výletní vláček Mělník	20 % z tržby*
Václav Vondráček – Hospoda Hořín	20 % z tržby*
Kafe Mělník	20 % z tržby*
Pizzerie Bardolino	20 % z tržby*
Vinařství Chorouš	20 % z tržby*

*20 % z tržby za prodej výrobků či služeb na charitativní akci Mělník pro OnkoBubliny 3. 9. 2022 jde na Nadační fond Pink Bubble

V obou seznamech se objevují noví i stávající (1. ročníku Mělník pro OnkoBubliny 2021) jména organizací a podnikatelů, kteří na projektem spolupracují.

10.4.2 Web Mělník pro děti

Web Mělník pro děti jsem vytvořila pomocí služby Webnode.cz na adrese <https://melnik-pro-deti.webnode.cz/> v lednu 2022. Výhoda této služby spočívá v jednoduchosti, možnosti

kdykoliv obsah doplňovat nebo měnit, navíc do určitého prostoru na serveru jsou tyto služby zdarma. Podmínkou bezplatného užívání (tzn. neodkoupení domény) je přidání jména zprostředkovatele – „webnode“ za samotný název webu.

Celý web je laděn do odstínu modré barvy, aby se udržela jednotnost a srozumitelnost celého designu projektu. Některé detaily jsou zvýrazněny pískovou barvou, která barevně ladí k náměstí Míru vzhledem k barvě dlažebních kostek. Celý web je doplněn fotografickou dokumentací, která má přilákat návštěvníka.

Návštěvnost sleduji pomocí Google My Business (viz *Propagace webu Mělník pro děti – Google My Business*). Výkony lze sledovat i pomocí Google Analytics, ale to platí pro placenou verzi.

Celý web přispívá i k marketingové komunikaci celého projektu a propojuje Facebook i Instagram projektu (viz *Marketingová komunikace a PR 2022*).



Obrázek 35 Web Mělník pro děti (Mělník pro děti, ©2022)

Web tvoří šest webových stránek – Úvod, O projektu, Pořádané akce, Fotogalerie, Spolupráce a Kontakt.

V „**Úvodu**“ jsou zmíněné všechny základní informace, které jsou pak v dalších webových stránkách rozváděny. Vyskytují se zde nejnovější informace, které doplňují fotografie a další grafika.

Stránka „**O projektu**“ rozvádí téma, jak projekt vznikl, čím se zabývá a jaký je jeho cíl. Zmiňuje i jaké ročníky proběhly, a jaké se připravují.

Zájemce zde nalezne i povídání o zakladatelce, a o tom, jak tento projekt a charitativní akce vůbec vznikla. Aby popis nebyl zkreslený, text napsala asistentka.

O zakladatelce


Adela,

autorka myšlenky charitativní akce "Mělník pro Onkobičtiny", která se poprvé konala v jejím rodném městě Mělníku v roce 2021. Společně s RC Kašpárek Mělník spolupracuje Adela nejen na této akci, ale i na táborech pro děti, láskou k dětem se netají a čas s nimi ji naplňuje. Jejím životním krédem je citát: "Have Courage and Be Kind." - "Mít odvahu a být laskavý." Jak hrdě říkají její přátelé, tohle krédo Adělu naprosto vystihuje. Ale kdo vlastně naše organizátorka projektu "Mělník pro děti" je?

Narodila se na Mělníku a navštěvovala zde jak základní školu, tak poté i čtyřleté gymnázium Jana Palacha, poté se rozhodla změnit kraj a vyrazila směr Zlín, kde na místní Univerzitě Tomáše Bati získala titul bakalář v oboru Ekonomika a management na Fakultě managementu a ekonomiky, kde v letošním roce 2022 zakončí svou diplomovou práci navazující magisterské studium v oboru Marketing a management. Během studia zvládla i krátké stáže v zahraničí. Na Maltě, kde pracovala a ve španělské Huevě, kde jeden semestr chodila na místní univerzitu. Již od střední také dělá Avon Leadera, v růžové jí to nejen sekne, ale hlavně tu barvu miluje!

Adela nikdy nebyla typ člověka, který sedí za počítačem v kanceláři, má ráda práci s lidmi, kontakt a navazování nových vztahů, pobíhání v terénu v centru dění akce je prostě její styl! Vyznačuje skvělou energií, pozitivitou, úsměvem nešetří, pro přátele by se rozdala, a když se sejde s kamarádkami, srší humorem, je vstřícná, přátelská, skvělý organizátorský typ. A právě ta organizovanost a smysl pro detail a preciznost z ní udělaly člověka, jakým je dnes. Dala dohromady celý nápad na akci, která se pro svůj úspěch bude opakovat i v následujících letech. Ale není v tom sama, má kolem sebe skvělé lidi, přátele, partnery a sponzory, kteří jí ochotně pomáhají, aby její plán byl dokonalejší a vše klaplo podle představ, od moderátora až po výzdobu.

V budoucnu by se ráda zdokonalovala a posouvala dál, rozhodně nechce usnout na vavřínech (což bychom se po úspěšné akci ani nedivili), a ráda by se časem možná i profesionálně věnovala organizování eventů. Budoucnost je ve hvězdách, každopádně již nyní je jasné, že Adela má nakročeno do nádherné budoucnosti.



Obrázek 36 Text o zakladatelce (Mělník pro děti, ©2022)

Spodní část jsem doplnila o objednávkový/dotazníkový formulář pro případný dotaz nebo poptávku spolupráce. Tento formulář se na webu nachází i v sekci „Spolupráce“.

Zaujal Vás tento projekt?

Jste kapela, zpěvák, tanečník, živnostník, firma nebo zkrátka člověk, co by chtěl pomoci nebo být součástí tohoto projektu? Napište, my se Vám co nejdříve ozveme zpět.

Jméno a příjmení

E-mail @

Telefonní číslo

Mám zájem o Dobrovolnictví
 Sponzoring
 Spolupráci
 Vystoupení
 Jinou možnost spolupráce

Zpráva

Obrázek 37 Dotazníkový/Poptávkový formulář (Mělník pro děti, ©2022)

Sekce „Pořádané akce“ nabízí pohled na hlavní plakát, program a banner proběhlých (viz kapitola 9) i připravovaných eventů.

Ve „Fotogalerii“ nalezne návštěvník stránek fotografie přímo ze dne konání akce.

Loga partnerů, sponzorů a mediálních partnerů jsou zveřejněna na webové stránce v sekci „Spolupráce“. Spolupráce probíhá především s regionálními firmami, podnikateli a organizacemi jako podpora lokální dobročinnosti. Objevují se zde ale i firmy a dobrovolníci z jiných částí Česka.



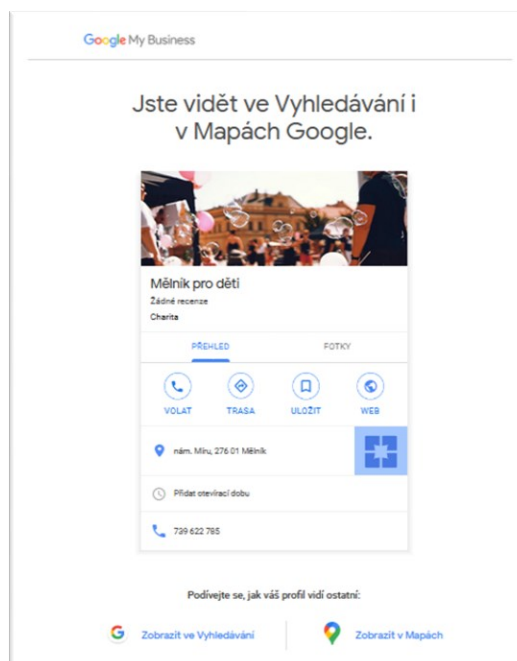
Obrázek 38 Partneři a sponzoři Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Mělník pro děti, ©2022)

„Kontakt“ na event managera je prezentován na poslední webové stránce, kde návštěvník najde i vizitku.

10.4.3 Propagace webu Mělník pro děti – Google My Business

Pro větší zviditelnění webu Mělník pro děti jsem vytvořila účet na Google My Business. Při zadání hesla „Mělník pro děti“ do vyhledavače se zájemci zobrazí odkaz na web, kde se

dozví vše o charitativní akci, kde zjistí možnost kontaktu přes e-mail, najde telefonní číslo na event managera a poloha akce se přenese přímo do Google Map. Lze nastavit i placenou reklamu formou PPC s klíčovými slovy pro lepší vyhledávání a zacílení oslovovaných reklamou.



Obrázek 39 Mělník pro děti – Google My Business (Google My Business, ©2022)

Výsledky zobrazení sledují přímo v profilu Google My Business, kde jsou zaznamenány výkony jako aktivita, vyhledávání a zobrazení webu. Každý týden chodí e-maily s updaty. Viz *obrázek 40*, údaj z počátku dubna 2022 bez placené reklamy po dvoutměsíčním spuštění webu. Cílem je dosáhnout výkonu počtu zobrazení minimálně 2000 za 28 dní v každém měsíci.

VÝKON		
Zobrazení	Hledání	Aktivita
914	697	406
Zobrazení z výsledků vyhledávání		554 (+125 %)
Zobrazení z Map		360 (+15 %)
Výkon za předchozích 28 dní		

Obrázek 40 Výsledky zobrazení webu Mělník pro děti na Google My Business (Google My Business, ©2022)

10.4.4 QR kódy

QR kód dnes dokáže naskenovat každý chytrý telefon. Během několika vteřin mají lidé informace o tom, co je pod kódem zašifrováno. Do QR kódu jsem zakódovala odkaz na web, vizitku (e-mail, poloha, telefon atd.) a Facebook projektu. Na internetu lze najít několik generátorů, které QR kód vytvoří během několika sekund. Je to rychlý, snadný a efektivní nástroj, který může účastníky eventu rychle informovat.

QR kódy jsou využívány na propagačních materiálech, kde není prostor pro dlouhé rozepisování informací, a také jako zajímavost, stále se jedná zatím o zajímavou novinku. QR kódy jsem primárně vytvořila pro podchycení zájmu teenagerů a mladých dospělých, kteří se zajímají o novinky a kódy jsou pro ně cool, protože je nebaví číst informace v papírové podobě.



Obrázek 41 QR kód webu, vizitka Event manažera a Facebooku Mělník pro děti (Vlastní zpracování, pomocí QRGenerator.cz, ©2022)

10.4.5 Mediální partneři – magazíny a nově i rádia

Jako nástroj funkční reklamy jsem pro 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny 2022 zacílila na spolupráci s novými mediálními partnery – **Rádio Relax** a **Dětské rádio Mělník**. Nahrávky radiových spotů ve formě pozvánek na akci se uskuteční v průběhu měsíce května či června. Pozvánkové spoty budou nasazeny přes celé léto a budou zvat posluchače na zářiový event.

Rádio Relax, které bylo založeno v roce 1995, oslovuje především středočeské, ústecké a pražské posluchače. Má pět vysílacích center, čtyři ve středních Čechách a jedno v Lounech. Jeho frekvence týdně poslouchá až 98 000 posluchačů. Patří mezi nejposlouchanější rádia středních Čech (O nás – Radio Relax, ©2022).

Pozvánkový spot se bude nahrávat tři měsíce před akcí a bude posluchače zvat k účasti na eventu. Tuto službu Rádio Relax provádí bezplatně jako charitativní počin. Reklama, kterou prostřednictvím Rádía Relax v éteru uslyší několik desítek tisíc lidí, má cílit na potenciální účastníky z regionu i z jiných krajů.

Spolupráci jsem rozšířila i na **Dětské rádio Mělník (DRM)**. Přímé napojení dětí na akci je přirozené a informace směřují přímo od dětí k dětem. Dětské rádio vzniklo v roce 2016, a u prvního vysílání byly 4 děti. Dnes mají svůj vlastní merch, několik sponzorů a partnerů. Překročili počet 330, kde se postupně vystřídal několik desítek dětí.

Rádiový spot se bude připravovat také během května/června, děti jej budou vysílat živě, ale připraví se i předebraná verze, která se bude v průběhu prázdnin pouštět ve vysílání. Cílem je oslovení dětí z regionu Mělnicko.

V **Mělnické radnici – zpravodaj města Mělníka** bude ve dvou číslech sdílen hlavní plakát akce, který musí být odeslán do 15. 6. 2022 do redakce. Akci podporuje město Mělník a rámci této podpory je propagace akce v Mělnické radnici zdarma. Měsíčník vychází od roku 2003 11x ročně (dvoučíslo v prázdninových měsících). Každý měsíc jej obdrží zdarma do poštovních schránek 8 770 mělnických domácností.

Od dubna 2021 je k dispozici i audio verze Mělnické radnice v podání dětí z Dětského rádia Mělník.

Hlavním mediálním partnerem a je již tradičně **Kanál eM – internetový regionální magazín z Mělnicka**, který funguje druhým rokem. S paní redaktorkou jsem naplánovala celkem čtyři články a rozhovory týkající se 2. ročníku, které mají čtenáře zaujmout a vyvolat zájem o charitativní event. Cílem komunikace je zaujmout, informovat a samozřejmě pozvat na akci. Sdílené jsou také plakáty, program, bannery a další zajímavé informace.

První článek, který informoval o přípravách na akci, vyšel v březnu PŘÍLOHA P XXII: ČLÁNEK „MĚLNÍK PRO DĚTI PŘIPRAVUJE DRUHÝ ROČNÍK AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY“ 12. 3. 2022.

10.4.6 Grafika a tiskové materiály 2022

Grafiku pro rok 2022 spojují loga a barvy Nadačního fondu Pink Bubble a Mělníku pro děti. Tematicky jsou použity bubliny v pozadí banneru, které propojují obě loga. Zachován je i design názvu akce se začátečními písmeny „O“ a „B“, stejný vizuál byl použitý v prvního ročníku.

Veškeré materiály v tištěné podobě jsou hrazeny městem Mělník na podporu charitativní a kulturní akce, která pořádána pod záštitou města. Grafiky bylo zadáno profesionální grafičce Janě Barančíkové.

Cover foto podle svého názvu uvádí tuto událost na trh. Tentýž koncept designu je použitý u všech tiskových materiálů pro ročník 2022.



Obrázek 42 Cover foto a hlavní banner charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Barančíková, 2022)

Banner na pódium bude zadán k výrobě v průběhu léta na základě kompletního seznamu partnerů akce. Součástí banneru bude cover foto a v liště pod ním budou umístěna loga partnerů, sponzorů a mediálních partnerů akce. Velikost banneru bude 500 x 125 cm a bude vyvěšen den před akcí na pódium na náměstí Míru.

Plakát

Plakát obdrží všichni partneři akce k případnému sdílení, ale bude prezentován v Mělnické radnici – zpravodaj města Mělníka ve dvou číslech. Tištěný plakát bude od července viset nejen na sjednaných místech po Mělníku, tj. asi na 30 místech, ale také u partnerů, sponzorů a spolupořadatelů akce, tj. asi na dalších 15 místech. Plakát bude tvořen ve formátu A4 a A3.

PINK BUBBLE NADAČNÍ FOND
WWW.PINKBUBBLE.CZ

2. ročník
Mělník pro OnkoBubliny

sobota
3. 9. 2022 14:00 - 20:00 náměstí Míru Mělník

Pod záštitou Milli Janatkové

Program
Módní přehlídka maloobchodu Hany Vozábové, tanečnice Adéla Líbalová a spol., dramatický kroužek z RC Kašpárek, hudební vystoupení Baťa & Kalábůf něžný beat, kapela Kompas, Milli Janatková, Jan Stavinoha a další

Doprovodný program
Ličení a beauty poradenství, pletení copánků, Kašpárčí bublinový koutek, balónkování, výletní vláček, skákací hrad a další

Více informací:
na Facebooku
na webových stránkách

Přijďte si užít barevný charitativní Den, kde nákupem každého výrobku, služby či občerstvení přispějete 20% částkou na Pink Bubble - Nadační fond pro děti a mladé lidi s rakovinou.

HLAVNÍ PARTNER: ZORAVOTNÉ POJIŠTOVNA MINISTERSTVA VNITRA ČR 211 Mělník
S PODPOROU město Mělník
SPONZOŘI: MEGA, KON, delatero TISKARNA
SPOLUPOŘADATEL AKCE: město Mělník, RODINNÉ CENTRUM KAŠPÁREK MĚLNÍK
PARTNEŘI: INSTALÁTERSTVÍ TOPENÁŘSTVÍ, OBCHOD A SLUŽBY, kafe, Vyletní vláček Mělník
MARTIN OVÁK, NIKVTA, lucie krejčí, ZÁBAVA NA MÍRU CZ, mělnické kulturní léto, Vinařství Chorouž, Pizzerie Bardolino, Hospoda Hořín, Alcopávky

Obrázek 43 Návrh plakátu pro 2. ročník eventu Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Barančíková, 2022)

Tištěný program

Viz podkapitola *Program a doprovodný program*. Tištěný program bude vyvěšen dva týdny před akcí na sjednaných místech po Mělníku, především u partnerů a spoluorganizátorů akce. Program bude tvořen ve formátu A3 a A2.

Plakáty a program budou vyvěšeny během samotné akce na náměstí Míru. Bude využito i reklamních stojanů rozmístěných v prostoru náměstí.

Šek

Viz podkapitola *Rozšíření projektu o další spolupráce – partneři a dárci*. Šek bude vytvořený v průběhu prázdnin 2022, ve chvíli finálního seznamu dárců finančních částek

nebo procent z tržby při samotném eventu. Předávat se bude v 18:00 v den konání charitativní akce zástupci Nadačního fondu Pink Bubble.

10.4.7 Polepy na auta

Informační reklama, která má upoutat pozornost a vyvolat zájem o nabízenou službu a aktivitu, to je cílem polepů na auto. Dvacet kusů, které sponzoruje Tiskárna Delatero s.r.o., bude vylepeno na auta, která se budou pohybovat od dubna do září 2022 nejen po Mělníku, ale také po Středočeském, Ústeckém kraji a různých částech Prahy. Tato efektivní reklama pomůže k šíření povědomí o 2. ročníku charitativní akci Mělník pro OnkoBubliny 2022 plošně. Dostane se do koutů, které budou majitelé aut navštěvovat a osloví tak ještě více potenciálních účastníků eventu.

Polepy navíc obohacují **QR kódy** (viz podkapitola *QR kódy*), aby si lidé mohli vyhledat více informací. Konkrétně bude obsahovat QR kód s odkazem na Facebook projektu Mělník pro děti a QR kód s odkazem na webové stránky.



Obrázek 44 Polepy na auto Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Barančíková, 2022)

QR kódy budou nalepeny na polepy (dvojitá samolepka), protože byly vytvořeny až v okamžiku, když již došlo k vytištění polepů.

10.4.8 Obrandované bublifuky jako PR předměty

Během února jsem zajistila sponzorský dar v hodnotě 4 000 Kč u firmy Bubble Factory s.r.o., která se zabývá výrobou roztoků pro obří bubliny, bublifuků, slizů, reklamních bublifuků, show s bublinami atd. Součástí bude i výroba malých bublifuků s logem

nadačního fondu, které se mohou na charitativní akci prodávat. Výtěžek z těchto prodaných obrandovaných bublifuků půjde ve 100 % hodnotě pro NF Pink Bubble.

Na reklamní bublifuky bude nalepeno logo NF Pink Bubble a Mělník pro děti. Jde o spojení těchto log, tak jak je to u celého grafického konceptu pro 2. ročník Mělník pro OnkoBublina 2022.



Obrázek 45 Spojení log NF Pink Bubble a Mělník pro děti (Barančíková, 2022)

Sponzorský dar v hodnotě 4000 Kč se rozpočítá následovně:

- 100 x bublifuk s vlastní etiketou (viz obrázek 45 a 46)
- 3 x Megabublina 5 l
- 1 x velká šňůrka
- 1 x motýlek PRO

Pro úspěšné administrativní dokončení sponzorského daru jsem vyhotovila darovací smlouvu ze strany příjemce sponzorského daru – PŘÍLOHA P XXIII: DAROVACÍ SMLOUVA NA SPONZORSKÝ DAR OD BUBBLE FACTORY S.R.O. Vzhledem k tomu, že veškeré smluvní náležitosti řeší spoluorganizátor charitativní akce – RC Kašpárek Mělník, jsou tyto dokumenty podepisované mezi stranami Bubble Factory s.r.o. – dárce a RC Kašpárek Mělník – obdarovaný.

Prodej obrandovaných bublifuků přinese další finanční prostředky NF Pink Bubble, ale také slouží jako PR předmět Mělníku pro děti.



Obrázek 46 Reklamní bublifuk pro Pink Bubble (Bubble Factory s.r.o., ©2022)

Bublifuky se budou prodávat za cenu 50 Kč, tzn. celkem za 5 000 Kč. Vzhledem k tomu, že se jedná o první a doposud jediný PR předmět charitativního eventů, který bude mít i propagační podporu na Facebooku a Instagramu Mělník pro děti, předpokládám 100% prodej. Logo Bubble Factory s.r.o. bude zařazeno mezi ostatní loga na šeku jako firma, která finančně podporuje NF Pink Bubble.



Obrázek 47 Vzorek obrandovaného bublifuku (Bubble Factory s.r.o., 2022)

10.4.9 Instagram a Facebook projektu

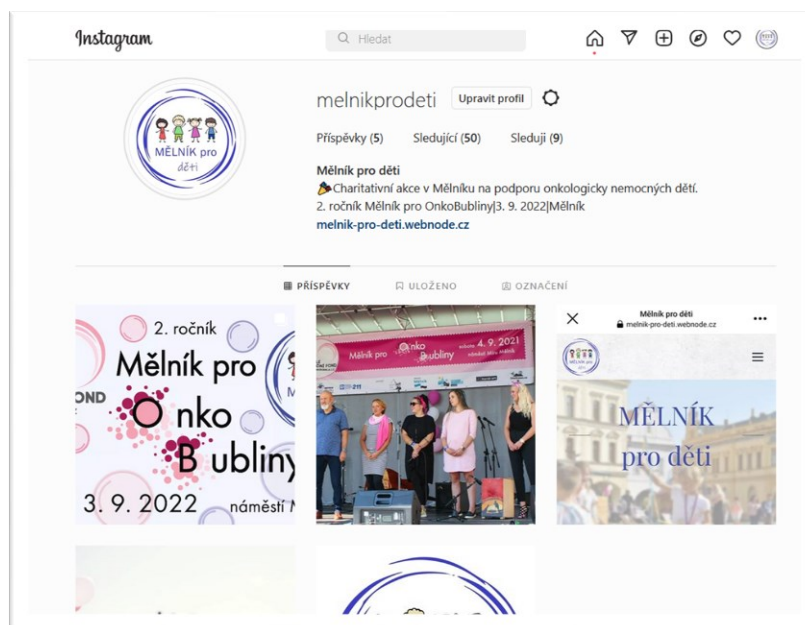
Sdílení příběhů a příspěvků na těchto sociálních sítích je častější, čím více se událost blíží. Pro zjednodušení jsou příspěvky i příběhy jsem na Instagramu nastavila tak, aby se automaticky sdílely na Facebook projektu.

