

ДОГОВІР № ЗАVS41-5508
про надання гранту

м. Київ

«05» червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Громадська організація "Фонд сприяння молоді та спорту "Олімп"" (далі – Грантоотримувач) в особі Голови правління Холявінського Володимира Ярославовича, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проєкту «EVE8» (далі – Проєкт), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кошторисі Проєкту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проєкт на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проєкт до 30 жовтня 2020 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.

2. Проєкт реалізується згідно з робчим планом реалізації Проєкту, визначеним у розділі XI проєктної заявки.

3. Для підтвердження реалізації Проєкту Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт про виконання Проєкту (додаток 3), звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проєкту (додаток 4) з копіями первинних бухгалтерських документів.

4. Датою завершення реалізації Проєкту є день підписання Фондом акта про виконання Проєкту.

16 ЧЕР 2020

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 3 009 669 грн. 00 коп. (три мільйони дев'ять тисяч шістсот шістьдесят дев'ять гривень 00 коп.) без ПДВ.
2. Фонд надає суму гранту частинами (траншами) у розмірі та у строки, визначені графіксом платежів згідно з додатком 5 до цього Договору.
3. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання акта про виконання Проєкту.
4. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проєкту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування.
5. Перерахування коштів здійснюється в безготівковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантоотримувача.

IV. ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проєкту відповідно до умов цього Договору.
2. Грантоотримувач зобов'язується:
 - 1) відповідати за будь-якими зобов'язаннями, покладеними на нього цим Договором;
 - 2) не отримувати прибутку від гранту (крім випадків реалізації проєктів, пов'язаних із кінозиробництвом);
 - 3) реалізувати Проєкт у строки, визначені у пункті 1 розділу II цього Договору;
 - 4) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проєкту з інших джерел, у разі надання Фондом гранту на умовах співфінансування;
 - 5) у разі якщо реалізацію Проєкту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання

таких обставин, документально підтвердити всі витрати, здійснені за рахунок суми гранту, та повернути Фонду невикористану частину суми гранту;

6) зберігати бухгалтерську документацію по Проєкту протягом трьох років з моменту підписання акту про виконання Проєкту;

7) самостійно врегульовувати правовідносини з третіми особами, які пов'язані з виникненням (набуттям) прав на об'єкти авторського права і (або) суміжних прав, використанням таких об'єктів, розпорядженням майновими правами і охороною майнових прав на ці об'єкти, а також охороною особистих немайнових прав відповідно до вимог Закону України "Про авторське право і суміжні права";

8) відповідно до чинного законодавства України не допускати наявності у Проєкті (продукті Проєкту) пропаганди війни, насильства, жорстокості, фашизму і неофашизму, закликів, спрямованих на ліквідацію незалежності України, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, приниження нації, неповаги до національних і релігійних святинь, а також наркоманії, токсикоманії, алкоголізму та інших шкідливих звичок, матеріалів порнографічного характеру.

3. Фонд має право:

1) ознайомлюватися з первинною документацією, пов'язаною з реалізацією Проєкту;

2) вимагати від Грантоотримувача будь-які документи, інформацію та пояснення щодо його дій, пов'язаних з виконанням цього Договору та реалізацією Проєкту;

3) використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію, отримані в процесі реалізації Проєкту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та прсмиислової власності;

4) здійснювати контроль та моніторинг реалізації Проєкту, у тому числі за місцезнаходженням Грантоотримувача та/або за місцем фактичної реалізації Проєкту.

4. Фонд зобов'язується:

- 1) надавати організаційно-методичну допомогу Грантоотримувачу;
- 2) контролювати порядок виконання цього Договору, дотримання строків, правильність, обґрунтованість та цільове використання гранту.

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

1. Сторони відповідають за своїми зобов'язаннями в межах, визначених чинним законодавством України.
2. Фонд не несе відповідальності за завдані Грантоотримувачем збитки, а також збитки, спричинені третім особам.
3. Фонд не несе відповідальності за незиконання Грантоотримувачем своїх зобов'язань перед третіми особами.

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

1. Право власності, майнові права, права на промислову та інтелектуальну власність, що виникають в результаті реалізації Проекту, належать Грантоотримувачу, якщо інше не визначено Грантоотримувачем або чинним законодавством.
2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію (результати досліджень), отримані в процесі реалізації Проекту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.
3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проекту, який фінансується за підтримки Фонду. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проекту, мають містити інформацію про те, що Проект реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.
4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проекту, у будь-якій формі та в будь-який спосіб (включаючи мережу Інтернет) мають містити застереження про те, що їх зміст не є офіційною позицією Фонду.

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

1. Сторони домовились, що фактичні витрати мають відповідати принципам раціонального управління фінансами, бути відображені в бухгалтерському обліку Грантоотримувача та відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проєкту, форму якого наведено у додатку 2 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

придбання товарів, виконання робіт, надання послуг, що не пов'язані з реалізацією Проєкту;

витрати по оплаті посередницьких послуг;

витрати по оплаті товарів, робіт і послуг, які були вже або будуть профінансовані за рахунок інших джерел до або після підписання цього Договору (подвійне фінансування);

витрати, пов'язані з реалізацією проєктів, які мають на меті отримання прибутку;

витрати на утримання установ, організацій, в тому числі тих, що є учасниками проєктів;

витрати на підготовку проєктної заявки для подання на конкурсну програму Фонду;

витрати, в результаті курсових різниць;

витрати (замовлення товарів, робіт, послуг), які здійснюються між пов'язаними особами (відносини між якими можуть впливати на умови, або економічні результати їх діяльності чи діяльності осіб, яких вони представляють);

інші витрати, здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

1. Грантоотримувач веде належний бухгалтерський облік та звітує перед Фондом в процесі реалізації Проєкту в порядку, передбаченому цим Договором.

