

**Marketingový plán –
destinační společnosti Jihočeský venkov, z.s.
a Turistické oblasti PodKletí**

Vize turistické oblasti PodKletí 2015 - 2020:

Vybudovat komunikující destinaci a její management.

Zviditelnit venkovskou oblast PodKletí jako destinaci pro rodinný cestovní ruch a příměstskou turistiku v krásné přírodě „Kletí na dohled“.

Nabídnout autentický jihočeský venkov
jako místo pro dovolenou, výlety i zážitek.

Vize turistické oblasti PodKletí 2015 - 2020:

Vybudovat komunikující destinaci a její management. Zviditelnit venkovskou oblast PodKletí jako destinaci pro rodinný cestovní ruch a příměstskou turistiku v krásné přírodě „Kletí na dohled“. Nabídnout autentický jihočeský venkov jako místo pro dovolenou, výlety i zážitky.

Na základě naší vize jsme definovali následující cílové skupiny.

1. Cílové skupiny:

Rodiny s dětmi – prototypem je klasická rodinná dovolená, která zahrnuje indoor/ outdoor aktivity, jež se dají provozovat s dětmi.

Děti hrají velkou roli při sestavování programu rodinné dovolené a plánování termínů.

Nicméně se hledí také na odpočinek rodičů, kteří v ideálním případě mohou na čas vypustit bez obav své děti, aby si chvíle volna užili jak děti, tak i rodiče.

Ideálním programem pro utužení rodinných vztahů jsou společné zážitky, společné aktivity.

Do této skupiny se řadí také podskupina prarodičů s vnoučaty.

Klíčová slova: #rodina #dětí #aktivní dovolená#s dětmi#s mámou a tátou#hurá na venkov#hurá na vzduch# tajemno

Páry – tento segment zahrnuje partnery bez dětí; buď ty, kteří ještě děti nemají a chtějí objevovat nové lokality a zážitky, nebo ty, kteří chtějí aktivně strávit volný čas bez dětí aktivitami, které jsou pro děti neatraktivní nebo náročné (např. sportovní).

Velmi často jde o páry, u kterých jsou partneři vystaveni každodennímu stresu, hledají odpočinek, relax a oddech, na chvíli se zastavit a užít si klidu a momentů, kdy si mohou dovolit odložit mobily.

Klíčová slova: #pro dva #páry #aktivní odpočinek #hurá na venkov#hurá na vzduch# relax#oddech#pohoda#no stress# na vodu# na kolo#

Senioři – jde o páry, ale velmi často také skupiny přátel; jde o osoby či páry, kteří mají již dospělé děti a mají dostatek volného času na aktivity, na které dříve neměli čas nebo i peníze.

Kromě klasické představy o seniorech je nutné si uvědomit, že existuje velká skupina „mladších“ aktivních seniorů, kteří si nedovedou představit pasivní trávení času a vyhledávají například i náročnější sportovní vyžití.

Obecně - velmi často jejich aktivity souvisí s návratem ke vzpomínkám „z mládí“, dohání to, co zanedbali, objevování nebo znovuobjevování míst a památek. Opět mají čas vyzkoušet a poznat něco nového. Mají chuť cestovat ve skupinách, obnovovat přátelské vazby, často kladou důraz na dobré časy „za mlada“.

Nespěchají, užívají si momentu.

Zájem o péči o zdraví těla a mysli: wellness, lázeňství, pobyt na čerstvém vzduchu, zájem o církevní hodnoty, spiritualita, poutě.

Klíčová slova: #šedý turismus #dostatek volného času #pohodlí#wellness # pohoda#duševno# tajemno# jako v mládí# vzpomínáš# jako za mlada#

Skupiny přátel – tento segment můžeme rozdělit do třech podskupin na výlučně mužskou, výlučně ženskou a smíšenou skupinu, podle těchto specifik se pak bude lišit i náplň trávení volného času.

U všech skupin můžeme klást důraz na posilování přátelských vazeb a potřebu společných zážitků.

U mužských skupin lze předpokládat, že si chtějí odpočinout od svých poloviček a užít si ničím nerušený pobyt, větší zaměření na sportovní aktivity – cyklistika, turistika, vodáctví, lyže, adrenalinové sporty.

U ženských skupin můžeme přidat i pohodovou dovolenou spojenou s wellness a péčí o tělo a mysl.