Tím, že se event koná v září, začínám intenzivní tiskovou propagaci v červnu a digitální, tzn. pomocí sociálních sítí v dubnu/květnu. Facebookovou událost jsem založila již na podzim v předstihu jen jako upozornění na chystaný další ročník akce

V plánu je i aktuální zveřejňování příspěvků a příběhů: obrandované bublifuky, polepy na auta, sdílení tiskových materiálů, novinky v hudebním a doprovodném programu, přidávání fotografií, propagace sponzorů, zveřejněné partnerů akce, upozornění na stánky a občerstvení během eventu atd.

Tvorba **Instagramu projektu** je dalším rozšířením marketingové komunikace a PR směrem k účastníkům eventů. Prostřednictvím Instagramu a tzv. stories sdílím informace jako fotky, obrázky, upoutávky na program během charitativní akce, loga partnerů s jejich významem spolupráce a celkové novinky v přípravách na samotnou akci. Tato komunikace přímo oslovuje uživatele Instagramu, filantropicky smýšlející osoby a dává jim možnost posílat dotazy, komentovat příspěvky a být tak celkově blíže celému projektu.

Instagram projektu jsem založila v listopadu 2021. V dubnu 2022 má 50 sledujících, kdy doposud nebyly sdíleny příspěvky pravidelně, a prozatím bez reklamy. Cílem je dosáhnout počtu 300 sledujících do dne konání akce. To lze dosáhnout pravidelně přidávanými příspěvky a příběhy s použitím hashtagů. Dále s přesídleným obsahem příspěvků od partnerů akce, kteří označí jméno @melnikprodeti, a tím se obsah dostane k vyššímu počtu uživatelů Instagramu.



Obrázek 48 Instagram Mělník pro děti (Instagram, ©2022)

Facebook projektu funguje již druhým rokem. V dubnu 2022 Facebookové stránky sleduje 112 lidí, cílem je, aby do konce srpna 2022 stránky sledovalo 400 uživatelů Facebooku. Většina přidávaných příspěvků sdílím do skupiny Mělník – City, která má 25, 3 tisíc členů. Sdílené příspěvky se těší velkému zájmu s reakcemi na sdílené fotky i informace. Tyto příspěvky mají dosah od 59–6 200 oslovených uživatelů Facebooku. Závisí to i na sdílení do dalších stránek a skupin (Mělník – City), kde je možnost zacílení vyšší a osloví se tak více lidí.

Zveřejněno	Příspěvek	Typ	Zacílení	Dosah	Projevený zájem	Propagovat
1.4.2022 12:42	Nové COVER FOTO 2. ročník Mělník pro			651	15 21	Propagovat příspěvek
12.3.2022 19:16	Počtení na sobotní večer - článek o 2. ročník Mělník pro			59	11 12	Propagovat příspěvek
8.2.2022 19:13	Přípravy na 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny 3. 9.			6,2K	222 79	Propagovat příspěvek
13.11.2021 20:42	Mělník pro děti			0	1 6	Propagovat příspěvek

Obrázek 49 Výkon a dosah příspěvků na Facebooku Mělník pro děti (Facebook, ©2022)

Všechny příspěvky, které jsem zveřejnila na Facebook jsou ke shlédnutí PŘÍLOHA P XXIV: OBSAH A DOSAH PŘÍSPĚVKŮ NA FACEBOOKU PROJEKTU MĚLNÍK PRO DĚTI 2022, kde je vidět i zájem o příspěvek, komentáře, oslovení lidé atd.

Facebookovou událost jsem vytvořila v listopadu 2021 pod názvem **2. ročník Mělník pro OnkoBubliny**|3. 9. 2022|Mělník. Cílem je dosáhnout počtu reagujících lidí na událost (ať už „zajímá mě to“ nebo „zúčastním se“) pro 2. ročník minimálně 400.



Obrázek 50 Facebooková událost 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny|3. 9. 2022|Mělník (Facebook, ©2022)

10.4.10 Live streaming, kamerování a fotografování

Při prvním ročníku jsem neměla čas, a ani moji spolupořadatelé, na přidávání příspěvků na sociální síť během eventu. Nabízela se otázka hledání dobrovolníka, který bude **živě vysílat, tzn. live streamovat** pro lidi, kteří se nemohli účastnit. Živé vysílání na několik minut, přidávání příběhů a příspěvků bude realizované dobrovolníkem, který má s živými vstupy a s moderováním zkušenosti. Tak se off-line charitativní event přenesl i do on-line podoby. Po celou dobu konání charitativní akce budou sdílena živá krátká videa, rozhovory, vystoupení, záběry z náměstí a celkové dění na eventu atd. Cílem je upoutání pozornosti kreativním, zajímavým a barevným obsahem sdílení z místa konání.

Dalším PR nástrojem je platforma YouTube. Za tímto účelem jsem oslovila **dva kameramany**, kteří budou natáčet zajímavé momenty z průběhu eventu. Záběry pak sestříhají a pod hlavičkou Mělník pro děti vytvoří nový kanál a přidají zpracovaná, kreativně vytvořená videa. Ty budou sloužit jako promo videa pro šíření projektu na internetu, dále pro získání nových partnerů, účastníků a potenciálních sponzorů.

Vzhledem k velikosti náměstí, množství návštěvníků, stánků a možnosti pozoruhodných snímků jsem na 2. ročník pozvala **fotografy tři**. Jeden z fotografů umí upravit fotografie do umělecké podoby. Přesně tyto fotografie jsou pak použity na prezentaci eventu, tzn. na webové stránky, pro oslovování partnerů a sponzorů, pro sociální síť atd. Tento fotograf

hledá neobvyklé a zajímavé úhly, kde se detaily dají zajímavě vyfotit. Druhý a třetí fotograf je hobby fotograf, který monitoruje celou charitativní akci „ze vzdálenosti“, nejde tolik do detailu.

10.5 Program, doprovodný program a občerstvení

Dílčím cílem projektu diplomové práce je zaujetí věkových skupin v rámci hudebního a doprovodného programu eventů.

Pro lepší cílení skupin jsem věkové kategorie rozdělila na pomyslné **tři části**:

- **Děti a jejich rodiče** – charitativní akce Mělník pro OnkoBublíny je pořádána pro děti Nadačního fondu Pink Bubble, tudíž i program je z části věnovaný jim. Záměrem celého eventů je vybrat finanční prostředky na charitu, což uhradí za děti jejich rodiče. Dětem patří především doprovodný program, v hlavním programu na pódiu je může zaujmout vystoupení dětí z dramatického kroužku.
- **Mladí dospělí bez dětí (18–30 let)** – tato věková kategorie se dá zaujmout v rámci aktuálních trendů, které jsou v dnešní době „in“. Pro ženy to bude vizážistika, beauty, péče o vlasy a celkové pojetí ženství, které je nyní hodně diskutované téma. Dále do trendů dnešní doby spadá móda. Pro mužskou část účastníků eventů je připraven spíše hudební program, který je pro tento rok zaměřený spíše na rock, poprock, blues a beat atd.
- **Dospělí 45+** – nejuniverzálnější věková skupina z pohledu toho, jak je zaujmout. Tito lidé přichází buď v doprovodu své mladší části rodiny, s malými i většími dětmi. Dále je zajímavá móda, mezi modelkami na módní přehlídce budou i starší dámy. Dále je může upoutat téměř celý hudební program. Právě u této věkové skupiny byly nejvíce v oblibě stánky, kde si něco nakoupili, pobavili se nebo se radili.

Program bude začínat ve 14:00 a končit ve 20:00. Hudební i doprovodný program je konstruovaný tak, aby si každý člověk zde našel to své. Cílem není zaujmout účastníky natolik, aby na eventů strávili celý den, ale aby si v programu vybrali, co je zajímavá, a přišli, byť na chvíli, se podívat a případně přispěli na charitu. Důležité je vyvolat v lidech filantropické myšlení, sounáležitost, ale také pozitivní myšlení, radost a celkovou zábavu. Celý event a projekt je založen na pozitivním myšlení.

Celou atmosféru charitativní akce dokreslí přítomnost pacientů Nadačního fondu Pink Bubble, která dodá celému eventů na efektivitě, autentičnosti a opravdovosti.

10.5.1 Program 2022

Vzhledem k době (po/během) Covid-19, kdy se data vystoupení kapel přesunují, jsem s oslovením umělců začala již od října 2021.

Program bude rozdělen na určité bloky, aby se kapely a zpěváci stihli zvukově připravit na vystoupení. Obsahuje především hudební vystoupení, která jsou proložena tanečním vystoupením, performance zájmového kroužku dětí a módní přehlídkou ve dvou blocích. Po zkušenosti z prvního ročníku bude na první vystupující velmi apelováno, aby se dostavili s časovým předstihem na zvukovou zkoušku, aby se plnil časový plán eventu. Na zvukovou zkoušku je potřeba zhruba 30 min., čas se také odvíjí od velikosti kapely a množství hudebních nástrojů. Rozpisy pro zvukovou zkoušku se budou tvořit po tvorbě programu. Požadavky kapel pro ozvučení tzv. technický rider budou kompletované v červenci 2022. Následně budu tyto požadavky předávat zvukaři.

Program předám do tisku měsíc před samotným eventem, tj. v srpnu 2022. Ten následně bude sdílen a vyvěšen na veškerých digitálních platformách spojených s projektem a u partnerů akce.

Tabulka 12 Program Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování)

Program	Časový odhad	Činnost/náplň
Zahájení	15 min.	Starosta města Mělník, Milli Janatková, zástupce Pink Bubble, event manager Adéla Dutková
HUDEBNÍ VYSTOUPENÍ		
Milli Janatková	20 – 25 min.	záštita i zpěv
Baťa & Kalábůf něžný beat	45 min.	kapela
Jan Stavinoha	30–45 min.	zpěv
Kapela Kompas	45 min.	kapela
Saxofonistka	20 min.	Pacientka NF Pink Bubble
(pauza 1x – 2x)	20 – 30 min.	
Předávání šeku	15 – 20 min.	zástupce Pink Bubble, Event manager Adéla Dutková

TANEČNÍ/SPORTOVNÍ VYSTOUPENÍ			
Adéla Jeřábková	10 min.	Taneční crew	
JINÉ/DOPROVODNÝ PROGRAM			
Módní přehlídka Specializovaného maloobchodu – Hana Vozábová	2x20 min. (na začátku, ke konci)	Přehlídka módního oblečení	
Dramatický kroužek RC Kašpárek	30 min.	Vystoupení dětí	

10.5.2 Doprovodný program – stánkaři a komerční prodej

Spolupráci se stánkaři, tj. partnery a spolupořadatelé projektu domlouvám pro zapojení, oživení a doplnění doprovodného programu a současně zaplnění náměstí, tzn. pro design, zábavu a zpestření. Tito partneři nejsou nijak honorováni, neproplácí se jim cestovné náklady, ani honoráře. Za své služby požadují částky, které uznají za vhodné. S komerčními prodejci mám dohodu, že 20 % ze své tržby věnují pro NF Pink Bubble. Komerční prodejci za své zábery veřejného prostranství (stánky) platí. Cena pro rok 2022 je stejná jako v předchozím roce, činí 10 Kč/m²/den. Zábery řeší referentka MÚ Mělník v týdnu konání eventu.

Tabulka 13 Doprovodný program Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování)

Doprovodný program	Činnost	Komerční prodej
RC Kašpárek Mělník	Výtvarný a bublinový koutek, malování na obličej	NE
NF Pink Bubble	Merch, zástupci a pacienti NF Pink Bubble	NE
ZP ministerstva vnitra ČR	Poradenství zdravotní pojišťovny s doprovodným programem pro děti (malování na obličej, hry a soutěže)	NE
Nikyta original s.r.o.	Vizážistika a beauty poradenství	ANO
ACopánky	Pletení copánků, prodej lapačů snů	ANO
Evi H Art	Prodej andělských obrazů	ANO
FaceBag	Premiové kožené kabelky a doplňky	ANO

Lucie Krejčí – zábava na míru	Balónkářka, zábava pro děti	ANO
Výletní vláček Mělník	Výletní vláček	ANO
Kolotoč	Malý kolotoč pro děti	ANO
Skákací hrad	Skákací hrad pro děti	NE
Charitativní stánek	100% částka pro NF Pink Bubble	NE

10.5.3 Charitativní stánek

V průběhu příprav charitativní akce 2. ročníku Mělník pro OnkoBublíny se schází dotazy od partnerů akce, kteří by rádi event podpořili **výrobky na prodej do komise**. V minulém roce byly výrobky, kterých nebylo mnoho, přidány k sortimentu stánku NF Pink Bubble. Výnos z prodeje šel tedy přímo do kasičky neziskovky, pro kterou byla akce pořádána. Tento rok se ale již během příprav přihlásilo několik zájemců s komisním prodejem. Nápad charitativního stánku, který bude pod hlavičkou spolupořadatele akce RC Kašpárek Mělník, z. s., neboť Mělník pro děti je zatím název projektu, nemá právní formu, se přímo nabízel.

Výtěžek z prodeje předmětů bude celý věnován pro NF Pink Bubble. Mezi prodejní sortiment v tomto stánku budou patřit například obrandované bublifuky (viz *Obrandované bublifuky jako PR předměty*) od sponzora akce Bubble Factory s.r.o. Dále kožené výrobky ze zbytkové kůže či odřezků od české rodinné firmy Facebag, která se zabývá výrobou prémiových kožených kabelek a doplňků. Ve stánku bude i esteticky nainstalovaná výstava obrazů na prodej malovaných redaktorkou mediálního partnera Kanál eM. Přidávají se i home made produkty jako jsou pečené čaje, pletené ponožky apod.

Plánují i komunikaci v jednom ze článků či rozhovorů od mediálního partnera Kanálu eM o možnosti přispět výrobky na prodej do komise do charitativního stánku.

10.5.4 Občerstvení

Občerstvení je velmi žádanou záležitostí, která patří k naprostým nezbytnostem během každého eventů.

Skladba občerstvení musí být taková, aby nabízela dostatečný výběr a zároveň aby byl stánkařů s občerstvením dostatek, ani moc a ani málo. Pro 2. ročník eventů 2022 je sestavena

skladba občerstvení tak, aby byl u každého stánku odlišný sortiment. Z pití nechybí víno, pivo, káva, a z jídla pizza, rychlé občerstvení, teplá kuchyně i hotovky. Strategické umístění eventu na náměstí nabízí i využití přilehlých restaurací, které však nijak akci nepodporují ani se na ní nepodílejí.

Pro 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny 2022 je osloveno 6 partnerů:

- 2 stabilní stánky s občerstvením na náměstí Míru Mělník
- Vinařství Pavel Chrouš*
- Kafe Mělník*
- Pojízdna pizzerie Bardolino*
- Václav Vondráček – Hospoda Hořín (celkem 2 stánky)*

*20 % z tržby z prodeje výrobků či služeb na charitativní akci Mělník pro OnkoBubliny 3. 9. 2022 jde na Nadační fond Pink Bubble (viz *Rozšíření projektu o další spolupráce – partneři a dárci*)

10.6 Vizualizace náměstí 2022

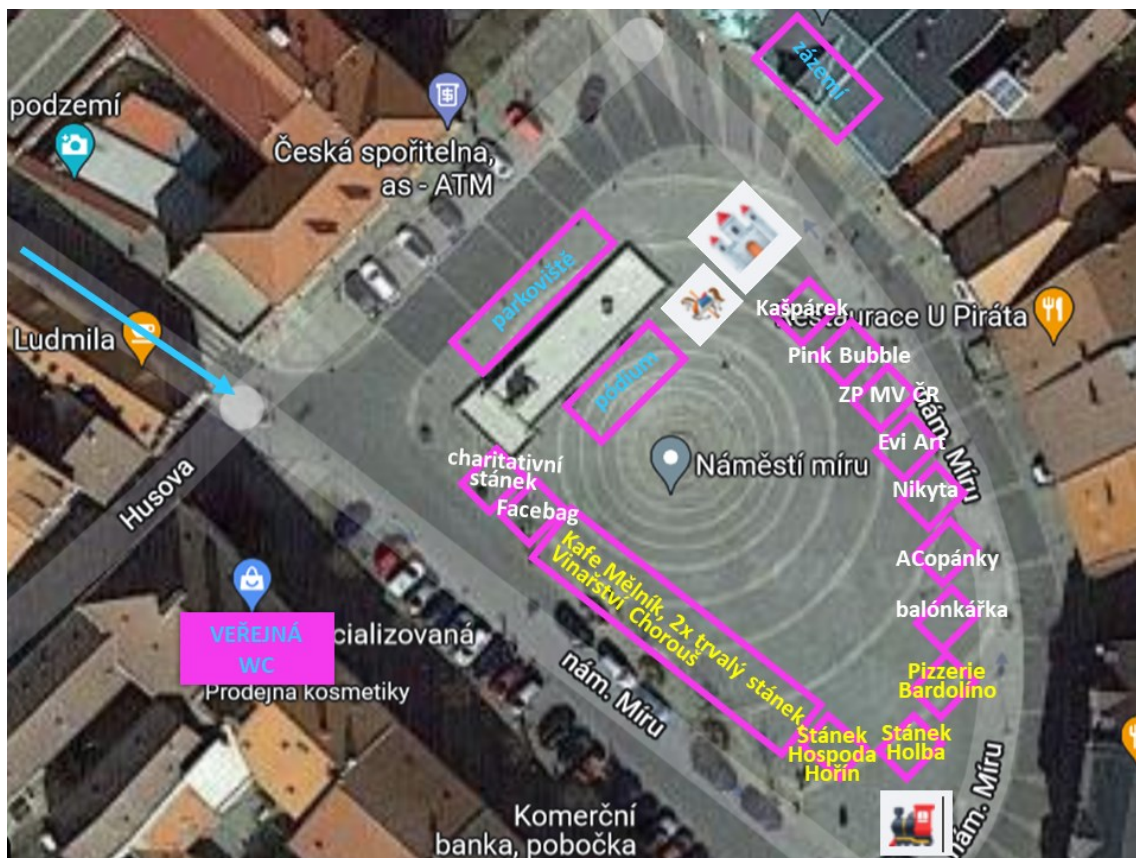
Pro přesnější náhled toho, jak by to v místě konání 2. ročníku benefičního eventu mělo vypadat jsem vytvořila layout náměstí, tzn. rozmístění stánků a doprovodného programu. Pro designérky dobrovolnice, které mají výzdobu v den konání na starosti, je stěžejní rozvržení výzdoby.

10.6.1 Layout náměstí 2022

Layout vytvořený pro lepší orientaci všech partnerů charitativního eventu – stánkařů s doprovodným programem, atrakce a občerstvení. Je příkládán v e-mailové komunikaci.

Dále bude i do jisté podoby upraven pro účastníky eventu a přidán na sociální sítě, aby se lidé na náměstí orientovali a samozřejmě pro zvýšení zájmu o event. Pro rodiče s dětmi jsou do vizualizace přidány i emotikony, které představují větší atrakce pro děti, tj. kolotoč, výletní vláček a skákací hrad.

Layout obsahuje zázemí pro vystupující, které se nachází v radnici kde bude i catering s hosteskou. Veřejné toalety města Mělník jsou v Pasáži, což si lidé mohou běžně najít i v Google Mapách.



Obrázek 51 Layout náměstí eventu Mělník pro OnkoBublíny 2022 (Vlastní zpracování, použitý obrázek: Google Mapy, ©2022, pomocí: MS Power Point)

10.6.2 Výzdoba

Jelikož se tento rok nese v **barvách modré** (Mělník pro děti) a **růžové** (NF Pink Bubble), bude celá výzdoba laděná do těchto barev. V názvu benefičního eventů jsou „bublíny“ a jako minulý rok proto nebudou chybět ani **bublíny, bublifuky, balónky** atd.

Pódium jako hlavní bod celého náměstí a celého eventů, bude vyzdobeno nejen balónky v různých odstínech růžové a modré barvy, ale také květináči s květinami zásluhou nového partnera Zahradnictví Petro. Zahradnictví zdarma zapůjčí květiny v květináčích pro výzdobu pódia a okolí pódia. Dále náměstí bude zdobit girlanda z balónků pěti barev – bílá, světle modrá, královská modrá, světle růžová a fuchsiová.



Obrázek 52 Výzdoba pódia 2022 (Vlastní zpracování, pomoci: MS Power Point)

Zmíněné balónky budou opět esteticky rozvěšeny na pódium, kolem pódia a na jednotlivé stánky všude po náměstí. Po obou stranách pódia budou balónky upevněné do dvou vektorů, jeden modrý a jeden růžový – barvy pro 2. ročník 2022, zatížené narůžovělými kameny (viz obrázek č. 52). Balónkovou výzdobu plánuji nově po obou stranách náměstí, tzn. pro lepší design i na straně občerstvení. Balónků budu objednávat vyšší počet než na první ročník, tj. 500 ks s tím, že pravděpodobně nebudou použity všechny (balení po 100 ks je výhodnější). Ty se budou objednávat v červenci. Balónky se nakombinují s květinovou výzdobou v květináčích.