2. На вимогу Фонду Грантоотримувач зобов'язаний надати всю необхідну фінансову документацію щодо Проєкту.

ІХ. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

1. У разі істотних порушень умов цього Договору, визначених Законом України «Про Український культурний фонд», його може бути розірвано за заявою Фонду в односторонньому порядку.

2. Рішення Фонду про розірвання цього Договору приймається за наявності факту істотного порушення його умов.

3. У разі дострокового розірвання цього Договору внаслідок використання будь-якої частини гранту не за призначенням або з порушенням чинного законодавства Грантоотримувач зобов'язаний протягом 20 календарних днів з дня отримання повідомлення про розірвання цього Договору в односторонньому порядку повернути у повному обсязі перераховані Фондом кошти.

Х. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

1. У разі виникнення форс-мажорних обставин Сторони звільняються від своїх зобов'язань за цим Договором. Форс-мажорними обставинами визнаються усі обставини, визначені Законом України «Про торгово-промислові палати в Україні».

2. У разі настання таких обставин кожна зі Сторін має повідомити іншу у письмовій формі протягом 5 календарних днів.

ХІ. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

1. Тлумачення умов цього Договору здійснюється відповідно до норм чинного законодавства України.

2. Усі спори або розбіжності, що впливають із умов цього Договору або пов'язані з цим Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або

його розірванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, визначеному чинним законодавством України.

ХІІ. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до 31 грудня 2020 року.

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

2. У разі зміни уповноваженої особи Сторони невідкладно повідомляють одна одну.

3. Обмін інформацією відбувається між Сторонами будь-якими можливими та прийнятними засобами зв'язку.

4. Електронне повідомлення вважається отриманим Стороною-одержувачем в день його успішного відправлення. Відправлення вважається неуспішним, якщо Сторона, яка його направляє, отримує повідомлення про те, що воно не було відправлено. У цьому разі Сторона, яка направляє повідомлення, має негайно відправити його ще раз за будь-якими іншими відомими та попередньо визначеними адресами, зазначеними у пункті 6 цього розділу.

5. Кореспонденція, що направляється Сторонами з використанням послуг поштового зв'язку, вважається отриманою Стороною в установленому законодавством порядку.

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Проектний відділ Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.audiovisual@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Ромадіна Слена Андріївна, керівник проекту,

7. Грантоотримувач вживає всіх необхідних заходів для запобігання випадкам, коли неупереджене та справедливе здійснення цього Договору конфліктує з особистими інтересами (інтересами членів родини), інтересами економічного характеру чи будь-якими іншими подібними інтересами (далі – Конфлікт інтересів).

8. Про будь-який випадок, що містить або може призвести до Конфлікту інтересів під час виконання цього Договору, Грантоотримувач зобов'язується негайно повідомити Фонд у письмовій формі.

9. Фонд та Грантоотримувач зобов'язуються дотримуватись конфіденційності щодо інформації та змістових матеріалів Проекту, які стали відомі під час виконання цього Договору.

10. У разі якщо правила і процедури для Грантоотримувачів вимагають проведення публічних закупівель, такі правила і процедури мають відповідати національним або міжнародним стандартам та принципам прозорості, пропорційності, ефективного фінансового управління, рівного ставлення і відсутності дискримінації.

11. Грантоотримувач погоджується, що будь-які персональні дані, зазначені у цьому Договорі, обробляються Фондом відповідно до Закону України «Про захист персональних даних».

12. Договір складено українською мовою у двох примірниках (по одному для кожної зі Сторін), що мають однакову юридичну силу.

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

Невід'ємними частинами цього Договору є додатки до нього, а саме:

додаток 1 – проектна заявка;

додаток 2 – кошторис Проекту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;
 додаток 4 – звіт про надходження та використання коштів для реалізації
 Проекту;
 додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:
 01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19
 Адреса для листування:
 01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12
 ЄДРПОУ: 41436842
 Банківські реквізити:
 Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві
 Р/р: UA608201720343110001000000458
 МФО: 820172
 Тел.: +38 (044) 504-22-66

Виконавчий директор



Ю. О. Федів

Грантоотримувач

ГО ФСМС «Олімп»

Юридична адреса:
 88000, м. Львів, вул. Морозна б. 27, кв. 43
 Адреса для листування:
 79005, м. Львів, вул. Гулака-Артемівського 11, кв. 4А
 ЄДРПОУ/ПН: 25248735
 Банківські реквізити:
 Назва банку/філії: АТ КБ «ПриватБанк»
 Р/р: UA903253210000026003053757142
 МФО: 325321
 Тел.: +380976533741

Голова правління



В.Я. Холявінський

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3AVS41-5508
від «05» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Аудіовізуальне мистецтво

Лот: ЛОТ 4. Відеоконтент для альтернативних
медіаплатформ
Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3AVS41-5508

Назва проекту: EVE8

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Аудіовізуальне мистецтво

Лот

ЛОТ 4. Відеоконтент для альтернативних медіаплатформ

Тип проекту

Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

аудіовізуальне мистецтво

Ключові слова за напрямми (оберіть два, які найточніше описують ваш проект)

відео-арт, діджитал-арт, нові медіа
матеріальна культурна спадщина

Назва проекту

EVE8

Назва проекту англійською мовою

EVE8



Тел. права. Комбієвська В.С.