Klíčová slova: #přátelé #kamarádi #večírky #akce#víkend#s holkama na víkend# pánská jízda# na kolo# pohoda# na vodu#

Školní výlety – slušný potenciál pro TO PodKletí má i segment školních výletů. Ty se každoročně pořádají zejména během května a června a rovněž začátkem září (tzv. adaptační pobyty), avšak konají se i během školního roku (především tematické akce a aktivity).

Vedení školy a učitelé často hledají vhodná a dosud neprozkoumaná místa, konzervativní naopak dlouhodobě využívají osvědčenou kapacitu a program.

Zážitkový tip: chtějí se svými žáky a studenty zažít neotřelý zážitek, který by si zúčastnění pamatovali.

Odpočinkový tip: přejí si prožít příjemné a klidné chvíle, které jsou (i pro ně) odměnou na celoroční práci ve školních lavicích.

Klíčová slova: #studenti #děti #mladé skupiny #parta ze školy# žáci# učitelé#školní výlet# adapták # víkend#

Pracovní cesty – společnosti i nadále vysílají ve velkém své zástupce po celé republice, případně i po světě. Proto nelze na tuto skupinu zapomínat. I ta má své přání a potřeby a jejich využití skýtá vysoký potenciál.

Obchodním zástupcům firem musí být nabízeny služby na jisté společenské a kvalitativní úrovni, kterou není radno podceňovat.

Klíčová slova: #teambuilding #večírky #semináře #školení# zážitky#

1.1 Analýza skupin:

V rámci dotazníkového šetření realizovaného v druhé polovině roku 2017 bylo cíleno zejména na rodiny s dětmi, skupiny přátel, páry a seniory. Převážně se jednalo o turisty ve středním věku (27-45 let) a seniory (55+), šetření čítalo přibližně stejné zastoupení mužů i žen.

Výsledky ve zkratce: většina respondentů cestuje s partnerem, rodinou či přáteli. Jen výjimečně sami.

Cca 75% dotazovaných cestují automobilem, zbytek hlavně autobusem nebo vlakem.

Přes 60% dotazovaných podniká převážně jednodenní výlety, okolo 20% dosáhly víkendové pobyty.

50% respondentů se hodlá do turistické oblasti po první návštěvě vrátit.

----- *

Na základě naší vize jsme definovali také hlavní produktové linie.

2. Produktové linie:

2.1 Jihočeský venkov tradiční – selské baroko na každém kroku

Téma zaměřené na objevování památek a na kulturní vyžití.

Lokalita TO PodKletí je výrazně spjata se selským barokem.

V rámci Jihočeského venkova jsou významnou dominantou Holašovice zapsané na seznamu kulturního dědictví UNESCO, což je ovšem jen část toho, co lze návštěvníkům TO nabídnout, v regionu je řada dalších vesnických památkových rezervací a zón. Selské baroko doslova na každém kroku. Hlavní myšlenkou je oživení tématu selského baroka a upravit jej tak, aby zaujalo širokou veřejnost, od těch nejmenších návštěvníků až po seniory.

- hravé poznávání - souhrn aktivit (hry, tvořivé dílny, omalovánky, pohádky...) zaměřených na ty nejmenší, kde nenásilnou formou získají naučné informace o navštívených památkách.
- poznávání barokně zvládnuté jihočeské krajiny a venkovských památek ze sedla kola, cykloturistika kolem selského baroka
- kultura: selské slavnosti, slavnosti v „kulisách“ selského baroka
- osobnosti, historie, památky
- po filmových stopách

Potřebné zdroje informací:

- Itineráře tras do barokní krajiny (pěší, cyklo)
- Kalendář festivalů a slavností
- Nabídka tvůrčích dílen a jejich zaměření
- Seznamy památek (provozní informace, akce)
- Akce/ aktivity pro děti

Spolupráce:

- pořadatelé kulturních akcí, festivalů a slavností
- provozovatelé památek
- informační centra
- místní průvodci
- JCCR (promo- publikační činnost, Fb)
- CzechTourism (prospektový servis: zahraniční zastoupení, veletrhy)

2.2 Jezte a pijte v jihočeském venkově – Turistická oblast PodKletí pohostinná

Nezbytná část každého výletu či dovolené – jídlo a pití.

Turistická oblast PodKletí nabízí svým návštěvníkům širokou škálu možností, kde mohou ochutnat tradiční jídla, která se odjakživa na jihočeském venkově podávala.