Tabulka 14 Plán výzdoby pro 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování)

Výzdoba	Množství
Balónky	5 barvy po 50 ks
Balónková girlanda	1x (cca 70 balónků)
Komponenty pro balónkovou girlandy	Páska, konstrukce atd.
Kameny jako těžítka na balonky	2 ks
Helium	Na 300 balónků (cca 6 bomb)

Stužky	3 barvy
Bublifuky	15 1 bublifuku
Šňůrky na bublifuky	5 šňůrek
Lavóry	2-3 ks
Květiny v květináčích	6 ks

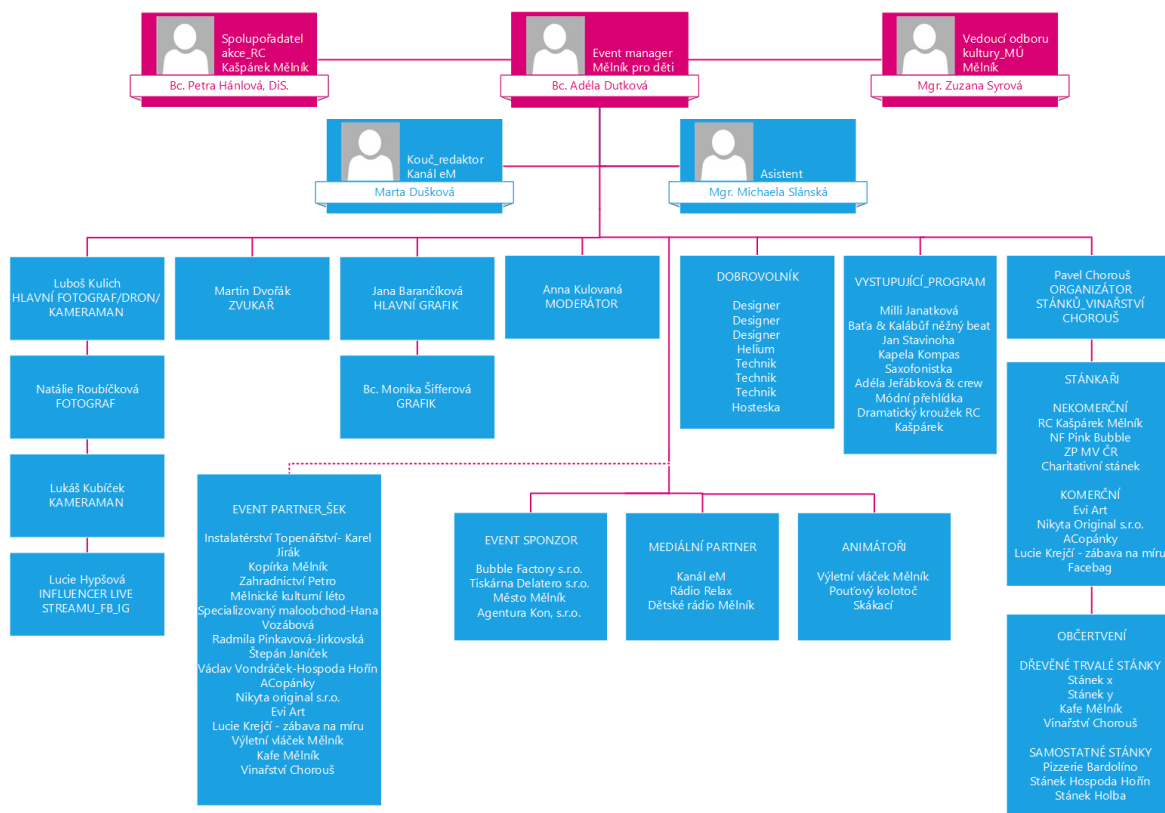
10.7 Lidské kapacity a organizační struktura

Na charitativním eventu 2. ročník pro OnkoBubliny spolupracují:

- **Zvukař**
- **Fotografka** – Natálie Roubíčková
- **Dron/fotograf** – Luboš Kulich
- **Kameraman**
- **Live stream/influencer** (FB a IG)
- **Grafika** – Monika Šifferová, Jana Barančíková
- **Moderátorka** – Anna Kulovaná
- **Mediální partner** – Kanál eM, Rádio Relax, DRM – Dětské rádio Mělník.
- **Organizační tým** (2 osoby)
- **Dobrovolníci** (8 osob) – hosteska, designéři, helium, technici
- **Člověk bez funkce k ruce**

Pozice, které jsou pro 2. ročník nové jsem popsala v jednotlivých podkapitolách projektu diplomové práce.

V letošním ročníku organizuji dohromady okolo 110 lidí, z čehož přibližně 50 lidí jsou vystupující v hlavním programu na pódiu.



Obrázek 53 Organizační struktura charitativního eventu Mělník pro OnkoBublíny 2022 (Vlastní zpracování, pomoci: MS Visio)

10.8 Mokrý varianta při nepřízni počasí

Vzhledem k tomu, že se jedná o outdoor event, který se pořádá na hlavním náměstí v Mělníku, ve velikosti záboru veřejného prostranství okolo 2 750 m², je opravdu náročné transformovat na indoor event.

Hudební, taneční a další z hlavních programů se odehrávají na pódiu, které je z části kryté a chrání vystupující před nepřízni počasí. Doprovodný program a obcerstvení jsou umístěny ve stáncích, které jsou také z větší části chráněné. Tam, kde by mohl nastat problém ze strany organizace a náplně doprovodného programu eventů, jsou dětské atrakce. Ty nelze přesunout do vnitřních prostorů. Odehrávají přímo pod širým nebem – kolotoč pro děti a skákací hrad.

Možnosti, které se nabízejí, jsou **náhrada** těch programových aktivit, které nejdou přesunout dovnitř, což může být ale problém z hlediska kolize časových možností potenciálních partnerů programu. Přesné počasí se nikdy nedá odhadnout příliš dopředu, tři denní předpověď umí meteorologové předpovědět na 91, 8 % (ČHMÚ), což není zcela

výhodné pro pořadatele eventů. Zvláště, pokud se je ve hře studená fronta. První víkend v září bývá ale zpravidla ještě slunečný a teplý.

Variety pronájmu plachet nebo zastřešení, jsou nesmyslné, jelikož náklady za tyto služby jsou vyšší než náklady celého eventů 2. ročníku Mělník pro OnkoBublíny. Obvykle se pronájmy zastřešení pohybují od desítek až po stovky tisíc korun. Navíc by byl nejspíše problém s upevněním konstrukcí pro natažení plachet. Na náměstí Míru Mělník, pod kterým leží nejširší studna v Česku v historické části města pocházejícího ze 13. století, kde jsou přísná pravidla záboru veřejného prostranství a ukotvení zastřešení do dlažby pokrývající celé náměstí není proveditelné.

Prostor pro změnu akce outdoor na alespoň z části indoor event by byl přesun stánků a celkového dění eventů do podloubí na náměstí Míru, které je využíváno i při jiných akcích města, jako jsou jarmarky či trhy. Přičemž by pódium a hlavní program zůstal tam, kde je plánovaný. V tomto případě by se dal použít party stan, který by případně město mohlo zapůjčit.

Dle uvážení rozpočtu, místa a celkově připraveného eventů by byla nejlepší varianta, v případě nepřízně počasí, které se dá s již zmiňovanou třídní předpovědí počasí předurčit, **nákup deštníků a pláštěnek na místě konání akce**. A protože se jedná o benefiční akci, byl by tento prodej možný v charitativním stánku (viz *Charitativní stánek*), kdy nákupem deštníku nebo pláštěnky by 100% částka těchto prodaných věcí šla na Pink Bubble. Samotný nákup pláštěnek a deštníků by byl zajištěn max. 3 dny před samotnou akcí (den konání je sobota), objednání by proto muselo být ve čtvrtek. V případě expedice do druhého dne, kdy některé e-shopy tuto možnost za příplatek nabízejí, by byl jedním z řešení. Objednáno by muselo být omezené množství pro případ příznivého počasí. Druhou možností je partnerství či odkup pláštěnek či deštníků od firmy, která má přesně tyto věci nakoupené jako PR předměty. Pak by se stala firma partnerem akce a její logo by se objevilo i na šeku, který se bude předávat na pódiu

10.9 Vize projektu do budoucna

Projekt je tvořen tak, aby byl životaschopný bez ohledu na organizátora. Hlavní myšlenkou je organizace charitativního eventů každý rok první sobotu v září pro jinou neziskovou organizaci zaměřenou především na dětské onkologické pacienty.

Během dvouletého života projektu Mělník pro děti (Mělník pro OnkoBublíny) se objevilo několik nových nápadů k oživení akce, se kterými přicházejí lidé nebo samotná zakladatelka projektu. Mezi činnostmi, o kterých by se dalo do budoucna uvažovat, jako o součásti eventu je například:

- Charitativní běh
- Tombola
- Obrandované benefiční placky
- Charitativní bazárek
- Charitativní sbírka

Další vizí do budoucna je můj plnohodnotný **grafický kurz**. Tato moje nová odbornost by přinesla úsporu nákladů, úsporu času v souvislosti s vysvětlováním požadavků a grafické vize. Dalším plánem v souvislosti s rozšiřováním obzorů, vzděláváním, získávání trendů a kontaktů v oblasti pořádání eventů **absolvování workshopů, školení, seminářů, webinářů, poslouchání podcastů atd.**

11 ČASOVÁ ANALÝZA

Projekt charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2022 si kladl za cíl připravit projekt druhého ročníku eventu zaměřeného na onkologicky nemocné děti. Pro správnou, a hlavně včasnou přípravu, která je realizována v průběhu celého roku, kdy dílčí činnosti jsou uskutečněny v jiném časovém období a trvají rozdílnou dobu. Připravila jsem časovou analýzu s vyhodnocením kritické cesty. Tato metoda dokáže prostřednictvím na sobě závislých aktivit určit nejkratší možné trvání projektu tak, aby nevznikaly časové prodlevy. Pro zjištění výsledků využiji program QM for Windows.

Tabulka 15 Přehled nezbytných činností během eventů (Vlastní zpracování)

Činnost	Popis činnosti	Doba trvání (dny)	Předchozí činnost
A	Rezervace termínu pro zábor veřejného prostranství na MÚ	1	-
B	Stanovení rozpočtu eventů	1	-
C	Vymezení cílů a cílové skupiny	3	-
D	Tvorba konceptu celého projektu, tvorba loga, maskota a vizitky	50	B, C
E	Osobní schůzky se spolupořadatelem eventů a s městem Mělník pro záštitu a podporu	10	A, C
F	Harmonogram aktivit eventů	5	B, C
G	Informační e-mailing a telefonování během příprav eventů	200	C, F
H	Tvorba mokré varianty při nepříznivém počasí	2	-
I	Vize projektu do budoucna	2	D
J	Finální přípravy na event, pokyny, catering atd.	5	F, G
K	Organizace samotného eventů	2	A, B, C, F, G, H, I, J
L	Kalkulace a vyúčtování	1	K

Časově nejnáročnější aktivitou příprav eventu (viz *Tabulka 15*) je informační e-mailing a telefonování během příprav eventu, tvorba konceptu celého projektu vyjde na přibližně na 30 dní a následují osobní schůzky, které někdy stojí více času pro doladění detailů.

Tabulka 16 Marketingová komunikace a PR (Vlastní zpracování)

Činnost	Popis činnosti	Doba trvání (dny)	Předchozí činnost
M	Tvorba facebookové události	2	D
N	Vytvoření webu projektu	35	D
O	Vytvoření Instagramu projektu	5	D
P	Registrace webu do Google My Business	1	N
Q	Oslovování sponzorů a partnerů eventu	50	F
R	Nabídka zprostředkování finančního daru pro NF Pink Bubble firmám (šek za projekt)	8	-
S	Mediální partneři a harmonogram mediální propagace	22	-
T	Obchodní jednání se sponzory	12	Q
U	QR kódy	1	D
V	Polepy na auta	20	D
W	Obrandované bublifuky	20	D
X	Komunikace s grafičkou pro tvorbu grafiky	40	N, Q, R, S
Y	Nahrávání spotů v rádiích, poskytování rozhovorů	7	S
Z	Průběžné sdílení příspěvků/příběhů na IG a FB	18	M, O
AA	Distribuce tištěných materiálů partnerům, výlep v městě Mělník	3	S, X
AB	Zveřejnění finančního výtěžku z eventu na sociálních sítích, v novinách a poděkování	1	M, N, O, R

U marketingové komunikace (viz *Tabulka 16*) nejdéle trvá oslovování partnerů a sponzorů, kde je zahrnuta i lhůta pro domluvu detailů. Další významnou a časově nákladnou činností je komunikace s grafičkou, která je mou pravou rukou.

Tabulka 17 Sestavení programu, doprovodný programu a občerstvení (Vlastní zpracování)

Činnost	Popis činnosti	Doba trvání (dny)	Předchozí činnost
AC	Rezervace kapel a vystupujících	22	B, C, D, F
AD	Oslovování a komunikace s partnery pro doprovodný program	40	B, C, D, F
AE	Osobní schůzky pro domluvu programu	4	AC, AD
AF	Koncept charitativního stánku	5	D
AG	Domluva občerstvení	3	D, G
AH	Požadavků na ozvučení vystupujících – zvukař	3	AC

Sestavení programu, ať už hudebního či doprovodného je velmi časově náročný (viz *Tabulka 17*). Domluva je plynulá poté, co se najde vystupující. Časově náročné je hledání kandidátů, což probíhá především ¾ roku před konáním samotného eventů.

Tabulka 18 Sestavení organizační struktury (Vlastní zpracování)

Činnost	Popis činnosti	Doba trvání (dny)	Předchozí činnost
AI	Kontaktování lidských kapacit a dobrovolníků pro obsazení pozic	10	C, D, F
AJ	Obsazení nových pozic (live streaming, kamera atd.)	19	C, D, F
AK	Průběžná komunikace	15	AG, AH, AI

Sestavení organizační struktury (viz *Tabulka 18*) je méně časově náročné než u prvního ročníku eventů. Ale i v takovém případě je rozšíření týmu o nové pozice a hledání potenciálních dobrovolníků časově náročné. Tento proces usnadňují přátelé, partneři a ostatní dobrovolníci, kteří doporučují své známé na tyto pozice.

Tabulka 19 Sestavení výzdoby a tvorba layoutu místa konání (Vlastní zpracování)

Činnost	Popis činnosti	Doba trvání (dny)	Předchozí činnost
AL	Domluva sponzorů pro výzdobu	15	B, C, D
AM	Návrh výzdoby	9	AL
AN	Výběr a objednání výzdoby	8	B, C, AM
AO	Vizualizace náměstí	8	C, D

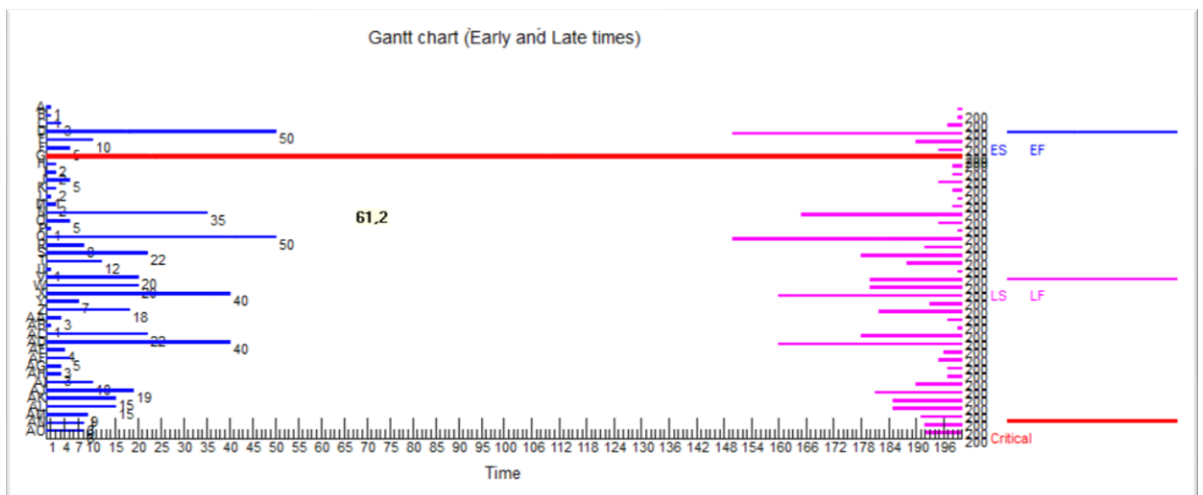
Sestavení výzdoby, hledání sponzorů výzdoby (viz *Tabulka 19*) až po její samotné objednání patří k nejméně náročným aktivitám, co se týče příprav. I tak je ale jejich nevyhnutelnou součástí, která stojí čas. Vizualizace náměstí se doplňuje postupně s přibývajícemi stánky, občerstvení a doprovodnými aktivitami.

Pomocí programu QM for Windows byla vypočítána nejkratší možná doba trvání projektu, a to 200 dní.

Podoba kritické cesty: A → B → C

Activity	Activity time	Early Start	Early Finish	Late Start	Late Finish	Slack
Project	200					
A	1	0	1	199	200	199
B	1	0	1	199	200	199
C	3	0	3	197	200	197
D	50	0	50	150	200	150
E	10	0	10	190	200	190
F	5	0	5	195	200	195
G	200	0	200	0	200	0
H	2	0	2	198	200	198
I	2	0	2	198	200	198
J	5	0	5	195	200	195
K	2	0	2	198	200	198
L	1	0	1	199	200	199
M	2	0	2	198	200	198
N	35	0	35	165	200	165
O	5	0	5	195	200	195
P	1	0	1	199	200	199
Q	50	0	50	150	200	150
R	8	0	8	192	200	192
S	22	0	22	178	200	178
T	12	0	12	188	200	188
U	1	0	1	199	200	199
V	20	0	20	180	200	180
W	20	0	20	180	200	180
X	40	0	40	160	200	160
Y	7	0	7	193	200	193
Z	18	0	18	182	200	182
AA	3	0	3	197	200	197
AB	1	0	1	199	200	199
AC	22	0	22	178	200	178
AD	40	0	40	160	200	160
AE	4	0	4	196	200	196
AF	5	0	5	195	200	195
AG	3	0	3	197	200	197
AH	3	0	3	197	200	197
AI	10	0	10	190	200	190
AJ	19	0	19	181	200	181
AK	15	0	15	185	200	185
AL	15	0	15	185	200	185
AM	9	0	9	191	200	191
AN	8	0	8	192	200	192
AO	8	0	8	192	200	192

Obrázek 54 Řešení časové analýzy (QM for Windows, 2022)



Obrázek 55 Nejkratší a nejdelší možná doba jednotlivých aktivit pro přípravu eventu Mělník pro OnkoBublina 2022 (QM for Windows, 2022)

12 NÁKLADOVÁ ANALÝZA

Položky zahrnuté do nákladové analýzy jsou odhadem, jak by mohla kalkulace za 2. ročník eventu vypadat. **Budget (20 000 Kč za placenou reklamu)** na úhradu provozních nákladů charitativního eventu vznikl díky hlavnímu partnerovi celého projektu Zdravotní pojišťovně ministerstva vnitra ČR.

Tabulka 20 Odhadovaná kalkulace charitativního eventu 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování)

Výnosy		Náklady	
Placená reklama	20 000 Kč	Grafika	4 000 Kč
		Balónky (5 barev po 100 ks)	800 Kč
		Helium (na 300 balónků = 2520 l objemu helia)	6 000 Kč
		Sada pro balónkovou girlandu	500 Kč
		Tiskárna (provozní náklady)	500 Kč
		Catering	4 500 Kč
		Nápoje	1 000 Kč
		Barvy na obličej, štětce	800 Kč
		Tisk veškerých tiskovin*	0 Kč
		Elektrina na náměstí Míru Mělník*	0 Kč
		Postavení pódia od Technických služeb Mělník*	0 Kč
		Celkem	18 100 Kč

* Díky podpoře města Mělníka jako součást kulturního dění v městě Mělníku, jsou tyto položky hrazené městem.

Celkové náklady projektu vycházejí na **18 100 Kč**. Při odhadu jsou použity horní hranice cen za služby a produkty. Celková kalkulace se odvíjí především od budgetu. Rozpočet není velký, proto na co nejsou finance, to zkouším domlouvat prostřednictvím sponzorských darů. Bez finanční podpory města Mělník, bez spoluorganizátora a jejich personální podpory RC Kašpárek Mělník by se projekt nemohl uskutečnit. Celý projekt je výsledkem špičkové spolupráce.

Personální náklady nevznikají žádné, protože se všichni účinkující, pořadající i dobrovolníci se zříkají svého honoráře ve prospěch Nadačního fondu Pink Bubble.

Při uvážení, že počet partnerů a lidí spolupracujících na projektu se zvýšil, přímou úměrou se zvyšují i náklady. Nejvyšší položkou v nákladech je výzdoba, dekorace a celkový design místa konání, tj. náměstí Míru v Mělníku. Vzhledem ke svému rozložení a celkové architektuře dává jedinečnou možnost vyzdobit místo podle potřeby. Výzdoba dotváří celkový dojem z eventu pro účastníky. Druhou nejvyšší položkou je catering, který je pro účinkující, partnery a sponzory charitativní akce v zázemí. Je to malá služba, která je všem dobrovolníkům nabídnuta. Třetí místo v nejvyšších nákladech patří grafice, která je naprostou nezbytností, bez ní by charitativní akce nemohla existovat. Díky ní se návštěvníci dozvídají o eventu, oslovují se partneři a sponzoři a patří k celkovým promo a PR předmetům.

Velkým usnadněním je úhrada nákladů spojených s elektřinou, náklady na tiskové materiály, částečnou propagaci a zajištění pódia ze strany města Mělníka, které celý projekt a event tímto podporuje jako součást kulturního dění ve městě Mělník. Kdyby město nepodporovalo event tiskovými materiály a propagací, byly by tyto náklady bezpochyby ty nejvyšší.

13 RIZIKOVÁ ANALÝZA

Cílem analýzy je identifikace rizik spojených s projektem. Rizika projektu obsahují i některé hrozby popsané na základě SWOT analýz. Tato rizika nelze přímo odstranit, protože jejich eliminace nezáleží na projektu samotném, dějí se ve vnějším okolí. Dále jsou doplněny další možná rizika. Je nutné s nimi počítat, zhodnotit jejich možný dopad a snažit se jim předejít, popřípadě je eliminovat na minimum.

Rizika a hrozby, která mohou ohrozit projekt eventů, jsou definována následovně:

- Možná přesycenost trhu charitami a charitativními eventy
- Úpadek zájmu o charitativní eventy vlivem médií
- Omezení maximálního počtu účastníků akcí kvůli COVID-19
- Ekonomická recese
- Nevhodné meteorologické podmínky
- Malá návštěvnost eventů
- Paralelní akce ve stejný den a čas
- Konkurenční charitativní akce s podobným zaměřením v Mělníku
- Překročení rozpočtu eventů
- Podcenění organizace eventů
- Zabezpečení bezpečnost v průběhu eventů

V *Tabulce 21* jsou jednotlivá rizika rozdělena na základě pravděpodobnosti vzniku a stupně rizika. Stupně rizika značí, jak vysoký dopad mají na projekt eventů. Každé z těchto kritérií je dále rozděleno podle vah.