Коротка інформація про проект, яка включає мету та результати (до 100 слів)

Проект EVE8 - перший в Україні кроссекторальний (аудіо візуальне мистецтво, культурна спадщина, локальні фестивалі) молодіжний концепт, що єднає культурну спадщину та сучасну електронну музику з метою популяризації регіону та спільного культурного спадку серед української молоді поколінь Y-Z та за межі країни. Проект завжди відбувається у прямому ефірі (Live) без використання пост продакшену. За 9 місяців першого сезону команда проекту організувала 18 ефірів у Facebook, набрала понад 600.000 переглядів, створила базу у 10.000 цільових користувачів. Охоплення аудиторії сталих переглядів ThruPlay становить 120.000 користувачів. Загальне охоплення аудиторії становить 330.000 користувачів. Данні показники у такі терміни свідчать про високий запит української молоді на такий контент. Мета наступного сезону - промоція спадщини Львівського регіону до року культури у Львові та створення активної молодіжної аудиторії в 100.000 користувачів

Коротка інформація про проект англійською мовою, яка включає мету та результати (до 100 слів)

EVE8 is Ukraine's first cross-sectoral (audio-visual arts, cultural heritage, local festivals) youth concept that unites cultural heritage and modern electronic music to promote the region and common heritage among Ukrainian youth of Generation Y-Z and beyond. The project always happens live (Live) without the use of post production. During the first 9 months of the first season, the project team organized 18 broadcasts on Facebook, garnered over 600,000 views, created a base of 10,000 target users. ThruPlay's persistent viewership reaches 120,000 users. The total audience reach is 330,000 users. These figures indicate a high demand for such content by Ukrainian youth. The purpose of next season is to promote the heritage of Lviv region and create an active youth audience of 100,000 users according to the year of culture in Lviv

Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)

3059669.00

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)

3009669.00

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту. Якщо співфінансування не передбачається - впишіть 0).

50000.00

Тесе права. Косовічівська В. С.



Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім УКФ)

Джерело співфінансування та сума

50000.00. Управління розвитку туризму та курортів ЛОДА

Географія реалізації проекту: населений пункт, область (якщо поза межами України – зазначте країну)

Населений пункт

Львівська область, с.Підгірці, м.Золочів, смт.Олесько, с. Урич, с. Свірж

Населений пункт

Хмельницька область, м. Кам'янець-Подільський

Населений пункт

Закарпатська область, м.Мукачево, с.Кам'янка

Населений пункт

Чернівецька область, м.Хотин

Населений пункт

Одеська область, м.Білгород-Дністровський

Початок проекту

2020-06-08

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях

5

Партнери проекту

Управління розвитку туризму та курортів ЛОДА

Ваш основний продукт

Відеоконтент для альтернативних медіаплатформ

Інформація про контактну особу

Тоса. ирвсв. Ровівівсвсвсв В. д.



Прізвище, ім'я та по-батькові

Ромадіна Слена Андріївна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

керівник проекту

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Громадська організація Фонд сприяння молоді та спорту "Олімп"

Повна назва організації-заявника англійською мовою

NPO Olympus Youth and Sports Promotion Foundation

Організаційно-правова форма

Громадська організація або об'єднання

Код ЄДРПОУ

25248735

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)

https://drive.google.com/open?id=1d8kjdDSGY_2166gIWB4ZW9Nw62YDtmaV

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ ЛОТу

94.99

Дата реєстрації організації

1999-12-22

Юридична адреса організації

79066, Львівська обл., Львів, вул. Морозна, буд. 27 кв. 43

Тол. права Ромівський В. С.



Поштова адреса організації

79066, Львівська обл., Львів, вул. Морозна, буд. 27 кв. 43

Фактична адреса організації

79066, Львівська обл., Львів, вул. Морозна, буд. 27 кв. 43

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації

<https://www.facebook.com/EVE8.TV/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Холявінський Володимир Ярославович

Телефон

Електронна пошта

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи має керівник організації судимість/притягнення до адміністративної відповідальності за вчинення правопорушення/злочину у сфері корупційних зловживань, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації
Холявінський Володимир Ярославович

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до відповідальності у сфері корупційних зловживань? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні



Тел. краєв. Холявінський В.С.

Чи є відкриті судові провадження стосовно вашої організації на момент подання заявки?

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.

1.орендоване приміщення; 2.телефонна база активної молоді, що радо відвідує події у місті (4200 кснтактів), 3. для реалізації проекту ГО має команду необхідних кваліфікованих учасників, що будуть виконувати функції планування, організації, реалізації, координацію та роботу з підрядниками у визначених для кожного сферах їх основної діяльності 4. офісні меблі - столи 4шт, крісла 6шт, компютери Predator HELIOS 300, ASUS L502M, HP ProBook4525s 5. ГО неприбуткова організація, власних коштів немає

Дохід за звітний період

0

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Ні

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Ні

Додайте активні посилання на успішно реалізовані проекти за підтримки УКФ, якщо такі були

немає

Чи є цей проект продовженням або наступним етапом проекту, реалізованого за підтримки УКФ? Якщо так, назвіть цей проект та додайте активні посилання на інформацію з відкритих джерел на цей проект

Ні

Приклади успішно реалізованих проектів за підтримки інших донорів протягом останніх трьох років

Проект

<https://www.facebook.com/EVE8.TV/>

Детальний опис проекту

Тол. крива. Романівський В. С.



Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту міста або села / області / країни

За даними досліджень з2b компанії Yankelovich/Harris, під час рецесії 2001 року - 86% респондентів відповіли, що сприймають активність у медіа просторі під час кризи, як ознаку впевненості. Стільки ж погодились скористатись послугами компанії у період рецесії.

(збірник досліджень "Реклама у кризу" http://www.consterdine.com/articlefiles/79/ppai_adv_in_rec.pdf)

Україна надзвичайно багата на історично важливі дестинації, тому проведення ряду музичних онлайн-івентів, що будуть транслюватись у прямому ефірі, надасть можливість локаціям показати себе більш повно і залучити молодіжну аудиторію. У план реалізації входить західний регіон (Львівська, Хмельницька, Чернівецька, Закарпатська області) та Одеська область. Варто відмітити, що у робочий план входять тільки музеї під відкритим небом - які відчиняються у першу чергу, згідно плану пом'якшення карантинних заходів.

Такого роду контент допоможє подумки відволіктись від кризи, забезпечить комфорт та підтримку для аудиторії. А атракційна музична складова залучить молодіжну аудиторію. Давайте продемонструємо впевненість культурно-історичного сектору. Саме зараз проект EVE8 набув ще більше актуальності, оскільки онлайн індустрія чи не єдиний інструмент залишатись на зв'язку в даний час.

Команда переконана, що рівень залучення молоді до культурного, історичного сектору є не достатнім та надзвичайно важливим. За даними дослідження Центру «Нсва Європа» - цікавість до пам'яток культури настільки мала, що не увійшла у вибірку «Як проводить вільний час українська молодь». Саме музика, час з друзями та відео – те, що їх захоплює. Тому, ці тспсві інтереси молоді, ми об'єднали у проекті та сфокусували у культурний сектор.

Наступний актуальний момент, до якого ми хочемо привернути увагу, це реальний стан нашого спадку, який потрібно зберегти для наступних поколінь.

Саме тому ОДА Львівської області і Мерія Львова стали партнерами проекту, активно допомагали у проведенні ефірів попереднього сезону, вирішенні адміністративних проблем, з якими ми стикались під час реалізації.

Тел. краєв. Ромівський В. С.



Обґрунтуйте актуальність проекту для вашої організації (та вашого партнерства за наявності), з огляду на основні / стратегічні напрями діяльності організації-заявника (та організації-партнера за наявності)

Відповідно до Статуту метою створення Організації ГО "ФСМС" "Олімп" є сприяння розвитку освіти, мистецтва, музики, культури та спорту в Україні. Основними завданнями діяльності Організації є:

- сприяння популяризації та відновленню історичних, духовних та культурних традицій і цінностей українського народу, підвищення його освітнього, мистецького, культурного рівнів;
 - сприяння реалізації гуманітарних, культурно-мистецьких програм;
 - створення умов демонстрації музичного та сучасного мистецтва;
 - сприяння розвитку міжнародних контактів в сферах науки, мистецтва, музики, культури;
 - розширення взаємодії між творчим середовищем та суспільством;
- Тобто, мета і завдання організації-заявника безпосередньо відповідають меті, завданню і цінностям проекту.

Актуальність партнерства з Управлінням туризму та курортів ЛОДА відбувається на засадах основних завдань партнера:

4. Утвердження позитивного іміджу та популяризація регіону як туристичної дестинації на території України та за її межами.

Як актуальність вашого проекту співвідноситься із пріоритетами обраної конкурсної програми/ЛОТу

В умовах COVID-19 онлайн проект EVE8 набув додаткової актуальності. В час, коли країни Європи виділяють 30млн євро на підтримку культурного та нічного життя (<https://donttakefake.com/v-berline-vydelili-30-mln-evro-dlya-pomoshhi-kulturnoj-i-nochnoj-zhizni-goroda/>), в Україні сфера креативних індустрій знаходиться в стагнації. Мова не про те, що зараз онлайн в тренді як ніколи і дозволяє продюсувати контент та допомагає залучати аудиторію та бути з нею на контакті. Мова про те, що зараз кризь наш проект можливе фінансування хоча б маленької частини талановитих українських електронних композиторів та прокатних компаній. Ми повністю відмовились від європейських артистів не через закриті кордони, а в даному випадку більш принципово. Тому у світлі нової реальності і для команди проекту відбулись гевні світоглядні зміни стосовно його реалізації.

На момент участі проекту у конкурсному відборі, нам було 9 місяців візювання результатами першого сезону - 18 ефірів у Facebook, понад 600.000 переглядів, створення аудиторія у 10.000 молодіжних користувачів.

Тол. права. Косовинський В.С.



Охоплення аудиторії сталих переглядів ThruPlay становило 120.000 користувачів. Загальне охоплення аудиторії становило 300.000 користувачів.

На даний момент, в умовах карантину, ми створили в студійних умовах подкаст Lviv Open Mix, який транслюється на Facebook та YouTube сторінці EVE8. Опис подкасту Ви знайдете у додатковому файлі. Станом на зараз ми збільшили кількість аудиторії, охоплення та переглядів на 30% (аудиторія складає 13.000)(додаток "Аналіз"), не зупиняємось у продюсуванні музичного контенту з культурною складовою.