V předjaří se v řadě obcí pořádají tradiční masopusty, kde se to dobrým jídlem a pitím jenom hemží.

Nezahálí se ani o Velikonocích, jarní hojnost jihočeského venkova na talíři.

Chybět nemohou oblíbené zabijačky. Zabijačkové pochoutky patří k delikatesám jihočeského venkova.

Když rok postoupí, přihlásí se o slovo klasická svatomartinská husa, která se už i na jihočeském venkově podává se svatomartinským vínem.

Když domy provoní purpura, snad nikde se nejl tak poctivé a chutné vánoční cukroví, jako v jihočeském venkově.

Dobře se najíst je jeden z hlavních předpokladů pro pohodovou dovolenou.

Představit jihočeskou kuchyni jako poctivou, tradiční a založenou na místních potravinách.

Důležitým faktorem je kvalita jak jídla, tak obsluhy a její přístup k zákazníkům (certifikovaná restaurační zařízení). Proto není možné nabízet zákazníkům nekvalitní služby, které by je naopak odradily od opakované návštěvy turistické oblasti.

Potřebné zdroje informací:

- katalog restaurací a pohostinských zařízení
- kalendář pořádaných kulinářských akcí
- termínová listina lokálních trhů a jarmarků
- seznam místních producentů
- speciality Jihočeského venkova (seznam gastroprovoz, které je nabízejí)

Spolupráce:

- restaurační a pohostinská zařízení
- pořadatelé akcí
- JCCR (promo- publikační činnost, Fb, agrosalón Země Živitelka)
- CzechTourism (promo – akce, web Kudy z nudy)

2.3 Aktivní pohoda – pohodové aktivity

V autentické krajině Jihočeského venkova se dá skvěle aktivně odpočívat jak v létě, tak i v jarních a podzimních měsících, omezeně v zimních měsících.

Návštěvníci si tak mohou vybrat ze široké nabídky outdoorových aktivit jako pěší turistika či cykloturistika a podnikat výlety po značených naučných stezkách, upravených cyklostezkách nebo jen tak do přírody.

K zapůjčení jsou kola, elektrokola nebo koloběžky.

Pohodu na Vltavě si vychutnáte z raftů a kánoí.

Jihočeský venkov nabízí množství rybníků určených k rekreaci.

Děti (i dospělí) se mohou vyřádit na koupalištích i v rybnících.

Indoorové aktivity nabízejí centra aktivní zábavy, jako je třeba lukostřelba.

V zimě je možno podnikat výlety zasněženou přírodou nebo navštívit některé z malých lyžařských středisek rodinného typu. Nabízejí totiž ideální podmínky pro začátečníky a nenáročné lyžaře.

Najdou se i vhodné trasy na běžky, jsou ale závislé na přírodních podmínkách.

Pokud je zima tuhá, je skvělé vytáhnout brusle a zabruslit si na některém z mnoha rybníků v oblasti TO PodKletí.

Potřebné zdroje informací:

- katalog půjčoven a katalog indoor zařízení
- kalendář pořádaných cykloakcí a kalendář pořádaných akcí pěší turistiky
- přehled vhodných míst ke koupání, provozní informace
- přehled lyžařských středisek, provozní informace
- přehled místních sportovišť, provozní informace

Spolupráce:

- provozovatelé půjčoven a indoorových zařízení, provozovatelé sportovišť
- pořadatelé sportovních akcí
- NJC (kalendář cykloakce)
- KČT (kalendář pěší turistiky)
- JCCR (promo- publikační činnost, Fb)
- CzechTourism (promo – akce, web Kudy z nudy)

2.4 Pohodový venkov – venkovská pohoda

V dnešní uspěchané době jen těžko hledat místa, o kterých můžeme říct, že se tam zastavil čas. Vydáte-li se ale na jihočeský venkov, čisté ovzduší na vás dýchne atmosféru nezkaženého způsobu života. Nechte se nakazit místním klidem a pohodou a alespoň na pár dní hodte za hlavu každodenní starosti. Každý návštěvník Jihočeského venkova samovolně pocítí krásu a autentičnost této pohodové oblasti. Možnosti trávení času na venkově jsou různé. Někdo vyhledává ubytování v soukromí a odtržení od civilizace, další se chce ponořit do vesnického dění a vyzkoušet si, jak se žije „jinak“.