Míru rizika určují váhy, které mají hodnoty:

- Nízké riziko: 0,00-0,30
- Střední riziko: 0,31-0,50
- Vysoké riziko: 0,51 a více

Tabulka 21 Riziková analýza (Vlastní zpracování)

Riziko	Pravděpodobnost vzniku			Stupeň rizika			Sou- čin
	<i>Nízká</i>	<i>Střední</i>	<i>Vysoká</i>	<i>Nízký</i>	<i>Střední</i>	<i>Vysoký</i>	
	0,3	0,5	0,9	0,3	0,5	0,9	
Přesycenost trhu charitami a charit. eventy			X			X	0,81
Úpadek zájmu o charit. eventy vlivem médií			X			X	0,81
Omezení počtu účastníků eventů kvůli COVID-19	X			X			0,09
Ekonomická recese			X		X		0,45
Nevhodné počasí		X			X		0,25
Nízká návštěvnost		X				X	0,45
Paralelní akce ve stejný den a čas		X			X		0,25
Konkurenční eventy s podobným zaměřením v Mělníku		X		X			0,15
Překročení rozpočtu eventu	X			X			0,09
Podcenění organizace eventu	X			X			0,09
Zabezpečení bezpečnosti na eventu		X			X		0,25

Nízké riziko

Nízká rizika mají tu výhodu, že pravděpodobně ani nevzniknou, ale i tak je dobré být obezřetný. **Analýza rizik ukázala, že mezi nízká rizika patří většina z definovaných rizik:** omezení maximálního počtu účastníků eventů v rámci COVID-19, nevhodné počasí, paralelní eventy ve stejný den a čas, vznik konkurenčních eventů s podobným zaměřením v Mělníku, překročení rozpočtu eventu a zabezpečení bezpečnosti na eventu.

Eliminace rizika v rámci nevhodných meteorologických podmínek je nakoupení pláštěnek a deštníků, které by se během eventu prodávaly v Charitativním stánku, kdy výtěžek půjde na NF Pink Bubble (viz *Mokrý varianta při nepřízni počasí*). Překročení rozpočtu eventu má mizivou pravděpodobnost vzniku, neboť se předem ví, jaký je rozpočet eventu, proto na

co nejsou finance se řeší pomocí partnerů nebo sponzorů. Zabezpečení bezpečnosti v průběhu samotného eventů je důležitým bodem plánování, eventů se účastní hodně dětí, proto bezpečnost je velmi důležitá. Eliminace rizika probíhá ve spolupráci s městskou policií, pomocí zábradlí, ohraničení, dozoru pořadatelů a celkovému technickému zabezpečení místa konání.

Riziko omezení maximálního počtu účastníků eventů v rámci pandemie COVID-19 lze vyřešit live streamem, který přenáší program off-line eventů do on-line podoby. Paralelní eventy se dají zjistit na webu města Mělník a může se zahájit zvýšená reklama eventů, zmiňování charitativních záměrů eventů atd.

Střední riziko

Střední riziko bylo na základě analýzy zjištěno u ekonomické recese a nízké návštěvnosti. Ekonomickou recesi a otázku financí lze eliminovat upozorněním na skutečnost, že nákup výrobků a služeb na eventů přispívají 20 % na NF Pink Bubble. Navíc stánky a doprovodný program jsou tvořeny českými značkami a výrobky home made. Navíc otázku zaměstnanosti, inflace, ceny energií, pohonných hmot atd. ovlivnila pandemie COVID-19 a nynější válka na Ukrajině. Jak předejít nízké návštěvnosti se řeší pomocí marketingové komunikace a PR, která je pro tento rok rozšířená o reklamu (polepy na autech, obrandované bublifuky, tiskové materiály atd.), v rámci Facebooku, Instagramu a webu projektu a díky mediálními partnerům (rádia, internetový magazín a periodiku Mělnické radnice).

Vysoké riziko

Vysoká rizika představují pro pořádání charitativních eventů ohrožení. Na základě analýzy se vyhodnotily rizika: přesycenost trhu charitami a charitativními eventy a úpadek zájmu o benefiční eventy vlivem médií. Obě tyto rizika jsou způsobeny médií, trendem novodobých společností a množstvím neziskových organizací zabývajících se charitou. Koncept projektu Mělník pro děti je tvořen tak, aby byl nízkonákladový, založený na dobrovolnictví a filantropickém myšlení. To vše může pomoci v náhledu na tento projekt a eventy v nynějším trendu, kdy mnoho firem podporuje nebo sama vytvořila charitu, které pomáhá.

ZÁVĚR

Cílem projektu diplomové práce bylo vytvoření charitativního eventů Mělník pro OnkoBublíny 2022, které je druhým ročníkem stejnojmenného eventů. Cílem byla souvislá příprava jako podklad pro uskutečnění eventů v září 2022.

Práce je rozdělena na tři části, které na sebe logicky a tematicky navazují. Prvním celkem je teoretická část, která se věnuje neziskovým organizacím zaměřených na dětskou onkologii. Bylo rozebráno rozdělení neziskových organizací, strategie získávání financí zahrnující fundraising, crowdfunding, veřejné sbírky aj. Marketing neziskových organizací a branding byly pokračováním této kapitoly. Je zde uveden i rozdíl mezi nadací a nadačním fondem. Teoretická část se zabývala i event marketingem orientovaným na charitativní eventů a teorii o outdoor eventech. Zde jsou popsány techniky a trendy v event marketingu, participace sociálních sítí a charitativní akce, dále specifika outdoor eventů. Součástí teoretické části byl i popis jednotlivých analytických metod použitých v diplomové práci.

Analytická část se nejprve věnovala Nadačnímu fondu Pink Bubble, kde nadační fond představila po všech stránkách, tj od historie, přes hlavní činnost, vizi do budoucna, zaměstnance, strategii získávání financí, pořádání eventů a hospodaření nadačního fondu. Součástí této části diplomové práce je i analýza neziskových organizací zaměřených na dětskou onkologii, která zmiňuje 8 neziskových organizací. Jedná se o HAIMA CZ, z.s. - Klinika dětské hematologie a onkologie FN Motol, Šance Olomouc o.p.s., Nadační fond Krtek, Nadační fond Kapka naděje, Sluneční paprsek, z.s., NA KOLE DĚTEM – nadační fond Jozefa Zimovčáka, Nadační fond Šance onkoláčkům a Nové háro. Tyto neziskové organizace zabývající se dětskou onkologií byly seřazeny sestupně podle roku jejich založení.

Předposlední kapitola analytické části byla věnovaná situačním analýzám. První metodou byla PESTLE analýza zabývající se makroprostředím, kde byly popsány faktory ovlivňující nadační fond a jejich eventů. Následoval Porterův model pěti konkurenčních sil, analýza mezoprostředí NF Pink Bubble. Situační analýzu zakončila SWOT analýza eventů a nadačního fondu. Z té vyplynulo, že i přes zjištěné hrozby a slabé stránky, je event svou unikátností, konceptem celého projektu, jedinečností a originalitou eventem, který má potenciál do budoucna růst a přilákat každý rok více a více účastníků. Analytickou část zakončoval podrobný rozbor prvního ročníku charitativní akce. Byly popsány veškeré skutečnosti doplněné o odkazy na přílohy dokreslující průběh prvního ročníku.

Koncept projektu byly zpracovány podklady eventu 2. ročníku Mělník pro OnkoBublíny 2022, jehož realizace je plánovaná na 3. 9. 2022 na náměstí Míru Mělník od 14:00 do 20:00. V projektu byl zpracován koncept projektu jako takový. K eventu Mělník pro OnkoBublíny se vytvořil celý projekt s názve Mělník pro děti. Celý projekt je zaměřený na pořádání charitativních eventů pro vybranou neziskovou organizaci zaměřenou na onkologicky nemocné děti. Projekt je vytvořen, aby se každý rok mohla nezisková organizace měnit. Mottem Mělníku pro děti je „*Charitativní akce s koncerty a doprovodných programem nejen pro děti v Mělníku na podporu onkologicky nemocných dětí*“. V projektu diplomové práce je určena cílová skupina a cíl eventu. Bylo vytvořeno logo, maskot a vizitka projektu Mělník pro děti. V kapitole *Marketingová komunikace a PR* je zpracováno zlepšení propagace eventu. Byly vytvořeny QR kódy, polepy na auta, obrandované bublifuky, Instagram projektu a web. Dále bylo domluveno se všemi partnery podílejícími se na eventu, že 20 % ze své tržby věnují pro NF Pink Bubble. Aby vše proběhlo pod hlavičkou Mělník pro děti, jsou loga partnerů spojena do šeku, který se předává na eventu zástupci NF Pink Bubble. V plánu byly i poutače na zábradlí vyvěšené měsíc před samotnou akcí, ale bohužel byla instalace bannerů na zábradlí v prosinci 2021 zakázána. Dále je zpracován návrh na výzdobu v rámci eventu, organizační struktura, mokrá varianta v případě nepřízně počasí a vize projektu do budoucna. Lidské kapacity jsou zastoupené výhradně dobrovolníky, všichni účinkující, pořádající i dobrovolníci se zříkají svého honoráře ve prospěch vybrané neziskové organizace. Celý projekt je ohraničen rozpočtem ve výši 20 000 Kč, což po prvním ročníku není problém díky novým partnerům a sponzorů eventu dodržet.

V průběhu celé práce byly použity aplikace a softwary, které pomáhají nejen připravovat celý event, ale také při samotné organizaci. Jedná se o Canva, Freeloo, Microsoft Visio, Google My Business aj. Celá diplomová práce je doplněna o přílohy, které doplňují a dokreslují přípravy na event.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

AVPO	Asociace veřejně prospěšných organizací
BÚ	Běžný účet
ČR	Česká republika
DPH	Daň z přidané hodnoty
EU	Evropská unie
FB	Facebook
FO	Fyzická osoba
FN	Fakultní nemocnice
IG	Instagram
KVIFF	Karlovy Vary International Film Festival
MK	Marketingová komunikace
MÚ	Městský úřad
MV	Ministerstvo vnitra
MZ	Ministerstvo zdravotnictví
NF	Nadační fond
NF PB	Nadační fond Pink Bubble
NO	Nezisková organizace
NOZ	Nový občanský zákoník
NNO	Nestátní nezisková organizace
OSA	Ochranný svaz autorský
PESTLE	Analýza politických, ekonomických, sociálních, technologických, legislativních a ekologických faktorů, které ovlivňují organizaci
PO	Právnícká osoba
PPC	Pay per click
PR	Public relations

RC	Rodinné centrum
RVNNO	Rady vlády pro nestátní neziskové organizace
SWOT	Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb
UTB	Univerzita Tomáše Bati
ZD	Základ daně
ZP	Zdravotní pojišťovna

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

Monografie

BANIA, Neil a Laura LEETE, SEAMAN, Bruce A. a Dennis R. YOUNG, ed., 2018. *Handbook of research on nonprofit economics and management*. 2. ed. Cheltenham, UK, Northampton: Edward Elgar Publishing. ISBN 9781785363511.

BOUKAL, Petr a kolektiv, 2013. *Fundraising pro neziskové organizace*. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-802-4744-872.

DOWSON, Ruth a David BASSETT, 2018. *Event planning and management: principles, planning and practice*. 2 ed. London; Philadelphia; New York; New Delhi: KoganPage. ISBN 9780749483319.

FERRELL, Pride, 2017. *Foundations of marketing*. 7. ed. Boston: Cengage Learning. ISBN 9781305405769.

FORET, Miroslav, 2012. *Marketing pro začátečníky*. 3. vyd. Brno: Edika, 184 s. ISBN 978-80-266-0006-0.

HELADA, Jan, ed., 2015. *Marketingová komunikace a public relations: Výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum. ISBN 9788024630755.

HOMMEROVÁ, Dita, 2015. *Branding neziskových organizací*. Žatec: Ohře Media. ISBN 978-809-0512-283.

JURÁŠKOVÁ, Olga a Pavel HORŇÁK, 2012. *Velký slovník marketingových komunikací*. Praha: Grada. ISBN 978-802-4743-547.

KRECHOVSKÁ, Michaela, Pavlína HEJDUKOVÁ a Dita HOMMEROVÁ, 2018. *Řízení neziskových organizací: klíčové oblasti pro jejich udržitelnost*. Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-802-4730-752.

KRYŠKOVÁ, Šárka, 2019. *Nestátní neziskové organizace – právní úprava, účetnictví, audit, daně*. Praha: Leges. Teoretik. ISBN 978-807-5023-780.

PRESTON, Chris, 2012. *Event marketing: how to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions*. 2 ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley. ISBN 9780470891070.

PŘIKRYLOVÁ, Jana, 2019. *Moderní marketingová komunikace. 2., zcela přepracované vydání.* Praha: Grada Publishing. Expert (Grada). ISBN 978-802-7107-872.

SCOTT MEERMAN, David, 2017. *The new rules of marketing & PR: How to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, and viral marketing to reach buyers directly.* 6. ed. Hoboken, New Jersey: John Wiley. ISBN 9781119362418.

SMETANA, Marek, 2013. *Humanitární pomoc při zvládnání rozsáhlých mimořádných událostí.* V Ostravě: Sdružení požárního a bezpečnostního inženýrství. Spektrum (Sdružení požárního a bezpečnostního inženýrství). ISBN 978-807-3851-385.

STEJSKAL, Jan, Helena KUVÍKOVÁ a Kateřina MAŽÁTKOVÁ, 2012. *Neziskové organizace – vybrané problémy ekonomiky: se zaměřením na nestátní neziskové organizace.* Praha: Wolters Kluwer Česká republika. ISBN 978-807-3579-739.

ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ, 2017. *Úspěšná nezisková organizace.* 3., aktualizované a rozšířené vydání. Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-802-7102-495.

ŠIMKOVÁ, Eva, 2012. *Management a marketing v praxi neziskových organizací.* Vyd. 5., upr. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-807-4352-300.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava, 2014. *Marketing služeb: efektivně a moderně. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-802-4750-378.

VÍT, Petr, 2015. *Praktický právní průvodce pro neziskové organizace.* Praha: Grada. Manažer. ISBN 978-802-4754-772.

VYSEKALOVÁ, Jitka, 2014. *Emoce v marketingu: jak oslovit srdce zákazníka.* Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-802-4748-436.

VYSEKALOVÁ, Jitka, 2016. *Marketing pro střední školy, vyšší odborné školy a veřejnost.* 1. vyd. Praha: Eduko, 272 s. ISBN 978-80-88057-17-8.

TAJTÁKOVÁ, Mária, Jana NOVÁ a Ladislav BEDŘICH, 2016. *Marketing neziskových organizací, športu a kultúry.* Bratislava: Bratislava: Wolters Kluwer. ISBN 9788081684074.

Internetové zdroje

Asociace veřejně prospěšných organizací ČR: Výroční zpráva 2017 [online], 2018. Praha 4 - Nusle, [cit. 2021-11-02]. Dostupné z: https://www.avpo.cz/wp-content/uploads/2019/05/VZ_AVPO_2017.pdf

Česká republika a rakovina v číslech, 2021. Linkos – Národní onkologický program [online].: ČOS ČLS JEP [cit. 2021-10-9]. Dostupné z: <https://www.linkos.cz/narodni-onkologicky-program/co-musite-vedet/ceska-republika-a-rakovina-v-cislech/>

ČEVELOVÁ, Magdalena, 2021. SWOT analýza: jak a hlavně proč ji sestavit. Magdalena Čevelová [online]. [cit. 2021-10-27]. Dostupné z: <https://www.cevelova.cz/proc-swot-analyza/>

CHRÁMECKÝ, Tomáš, 2020. Hodnota dobrovolnické práce vzrostla. Český statistický úřad [online]. [cit. 2021-10-11]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/hodnota-dobrovolnicke-prace-vzrostla-k1eri03uyg>

GRUNCLOVÁ, Zuzana, 2017. Zajišťování bezpečnosti kulturních akcí pod širým nebem v České republice. *Ochrana & Bezpečnost* [online]. Praha 5: Ochrana a bezpečnost o. s., IČ: 22746986, VI. (3 (podzim), 6-69 [cit. 2021-10-20]. ISSN 1805-5656. Dostupné z: http://ochab.ezin.cz/O-a-B_2017_C/2017_OaB_C_04_grunclova.pdf

HAIMA CZ, z.s. [online], 2021. Praha Motol: Litea.cz [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.haima.cz/>

MATZNER, Jiří, 2021. Co je zábor veřejného prostranství a kdy ho lze v podnikání využít? *Podnikatel.cz: největší server pro podnikatele v ČR* [online].: Internet Info [cit. 2021-10-20]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/co-je-zabor-verejneho-prostranstvi-a-kdy-ho-lze-v-podnikani-vyuzit/>

Mokrá varianta při nepřízní počasí, 2021. *New Day* [online].: vporadku.cz [cit. 2021-10-20]. Dostupné z: <https://www.newday.cz/o-nas/>

Nadační fond dětské onkologie KRTEK [online], 2021. Brno: Webwings [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://krtek-nf.cz/>

Nadační fond Kapka naděje [online], 2021. Praha 1: OptimWeb [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.kapkanadeje.cz/>

Nadační fond Pink Bubble: Jsme nadační fond pro děti s rakovinou [online], 2021. Praha 7: AD13 Group [cit. 2021-10-27]. Dostupné z: <https://www.pinkbubble.cz/cz/uvod/>

Nadační fond Pink Bubble – Výroční zpráva 2018 [online], 2020. 7. [cit. 2021-10-28]. Dostupné z: <https://www.pinkbubble.cz/cz/uvod/>

Nadační fond Šance onkoláčkům [online], 2021. Přeštice: [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.nfsanceonkolackum.cz/>

NA KOLE DĚTEM – nadační fond Josefa Zimovčáka [online], 2021.: solidpixels [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://www.nakoledetem.cz/>

Nové háro, z.s. [online], 2018. Lužice u Mostu: Nové háro [cit. 2021-11-30]. Dostupné z: <https://noveharo.cz/>

O nás - Radio Relax, 2022. Rádio Relax [online]. Kladno: Relax Radio [cit. 2022-04-01]. Dostupné z: <https://radio-relax.cz/o-nas/>

Pět způsobů, jak získat peníze pro neziskovou organizaci, 2021. Deník neziskovky [online].: ColorMag od ThemeGrill [cit. 2021-10-11]. Dostupné z: <https://denikneziskovky.cz/2012/05/02/pet-zpusobu-jak-ziskat-penize-pro-neziskovou-organizaci/>

Počet neziskových institucí i jejich zaměstnanců dále roste, 2021. Revue pro sociální politiku a výzkum [online].: Institut pro sociální politiku a výzkum [cit. 2021-10-11]. Dostupné z: <https://socialnipolitika.eu/2021/02/pocet-neziskovych-instituci-i-jejich-zamestnancu-dale-roste/>

PULGRETOVÁ, Tereza, 2021. Jak na organizaci charitativní akce? My law [online].: MYLAW [cit. 2021-10-18]. Dostupné z: <https://mylaw.cz/clanek/jak-na-organizaci-charitativni-akce-504>

PÝCHA, Norbert, Miroslav ŠIMEK a Marek VOCEL, 2021. Trendy v eventech: Sport, technologie a ucelené téma. *Media Guru* [online]. Praha 5: PHD [cit. 2021-10-20]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/09/trendy-v-eventech-sport-technologie-a-ucelene-tema/>

Rada vlády pro nestátní neziskové organizace, 2009–2021. Vláda ČR [online]. [cit. 2021-10-6]. Dostupné z: <https://www.vlada.cz/cz/ppov/rnno/zakladni-informace-767/>

REDAKCE SVĚTA NEZISKOVEK, 2021. Neziskové organizace v ČR. Svět neziskovek [online].: ANDWEB [cit. 2021-10-6]. Dostupné z: <https://svetneziskovek.cz/management/neziskovy-sektor-v-cr>

Spolek sluneční paprsek [online], 2021. [cit. 2021-12-06]. Dostupné z: <http://www.slunecnipaprsek.cz/index.php>

Šance Olomouc o.p.s. [online], 2021. Olomouc: [cit. 2021-12-02]. Dostupné z: <http://sanceolomouc.cz/>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Statistika počtu NNO 2005–2020 (Neziskovky, ©2021).....	18
Obrázek 2 Vývoj poskytovaných finančních prostředků vládou 2015-2020 (Vláda, ©2021)	20
Obrázek 3 Změny v odečitatelné darech u FO 2020/2021 (Portál pohoda, ©2021)	23
Obrázek 4 Změny v odečitatelné darech u PO 2020/2021 (Portál pohoda, ©2021)	23
Obrázek 5 Vývoj počtu pracovníků v neziskových organizacích (Český statistický úřad, ©2020).....	26
Obrázek 6 Vývoj novotvarů dle pohlaví, přepočten na 100 000 osob. Zdroj dat mortality: od roku 1994 Český statistický úřad (Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, ©2018)	28
Obrázek 7 Ukázka stanů (Mitko for events, ©2021).....	37
Obrázek 8 SWOT analýza (Čevelová, ©2011).....	40
Obrázek 9 Logo Nadačního fondu Pink Bubble (Nadační fond Pink Bubble, ©2021).....	43
Obrázek 10 Logo Asociace veřejně prospěšných organizací ČR (Nadační fond Pink Bubble, ©2021).....	44
Obrázek 11 Výkonný tým Nadačního fondu Pink Bubble (Nadační fond Pink Bubble, ©2021).....	46
Obrázek 12 Rekonstrukce dětského hřiště a zahrady ve FN Motol (Donio, ©2022).....	47
Obrázek 13 Veřejná sbírka „Podpora splněných přání“ (Pink Bubble, ©2021).....	49
Obrázek 14 Hlavní partneři Nadačního fondu Pink Bubble (Pink Bubble, ©2022)	50
Obrázek 15 Partneři a podporovatelé Nadačního fondu Pink Bubble (Pink Bubble, ©2021)	50
Obrázek 16 Ukázka eventů NF Pink Bubble (Nadační fond Pink Bubble, ©2021).....	51
Obrázek 17 Srovnání NO zabývajících se dětskými onkologickými pacienty srovnané podle roku založení (Haima CZ, Šance Olomouc, Krtek NF, Kapka naděje, Sluneční paprsek, Na kole dětem, Pink Bubble, NF Šance onkoláčkům, Nové háro, ©2022)	53
Obrázek 18 Plakát prvního ročníku charitativní akce Mělník pro OnkoBublíny (Barančíková, 2021).....	74
Obrázek 19 Cover foto FB a hlavní banner události charitativní akce Mělník pro OnkoBublíny 2021 (Barančíková, 2021).....	75
Obrázek 20 Banner na pódium se sponzory a partnery charitativní akce Mělník pro OnkoBublíny 2021 (Barančíková, 2021).....	75
Obrázek 21 Program 1. ročníku charitativní akce Mělník pro OnkoBublíny (Barančíková, 2021).....	76
Obrázek 22 Šek pro NF Pink Bubble z financí od firem (Barančíková, 2021)	77
Obrázek 23 Doprovodný program – Liberta 95 – přehlídka kočárek na radničním dvoře od 15:00 a Žlutý ostrov – Čtenářský maraton (Barančíková, 2021).....	78