Данні показники у такі терміни свідчать про високий запит української молоді на такий контент. Найпопулярніший в світі аналог проекту – це французький Cercle з аудиторією понад 1.000.000 користувачів за 4 роки.

Згідно пріоритетів, ухвалені 16 листопада 2007 року Радою ЄС «Програми з питань культури» було визначено, що оцифрування та збереження культурної пам'яті має здійснюватися, зокрема, через діджиталізацію. Діджиталізація – це перенесення інформації в цифрову форму. Відбувається цей процес фактично в більшості сфер суспільного життя, і українська культурна спадщина тут не виняток. Головне питання полягає в збереженні та полегшенні доступу до інформації для самих українців, і для світу загалом. Серед зацифрованих (збереження культурної пам'яті у, зокрема, цифровому відео форматі) пам'яток наступні: замок Паланок, замок Свірж, Тустань, скелі Довбуша, найстаріша бібліотека України ЛНУ ім.Івана Франка (в ефір увійшов безцінний золотий фонд бібліотеки 13-14ст.), Синевир, полснина Руна, Ратуша львівської мерії та ін. Данні роботи відповідають пріоритетам обраної конкурсної програми та сприяють доступу до культурної спадщини, збільшуючи її мобільність.

Чому ваш проект є унікальним?

Проект EVE8 перший в Україні кроссекторальний (аудіо візуальне мистецтво, культурна спадщина) молодіжний концепт, що єднає культурну спадщину та сучасну електронну музику з метою популяризації регіону та спільного культурного спадку серед української молоді та за межі країни.

Проект завжди відбувається у прямому ефірі (Live), що потребує високої кваліфікації команди та ретельної підготовки до кожного ефіру.

Варто відзначити, що Україна технічно не готова для професійних стрімінгових проєктів, на відміну від Європи. Для виходу в ефір потрібен швидкісний інтернет і європейські проєкти використовують мобільний 4G (LTE) мережі, що значно спрощує задачу, оскільки Європа майже всіма має

Томас Кравець Косовісевич В.А.



покриття. В Україні ситуація така, що за містом покриття майже завжди відсутнє. Навіть в місті швидкість каналу дуже часто не відповідає заявленим показникам, що несе за собою ризик обриву трансляції. В нашому випадку основні локації знаходяться поза зоною 4G покриття. Тому для виходу в ефір EVE3 використовує супутниковий інтернет, що робить проект технічно складним і єдиним такого формату в Україні.

Чому ваш проект є інноваційним?

Опція прямих ефірів з'явилась у 2014р. на YouTube та у 2016р. на Facebook, що надало поштовх у розвитку нових концептів залучення та спілкування з аудиторією. Про те професійний Лайв потребує чіткого технічного забезпечення, як вже зазначалось, високошвидкісного, безперебійного доступу до мережі інтернет.

Зараз прямий ефір – це найефективніший тип контенту по кількості органічного охоплення та в подальшому високому ранжуванню алгоритмами Facebook. Він сприяє найбільш емоційному контакту з аудиторією, викликає довіру, а непередбачувані ситуації в ефірі тільки підвищують вірусний ефект. Прямий ефір, як і джаз – він неповторний. З темпами розвитку інформаційних технологій, доповненої реальності, віртуальної реальності, нейронних AI мереж, хмарних суперкомп'ютерів, появою 5G і таких компаній як StarLink – майбутнє молодих проектів постає в яскравих фарбах. Проекти, які вдало та своєчасно використовують прийдешні зміни - зможуть конкурувати не тільки з регіональними та національними проектами, а й з міжнародними. Тут ми забігли наперед років на 3-5. А саме зараз в EVE8 впроваджені передові технічні інновації та ідея на стадії seed. Команда завжди у пошуку нових ідей.

Як ваш проект доповнює культурно-мистецький процес останнього десятиліття в обраному секторі?

Вплив EVE8 виражається в інформаційному розповсюдженні культурних цінностей та українського гадку серед молоді, безпосередньому її залученню у культурний процес та створенню емоційних зв'язків з найсуттєвішими цінностями. Чим глибше та ширше буде цей зв'язок, тим вагоміше стане усвідомлення спільного надбання.

Варто відзначити, що вже зараз артисти минулого сезону (Gonivo Records, Seve Clain) створюють авторський україномовний контент та пишуть танцювальні ремікси на популярні українські хіти. Основна увага буде приділятися електронній сцені (House, Minimal House, Melodic Techno).

Який позитивний вплив на розвиток сектору (секторів) матиме ваш проект?

Тес. права. Комісарчук В.С. [підпис]



у перспективі кількох років?

За даними дослідження Центру «Нова Європа» за підтримки фонду ім. Фрідріха Еберта:

«Дозвілля для молсді має особливе значення, адже це час для радості, відпочинку, позбавлення від стресу. Ба більше, те, як молоде покоління проводить вільний час, багато в чому визначає його соціальні зв'язки, суспільну активність та корисність. Що більше уваги приділяється дозвіллю молоді, то краще можна впливати на розвиток молодого покоління, розвиток експерименту і навіть рівень злочинності в країні»

Механіка проекту є такою, що саме трендову музику і авторитетних артистів ми розцінюємо як двері, крізь які ми доносимо культурно-спадкову складову.

Такого роду інформаційна синергія ефективна, оскільки музика, як відомо, змінює емоційний стан на більш піднесений. Саме в цей час культурно-інформаційна складова залишає більш яскравий емоційний слід в переживаннях аудиторії.