Agroturistika nabízí autentické zážitky, kdy si zájemci mají možnost vyzkoušet na vlastní kůži hospodářské práce. Přímý kontakt se zvířaty ocení hlavně ti nejmenší. Přístup majitelů agrofarem je ke každému návštěvníkovi individuální a tak panuje rodinná atmosféra, která přináší silné zážitky.

O tom, že nejkrásnější pohled na svět je z koňského hřbetu, se mohou přesvědčit zájemci o hipoturistiku.

Vesnické slavnosti jako jihočeská konopnická nebo dožínky mají své kouzlo a hlavně lidé z měst budou překvapeni atmosférou takových eventů.

Další zážitek, který přináší jihočeský venkov, je možnost natrhat si vlastnoručně košík jahod nebo jablek přímo v sadě.

Jihočeský venkov není jen pohodový, ale i pohádkový a filmový. A dechovkový a tančící.

K Jihočeskému venkovu neodmyslitelně patří i rybaření a houbaření a myslivecké zážitky.

Potřebné zdroje informací:

- katalog agrofarem, hipostanice, mysliveckých sdružení a střelnic
- kalendář pořádaných akcí typu dožínky, posvícení, vesnické poutě, konopické apod.
- přehled vhodných míst k zapojení se do sklizně místní produkce
- přehled filmových míst
- přehled vhodných míst k rybaření

Spolupráce:

- provozovatelé agrofarem, hipostanice, mysliveckých sdružení a střelnic
- prvoproductenti umožňující samosklizeň
- pořadatelé venkovských akcí
- JCCR (promo- publikační činnost, Fb)
- CzechTourism (promo – akce, web Kudy z nudy)

Na základě identifikace cílových skupin a hlavních produktových linií destinace vznikla tato matice.

3. Zacílení témat na jednotlivé segmenty:

3.1. linie produktových řad JCRR 2018

	Rodiny s dětmi	Páry	Senioři	Skupina přátel	Školní výlety	Pracovní cesty		
Památky								
Pivní stezky								
Aktivní dovolená								
Rybářské zážitky								
Myslivecké zážitky								
Běžecské trasy								
Filmové toulky								
Lázně a relaxace								
Rodinná dovolená								
Pohádky								

	Mladí lidé 18+	Dospělí 25-40	Rodiny s dětmi 25-50	Dospělí 40+	Senioři 55+	Tuzemské firmy		
Památky								
Pivní stezky								
Aktivní dovolená								
Rybářské zážitky								
Myslivecké zážitky								
Běžecské trasy								
Filmové toulky								
Lázně a relaxace								
Rodinná dovolená								
Pohádky								

PREFEROVANÁ OBLAST CÍLOVÉ SKUPINY

VYSOKÁ PRAVDĚPODOBNOST NALEZENÍ CÍLOVÉ SKUPINY

POTENCIÁLNÍ OBLAST PRO NALEZENÍ CÍLOVÉ SKUPINY

MINIMÁLNÍ POTENCIÁL PRO UPLATNĚNÍ U CÍLOVÉ SKUPINY

3.2. linie produktových řad TO PodKletí

	Rodiny s dětmi	Páry	Senioři	Skupina přátel	Školní výlety	Pracovní cesty		
Venkov tradiční								
Jezte pijte								
Aktivní pohoda								
Pohodový venkov								

PREFEROVANÁ OBLAST CÍLOVÉ SKUPINY

VYSOKÁ PRAVDĚPODOBNOST NALEZENÍ CÍLOVÉ SKUPINY

POTENCIÁLNÍ OBLAST PRO NALEZENÍ CÍLOVÉ SKUPINY

MINIMÁLNÍ POTENCIÁL PRO UPLATNĚNÍ U CÍLOVÉ SKUPINY

Další klíčovou otázkou jsou zdrojové trhy a nastavení marketingu vůči nim.

4. Trhy

- Zachovat: České Budějovice a okolí
- Posílit:
 - ✓ Lipensko a Českokrumlovsko
 - ✓ Písecko
 - ✓ západní Čechy
 - ✓ střední Čechy
 - ✓ Praha
 - ✓ Vysočina
- Cílit na:
 - ✓ Moravu
 - ✓ Horní Rakousko
 - ✓ Dolní Bavorsko
 - ✓ Slovensko

5. Komunikační mix

Cílová skupina, kterou chceme oslovit je celkem široká a bude proto nutné využít různé druhy komunikačních prostředků, abychom oslovili vybranou škálu cílových skupin a trhy:

5.1. Komunikační kanály

Webové stránky: web www.jihoceskyvenkov.cz, který od 10/2017 prošel technickou změnou, získal responsivní design a nově byly nastaveny RSS kanály.