Obrázek 24 Facebooková událost Mělník pro OnkoBubliny 4. 9. 2021 (Facebook, ©2021)	78
Obrázek 25 Vizualizace náměstí pro charitativní akci Mělník pro OnkoBubliny 2021 (Archiv autorky, zdroj mapy: Google Mapy, ©2021).....	82
Obrázek 26 Parkovací karta pro účinkující a stánkaře (Archiv autorky, ©2021)	83
Obrázek 27 Emailová komunikace účinkujícím, dobrovolníkům (Archiv autorky, ©2021)	84
Obrázek 28 Zhodnocení charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2021 (Nadační fond Pink Bubble, ©2021).....	88
Obrázek 29 Motto projektu Mělník pro děti (Mělník pro děti, ©2022)	91
Obrázek 30 Logo Mělník pro děti (Šifferová, 2022)	92
Obrázek 31 Maskot Mělník pro děti (Šifferová, 2022)	93
Obrázek 32 Vizitka Event Manager Mělník pro děti (Šifferová, 2022)	93
Obrázek 33 Harmonogram (checklist) pro charitativní akce Mělník pro děti (Vlastní zpracování, použitá grafika: Canva, ©2021)	94
Obrázek 34 Oslovovací e-mail s nabídkou barterového reklamního balíčku (Vlastní zpracování, pomocí: Gmail, ©2022)	95
Obrázek 35 Web Mělník pro děti (Mělník pro děti, ©2022).....	98
Obrázek 36 Text o zakladatelce (Mělník pro děti, ©2022)	99
Obrázek 37 Dotazníkový/Poptávkový formulář (Mělník pro děti, ©2022)	99
Obrázek 38 Partneři a sponzoři Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Mělník pro děti, ©2022)	100
Obrázek 39 Mělník pro děti – Google My Business (Google My Business, ©2022)	101
Obrázek 40 Výsledky zobrazení webu Mělník pro děti na Google My Business (Google My Business, ©2022).....	101
Obrázek 41 QR kód webu, vizitka Event managera a Facebooku Mělník pro děti (Vlastní zpracování, pomocí QRGenerator.cz, ©2022)	102
Obrázek 42 Cover foto a hlavní banner charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Barančíková, 2022).....	104
Obrázek 43 Návrh plakátu pro 2. ročník eventu Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Barančíková, 2022).....	105
Obrázek 44 Polepy na auto Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Barančíková, 2022).....	106
Obrázek 45 Spojení log NF Pink Bubble a Mělník pro děti (Barančíková, 2022)	107
Obrázek 46 Reklamní bublifuk pro Pink Bubble (Bubble Factory s.r.o., ©2022)	108
Obrázek 47 Vzorek obrandovaného bublifuku (Bubble Factory s.r.o., 2022).....	108
Obrázek 48 Instagram Mělník pro děti (Instagram, ©2022)	110
Obrázek 49 Výkon a dosah příspěvků na Facebooku Mělník pro děti (Facebook, ©2022)	110

Obrázek 50 Facebooková událost 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny 3. 9. 2022 Mělník (Facebook, ©2022)	111
Obrázek 51 Layout náměstí eventu Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování, použitý obrázek: Google Mapy, ©2022, pomocí: MS Power Point).....	117
Obrázek 52 Výzdoba pódia 2022 (Vlastní zpracování, pomocí: MS Power Point)	118
Obrázek 53 Organizační struktura charitativního eventu Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování, pomocí: MS Visio)	120
Obrázek 54 Řešení časové analýzy (QM for Windows, 2022).....	126
Obrázek 55 Nejkratší a nejdelší možná doba jednotlivých aktivit pro přípravu eventu Mělník pro OnkoBubliny 2022 (QM for Windows, 2022)	127

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Rozdíl mezi nadací a nadačním fondem zákazníků (Vlastní zpracování, podle: Kryšková, 2019, s. 42–43)	27
Tabulka 2 Harmonogram outdoor eventů (Vlastní zpracování, podle: IMS Technology services, ©2018)	35
Tabulka 3 Přijaté dary a poskytnuté dary 2012-2020 v celých tis. Kč (Vlastní zpracování, zdroj dat: Pink Bubble, 2021)	52
Tabulka 4 SWOT analýza (Vlastní zpracování)	61
Tabulka 5 Šek – firmy/podnikatelé a příspěvná částka (Vlastní zpracování).....	76
Tabulka 6 Harmonogram oslovených účinkujících (Vlastní zpracování)	80
Tabulka 7 Harmonogram termínů dojednaného doprovodného programu (Vlastní zpracování).....	81
Tabulka 8 Seznam výzdoby pro charitativní akci 2021 (Vlastní zpracování)	85
Tabulka 9 Kalkulace 1. ročníku charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 2021 (Vlastní zpracování).....	87
Tabulka 10 Celková výše vybrané částky na Mělník pro OnkoBubliny (Vlastní zpracování)	88
Tabulka 11 Dárci a přispěvatelé Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování)	97
Tabulka 12 Program Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování)	113
Tabulka 13 Doprovodný program Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování) .	114
Tabulka 14 Plán výzdoby pro 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování)	118
Tabulka 15 Přehled nezbytných činností během eventů (Vlastní zpracování)	123
Tabulka 16 Marketingová komunikace a PR (Vlastní zpracování)	124
Tabulka 17 Sestavení programu, doprovodného programu a občerstvení (Vlastní zpracování)	125
Tabulka 18 Sestavení organizační struktury (Vlastní zpracování)	125
Tabulka 19 Sestavení výzdoby a tvorba layoutu místa konání (Vlastní zpracování)	126
Tabulka 20 Odhadovaná kalkulace charitativního eventů 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny 2022 (Vlastní zpracování).....	128
Tabulka 21 Riziková analýza (Vlastní zpracování)	131

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1 6 P event marketingu (Vlastní zpracování, podle: Preston, 2012, str. 72)	31
Graf 2 Propagace event marketingu (Vlastní zpracování, podle: Preston, 2012, s. 77)	31
Graf 3 Detailní plánování outdoor eventu (Vlastní zpracování, podle: Dowson a Bassett, 2018, s. 42).....	35

SEZNAM PŘÍLOH

PŘÍLOHA P I: VZOR DAROVACÍ SMLOUVY

PŘÍLOHA P II: EVROPSKÝ KODEX PROTI RAKOVINĚ

PŘÍLOHA P III: PODMÍNKY PRO PODÁNÍ ŽÁDOSTI O POSKYTNUTÍ NADAČNÍHO PŘÍSPĚVKU NF PINK BUBBLE

PŘÍLOHA P IV: SPRÁVNÍ RADA NADAČNÍHO FONDU PINK BUBBLE

PŘÍLOHA P V: POVOLENÍ VEŘEJNÉ SBÍRKY KVALITA ŽIVOTA

PŘÍLOHA P VI: POVOLENÍ VEŘEJNÉ SBÍRKY SPLNĚNÁ PŘÁNÍ

PŘÍLOHA P VII: UKÁZKA VEŘEJNÉ SBÍRKY PODPORA SPLNĚNÝCH PŘÁNÍ

PŘÍLOHA P VIII: DAROVACÍ SMLOUVA FINANČNÍ NF PB

PŘÍLOHA P IX: POVOLENÍ ZÁBORU VEŘEJNÉHO PROSTRANSTVÍ

PŘÍLOHA P X: HARMONOGRAM AKTIVIT PRO CHARITATIVNÍ AKCI MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY 2021

PŘÍLOHA P XI: PROMO FOTO Z DRONU A FOTOAPARÁTU MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY 2021

PŘÍLOHA P XII: ROZHOVOR „NÁPAD NA POŘÁDÁNÍ CHARITATIVNÍ AKCE VZNIKL PŘED ROKEM“ 3. 7. 2021

PŘÍLOHA P XIII: ROZHOVOR „PŘIJĎTE SE POBAVIT A PODPOŘIT ONKOBUBLINY!“ 27. 8. 2021

PŘÍLOHA P XIV: ČLÁNEK „MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY ZBARVIL NÁMĚSTÍ DO RŮŽOVA“ 6. 9. 2021

PŘÍLOHA P XV: ROZHOVOR „PINK BUBBLE: JSME NADAČNÍ FOND PRO DĚTI S RAKOVINOU“ 8. 9. 2021

PŘÍLOHA P XVI: MĚLNICKÁ RADNICE A MEKUL – PROPAGACE CH. AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY 2021

PŘÍLOHA P XVII: PLAKÁTY A POZVÁNKY DOPROVODNÉHO PROGRAMU 2021

PŘÍLOHA P XVIII: TEXT PRO MODERÁTORSKU 2021

PŘÍLOHA P XIX: SEZNAM KONTAKTŮ A PŘÍSTUP DO ZÁZEMÍ 2021

PŘÍLOHA P XX: CATERING 2021

PŘÍLOHA P XXI: DOSAH FACEBOOKOVÉHO PŘÍSPĚVKU – ZVEŘEJNĚNÍ
FINÁLNÍ ČÁSTKY VYBRANÉ PRO NF PINK BUBBLE 2021

PŘÍLOHA P XXII: ČLÁNEK „MĚLNÍK PRO DĚTI PŘIPRAVUJE DRUHÝ ROČNÍK
AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY“ 12. 3. 2022

PŘÍLOHA P XXIII: DAROVACÍ SMLOUVA NA SPONZORSKÝ DAR OD BUBBLE
FACTORY S.R.O.

PŘÍLOHA P XXIV: OBSAH A DOSAH PŘÍSPĚVKŮ NA FACEBOOKU PROJEKTU
MĚLNÍK PRO DĚTI 2022

PŘÍLOHA P I: VZOR DAROVACÍ SMLOUVY

Darovací smlouva

uzavřená dnešního dne dle § 2055 a násl. občanského zákoníku mezi:

Jméno a příjmení (název):

trvale bytem (se sídlem):

datum narození (IČ):

zastoupená:

(dále jen „dárce“)

a

Jméno a příjmení (název):

trvale bytem (se sídlem):

datum narození (IČ):

zastoupená:

(dále jen „obdarovaný“)

takto:

1. Dárce touto smlouvou bezplatně převádí vlastnické právo k níže specifikovanému daru na obdarovaného a obdarovaný dar do svého vlastnictví přijímá.
2. Darem dle této smlouvy je: částka Kč, slovy korun českých / věc v hodnotě Kč, slovy korun českých.
3. Dar je dle dohody smluvních stran určen k následujícímu účelu:
4. Obdarovaný svým podpisem na této smlouvě potvrzuje, že dar při jejím podpisu převzal / Dar bude převeden na bankovní účet obdarovaného číslo do dnů ode dne uzavření této smlouvy.
5. Obdarovaný je na požádání povinen bez zbytečného odkladu vystavit dárce písemné potvrzení o přijetí daru pro účely uplatnění daňové či jiné úlevy.

6. Tato smlouva se vyhotovuje ve dvou stejnopisech, z nichž každá ze smluvních stran obdrží po jednom.

7. Tato smlouva nabývá účinnosti dnem podpisu oběma smluvními stranami.

V dne

Dárce:

Obdarovaný:

(Zdroj: VÍT, Petr, 2015. *Praktický právní průvodce pro neziskové organizace*. S. 149, 150)

PŘÍLOHA P II: EVROPSKÝ KODEX PROTI RAKOVINĚ

EVROPSKÝ KODEX PROTI RAKOVINĚ

12 způsobů, jak omezit riziko rakoviny

-  1 Nekuřte. Neužívejte žádnou formu tabáku.
-  2 Udržujte doma nekuřácké prostředí. Podporujte nekuřáckou politiku na svém pracovišti.
-  3 Udržujte si zdravou tělesnou hmotnost.
-  4 Buďte v každodenním životě fyzicky aktivní. Omezte dobu strávenou sezením.
-  5 Stravujte se zdravě:
 - Jezte hodně celozrnných potravin, luštěnin, zeleniny a ovoce.
 - Omezte vysoce kalorické potraviny (potraviny s vysokým obsahem cukrů nebo tuků) a vyhýbejte se slazeným nápojům.
 - Vyhýbejte se zpracovaným masným výrobkům, omezte červené maso a potraviny s vysokým obsahem soli.
-  6 Pokud pijete alkohol, ať již jakéhokoli druhu, omezte jeho spotřebu. V zájmu prevence rakoviny je lepší alkohol nepít.
-  7 Vyhýbejte se přlišnému slunění, zejména v případě dětí. Používejte ochranu proti slunci. Nepoužívejte solária.
-  8 Na pracovišti se dodržováním pravidel bezpečnosti práce chraňte před látkami způsobujícími rakovinu.
-  9 Zjistěte, zda nejste ve vašem domově vystaveni záření pocházejícímu z přirozeně vysokých úrovní radonu. Snažte se vysoké úrovně radonu snížit.
-  10 Pro ženy:
 - Kojení snižuje riziko výskytu rakoviny u matky. Je-li to možné, kojte své dítě.
 - Hormonální substituční terapie zvyšuje riziko některých typů rakoviny. Omezte používání hormonální substituční terapie.
-  11 Zajistěte, aby se vaše děti účastnily očkovacích programů proti:
 - hepatitidě B (pro novorozence),
 - lidskému papilomaviru (HPV) (pro dívky).
-  12 Účastněte se organizovaných screeningových programů zaměřených na:
 - rakovinu tlustého střeva a konečníku (muži a ženy),

(Zdroj: MUDr. FRIDRICHOVÁ, Michaela, 2015. *Evropský kodex proti rakovině*. S. 10)

PŘÍLOHA P III: PODMÍNKY PRO PODÁNÍ ŽÁDOSTI O POSKYTNUTÍ NADAČNÍHO PŘÍSPĚVKU NF PINK BUBBLE

PODMÍNKY PRO PODÁNÍ ŽÁDOSTI O NADAČNÍ PŘÍSPĚVEK NF PINK BUBBLE

- 1 Nadační fond může poskytovat příspěvky pouze v souladu s účelem nadačního fondu a za dodržení dalších podmínek.
- 2 Na poskytnutí nadačního příspěvku nevzniká žadateli právní nárok a každá žádost je posuzována individuálně. O poskytnutí prostředků nadačního fondu žadateli rozhoduje nadační fond podle svého nejlepšího svědomí a v co nejkratší lhůtě.
- 3 Pro rozhodnutí o poskytnutí či neposkytnutí nadačního příspěvku, příp. o výši nadačního příspěvku, je určující a podmiňující naléhavost žádosti. Přijetí rozhodnutí spadá do kompetence správní rady nadačního fondu, případně do kompetence speciální komise, kterou nadační fond posuzováním žádostí pověřil.
- 3 Nadační příspěvek může být poskytnut fyzické osobě, která o poskytnutí příspěvku požádá pro vlastní potřeby, jakož i fyzické či právnické osobě pro podporu aktivit, které korespondují s aktivitami podporovanými nadačním fondem.
- 4 Nadační příspěvky jsou poskytovány zejména na základě individuální písemné žádosti, a to z důvodů zdravotních nebo sociálních, v souladu s účelem nadačního fondu, jak je uveden v čl. III. Statutu NF.
- 5 Přílohou žádosti o příspěvek (finanční či věcný) musí být doklady, kterými žadatel osvědčí svoji zdravotní nebo sociální situaci. Zejména se jedná o potvrzení ošetřujícího lékaře o proběhlé či aktuálně probíhající onkologické léčbě, případně o potvrzení o sociální situaci žadatele. Pokud to s žádostí souvisí, je třeba doložit také potvrzení o zamítnutí poskytnutí příspěvku zdravotní pojišťovnou.
- 6 Nadační fond může žadatele vyzvat k doplnění žádosti o další údaje a poskytnout mu k tomu přiměřenou lhůtu. Pokud žadatel žádost ve stanovené lhůtě neupřesní, může být žádost považována za neplatnou.
- 7 V mimořádných případech může nadační fond rozhodovat o poskytnutí nadačního příspěvku i bez podání písemné žádosti.
- 8 Nadační příspěvky mohou být poskytnuty zpravidla jednorázově, ve výjimečných případech však je možné písemně požádat o opakovanou podporu.
- 9 Podmínkou poskytnutí nadačního příspěvku je poskytnutí zpětné vazby ze strany příjemce takového příspěvku. Osoba, které byl nadační příspěvek fondem poskytnut, je povinna prostřednictvím formuláře k tomu určenému písemně potvrdit, že příspěvek obdržela. Pokud o to nadační fond požádá, je příjemce příspěvku povinen současně prokázat, jakým způsobem a k jakému účelu nadační příspěvek využil. Toto využití musí být v souladu s podmínkami určenými statutem nadačního fondu, jinak je příjemce příspěvku povinen nadační příspěvek vrátit nebo vrátit náhradu v penězích ve lhůtě stanovené nadačním fondem.

Informace o možnostech poskytnutí konkrétního příspěvku včetně potřebného formuláře Vám ochotně poskytne Mgr. Renáta Němcová (renata@pinkbubble.cz). Napište, jsme tu pro vás.

PŘÍLOHA P IV: SPRÁVNÍ RADA NADAČNÍHO FONDU PINK BUBBLE

SPRÁVNÍ RADA



André Frans Bessel Kok
předseda správní rady



Ivana Chvátalová
členka správní rady



Svatava Dvořáčková
členka správní rady



Matthew Stillman
člen správní rady



Martina Šmuková
členka správní rady



Vojtěch Matějček
Revizor

(Zdroj: Nadační fond Pink Bubble, ©2021)

PŘÍLOHA P V: POVOLENÍ VEŘEJNÉ SBÍRKY KVALITA ŽIVOTA



HLAVNÍ MĚSTO PRAHA
MAGISTRÁT HLAVNÍHO MĚSTA PRAHY
ODBOR DANÍ, POPLATKŮ A CEN

PID

Nadační fond
Pink Bubble
Hradčanské náměstí 61/11
118 00 Praha 1

Váš dopis zn. Č.j.S-MHMP/882425/2012 Vyřizuje / linka Datum
906247/2012 Št.Jurech /236002567 25. 7. 2012

Věc: Osvědčení

Magistrát hlavního města Prahy **o s v ě d ě u j e** podle ustanovení § 4 odst. 1 zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách a o změně některých zákonů (zákon o veřejných sbírkách), ve znění pozdějších předpisů, **Nadačnímu fondu Pink Bubble**, se sídlem Hradčanské náměstí 61/11, Praha 1, PSČ 118 00, Praha 1, IČO 24296171, že přijal dne 2. července 2012


o z n á m e n í o konání veřejné sbírky, k získání peněžitých příspěvků na zajištění projektu „Zkvalitnění života onkologických pacientů v době léčby i po jejím skončení“ a zajištění nákladů souvisejících s přípravou a realizací projektu. Veřejnou sbírku lze konat na území celé České republiky od 2. srpna 2012 na dobu neurčitou.

S přihlédnutím ke skutečnosti, že v oznámení nebyly uvedeny důvody hodné zvláštního zřetele, pro něž právnická osoba navrhuje zahájit sbírku ve lhůtě kratší než 30 dnů od přijetí oznámení, tj. ke dni 7.7.2012, bylo stanoveno konání veřejné sbírky ve lhůtě 30 dnů od přijetí oznámení, tj. dnem 2.8.2012, ve smyslu ustanovení odst. 1 a 2 § 4 zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách a o změně některých zákonů (zákon o veřejných sbírkách), ve znění pozdějších předpisů.

Veřejná sbírka bude prováděna v souladu s ustanovením § 9 odst. 1 písm. a) zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách a o změně některých zákonů (zákon o veřejných sbírkách),

Sídlo: Mariánské nám. 2, 110 01 Praha 1
Pracoviště: Jungmannova 29/35, 110 00 Praha 1
tel. 236 001 111, fax 236 007 035
e-mail: dpc@praha.eu

ve znění pozdějších předpisů, tj. **shromažďováním příspěvků na předem vyhlášeném zvláštním bankovním účtu** (§ 23) zřízeném pro tento účel u banky, a to po dobu uvedenou v oznámení o konání sbírky (účet č. 253135368/0300 ČSOB, a.s.), dále podle ustanovení § 9 odst. 1 písm. c) citovaného zákona o veřejných sbírkách, tj. **pokladničkami** (§ 11 odst. 1-3), podle ustanovení § 9 odst. 1 písm. d) citovaného zákona o veřejných sbírkách, tj. **prodejem předmětů** jestliže je příspěvek zahrnut v ceně vstupenky a podle ustanovení § 9 odst. 1 písm. f) citovaného zákona o veřejných sbírkách, tj. **dárcovskými textovými zprávami** prostřednictvím telekomunikačního koncového zařízení, a to po dobu uvedenou v oznámení o konání sbírky.


Hlavní město Praha
Magistrát m. Prahy
Jungmannova 35/29
vedení oddělení odvolacích agend
PO BOX 600
111 21 Praha 1 121

písm. a) zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách a o změně některých zákonů (zákon o veřejných sbírkách), ve znění pozdějších předpisů.

- **pokladničkami** podle ustanovení § 9 odst. 1 písm. c) citovaného zákona o veřejných sbírkách. Při provádění veřejné sbírky pokladničkami je pořadatel sbírky povinen postupovat v souladu s § 11 zákona o veřejných sbírkách.