Позитивний вплив у перспективі (відповідно після повного зняття карантинних обмежень) - це:

- діючі арт партнерства (у тому числі міжнародні),
- висвітлення сучасних годин з сектору культури,
- активна молсдіжна аудиторія і постійне залучення нової,
- створення арт-музичних фестивалів проектними ресурсами до 2500 відвідувачів з платним входом. Мається на увазі органічні показники конверсії в 2-3% з мінімальними рекламними витратами (від завдання проекту по створенню аудиторії у 50.000). Аудиторія - найважливіша складова сталості проекту для його самоокупності.
- створення резиденцій проекту у найбільших містах України (Арт-студії прямих ефірів, для гоголяризації локальних артистів та митців)
- діючий музичний ресурс з сучасним аудіоконтентом від українських електронних композиторів (SoundCloud <https://soundcloud.com/user-870019573>).

Цілі проекту

Ціль

Промоція культурної спадщини регіону та збільшення її цифрової мобільності серед молоді у вигляді 10ти ефірів з попередньо погоджених локацій

Завдання 1

Тел. краєв. Рашкіневаси В. С.



Поєднання атракційної музичної складової з культурною спадщиною в ефірі, для залучення молодіжної аудиторії

Завдання 2

Створення національного контенту для промоції та діджиталізації спадщини, надання можливості подумки втекти від кризи для аудиторії, сфокусувавши її на цінностях, які допоможуть подолати ці часи та забезпечать інформаційний аудіо-візуальний комфорт

Індикатори досягнення цілі

Понад 100 тисяч переглядів кожного аудіо-візуального твору, понад 100 репостів, більше ніж 1000 лайків та взаємодій

Ціль

Створення молодіжної медіа платформи - EVE8 (Facebook, Instagram, YouTube)

Завдання 1

Створення активної аудиторії для спільної реалізації кроссекторальних ініціатив з іншими культурними проектами

Завдання 2

Досягнення активної аудиторії в 50.000 користувачів Facebook

Індикатори досягнення цілі

Зформована аудиторія у 50.000 в Facebook, активізація каналів YouTube та Instagram

Ціль

Створення сайту проекту EVE8

Завдання 1

Розробка індивідуального дизайну (без використання шаблонів)

Завдання 2

Функціональне наповнення: реєстрація підписників (збір імейлів), вбудований кзитковий сервіс, корпоративні імейли для команди, архів відеоробіт

Індикатори досягнення цілі

Працюючий сайт на домені .tv (вже проплачений eve8.tv). Розглядатиме

Том Кравець Романівський В.С. Олімп



також домен .io

Основна мета проекту

Метою проекту є розповсюдження аудіо-візуальної інформації про культурне надбання регіонів серед молоді покоління Y-Z згідно з пріоритетами, ухвалені 16 листопада 2007 року Радою ЄС «Програми з питань культури», а саме діджиталізація культурної спадщини.

Ідея проекту – створити масштабний молодіжний магніт уваги, використовуючи актуальні музичні тренди та технології прямого ефіру телевізійної якості.

Ідея EVE8 в сталості проекту. Це не одноразовий захід, а планомірна ін'єкція трендової культурної свідомості протягом року. За планом проект виходить в ефір 2 рази на місяць в сезон та 1 раз на місяць в міжсезоння. Тільки регулярністю можливс сформувати сталу та активну аудиторію, що надасть можливість проекту рсзвиватись без додаткових інвестицій.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Активна молодь, що відповідає віку 21-35 років, зі сталими музичними інтересами, роботою у сфері новітніх технологій, IT сфері обслуговування, туризмі. Наша аудиторія - це молоді люди, в яких є можливість подорожувати світом, відвідувати визначні місця і події, за межами нашої країни, які слідкують за трендами і актуальними проблемами в різних галузях (екологія, мода, розробки в галузі робототехніки, інновацій) яким до вподоби альтернативні форми дозвілля (екотуризм, активний відпочинок - марафони, веломандрівки, піші походи...) Їм подобається електронний саунд, вони знайомі з світовими лейблами і артистами, фестивалями, світовими тенденціями і хочуть бачити інтеграцію нашої країни до світових трендів.

За даними агенції PlusOne у віковій групі 18-24 років 2,1 млн українців користуються Facebook, це 63,28% від загальної кількості жителів України в цій групі. У віковій групі 25-35 років 4,6 млн Facebook-користувачів, це 62,43% від загальної кількості жителів України в цій групі. Загальна кількість користувачів становить 13млн

Цікаво, що Україна – безумсвний лідер у світі за часткою жінок, відразу 59% Facebook-користувачів у нашій країні жінки. 8,8 млн українців заходять в цю соцмережу виключно з мобільного телефону, 1,2 млн – виключно з комп'ютера і 3,0 млн – з допомогою двох типів пристроїв.

Планове охоплення цільової аудиторії проекту за налаштуваннями інтересам - 2млн

Тел. прав. Романівський В.І.



<https://www.urian.ua/economics/telecom/10445769-ukrajinska-auditoriya-facebook-za-rik-zrosla-na-3-milyoni-osib-infografika.html>

Опишіть у кількісних та якісних показниках опосередковану (непряму) аудиторію проекту

Непрямою аудиторією проекту можна вважати аудиторію 40+, тих людей, які вже мають дорослих дітей але почують себе молодими, вони жваво цікавляться гідіями і захопленнями своїх нащадків, радо приймають в них участь. Серед українців віком від 36 до 45 років Facebook користуються 3 млн осіб, це 48,18% від усього населення України цього віку.