Plán na následující 3 roky: prodloužit průměrnou délku návštěv, snížit odchod ze stránek, zvýšit počet unikátních návštěv na 30 tisíc návštěvníků/rok. (v roce 2017 stav okolo 26 tisíc)

Plán na rok 2018: systematizace dat umístěných na webových stránkách, zřehlednění, zvýšení užitečných hodnot webu pro uživatele, posílení reklamní funkce www pro podnikatele, zahájit zpracování pravidelných newsletterů B2C a B2B, nastavení direkt mailingu

Sociální sítě:

Facebook: profil Jihočeského venkova: počet sdílení, komentáře, interakce, počet fanoušků, počet příspěvků, frekvence zveřejnění příspěvků.

Plán na následující 3 roky: Dosáhnout 3000 To se mi líbí, zvýšit dosah příspěvků (v roce 10/2017 stav 2000 To se mi líbí)

Plán na rok 2018: otestovat nové kampaně a soutěže s cílem zvýšení dosahu příspěvků, posílení reklamní funkce pro podnikatele

Instagram: počet followerů, počet příspěvků, hashtagy

Plán na následující 3 roky: Vzhledem k nedávnému založení postupně cíle, naučit se používat a také využívat nových funkcí, dosáhnout 700 sledujících (v roce 2017 stav okolo 70 sledujících – krátce po založení)

Plán na rok 2018: otestovat nové kampaně a soutěže s cílem zvýšení počtu followerů, otestovat reklamní potenciál instagramu; naučit se používat instagram dle zpracovaného interního manuálu a uživatelské příručky

YouTube: počet příspěvků, počet zhlédnutí

Plán na následující 3 roky: Začít daleko více využívat tuto sociální síť. Dosavadní videa mají počet zhlédnutí řádově v jednotkách. Dlouhodobě více prezentovat kanál turistické oblasti, natáčet zajímavá a netradiční videa. Pořádat soutěže.

Plán na rok 2018: Propagace kanálů pomocí ostatních sociálních sítí. Zveřejňovat videa v souvislosti s pořádáním jednotlivých akcí, jejich propagace a zajímavá a zábavná videa.

Média: tištěná i elektronická, tematická periodika, spoty v rozhlasu, spolupráce s krajskými i regionálními médii, budování korektních vztahů a partnerství, prezentace destinace, propagace pořádaných akcí

Plán na následující 1 – 3 roky: vytvoření media plánu na dané období

Plán na rok 2018: zpracovat interní manuál tvorby tiskových zpráv a jejich distribuce, standardizovat seznam mediálních partnerů, pozvat zástupce médií na vlastní akci (konference CR), zajistit alespoň 1x Den s Českým rozhlasem, spustit RSS

Činnost B2B: pořádání a účast na eventech B2B, získávání kontaktů a vytváření kooperací

Plán na následující 3 roky: vytvoření plánu B2B na dané období

Plán na rok 2018: uspořádání vlastní mezinárodní konference B2B (03/2018), uspořádání Fóra cestovního ruchu TO Podkletí (10/2018), prezentace s JCCR na agrosalónu Země Živitelka, prezentace na akcích pořádaných v regionu TO, zahájení rozesílání newsletteru (1x měsíčně); uzavření dalších 10-20 partnerských smluv s lokálními a regionálními partnery; posílit marketing uzavřených partnerství prostřednictvím www

5.2. Komunikační mix pro jednotlivé segmenty a trhy

Nutnost najít správné sdělení (message) a vhodný komunikační kanál pro danou cílovou skupinu:

Domácí cestovní ruch

- 1) **Páry / Skupiny přátel** - FB, web, instagram, youtube, tisk (placená reklama/ články), tištěné materiály
- 2) **Rodiny s dětmi** – FB, web, instagram, youtube, rozhlas (placená reklama/ reportáže), tištěné materiály
- 3) **Senioři** – inzerce v tisku, rozhlas (placená reklama/ reportáže), tištěné materiály, web
- 4) **Školní výlety** – web, tištěné materiály do škol, direkt mailing speciál (nabídky produktů)
- 5) **Pracovní cesty** – web, tištěné materiály do firem a společností, direkt mailing speciál (nabídky produktů)