- **prodejem předmětů** jestliže je příspěvek zahrnut v jejich ceně (výše příspěvku bude činit vždy minimálně 40 % z prodejní ceny předmětu) podle ustanovení § 9 odst. 1 písm. d) zákona č. 117/2001 Sb., o veřejných sbírkách a o změně některých zákonů (zákon o veřejných sbírkách), ve znění pozdějších předpisů. Při provádění sbírky prodejem předmětů je pořadatel sbírky povinen postupovat v souladu s ustanovením § 12 zákona o veřejných sbírkách a zároveň dle § 15 zákona o veřejných sbírkách, nesmí být sbírka konána v prostředcích veřejné dopravy a prostorách pro cestující, v jiných veřejně přístupných prostorách je možno sbírku konat jen se souhlasem jejich provozovatele nebo majitele.

- **prodejem vstupenek** na veřejná kulturní nebo sportovní vystoupení anebo jiné všeobecně přístupné akce pořádané za účelem získání příspěvku, jestliže je příspěvek zahrnut v ceně vstupenky (výše příspěvku bude činit vždy minimálně 40 % z prodejní ceny vstupenky) podle ustanovení § 9 odst. 1 písm. e) citovaného zákona o veřejných sbírkách. Při provádění sbírky prodejem vstupenek je pořadatel sbírky povinen postupovat v souladu s ustanovením § 13 zákona o veřejných sbírkách a zároveň dle § 15 zákona o veřejných sbírkách, nesmí být sbírka konána v prostředcích veřejné dopravy a prostorách pro cestující, v jiných veřejně přístupných prostorách je možno sbírku konat jen se souhlasem jejich provozovatele nebo majitele.

- **dárcovskými textovými zprávami** prostřednictvím telekomunikačního koncového zařízení, podle ustanovení § 9 odst. 1 písm. f) citovaného zákona o veřejných sbírkách.

- **složením hotovosti do pokladny** zřízené právnickou osobou, podle ustanovení § 9 odst. 1 písm. g) citovaného zákona o veřejných sbírkách.

Mgr. Bc. Hana Svobodová
vedoucí oddělení odvolacích agend
odboru daní, poplatků a cen

podepsáno elektronicky

PŘÍLOHA P VII: UKÁZKA VEŘEJNÉ SBÍRKY PODPORA SPLNĚNÝCH PŘÁNÍ



100%

RUČNÍ VYSAVAČ A TELEVIZE

Karolína Ž. (22 let)

Dobrý den, jmenuji se Karolína a je mi 22 let. Již rok se léčím s hodkinovým lymfomem. Následovala další léčba vysokodávkovou chemoterapií a po té transplantace kmenových buněk. Mám před sebou další testy a pokud nádor nevyrostl, čeká mě transplantace a pak rok bioléčby. V opačném případě by mě čekalo ozařování.

Mám vystudovanou střední školu Trivis. Pracovala jsem jako servírka. Začala jsem si dělat masérský kurs, který mě zachránil a díky němu jsem přišla na to, že mám rakovinu. Úspěšně jsem složila zkoušky z masáže a k práci servírky jsem ještě masírovala. Miluju procházky v přírodě, ale momentálně se bavím také vyráběním různých dekorací a učím se háčkovat.

Mám přání. Mou největší oporou během léčby je můj pesek Eliáš. Nicméně ják každý chlupáč pěkně líná. Jsou dny, kdy nejsem schopna fungovat na 100% a vytírat je pro mě nepředstavitelné. Přála bych si ale byt udržovat v čistotě i vzhledem k mé oslabené imunitě a moc by mi to usnadnil ruční vysavač na suché i mokré vysávání. A pokud mohu prosit ještě jednu věc – mám miniaturní televizi, skoro na ni z pohovky, kde často odpočívám, už nevidím :-). Prosila bych tedy nějakou větší.

Budu vděčná za jakoukoliv podporu!

POTŘEBNÉ FINANCE: 37909 Kč | ZBÝVÁ: 0 Kč
 V případě vašeho zájmu pomoci, pošlete libovolnou částku na účet:
2777 575 777 / 0300 v.s. 202024



V případě, že se potřebnou sumu na splnění přání podaří vybrat rychleji, než Váš dar doputuje na účet nř Pink Bubble, přiřadíme Váš příspěvek automaticky dalšímu pacientovi, který na stránkách našeho fondu žádá. Pokud byste chtěli vědět více, napište nám na info@pinkbubble.cz nebo zavoláme. Vaše

MOŽETE SPLNIT (6 V HODNOTĚ 147 000 Kč)
SPLNĚNÁ PŘÁNÍ (281 V HODNOTĚ 7 665 683 Kč)



100%

IPHONE 12 SE SLUCHÁTKY
Petra P. (15 let)

Ahoj, jmenuji se Petra a je mi 15 let. V listopadu 2020 mi po dlouhých bolestech hlavy bylo zjištěno vzácné nádorové onemocnění mozku. Byl to pro celou rodinu velký šok, protože nikdo nikdy nic podobného v rodině neměl, takže jsme nevěděli, co od toho očekávat. Ihned proběhly dvě operace na oddělení neurochirurgie v ÚVN, kde se nádor podařilo vyoperovat a od 1. prosince se léčím v Motole, kde se o mne dobře starají.

VÍCE



100%

SPECIÁLNÍ TRANSPORTNÍ VOZÍK
Mirunka J. (10 let)

Mirunka se narodila v roce 2009 jako zdravé miminko. Ve dvou a půl letech začala vrátorat a padat. Vyšetření ukázalo cystu na mozku, ale lékařů nepodstatnou. Doerka dobře prospívala, byla šikovná, hodná. V pěti a půl letech se ale výrazně zhoršila. Magnetická rezonance prokázala nádor, který utlačoval mozek a Mirunce hrozilo oslepnutí.

VÍCE



100%

STOLNÍ POČÍTAČ
Eva P. (18 let)

Dobrý den, jmenuji se Evča a je mi 18 let. Studuji třetí ročník gymnázia a doufám, že i přes zdravotní potíže zvládnu maturitu. Letos v únoru mi byla totiž diagnostikována akutní lymfoblastická leukémie společně s Filadelfským chromozómem. Měla jsem jen lehké bolesti břicha a tak jsem si myslela, že se jedná o podrážděné slepé střevo. V nemocnici mi ale z krve zjistili leukémii.

VÍCE



100%

INDUKČNÍ VARNÁ DESKA MIELE
Nikoletta V. (17 let)

Dobrý den, je mi 17 let a studuji gymnázium. Letos v březnu mi byl diagnostikován Hodgkinův lymfom. Byla to rána, ale od začátku jsem odhodlaná udělat ze své strany vše, abych se uzdravila. Mám za sebou 6 měsíců chemoterapie a do května 2021 budu pokračovat v imunoterapii. A co mě přivádí k mému neobyčejnému přání?

VÍCE

(Zdroj: Nadační fond Pink Bubble, ©2021)

PŘÍLOHA P VIII: Darovací smlouva finanční NF PB



Darovací smlouva finanční
uzavřená dle § 2055 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník

I. Smluvní strany

Nadační fond Pink Bubble

Sídlo: Hradčanské náměstí 61/11, Praha – Hradčany, PSČ 118 00

IČO: 242 96 171

Zapsaný v nadačním rejstříku vedeném u Městského soudu v Praze, sp. zn. N 908

Zastoupená: Ing. Martinou ~~Mecurovou~~, výkonnou ředitelkou (na základě plné moci)

Bankovní spojení: 449494944/0300

Korespondenční adresa: NF Pink Bubble, Jirečkova 10, 170 00 Praha 7

(na straně jedné jako „obdarovaný“)

a

Společnost:

Sídlo:

IČ, DIČ:

Zastoupená:

Bankovní spojení:

(na straně druhé jako „dárce“)

II.

- Dárce daruje obdarovanému finanční dar ve výši Kč
(slovy: korun českých).
- Obdarovaný tento dar přijímá.

III.

- Dar bude poukázán na výše uvedený účet obdarovaného do 30 dnů od data podepsání smlouvy, nejpozději však do
- Pokud nebude dar v této lhůtě poukázán, je oprávněn obdarovaný od této smlouvy odstoupit.

IV.

- Obdarovaný se zavazuje, že dar bude použit v souladu se statutem nadačního fondu, na podporu projektů zvyšujících kvalitu života onkologicky nemocných dětí a mladých dospělých v průběhu léčby a v období po jejím ukončení.
- V případě, že obdarovaný použije dar v rozporu s touto smlouvou, je dárce oprávněn požadovat vrácení daru.

V.

Veškeré ostatní vztahy vzniklé z této smlouvy mezi dárce a obdarovaným se řídí příslušnými ustanoveními občanského zákoníku a předpisy souvisejícími.

VI.

- Tato smlouva je vyhotovena ve dvojnásobném vyhotovení a každá ze smluvních stran obdrží po podpisu po jednom vyhotovení.
- Účastníci smlouvy shodně prohlašují, že tato smlouva byla uzavřena z jejich svobodné vůle, a že žádný z nich ji neuzavíral v tísni ani za nápadně nevýhodných podmínek.
- Veškeré změny a doplňky této smlouvy jsou možné pouze v písemné formě. Přijetí nabídky daru obdarovaným s dodatkem nebo odchylkou je vyloučeno.

V Praze dne

dárce:

obdarovaný:

.....
za Nadační fond Pink Bubble
Ing. Martina ~~Mecurová~~

(Zdroj: Nadační fond Pink Bubble, ©2021)

PŘÍLOHA P IX: POVOLENÍ ZÁBORU VEŘEJNÉHO PROSTRANSTVÍ

Městský úřad Mělník

náměstí Míru 1, 276 01 Mělník



Odbor služeb, správy a údržby komunikací

Naše č.j.: 0109/SUK/21-HARY
Vyřizuje: Hana Rychtaříková
T: +420 725 901 143, 315 635 157
E: h.rychtarikova@melnik.cz
Mělník: 1.9.2021

Rodinné centrum Kašpárek Mělník, z.s.
Na Vyhlídce 18
276 01 Mělník

Příloha:

Povolení zvláštního užívání veřejného prostranství

Na základě Vaší žádosti Vám Oddělení služeb, správy a údržby komunikací povoluje užívání veřejného prostranství střed náměstí Míru, parkovací místa (vozidla budou označena) u kašny v Mělníku (dle přiloženého plánu), za účelem charitativní akce „Mělník pro Onkobubliny“, dne 4.9.2021, od 13.00 – 20.00 hod.

Závazné podmínky užívání veřejného prostranství:

1. Nebude ohrožena bezpečnost chodců ani silničního provozu.
2. Bude udržován pořádek v prostoru záboru a nebude poškozena krycí vrstva povrchu.
3. Je zakázáno jakékoliv kotvení v revitalizované části
4. Po ukončení užívání bude veřejné prostranství uvedeno do původního stavu.
5. Nebude znečištěna dlažba na náměstí Míru.
6. 6m od středu studny nebude nic umístěno.
7. Bude zajištěn úklid odpadků.
8. Pokud bude akce zasahovat do veřejné komunikace, je nutno získat rozhodnutí o zvláštním užívání na odboru dopravních a správních agend MÚ Mělník, s jehož vydáním souhlasíme.
9. Bezpečnost průběhu akce a pořádek bude zajištěna pořadatelem akce.
10. Na středu nám. Míru bude umístěn stánek.
11. Připojení k elektřině řešit s TS Mělník.

Hlavní organizátor: Adéla Dutková, tel. 739 622 785
za RC Kašpárek : Helena Frýdlová, tel. 777 573 442

Z důvodu konání charitativní neziskové akce je zábor od poplatku osvobozen ,dle Obecně závazné vyhlášky č. 1/2020 o místním poplatku za užívání veřejného prostranství.

Hana Rychtaříková
referent majetkové správy
Městský úřad Mělník
oddělení služeb,
správy a údržby komunikací
- 4 -

Adresa: Městský úřad Mělník
náměstí Míru 1
276 01 Mělník

T: +420 315 635 111
F: +420 315 622 318
E: mu@melnik.cz

Bankovní spojení: ČS Mělník 27-0460004379/0800
DIČ: CZ00237051
IČO: 00237051

ID datové schránky: hqjb2kg

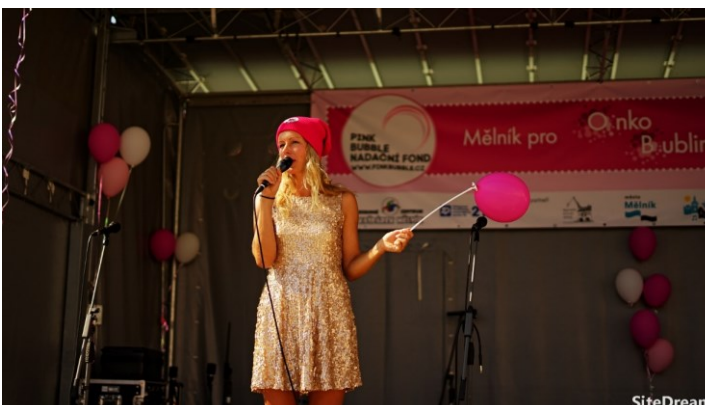
PŘÍLOHA P X: HARMONOGRAM AKTIVIT PRO CHARITATIVNÍ AKCI MĚLNÍK PRO ONKOBUKLINY 2021

Datum	Náplň práce
26. 8. 2020	Rezervace termínu a místa akce na MÚ Mělník s referentkou služeb.
16. 11. 2020 – 20. 8. 2021	Nábor lidských kapacit (moderátorka, zvukař, fotograf, dron, grafička, záchranářka, fotografka, vystupující – kapely, umělci, a další dobrovolníci).
21. 11. 2020 – 3. 9. 2021	Emailová, telefonická komunikace se zainteresovanými osobami a partnery akce. Tvorba programu.
15. 2. 2021	Schůzka se starostou města Mělník o záštitě města pro charitativní akci. Domluva s mluvčí MÚ Mělník na propagaci plakátu akce a jeho zařazení do periodika Mělnické radnice.
15. 2. – 30. 6. 2021	Oslovování potenciálních sponzorů charitativní akce.
20. 3., 15. 6., 26. 8. 2021	Komunikace s grafičkou – návrhy plakátů, banneru, cover fota na Facebook, voucheru a programu pro akci.
14.4., 15. 5., 16. 6. 2021	Domluva spoluřadatelů akce – kosmetická společnost XYZ, poté město Mělník, nakonec RC Kašpárek Mělník – emaily, osobní jednání atd.
16. 4. – 25. 8. 2021	Domluva doprovodného programu s paralelními akcemi (Regionální muzeum Mělník a Knihovna Mělník).
11. 5., 26. 5., 18. 8. 2021	Osobní jednání na MÚ Mělník (průběžné schůzky).
15. 6. 2021	Deadline odevzdání finální podoby plakátu ve velikosti A3 a A4 do zpravodaje města Mělník – Mělnická radnice.
15. 6. - 3. 9. 2021	Marketingová komunikace (tvorba události na Facebooku a její propagace, přidávání příspěvků, výlep plakátů po Mělníku, propagace u partnerů a sponzorů akce, rozhovory a články o akci v internetovém magazínu Kanál eM atd.).

16. – 18. 7. 2021	Požadavky účinkujících na ozvučení akce a následné předání požadavků zvukaři.
18. – 19. 8. 2021	Finální tvorba programu s rozpisem časů vystoupení (komunikace s účinkujícími, časové rozložení, smluvní vztahy atd.).
19. 8. 2021	Osobní jednání s Městskou knihovnou Mělník o doprovodném programu – Čtenářský maraton.
19. 8. – 25. 8. 2021	Komunikace s externími firmami pro finanční dary pro NF Pink Bubble a tvorba šeku.
20. 8. 2021	Navržení, předběžná kalkulace a objednání výzdoby.
23. 8. 2021	Schůzka pro podpis záboru veřejného prostranství pro akci (náměstí Míru Mělník) s referentkou služeb.
30. 8. 2021	Tvorba podkladů pro moderátorku charitativní akce.
3. 9. 2021	Finální přípravy na akci (vizualizace náměstí, příprava výzdoby, zázemí, rozpis úkolů pro dobrovolníky a všechny lidské kapacity atd.). Vyzvednutí tiskových materiálů v tiskárně.
4. 9. 2021	Organizace celé charitativní akce Mělník pro OnkoBublínky (zahájení, organizace, komunikace s vystupujícími, dobrovolníky, partnery, rozmístění stánků, výzdoba, vizuální podoba náměstí, úklid atd.).
7. 9. 2021	Zveřejnění finální částky, která se na charitativní akci vybrala (Facebook, Kanál eM atd.).
8. 9. 2021	Komunikace s účinkujícími a zainteresovanými osobami – poděkování, „zakončení“ facebookové události.
22. 9. 2021	Kalkulace.

(Zdroj: Archiv autora, 2021)

PŘÍLOHA P XI: PROMO FOTO Z DRONU A FOTOAPARÁTU MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY 2021





(Zdroj: SiteDream.cz, ©2021)



(Zdroj: Archiv autorky, 2021)

PŘÍLOHA P XII: ROZHOVOR „NÁPAD NA POŘÁDÁNÍ CHARITATIVNÍ AKCE VZNIKL PŘED ROKEM“ 3. 7. 2021

Mělník pro OnkoBubliny je charitativní akce, která se uskuteční, pokud to situace dovolí, v září po prázdninách. Za nápadem stojí studentka magisterského studia a mělnická rodačka Adéla Dutková, kterou právě dnes zpovídám, jak vlastně taková akce vzniká a o co přesně půjde. Adélu znám několik let, takže v rozhovoru si budeme tykat.

Adélko, na úvod bych tě poprosila, abys nám představila celou akci, i když ještě nemá úplně konečnou podobu a pořad se vlastně tvoří.

Je to charitativní akce **Mělník pro OnkoBubliny**, která se uskuteční v sobotu 4. září a je to akce zaměřená na děti, onkologické pacienty, které zde zastupuje Nadační fond Pink Bubble. Nadační fond se zaměřuje na nemocné děti a mladistvé od 10 do 30 let.

Vím, že nápad na uspořádání akce vznikl v tvé hlavě už před rokem. Můžeš nám říct, co bylo tím prvotním impulzem uspořádat větší charitativní akci v Mělníku?

No prvotní nápad byl vlastně úplně prozaický, hledala jsem téma pro svoji diplomovou magisterskou práci a na nápad uspořádat podobnou akci, která bude zároveň tématem diplomové práce, mě přivedla moje kamarádka. Za rok ale doznal projekt tolika změn, že vlastně postupně vzniká něco jiného, jen charitativní záměr tam byl vždy. Měnil se i nadační fond, pro který akce bude pořádána, ale pořad jsem se držela charity a onkologických pacientů. Ale nakonec vnímám, že ty neustálé změny formy akce i spoluorganizátorů byly přínosné a teď mám pocit, že to všechno do sebe krásně zapadá, dává to smysl, a tak to asi mělo být.

Akci ale nebudeš pořádát sama. Kdo je nakonec spoluorganizátorem po všech těch změnách?

Spoluorganizátorem je Rodinné centrum Kašpárek Mělník a já spolupracuji se svou kolegyní Petrou Hánlovou, protože sama pracuji v centru jako externistka. Samozřejmě máme i podporu města Mělník. Nakonec s rodinným centrem všechno krásně do sebe zapadá a s dětmi a pro děti to dostalo smysluplnou formu. Já jen doufám, že už je to konečná podoba a už žádné zásadní změny nebudou. Těch změn bylo tolik za téměř rok, protože to připravuju od září 2020, že už bych žádné nechtěla.

Vím, že původně měla být ta akce zaměřena na dospělé onkologické pacienty a v konečné fázi se jedná o děti a mladistvé. Kde se vzal nakonec ten nápad zaměřit se na děti?

No každý o mně ví, že já zbožňuji děti, ráda s nimi pracuju, dělám letní příměstské tábory právě s RC Kašpárek a nápad zaměřit se na děti vznikl právě v Kašpárku a přišla s ním moje kolegyně Petra Hánlová. Já jsem z jejího seznamu organizací zaměřených na děti vybrala právě nadační fond Pink Bubble. Vlastně mi kolegyně pomáhala ještě v době, kdy jsme se ještě nerozhodly spolupracovat s RC Kašpárek.

Ještě bych chtěla dodat, že ta akce je od prvopočátku plánována jako charitativní, takže bez nároku na honorář nebo nějakou odměnu pro účinkující a pořádající. Těší mě, že i v současné nelehké situaci je spousta lidí, kteří se v charitě chtějí angažovat a chtěla bych všem touto cestou poděkovat.

Cílová skupina akce je zaměřena na děti a mladistvé, ale myslím, že program uvítají i dospělí.

Můžeš nám nějak přiblížit program? Na co konkrétně se mohou návštěvníci, kteří přijdou akci podpořit, těšit?

Záštitu nad akcí převzala **Milli Janatková**, která akci podpoří nejen vystoupením, ale akci zahájí spolu s mělnickým starostou Ctíradem Mikešem a ředitelkou nadačního fondu Pink Bubble Martinou Mecerovou. S účinkujícími mohu jmenovat Baťa a Kalábůf něžný beat, Štěpán Soukup, kapela Kompas, tanečnice Adéla Jeřábková, Dj Keri, a další.

Doprovodný program nabídne ve spolupráci s **Regionálním muzeem Mělník** na radničním dvoře promenádu kočárků ze sbírky mělnického muzea s názvem Liberta 95, dále nebude chybět Kašpárčí bublinový koutek pro děti, tvoření s dětmi, malování na obličej a spousta dalších aktivit.

Doprovodný program ještě nemá konečnou podobu a zveřejním jej podrobně pár týdnů před akcí. Chtěla jsem dohodnout i spolupráci s partnery, kteří nějak souvisí s bublinami, jako žvýkačky apod., ale většina těchto organizací neměla o charitu zájem.

Myslím, že si málokdo umí představit, kdo takovou akci nikdy nedělal, co je za tím práce, co všechno to obnáší a vím, že i ty jsi za pochodu zjišťovala a objevovala, co všechno je zapotřebí. Mám pravdu, vid'? Dost takových akcí mám sama za sebou.

Zpočátku mi jedna moje dobrá kamarádka řekla, když jsem se jí zeptala, jestli já jsem schopná vůbec takovou akci zorganizovat, a to jsem na počátku neměla vůbec představu, do čeho se vlastně pouštím, a ona mi odpověděla: když to nezkusíš, tak to vědět nebudeš, běž do toho po hlavě a ukáže se až časem, čeho všeho jsi schopná a možná budeš i překvapená...