Електронна музика, не такий вже і новий тренд, нею захоплювались і 15-20 років тому, тільки формат відпочинку досить сильно відрізнявся від сучасного. Отже для деяких людей - це можливість згадати свої молоді роки, довести дітям та їх друзям, що батьки - це не нафталин в комоді, і що з ними варто також дружити, прислухатись до порад і бути ближчими. Допомагає вирішити проблему непорозуміння поколінь. За даними статистики нашої сторінки це 15% аудиторії.

Багато людей переглядають наші ефіри саме через картинку, вони не орієнтуються в стилях музики, але загалом відмічають, що перегляд приємний, місцями космічний, адже музика здатна змінити візуальне сприйняття.

До цього пункту можна віднести і профільні адміністрації (відділи культури, мистецтв, туризму, архітектури) ОДА і мерії міст, туроператорів, що надають регіональні послуги, артистів, які отримують можливість виступити перед тисячними аудиторіями та створити ідеальний сет, музичний супровід для польоту душі.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Проект EVE8 срієнтується на лідерів в світовій музичній індустрії, таких як Cercle, MixMag, BoilerRoom. Всі три - беззаперечні флагмани мільонники, які мають шанувальників по всьому світу, зокрема в Україні. Сьогодні молодь все частіше обирає інтернет для отримання будь-якої інформації, а в деяких молодих сім'ях кабельне ТВ взагалі відсутнє. Тому соц.мережі ефективний інструмент для відслідковування трендів (відгуки, коментарі, кількість підписників і т.д.) Згідно аналізу (додаток "Аналіз"), ми зробили висновок, що такого формату в Україні ще не існує, а запит на міжнародні аналоги є суттєвий. Згідно останніх досліджень - соц.мережі здобувають до 50% сходинок го проведеному часу в інтернет. Саме тому ми обрали соц.мережі як основу комунікативної стратегії, зокрема Facebook - найпопулярнішу платформу в Україні після заборони V Kontakte. З точки зору побудови

Тел. праб. Кошівська В.О.



соціальних зв'язків та кількості варіантів взаємодії з публікаціями – обрали саме Facebook як стартовий майданчик для проєкту. Наступним кроком є просування через YouTube.

У який спосіб кінцеві результати проєкту будуть задовольняти (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної(-их) аудиторій?

Ми впроваджуємо новий формат контенту в Україні за зразком європейських тенденцій і трендів. Об'єктивно, через відміну фізичних подій, повністю задовільнити культурні потреби та інтереси аудиторії, як планувалось, - в даний час не є можливим. Та можливо частково, згідно з постановою Кабінету Міністрів України № 21*(343) (<https://www.kmu.gov.ua/pras/pro-vnesennya-zmin-cc-deyakih-aktiv-a343>)

Відповідно до постанови Уряду, ми плануємо залучити до участі у зйомках акторів-вслонтерів з кола активних підписників сторінки та громадськості, зокрема для участі у зйомках на локації у якості акторів (до 25ти осіб). Для них заздалегідь передбачено у кошторисі безпечний трансфер (автобус на 50 осіб з максимальною кількістю 25 осіб, для дотримання дистанції) і засоби індивідуального захисту (маски, санітайзери, журнал безпеки) Така кількість дозволена Кабмінсм. Волонтери, які пройшли кастинг, будуть входити в ГО "Олімп". Таймінг кастингу розпланований, щоб уникнути скупчення людей згідно санітарним нормам. Локації-музеї - всі знаходяться під відкритим небом та запускаються у роботу згідно першого етапу послаблення карантинних заходів.

Задача волонтерів буде не тільки у підтримці артиста та створення атмосфери присутності, а й у репостах, коментарях, лайках, сторіс та спільних переглядах для кращого ранжування контенту (подробиці у короткострокових результатах)

Уряд дозволив роботу суб'єктів господарювання, пов'язану з виробництвом аудіовізуальних творів, зокрема здійснення кіно- та відеозйомки на відкритому повітрі, у транспортних засобах, житлових будинках, спорудах, приміщеннях (у тому числі приміщеннях, призначених для зйомки аудіовізуальних творів (студії, павільйони) за умови(ДОТРИМАННЯ усіх вимог норм та правил, щодо протидії поширення інфекції) обмеження кількості осіб, які здійснюють кіно- та відеозйомку в одному місці, не більше ніж 50 осіб, обмеження доступу до місця зйомки сторонніх осіб та забезпечення всього персоналу, залученого до виробництва, засобами індивідуального захисту, зокрема респираторами або захисними масками, у тому числі виготовленими самостійно, а також дотримання інших санітарних та протиепідемічних заходів

Ген. прабел. Ром Вісвалі В.С.



Згідно завдання проекту - ми створимо національний контент для промоції та діджиталізації спадщини, надамо можливість подумки втекти від кризи для аудиторії. Сфокусуємо її на цінностях, які допоможуть подолати ці часи та забезпечимо інформаційний аудіо-візуальний комфорт

Для мінімізації ризиків реалізації проекту (локдаун області) та заради задоволення культурних інтересів аудиторії - проект провів переговори з дирекціями замків Західного регіону та Одеської області, та отримав всі необхідні погодження. Данний результат підвищує мобільність проекту та значно врізноманітнює контент.