Incomming – příjezdový cestovní ruch

- A. **image brožura** (EN)
- B. **mapy** (tiskoviny) (DE, EN)
- C. **produktové knížky** (tiskoviny) **propojené QRC s www** (DE, EN)
- D. **webové stránky – texty v jazykových mutacích** (DE, EN)
- E. **instagramové kampaně** (EN)

----- *

6. Tištěné propagační materiály

JCCR připravuje pro rok 2018 distribuci následujících tištěných materiálů (celkový vydavatelský plán):

Název	Počet stran včetně obálky	Formát	Vazba	Počet kusů mutace CZ	Počet kusů mutace DE/EN	Upoutávka TO PodKletí
Památky	68	99x210mm	V2	5000	3000 / 2000	Holašovice, Kratochvíle
Pivní stezky	60	200x210mm	V2	5000	3000/ 2000	X
Aktivní dovolená	60	99x210mm	V2	5000	3000/ 2000	
Rybářské zážitky	44	200x210mm	V2	3000	2000/ 0	
Myslivecké zážitky	36	200x210mm	V2	3000	2000/ 0	
Běžecké trasy	68	99x210mm	V2	2000	1000/ 2000	Kratochvíle
Jižní Čechy ve filmu	52	99x210mm	V2	2000	0 / 0	Babovřesky
Lázně relaxace ^a	32	99x210mm	V1	5000	3000/ 2000	X
Rodinná dovolená	76	99x210mm	V2	5000	3000/ 2000	Koloběžky Klet', Zlatá Koruna, rozhledna Klet'
Image brožura	28	210x200mm	V1	5000	5000/ 5000	

+ 10 pěších tras (za PodKletí "Přes horu Klet' a dvě rozhledny do Zlaté Koruny")

Jihočeský venkov, z.s. připravuje pro rok 2018 realizaci a distribuci následujících vlastních tištěných materiálů:

Název	Formát	Účel	Počet kusů mutace CZ / DE / EN	Distribuce	Partner
Zažít autentický jihočeský venkov!	90x100mm	produktová knížka QRC	2 000 / 500/ 500	Eventy IC	---
Peklík poznává TO PodKletí	A5	omalovánky	1600 / 1600 / 0	IC Eventy CzT servis (D, Sk)	---
Zažít autentický jihočeský venkov!	A4	Mapa	5 000/ 5000/ 0	IC CzT servis (D, Sk)	---
Jihočeský sTyl (divadelní festival)	DL	Bulletin	1 050/ 0/ 0	IC Eventy	---
Hravá mapa	A6 skládací	Mapa, turistický sešit, soutěž	5 000/ 0/ 0	IC Eventy	---
CHKO Blanský les	DL skládací	brožura	5 000/ 0/ 0	IC Eventy	CHKO Blanský les

+ další v rámci kooperací

----- *

7. Plán eventů a akcí 2018

TOP 18:

- Mezinárodní konference TO PodKletí + zahájení turistické sezony (27.-28.3., Zlatá Koruna)
- Piknik v zahradách - neděle v přírodní zahradě (22.4., Chelčice, Den Země)
- Vaříme, smažíme, pečeme v Pištíně, vesnici roku (5.5., Pištín)
- Slavnosti květů – cyklo (5.5., mikroregion Chelčicko-Lhenický, s cílem v Pištíně)
- Keltský slunovrat (23.6., Holašovický Stonehenge)
- 16. ročník Festival dechovek v Jámě (13.-14.7, Mičovice)
- 21. ročník Selské slavnosti (20.-22.7, Holašovice)
- Netolické dostihy (19.8., Kratochvíle)
- Boršovské Slavnosti těstovin + dožínky (25.8., Boršov n. Vlt.)
- Staročeské dožínky na Blatech (1.9., Sedlec)
- Jarmark sv. Jiljí (8.9., Lhenice)
- Medobraní (15.9., Olešník)
- 20 let zápisu památky do UNESCO (19.9., Holašovice)
- Slavnosti plodů – cyklo (19.9., mikroregion Chelčicko-Lhenický)
- divadelní festival Jihočeský sTyl (15.-23.9., Netolice)
- Slavnosti plodů (20.10., Mičovice)
- Pochod Fritschova stezka (28.10., Boršov n. Vlt.)
- Adventní trhy (8.12., Boršov)

*