Takže já jsem do toho šla a na té akci je odvedeno stovky a stovky hodin práce, když to vezmu úplně od vzniku nápadu, které zahrnují velké množství emailů, telefonáty, osobní jednání s organizacemi, jednání na mělnickém úřadě, domlouvání stánků a kapel, přijetí spousty odmítnutí, získat partnery pro charitu je samozřejmě podstatně těžší atd...

Na závěr bych chtěla poděkovat paní ředitelce nadace Pink Bubble Martině Mecerové za velmi plodnou spolupráci a rady a také za radost, kterou má z akce a ta její radost mi dodává energii.

Nesmím zapomenout moc poděkovat Zuzaně Syrové z Městského úřadu Mělník, která mi velmi pomáhá s celou akcí a já jsem si vědoma, že má sama hodně práce, a přesto se aktivně zapojila do této pro město neplánované akce. Bez její pomoci by se ta akce asi ani neuskutečnila.

A nesmím zapomenout na mediálního partnera akce Kanál eM, který už akci podporuje prezentací na facebooku a vlastně i tímto rozhovorem.

Mně zbývá jen popřát, ať vše dobře dopadne, a to úsilí není marné, protože teď je složitá situace celkově a nikdo z nás předem neví, co bude v září.

Takže já přeji tobě i všem ostatním aktérům, ať to dobře dopadne.

Děkuji za rozhovor.

Všechny informace k akci je možné sledovat na facebooku události Mělník pro OnkoBubliny (https://www.facebook.com/events/337353654531727?active_tab=about).

(Zdroj: Kanál eM, ©2021)

PŘÍLOHA P XIII: ROZHOVOR „PŘIJĎTE SE POBAVIT A PODPOŘIT ONKOBUBLINY!“ 27. 8. 2021

Na mělnickém náměstí Míru se uskuteční v sobotu 4. září akce věnovaná dětem a pro děti. Nápad na pořádání akce s názvem **Mělník pro OnkoBubliny** vznikl před rokem a stojí za ním studentka magisterského studia **Adéla Dutková** z Mělníka.

Charitativní akce je pořádána pro **Nadační fond Pink Bubble**, který pomáhá dětem a mladým lidem s rakovinou, jimž onkologické onemocnění zkomplikovalo život, být šťastnější a postavit se co nejdříve zpátky na nohy.

Ambasadorkou akce, která vznikla pod záštitou a za pomoci **města Mělník**, je zpěvačka **Milli Janatková**, jejíž krásný zpěv se večer rozezní náměstím. Návštěvníci se mohou těšit na další hudební a taneční vystoupení. Součástí programu je večerní předání šeku z vybraných finančních prostředků přímo na akci či věnovaných partnery akce.

Součástí doprovodného programu je akce **Regionálního muzea Mělník Liberta 95** - promenáda historických kočárků, která se uskuteční na radničním dvoře v 15 hodin. Do charitativní akce se zapojí i **Městská knihovna Mělník**, která se v rámci svého třídního Čtenářského maratonu ZDE (<https://mekuc.cz/akce/2632-ctenarsky-maraton>) připojí k akci v sobotu a i zde bude možné přispět do sbírky pro OnkoBubliny.

V průběhu celé akce mohou návštěvníci přispět do sbírky buď nákupem drobných předmětů či finančním obnosem přímo u stánku nadačního fondu **Pink Bubble**, předměty vyráběli onkologičtí pacienti. U stánku **ACopánky** bude ze zapletených copánků či nákupu lapačů snů věnováno 20 % do sbírky pro nadaci. U stánku **Rodinného centra Kašpárek**, které je spolupořadatelem akce, půjde do sbírky celá část prostředků vybraných malováním na obličeji. Stánek Kašpárku není jen o malování na obličeji, nabízí zázemí pro děti s výtvarnou dílničkou a obřími bublifuky.

Děti si mohou užít i soutěže u stánku **Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra ČR**, která se do akce zapojila a podpořila finančním příspěvkem jako partner.

V podvečer dojde k sečtení všech vybraných finančních prostředků, včetně finančních darů pěti organizací a finální částka se objeví na darovacím šeku, který bude veřejně předán zástupci **Nadačního fondu Pink Bubble**.

Do této částky nebudou započteny všechny prostředky z veřejné sbírky. Veřejná sbírka se rozpečetí za přítomnosti notáře na pražském magistrátu až následující týden po akci

a následně bude zveřejněna celková vybraná částka prostřednictvím **mediálního partnera Kanál eM** a na facebooku.

"Ráda bych poděkovala všem vystupujícím a partnerům, kteří se vzdali svých honorářů či části svých výdělků nebo podpořili akci finančně. Chtěla bych, aby si každý na akci našel to své. Za sebe si přeji, aby akce, kterou jsem vymyslela před rokem, dopadla dobře a nepršelo. Všechno ostatní se dá vyřešit. A ať se ve sbírce sejde tolik finančních prostředků, aby pomohli dětským onkologickým pacientům k lepšímu životu či splnění nějakých nedostižných potřeb či přání," sdělila Adéla Dutková, která stojí za tímto smysluplným nápadem, jejímž cílem je pobavit se po období bez kultury a zároveň pomoci.

Na akci nebudou chybět stánky s občerstvením, které bude zaměřeno na děti i dospělé.

Názor redaktorky

Pokud by měl ještě někdo zájem do akce se nějakým způsobem zapojit či akci podpořit, může se ozvat buď v komentáři u článku nebo prostřednictvím emailu kanalem.melnik@gmail.com. Předání nabídky rádi zajistíme.

(Zdroj: Kanál eM, ©2021)

PŘÍLOHA P XIV: ČLÁNEK „MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY ZBARVIL NÁMĚSTÍ DO RŮŽOVA“ 6. 9. 2021

Charitativní akce **Mělník pro OnkoBubliny** zaplnila v sobotu 4. září náměstí Míru v Mělníku. Cílem akce bylo nejen se pobavit, ale především přispět na onkologicky nemocné děti prostřednictvím **nadace Pink Bubble**, jejímž symbolem je právě růžová barva.

Ambasadorkou akce byla zpěvačka **Milli Janatková**, organizátorem **Rodinné centrum Kašpárek Mělník** za podpory **města Mělník** a za celou akci stojí studentka **Adéla Dutková**, která svoji myšlenku na pořádání akce dotáhla po roce do zdárného konce.

Celým růžovým dnem provázela moderátorka a herečka **Anna Kulovaná**. **Úvodním slovem zahájil akci starosta města Ctirad Mikeš, ambasadorka akce Milli Janatková, zástupce nadace Pink Bubble Kristýna a onkologická pacientka Karolína Žehová a samozřejmě koodinátorka akce Adéla Dutková.**

Vystoupení oblíbeného mělnického písničkáře **Petra Bati** a jeho Malé party zahájil hlavní program akce, který nabízel hudební, taneční a pěvecké vystoupení po celé odpoledne a večer.

Do doprovodného programu se zařadila i **Městská knihovna Mělník s akcí Čtenářský maraton**, v rámci které bylo možno vyčíst příspěvek do sbírky pro nadaci Pink Bubble. V sobotu četla například Milli Janatková a zapojil se do maratonu i Petr Baťa. Návštěvníci mohli také shlédnout v rámci akce promenádu kočárek, kterou připravilo **Regionální muzeum Mělník**.

Do sbírky pro onkologicky nemocné děti bylo možno přispět u stánku pořadatele **Rodinného centra Kašpárek** nákupem malování na obličej. Kašpárkova největší atrakce byly velké bublifuky, které bavily především děti. Náměstí tedy oživilo nejen pomyslné bubliny, ale i skutečné.

U stánku **nadace Pink Bubble** bylo možno zakoupit různé předměty a krásná háčkovaná zvířátka vyrobená onkologickými pacienty a tím přispět do sbírky nadace. Zájem byl velký a stánek byl v obležení lidí s dobrým srdcem.

Ve stánku **ACopánky** si děti mohly nechat zaplést copánky, rodiče zakoupit pletený lapač snů a dvacet procent z nákupu šlo opět do sbírky nadace.

V neposlední řadě čekaly na děti soutěže a dárky u stánku **Zdravotní pojišťovny ministerstva vnitra**, která podpořila konání akce i finančně.

Do sbírky pro nadaci Pink Bubble se celkem na sobotní akci vybralo 15 535 Kč. Do celkové částky zatím nejsou započítány finanční prostředky, které vybrala přímo nadace Pink Bubble ve svém stánku. Tento příspěvek do sbírky se bude otevírat teprve za pár dní před notářským dozorem a poté bude celková částka zveřejněna.

(Zdroj: Kanál eM, ©2021)

PŘÍLOHA P XV: ROZHOVOR „PINK BUBBLE: JSME NADAČNÍ FOND PRO DĚTI S RAKOVINOU“ 8. 9. 2021

Na podporu nadačního fondu **Pink Bubble**, který pomáhá onkologicky nemocným dětem a mladým lidem, byla uspořádána sobotní akce na náměstí Míru v Mělníku 4. září. V rámci mělnické charitativní akce **Mělník pro OnkoBublíny** se povedlo do sbírky pro nadaci vybrat celkem úžasných **57 884 Kč**.

A poděkování patří pořadatelům, vystupujícím, účastníkům akce, Rodinnému centru Kašpárek, Čtenářskému maratonu knihovny, pěti mělnickým podnikatelským subjektům, kteří do sbírky přispěli, a dalším lidem s velkým srdcem.

Tato částka pomůže splnit další přání onkologickým pacientům prostřednictvím zážitků, příspěvků na zdravotnické, rehabilitační pomůcky či služby usnadňující léčbu či život po ní. Nadace podporuje i vzdělávání školou povinných při studiu v nemocnici i v domácí léčbě. Příspěvek na rekvalifikační kurzy, školné při studiu zvýší šance mladým lidem postavit se po ukončení léčby opět na vlastní nohy. A pomoc nadace zahrnuje i splněná osobní přání.

V sobotu během akce jsem oslovila zástupce Pink Bubble **Kristýnu Žákovou**, produkční nadace a povídaly jsme si o nadaci, nemocných dětech a o poslání nadace.

Jaká byla prvotní myšlenka k založení nadace? Kdy ten nápad vznikl?

Zakladatelkou nadace Pink Bubble je **Martina Šmuková**, která v době svojí práce v modelingu chtěla pomáhat dlouhodobě, tak přišla s nápadem na založení vlastního nadačního fondu, který se zaměřuje na pomoc onkologickým dětem a mladým lidem už devět let.

Jakým způsobem si vybíráte onkologické pacienty, kterým pomáháte?

Oni si dnes spíš vybírají nás. Je to hezký, že po devíti letech už to tak je, příští rok budeme slavít 10. výročí, že už nás lidé znají a ozývají se nám a my plníme přání, finančně podporujeme, zveme na tábory a zájemci nám sdělují, že nás objevili na základě doporučení kamaráda či známého, nebo o nás četli... A spolupracujeme i s Nemocnicí Motol v Praze.

Proč název Pink Bubble?

Růžová bublina. Martinka (pozn. redakce: zakladatelka fondu) někde kdysi četla, že když si něco přeješ, musíš svá přání zabalit do pomyslné růžové bubliny, a vypustíš je do vesmíru a ta přání se ti jednou splní.

Jaký je rozdíl mezi hodně nemocnými dětmi, už slovo rakovina vyvolává většinou děs a lítost mezi lidmi, a zdravými? Musí se s nimi jednat odlišně?

Já bych řekla, že rozdíl tam není, samozřejmě je to individuální, ale to je stejné i mezi zdravými dětmi. Jediný rozdíl je, že především mladiství musí být hodně izolovaní vzhledem ke svojí narušené imunitě, jsou vlastně uzavření a mohou se pohybovat jen na sociálních sítích a spojení s kamarády lze jen přes počítač. Děti, které mohou, jezdí s námi na různé ozdravné tábory, campinky, lodě apod. a oceňují, když se k nim právě chováme normálně jako ke zdravým dětem, nechtějí cítit soustrast či litování.

Jaká bývají přání, která pak plníte?

Nejčastěji je to právě elektronika, jsou to telefony, tablety, to je vlastně nejčastější, protože jak je člověk nemocí upoutaný třeba půl roku i rok v izolaci, tak potřebuje nějaké spojení s okolním světem, elektronika prostě vládne světu.

Bylo nějaké originální přání, se kterým se běžně nesetkáváte, které jste plnili?

Co se mi teď jako první vybavilo, byl detektor kovu nebo zavážecí rybářská loďka, která je zapotřebí pro zavážení při kapřích závodech. Platíme ale třeba i kurzy herectví, studium na škole, školné.

Takže podporujete i vzdělávání.

Ano i vzdělávání. Někdy vnímáme, že bychom měli ještě víc děkovat dárcům, protože bez nich bychom ta přání nemohli plnit a příští rok chystáme k desetiletému výročí nadace právě překvapení jako poděkování dárcům a už dnes se o tom hodně bavíme v kanceláři.

Jsem moc ráda, že jsme dnes na Mělníku, pohybujeme se samozřejmě nejvíc v Praze, ale mám ráda, když jsme i v jiných městech, kde je fajn atmosféra, taková milá a vždycky z těch akcí všichni přijedou rozzářeni a s velkým srdcem, když na akcích slyší: to je krásné, co děláte.

V sobotu na akci pomáhala nadaci i "jejich" onkologická pacientka **Karolína Žehová**, která prozradila, jak se prala a pere s touto zákeřnou nemocí.

Povíte nám něco o své nemoci a boji s ní?

Je mi 24 let a prodělala jsem rakovinu lymfatického systému. Léčila jsem se dva a půl roku, podstoupila jsem chemoterapii, po ukončení léčby se mi rakovina do tří měsíců vrátila, takže jsem musela podstoupit vysokodávkovou chemoterapii s transplantací kmenových buněk,

ale mohla jsem být sama sobě dárce a nemusela jsem vyhledávat dárce jinde. A potom následovala začíšťovací léčba na radiologické terapii a tu jsem ukončila před necelým měsícem.

A Pink Bubble Vám splnil nějaké přání?

Ano, nadace mi splnila přání. Já jsem si přála nový vysavač, protože mám pejska a během transplantace musíte udržovat domácnost v absolutní čistotě a klasický vysavač byl pro mě hodně fyzicky náročný, takže tohle bylo pro mě úleva a ono to i vytírá.

A ještě jsem požádala o televizi. Měla jsem doma malou televizku, na kterou jsem sotva viděla, protože jsem po transplantaci téměř oslepla, nemůžu zaostřovat zrak, tak jsem si to vykompenzovala velkou televizí.

A teď jak vidím, s nadací spolupracujete a při dnešní akci Mělník pro OnkoBublíny pomáháte.

No, snažím se občas naháčekovat nějaké hračky pro děti, které se pak dávají onkologickým dětem do nemocnice. Moje hračky jsou i ke koupi na dnešní akci a výtěžek z prodeje jde do sbírky nadace. A protože se o nás hezky starají, jsme s nimi v neustálém kontaktu, zajímají se, jak se máme, tak se to snažím trochu vracet, protože mi hodně pomohli v mém krušném období.

Pink Bubble ZDE (<https://www.pinkbubble.cz/>).

"Pomáháme mladým v boji s rakovinou

Podporujeme děti a mladé lidi, kterým život zkomplikovalo onkologické onemocnění. Dospívání je náročné samo o sobě a nádorové onemocnění znamená velkou zátěž navíc. Pro tělo i pro citlivou duši. Byli bychom rádi, kdyby nejen malé, ale i starší a čerstvě dospělé „děti“ věděly, že se mají o koho opřít ve chvílích, kdy hledají oporu. Ať už je to v průběhu léčby, v době rekonvalescence nebo při následném návratu do každodenního života".

Potlesk patří všem, kteří se podíleli na sobotní sbírce pro nadaci Pink Bubble, a společně dali dohromady úžasnou částku, které rozhodně není zanedbatelná.

(Zdroj: Kanál eM, ©2021)

Chouette

1. 9. • st • 19:30

sady u MKD • Francouzské šansony a melodie

Čtenářský maraton

2.-4. 9. • čt-so

Žlutý ostrov na nám. Karla IV. • Benefiční veřejné čtení ve prospěch mělnických škol

Mělničtí písničkáři ve Starý Mydlárně

3. 9. • pá • 20:30

Stará Mydlárna • Zahrají vám: Marian Kořínek & A.S.M, Lenka Ducháčková, Braduo, Eliška Elka Mája, Pavel Rác, Ježek a Diana

Mělník pro OnkoBublíny

4. 9. • so • 14:00

nám. Míru • Dobročinná akce na podporu organizace Pink Bubble

Liberta 95: promenáda kočárků

4. 9. • so • 15:00

Radniční dvůr • Promenáda kočárků ze sbírky muzea k výročí vzniku proslulé mělnické továrny

PROBÍHAJÍCÍ VÝSTAVY

Zachuchleno: Příběh animace/ animace příběhu

Městská knihovna • Výstava na motivy počítačové hry CHUCHEL

Na plný plyn

Regionální muzeum Mělník • Výstava modelů autíček ze sbírky Martina Švece

Ester Nemjő: Rybí hubička růžová

Galerie Ve Věži • Výstava ilustrací z dětských knížek, obrazů a keramiky

Jazz World Photo 2020

MKD • Výstava vítězných snímků mezinárodní fotografické soutěže



(Zdroj: Mělnické kulturní léto MEKUL, 2021)

PŘÍLOHA P XVII: PLAKÁTY A POZVÁNKY DOPROVODNÉHO PROGRAMU 2021



Liberta 95
MĚLNÍK

13. 7. - 5. 9. 2021/ Muzejní kavárna
Komorní výstava k výročí 95 let od založení
proslulé mělnické továrny Liberta!

4. 9. 2021 od 15:00/ PŘEHLÍDKA KOČÁRKŮ
ze sbírky Regionálního muzea Mělník
na radničním dvoře v Mělníku

Vstupenky (50,- Kč, děti do 6 let zdarma)
v předprodeji od 1. 7. v pokladně muzea

Regionální muzeum Mělník, p. o. Středočeského kraje
nám. Míru 54, 276 01 Mělník
www.muzeum-melnik.cz f RegionalnimuzeumMelnik

Regionální muzeum Mělník
Středočeský kraj
Místní kultura
Regionální muzeum Mělník
Region
Český územní svaz

(Zdroj: Regionální muzeum Mělník, ©2021)





**42
hodin
čtení**

**žlutý
ostrov**

**čtenářský
maraton
2.–4. 9. 2021**

ZVEME VÁS VŠECHNY KE ČTENÍ!

2.–4. 9. se na Žlutém ostrově před Městskou knihovnou Mělník uskuteční Čtenářský maraton ve prospěch mělnických škol.
CO HODINA, TO KILOMETR | 1 MINUTA ČTENÍ – 10 Kč pro mělnické školy na podporu čtenářství
Srdečně zveme čtenáře z řad veřejnosti k účasti na benefičním veřejném čtení.
 Podrobný program včetně veřejného čtení oblíbených autorů a dalších zajímavých hostů na Facebooku a webu knihovny.

mekuc
mělnické kulturní centrum

knihovna
Městská knihovna Mělník
nám. Karla IV. 3359, Mělník

www.mekuc.cz

S podporou:   Spolupráce:  

(Zdroj: Městská knihovna Mělník, ©2021)

Malování dětem na obličeji

FACEPAINTING



**PINK
BUBBLE
NADAČNÍ FOND**



Každým namalovaným dětským obličejem přispíváte 100% částkou na nadační fond PINK BUBBLE

(Zdroj: Nikyta s.r.o., 2021)

ACopánky

Každou koupí jakéhokoliv produktu
nebo upletením copánků

z celkové ceny na **přispíváte 20%**



**PINK
BUBBLE
NADAČNÍ FOND**
WWW.PINKBUBBLE.CZ

Mělník pro
**Onko
Bubliny**

sobota
4. 9. 2021
náměstí Míru Mělník



[FACEBOOK.COM/ANNACOPANKY](https://facebook.com/annacopanky) [INSTAGRAM.COM/ACOPANKY](https://instagram.com/acopanky) TEL.:607160067

(Zdroj: ACopánky, ©2021)

30 ZP ZDRAVOTNÍ POJIŠŤOVNA MINISTERSTVA VNITRA ČR 211 POJIŠTĚNCI PLÁTCI POSKYTOVATELÉ Chci se stát pojištěncem E-komunikace

Úvod · Kalendář akcí · Mělník pro Onko Bubliny

Mělník pro Onko Bubliny

4.9.2021 | 14:00 | Mělník



Vážení klienti,

zveme Vás na charitativní akci Nadačního fondu pro děti a mladé lidi s rakovinou "Mělník pro Onko Bubliny", která se uskuteční v sobotu 4. září 2021.

Na akci je zajištěn zajímavý a bohatý program pro děti i dospělé.

Přijďte se na nás podívat a podpořit dobrou věc.

Těšíme se na Vás.

Vaše ZP 211

(Zdroj: Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR, ©2021)

PŘÍLOHA P XVIII: TEXT PRO MODERÁTORKU 2021

Text pro moderátorku

Charitativní akce Mělník pro OnkoBubliny 4. 9. 2021 na náměstí Míru Mělník pro
Nadační fond Pink Bubble

O Nadačním fondu Pink Bubble

Podporuje děti a mladé lidi, kterým život zkomplikovalo onkologické onemocnění. Dospívání je náročné samo o sobě a nádorové onemocnění znamená velkou zátěž navíc. Pro tělo i pro citlivou duši.

Jak pomáhají?

Zážitky – drobné aktivity a radost, které by v době léčby a rekonvalescence mohly pacienty rozptýlit, posílit jejich naději a optimismus.

Pomůcky – příspěvky na zdravotnické, rehabilitační či pohybové pomůcky a služby, které usnadňují léčbu a život po jejím ukončení.

Vlastní život – podpora školou povinných při studiu v nemocnici i v domácí léčbě. Rekvalifikační kurzy, brigády, školení – šance pro slečny a mladé muže postavit se po ukončení léčby opět na vlastní nohy.

Splněná přání – Plnění osobních přání, která jsou velmi rozmanitá: od elektroniky přes potřeby k volnočasovým aktivitám či ke studiu až po kulturní nebo společenské zážitky.

MOTTO

Zavři oči. Představ si svůj velký sen, jako by se už stal skutečností. Zabalil jej do průsvitné růžové bubliny, nech zlehka odplout do vesmíru a usměj se. Protože od této chvíle se sbírá pozitivní energie k jeho naplnění (Nadační fond Pink Bubble, ©2021).

PROGRAM

Časy vystoupení jsou orientační!

Odpolední program

14:00 – 14:15 Zahájení

Charitativní akci zahajuje starosta města Mělník Ctirad Mikeš, zpěvačka Milli Janatková, *Kristýna Žáková a pacientka Karolína Žohová* za nadaci Pink Bubble a koordinátorka akce Adéla Dutková

PO ZAHÁJENÍ! Upozornit na akci **Liberta 95 (v pauze od 15:00)**, upozornit na předprodej vstupenek Vstupenky je lepší zakoupit v předprodeji (50 Kč/děti do 6 let zdarma) v pokladně muzea. Zahrnují i volný vstup do stálých expozic a výstavy“.“

„Regionální muzeum Mělník Vás zve od 15:00 hodin na komentovanou přehlídku historických kočárek ze své sbírky „Liberta 95“ a těšit se můžete na modelky v dobovém oblečení včetně dětí. Přehlídka proběhne na radničním dvoře a hudbou ji doprovodí členové Velkého dechového orchestru Mělník.

14:15 - 15:00 Baťa & Kalábůf něžný beat

Petr Baťa je známý a oblíbený muzikant na Mělnicku, bluesman a dnes s kapelou zahraje blues a beat. Repertoár tvoří převážně vlastní skladby.

Po VYSTOUPENÍ P. BATI – Pana Baťu můžete dnes ještě vidět ještě od 16 do 17 hodin na ČTENÁŘSKÉM MARATONU, který je doprovodným program této charitativní akce.

15:00 – 15:30 Liberta 95

Doprovodný program – promenáda kočárek ze sbírky Regionálního muzea Mělník na radničním dvoře v Mělníku.

„Regionální muzeum Mělník Vás zve od 15:00 hodin na komentovanou přehlídku historických kočárek ze své sbírky „Liberta 95“, kterou pořádá u příležitosti výročí 95 let od vzniku proslulé mělnické továrny na výrobu kočárek Liberta. Těšit se můžete na modelky v dobovém oblečení včetně dětí, které představí více než 30 kočárek. Přehlídka proběhne na radničním dvoře a hudbou ji doprovodí členové Velkého dechového orchestru Mělník.

15:30 – 16:15 Kapela Kompas

Kompas je pražská pop-rocková kapela, která hraje převážně svoji vlastní tvorbu. Kapela je pětičlenná a je zajímavé, že v ní je převaha žen, což není úplně běžné.

ZMĚNA OPROTI PROGRAMU! PRVNÍ JDE Bboys Rostons crew, následně až Tanečnice Adéla Jeřábková – musí se na pódiu udělat místo pro tanec!

16:15 – 16:20 Bboys Rostons crew

Breaková skupina funguje na české taneční od roku 2019 a na první taneční soutěži se umístili mezi top 8 nejlepších skupin.

16:25 – 16:30 Tanečnice Adéla Jeřábková vystoupí společně s tanečnicemi Adélou Tesařovou a Veronikou Helclovou

Tanečnice a herečka vystupuje pod pseudonymem Adéla Líbalová a pro tuto akci si připravila speciální vystoupení i s tanečním doprovodem, tanečnicemi Adélou Tesařovou a Veronikou Helclovou!

16:30 – 16:50 Milli Janatková

Mělnická rodačka Milli Janatková je zpěvačka, výtvarnice a všestranná umělkyně, která již desátým rokem tvoří sólová interaktivní představení. Osobní tvorba Janatkové vyjadřuje úctu k předkům a otevírá téma odpovědnosti a sebepoznání skrze pochopení příběhů z osobní a kulturní historie. Za svou tvorbu získala mnohá ocenění doma i v zahraničí.

16:50 – 17:15 přestávka

17:15 – 18:00 Štěpán Soukup

Vystoupí pražský zpěvák Štěpán Soukup, který je bývalým a zakládajícím člen kapely zakázanýovoce. Od roku 2018 vystupuje a skládá už jen pod svým jménem a dnes předvede s kapelou svou autorskou tvorbu.

After Party

Jen pro Vás – čas předávání šeku pro nadaci se možná bude muset posunout, v případě, že nebude sečtená finální částka, ale o tom Vás budu informovat.

18:00 – 18:15 Předávání šeku pro nadaci Pink Bubble

Na finanční částce na šeku se podílelo 5 organizací - Rodinné centrum Kašpárek Mělník, ACopánky – Anna Krejčíková, Instalatéřství Topenářství Karel Jirák, Městská knihovna Mělník a C-Dent s.r.o., tyto organizace společně vybrali částku ..., - Kč (*ČÁSTKU DOPLNÍM PO SEČTENÍ PENĚZ V 18:00*).

Šek předá koordinátorka akce Adéla Dutková zástupkyni nadace Pink Bubble – Kristýna Žáková a pacientka Karolína Žohová.

18:15 – 18:30 Bboys Rostons crew

Breaková skupina funguje na české taneční od roku 2019 a na první taneční soutěži se umístili mezi top 8 nejlepších skupin.

18:30 – 20:00 Dj Keri

Závěr charitativní akce zakončí mělnický Dj Keri – Jiří Keresteš, který bude pouštět hudbu pro vaši zábavu.

V průběhu celého dne/odpoledního programu zmiňovat:

1) Jak dnes můžete podpořit Nadační fond Pink Bubble?

- **Stánek NF PINK BUBBLE**, který nejde přehlédnout díky své růžové barvě, nadační fond můžete podpořit nákupem drobných předmětů či přispět přímo finanční částkou.
- **Stánek RODINNÉHO CENTRA KAŠPÁREK MĚLNÍK**, kde šikovná Nikyta zdobí dětské obličejy nejen zvířecími malůvkami. Celý výtěžek jde na Nadační fond Pink Bubble.
- **Ve stánku ACOPÁNKY** si děti mohou nechat zaplést copánky nebo koupit ručně pletený lapač snů, a další, a koupí jakéhokoli předmětu nebo zapletením copánku přispívají 20 % na NF PB.
- **ČTENÁŘSKÝ MARATON** – info v bodu 2)

2) (Zmiňovat do 18:00) Další doprovodný program akce probíhá na náměstí Karla IV. – ČTENÁŘSKÝ MARATON

Dnes se do akce zapojila i Městská knihovna Mělník a na Žlutém ostrově před městskou knihovnou na Náměstí Karla IV. probíhá už 3 dny čtenářský maraton. A dnes v sobotu 4. 9. do 18:00 můžete v rámci tohoto maratonu přispět také na Nadační fond Pink Bubble.

3) Pořadatelé a partneři charitativní akce:

- Rodinné centrum Kašpárek Mělník
- Město Mělník
- Regionální muzeum Mělník
- Městská knihovna Mělník
- Mediální partner – Kanál eM
- Zdravotní pojišťovna Ministerstva vnitra ČR
- Nikyta Original s.r.o.
- ACopánky

- Side Dream.cz
- Instalatéřství Topenářství Karel Jirák
- Lavina Winetruck

(Zdroj: Archiv autorky, 2021)

PŘÍLOHA P XIX: SEZNAM KONTAKTŮ A PŘÍSTUP DO ZÁZEMÍ 2021

KONTAKTY				
FUNKCE	KONTAKTNÍ OSOBA	TELEFON, E-MAIL	ZÁZEMÍ	PARKOVIŠTĚ
ZVUKAŘ	[REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	☑
FOTOGRAFKA	[REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	✗
??DRON	[REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	☑
??DRON	[REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	☑
MODERÁTORKA	Anna Kulovaná	[REDAKCE]	☑	✗
KANÁL eM (2x)	Martina Dušková, [REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	✗
BAŤA & KALÁBŮF NEŽNÝ BEAT (cca 3-5x)	Petr Baťa Kunderát	[REDAKCE] kalabufbeat@seznam.cz	✗	☑
ŠTĚPÁN SOUKUP s kapelou (asi 5x)	Štěpán Soukup	[REDAKCE] info@stepansoukup.cz	☑	☑
TANEČNICE ADÉLA JEŘÁBKOVÁ (- [REDAKCE])	Adéla Jeřábková (Libalová)	[REDAKCE]	☑	
BBOYS ROSTONS CREW (6 tanečníků a doprovod 5x)	[REDAKCE]	[REDAKCE] roston-breakbattle@gmail.com	☑	
ZPĚVAČKA MILLI JANATKOVÁ ([REDAKCE])	Milli Janatková	milli.janatkova@gmail.com	☑	
KAPELA KOMPAS (5x)	[REDAKCE]	[REDAKCE] kapelakompas@gmail.com	☑	☑
DJ KERI	[REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	☑
NF PINK BUBBLE (cca 5x) (Karolína Žohová, Kristýna Žáková, Petra Měšťanová, dvě 10leté dcery)	Kristýna Žáková	[REDAKCE] Kristyna@pinkbubble.cz	☑	☑
NIKYTA (+1?)	[REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	
	[REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	
	[REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	
	[REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	
RC KAŠPÁREK MĚLNÍK (cca 2x)	[REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	
ACOPÁNKY	[REDAKCE]	[REDAKCE]	✗	☑
ZDRAVOTNÍ POJIŠTOVNA MV ČR	[REDAKCE]	[REDAKCE]	☑	☑

[REDAKCE] – za RC Kašpárek

(Zdroj: Archiv autorky, 2021)

PŘÍLOHA P XX: CATERING 2021

Nadační fond Pink Bubble obč.pro 40 osob dne 4.9.2021					
nabídkový rozpočet					
počet osob : 40					
		počet	j.cena	součet	
				15%	21%
smažené kuřecí prsní řízky banketní	50 ks na míse	3 kg	280	840	
smažené vepřové řízky banketní	25 ks na míse	1,5 kg	280	420	
chlebičky - více druhů		80 ks	16	1280	
obložená mísa šunková míchaná	1 kg č.11	2 ks	390	780	
sýrová mísa	1 kg	2 ks	400	800	
zeleninová mísa	1 kg (rajče cherry)	1 ks	280	280	
ovocná mísa	2,5 kg (bez banánů)	1 ks	400	400	
banketky světlé		60 ks	4	240	
				5040	0
materiál a nápoje	na rautu celkem			5040	0
oválné mísy jednorázové		9 ks	10		90
obdélníkové mísy jednorázové		4 ks	20		80
papírové krabice jednorázové		10 ks	25		250
doprava					0
cateringové služby				0	0
součet				5040	420
k úhradě celkem					5460

(Zdroj: Archiv autorky, 2021)

PŘÍLOHA P XXI: DOSAH FACEBOOKOVÉHO PŘÍSPĚVKU – ZVEŘEJNĚNÍ FINÁLNÍ ČÁSTKY VYBRANÉ PRO NF PINK BUBBLE 2021

 Zveřejněno Adéla Dutková · 7. září · 🌐

Je to tady! 🥳👏🙌❤️

Víme celkovou částku, která se vybrala v sobotu 4. září na charitativní akci [Mělník pro OnkoBubliny pro Nadační fond Pink Bubble](#). Krásných 57.884,- Kč pomůže nejednomu pacientovi! Děkujeme všem, kdo jste se na sbírce podíleli 🙌.

[Rodinné centrum Kašpárek Mělník](#)
[ACopánky](#)
[Městská knihovna Mělník](#)
[Instalatérství Topenářství Karel Jirák](#)
[Denisa Čížková](#)
[Specializovaný maloobchod-Hana Vozábová](#)
[Lavina Winetruck](#)
[211 - Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR](#)

Děkujeme mediálnímu partnerovi [Kanál EM](#)
Foto Marta Dušková



6 909
Oslovení lidí

290
Zájem

[Propagovat příspěvek](#)

 9

6 sdílení

(Zdroj: Facebook, ©2021)

PŘÍLOHA P XXII: ČLÁNEK „MĚLNÍK PRO DĚTI PŘIPRAVUJE DRUHÝ ROČNÍK AKCE MĚLNÍK PRO ONKOBUBLINY“ 12. 3. 2022

Krásná charitativní akce **Mělník pro OnkoBubliny** pro **Nadační fond Pink Bubble**, která zbarvila vloni v září celé náměstí Míru v Mělníku do růžova, bude mít pokračování. V přípravě je již druhý ročník, který se opět uskuteční v září.

Za zrodem této myšlenky a celou organizací prvního ročníku smysluplné akce stojí **Adéla Dutková** z Mělníku, studentka magisterského studia. Na počátku nápadu bylo hledání tématu pro bakalářskou práci, který se nakonec během pár měsíců přetvořil ve smysluplnou akci, která pomohla onkologicky nemocným dětem ke zlepšení jejich života.

Na přípravu dalšího ročníku jsem se zeptala přímo autorky a organizátorky: „Po prvním ročníku jsem čekala na odezvu, jestli bude případně zájem o druhý ročník. Už během zářijové akce se tato otázka objevila. Původně jsem si myslela, že druhý ročník už dělat nebudu. Nakonec jsem se rozhodla jinak. Beru to jako svoje dítě. Takže už na tom pracuju. Zatím vzniká koncept, dávám tomu nějaký právní rámec, akce je ve stavu zrodu. A dnes už s projektem pracuji tak, aby žil dál a neskončil druhým ročníkem. Projekt jsem po prvním ročníku nazvala **Mělník pro děti** a představuji si, že se bude každý rok zaměřovat na jinou charitativní organizaci, která pomáhá onkologicky nemocným dětem. Moje vize do budoucna je, že akce bude organizována každý rok pro jinou neziskovou organizaci. Letos je ještě jednou věnována Nadačnímu fondu Pink Bubble“.

Pro projekt jsou už vytvořeny nové webové stránky, Facebook i Instagram. Pokaždé bude v názvu Mělník pro... uvedena jiná organizace. Adéla Dutková prozradila i některé novinky letošního ročníku. Na náměstí Míru bude více stánků než vloni, mezi jiným i stánek vizážistky a líčení přímo na akci, stánek s relaxačními obrazy, stánek s balónky, kde se budou tvořit balónková zvířátka. Do programu je nově zakomponována módní přehlídka, vystoupení dětí z **Rodinného centra Kašpárek**, které je i letos spolupořadatelem akce. Už probíhá jednání se zpěváky a kapelami, které se akce zúčastní.

Druhý ročník **Mělník pro OnkoBubliny** se uskuteční v **sobotu 3. září** v čase od 14 do 20 hodin. Během akce bude probíhat opět veřejná sbírka na podporu onkologicky nemocných dětí a bude i předávám šek a už dnes jsou nabídky partnerů na podporu akce, kterých bude letos víc než vloni. Náměstí Míru bude tentokrát v barvě růžové a modré. Růžová barva představuje **Nadační fond Pink Bubble** a modrá barva **Mělník pro děti** [Mělník pro děti \(webnode.cz\)](http://Mělník.pro/děti).

Kanál eM je stejně jako vloni mediálním partnerem této akce. Loňskou akci je možné si připomenout v článcích [Mělník pro OnkoBublíny zbarvil náměstí do růžova \(kanalem.com\)](#) či [Pink Bubble: Jsme nadační fond pro děti s rakovinou \(kanalem.com\)](#), kde je zachycen nejen průběh akce, ale i zveřejněna částka, kterou tato charitativní akce přinesla dětem z nadačního fondu.

(Zdroj: Kanál eM, ©2022)

PŘÍLOHA P XXIII: DAROVACÍ SMLOUVA NA SPONZORSKÝ DAR OD BUBBLE FACTORY S.R.O.

DAROVACÍ SMLOUVA

uzavřená podle § 2055 a násl. zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů
(dále jen „občanský zákoník“)

1. Smluvní strany

1.1 jméno a příjmení: Bubble Factory s.r.o.
zastoupená: Petrou Škývarovou – jednatelka společnosti
se sídlem: Školní Náměstí 39/33, 289 22 Lysá nad Labem
IČ: 24852708
DIČ: CZ24852708

(dále také jen „dárce“)

a

1.2 jméno a příjmení: Rodinné centrum Kašpárek Mělník, zapsaný spolek
zastoupená: Be. Petrou Hánlovou, DiS. – koordinátorkou RC
se sídlem: Na Vyhliďce 18, 276 01 Mělník
IČ: 70827800

(dále také jen „obdarovaný“)

dárce a obdarovaný dále také společně jako „smluvní strany“ a každý samostatně jako „smluvní strana“ uzavírají níže uvedeného dne, měsíce a roku tuto

darovací smlouvu

2. Předmět smlouvy

- 2.1. Dárce tímto prohlašuje, že má ve svém výlučném vlastnictví *Bublíkůk na obří bublinky MEGABUBLINA a další produkty s tím spojené*, a že není žádným způsobem omezena jeho možnost s tímto majetkem disponovat.
- 2.2. Dárce tímto daruje *sponzorský dar v podobě zboží v hodnotě 4000 Kč s tím, že součástí bude i výroba malých bublíkůk s logem Mělník pro děti a Nadačního fondu Pink Bubble*

(dále jen „dar“) obdarovanému, a to do jeho výlučného vlastnictví a obdarovaný prohlašuje, že celý dar do svého vlastnictví přijímá.

- 2.3. Obdarovaný tímto potvrzuje, že celý dar mu byl dárce předán při podpisu této smlouvy.

3. Další ujednání v souvislosti s darováním

- 3.1. Dar se převádí bez právních vad, dluhů a břemen. Na obdarovaného nepřecházejí v souvislosti s darováním žádné dluhy ani břemena.
- 3.2. Strany jsou obeznámeny s možností odvolání daru z důvodů stanovených občanským zákoníkem. Vznikne-li dárce právo odvolat dar, budou strany postupovat dle ustanovení § 2068 a násl. občanského zákoníku.
- 3.3. Náklady spojené se sepsáním této smlouvy nese dárce, poplatky z darování hradí obdarovaný.

4. Závěrečná ustanovení

- 4.1. Změny této smlouvy lze činit pouze po dohodě obou stran písemnou formou.
- 4.2. Tato smlouva, jakož i práva a povinnosti vzniklé na základě této smlouvy nebo v souvislosti s ní, se řídí zákonem č. 89/2012 Sb., občanským zákoníkem, ve znění pozdějších předpisů a ostatními právními předpisy České republiky.
- 4.3. Tato smlouva je uzavřena ve dvou (2) vyhotoveních, z nichž každá strana obdrží po jednom (1) vyhotovení.
- 4.4. Strany po přečtení této smlouvy prohlašují, že souhlasí s jejím obsahem, že tato smlouva byla sepsána vážně, určitě, srozumitelně a na základě jejich pravé a svobodné vůle, na důkaz čehož připojují níže své podpisy.

V Lysé nad Labem dne 3. 2022

Bubble Factory s.r.o.
Strojní nám. 39, 289 22 Lysé nad Labem
IČ: 248 52 708, DIČ: CZ24852708
Tel.: 00420 739 029 250

.....
dárce

Bubble Factory s.r.o.
Petra Škřivarová

V Mělníku dne 3. 2022

Rodinné centrum
Kašpárek Mělník, z.s.
Tř. Václava 1a, 276 01 Mělník
IČO: 708 07 800

.....
obdarovaný

Rodinné centrum Kašpárek Mělník, z. s.
Petra Hánlová

(Zdroj: Vlastní zpracování, pomoci: BusinessInfo.cz, 2022)

PŘÍLOHA P XXIV: OBSAH A DOSAH PŘÍSPĚVKŮ NA FACEBOOKU PROJEKTU MĚLNÍK PRO DĚTI 2022

 **Mělník pro děti** přidal(a) událost.
13. listopadu 2021 · 🌐



2. ročník
Mělník pro OnkoBubliny
sobota 3. 9. 2022 náměstí Míru Mělník

SO, 3. 9. V 14:00
2. ročník Mělník pro OnkoBubliny|3. 9. 2022|Mělník
náměstí Míru, 276 01 Mělník, Česká Republika
27 se zúčastní · 34 to zajímá

95 Oslovení lidí 9 Zájem [Propagovat událost](#)

 5

 **Mělník pro děti**
Zveřejněno Adéla Dutková · 8. února · 🌐

Přípravy na 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny|3. 9. 2022|Mělník jsou v plném proudu! 🥳
Na co se můžete těšit tento rok?

- 👤 **Rodinné centrum Kašpárek Mělník** a jeho bublinový a výtvarný koutek, kde nebude chybět ani malování na obličej 🎨
- 👤 **Nikyta** nabídne své vizážistické a beauty umění 💄
- 👤 Ve stánku **ACopánky** Vám opět vyrobí úžasné copánky 🥰
- 👤 Nebude chybět ani stánek 211 - **Zdravotní pojišťovna ministerstva vnitra ČR** a **Nadační fond Pink Bubble** a jejich pacienti, pro které je tato akce organizována. ❤️

Opět jako vloni je mediálním partnerem **Kanál EM**. Navíc tento rok pomůže s propagací **Relax Radio** a **Dětské Rádio Mělník** 📻

A co se připravuje do programu? To se dozvíte už brzy! Stačí sledovat **Mělník pro děti** a stránky: <https://melnik-pro-deti.webnode.cz/>



MELNIK-PRO-DETI.WEBNODE.CZ
Mělník pro děti
Charitativní akce s koncerty a doprovodným programem nejen pro ...

6 126 Oslovení lidí 298 Zájem – Skóre distribuce [Propagovat příspěvek](#)

 9 9 sdílení

Mělník pro děti
Zveřejněno Adéla Dutková · 12. března v 19:16 · 🌐

Počtení na sobotní večer - článek o 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny | 3. 9. 2022 | Mělník 📸 a novinkách, na které se můžete těšit. 📌

Kanál EM
12. března v 10:02 · 🌐

Autorka a organizátorka projektu prozradila pár novinek v letošním ročníku této charitativní akce.



KANALEM.COM
Mělník pro děti připravuje druhý ročník akce Mělník pro OnkoBubliny

59 Oslovení lidí 23 Zájem – Skóre distribuce Propagace není k dispozici

👍❤️ 7 5 sdílení

Mělník pro děti
Zveřejněno Instagram · 1. dubna v 12:42 · Instagram · 🌐

📸 Nové COVER FOTO 2. ročník Mělník pro OnkoBubliny | 3. 9. 2022 | Mělník je venku! 📌 📸

Nově i QR kód s odkazem na web, kde se dozvíš více! 📌

#melnikprodeti #melnikproonkobubliny #melnik #qrkod



643 Oslovení lidí 35 Zájem Propagovat příspěvek

👍❤️ 8 1 komentář 6 sdílení

(Zdroj: Facebook, ©2022)