Досягнуті домовленості із наступними музеями під відкритим небом: Олеський замок, Підгорецький замок, Золочівський замок, Свіржський замок, Тустань, Аккерманська фортеця, Кам'янець-Подільська фортеця, замок Паланск, Хотинська фортеця, замок Шенборн, Невицький замок.

Невицький замок - старовинна фортеця Закарпаття, яка знаходиться у стані занедбаних руїн. Єдина у таксму занедбаному стані з узгоджених локацій. Наша мета - провести її реконструкцію протягом прямого ефіру за допомогою доповненої реальності. Залучені відповідні візуальні спеціалісти. Ефір цікавий тим, що він перший у такому форматі. Навіть ті міжнародні референси, на який орієнтується проект, - не проводили ефіри з доповненою реальністю. Це показує достатню гнучкість та застосованість проекту та технологій у секторі культури.

Хто є зацікавленою стороною (-ами) проекту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проект чи бути під впливом проекту).

Ми підтримуємо ідею колаборації з іншими проектами на взаємс вигідних умовах і принципах співпраці, які не суперечать концепції, меті та ідеї нашого проекту.

Наступною зацікавленою стороною є відділи культури та туризму обласних державних адміністрацій, міських рад та безпосередньо дирекції об'єктів культурної спадщини. Проект надає можливість висвітлення культурної спадщини регіону, прямої взаємодії з потенційними споживачами, залучення молодіжної аудиторії, інформаційної підтримки, що збільшує потік зацікавлених туристів.

Регіональні тур.оператори - мають можливість надати додаткову atrakцію на локації для споживачів їх стандартних туристичних маршрутів. Проект не потребує закриття локацій або обмеження відвідувачів на період зйомки. Час заходу планується після основного робочого часу.

Тел. правес. Кошівський В. С.



В більшості випадків дирекції, інституції та посадові особи ідуть на зустріч в організації трансляції. І це круто.

Та в деяких випадках ціна оренди локації зовсім непомерна, з огляду на не комерційну діяльність проекту в перший рік (без продажу квитків, як атракція для наявних відвідувачів). Основний фокус був у створенні контенту в тому числі для інституцій. Тому такі дестинації як Палац Потоцьких, Олеський замок, Підгорецький замок, Золочівський замок та музей Пінзеля залишились гола кадром. Без підтримки фонду пресект, поки що, не має достатньо ресурсів покрити орендну плату, а це справжні перлини Львівського регіону.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.

Результатом нашого проекту будуть згуртовані однодумці як на локації так і на сторінці. Аудиторія доволі різна, але є ключові моменти які всіх об'єднують – любов до музики, прага до життя, човного і різнобарвного, і любов до рідного дому, Батьківщини.

На широкий загальний виносяться нагальні потреби молоді у зміні форматів відпочинку, паралельно привертається увага до нашої культури і спільного спадку. Ми надаємо можливість подивитись по-новому на начебто відомі всім речі. Адже музика, настрій і люди здатні вдихнути нових барв у начебто забуті і покинуті місця. суворі фортеці, зруйновані храми.

Також, згідно з основною метою - створення національного контенту для промоції та діджиталізації спадщини, підвищення її інформаційної мобільності в інтернеті, згідно з пріоритетами, ухваленими 16 листопада 2007 року Радою ЄС «Програми з питань культури»

Зазначте якісні та кількісні показники короткострокових результатів проекту відповідно до описаних вище цілей та завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

Промоція культурної спадщини регіону у вигляді 10ти ефірів з попередньо узгоджених локацій та збільшення її цифрової мобільності серед молоді (понад 100 тисяч переглядів кожного аудіо-візуального твору, понад 100 репостів, більше ніж 1000 лайків та взаємодій).

Бачення короткострокового розвитку проекту – це процес формування активної молодіжної аудиторії (50.000+) та пошук партнерств з іншими культурними проектами для реалізації спільних арт активностей.

Якість аудиторії важлива. Наприклад, якщо аудиторія проекту становить 50000 підписників, то прогнозований сталий результат для фізичної події 1000-2500 осіб, що становить стандартну конверсію 3-4%. Звичайно, якщо

Тесе. правес. Коєрвічевскі В. С.



залучати не проектні ресурси - фін партнерів, партнерства з медіа, сітілайти, бігборди, радіо ітд - результат значно більший. Малось на увазі саме проектними ресурсами. Аудиторія - найважливіша складова сталості проекту.

В короткострсковий етап входить розвиток каналів YouTube (440 підписників) та Instagram (504 підписників). Також варто враховувати розвиток месенджерів та приділяти увагу більш персональному спілкуванню з аудиторією. Говноформатний прямий ефір в месенджерах зараз неможливий, але їх використання у форматі останніх новин, нотаток, анонсів, аудіо-відео посилань ітд - вкрай важливе. Команда проекту працює над маркетинговою стратегією щодо месенджерів, та залучає відповідних спеціалістів із сектору.

Мають бути створені наступні канали комунікації:

- Facebook - 50.000
- Youtube - 10.000
- Instagram - 10.000
- Telegram - 800

Кількість арт-партнерств - 3.

Короткострсковий етап - це формування платформи для розвитку молодіжного медіа ресурсу - EVE8 (Facebook, YouTube, Instagram, Soundcloud, сайт, Telegram), основою якого є безпосереднє залучення молоді до сучасних культурних процесів в країні.

Важливо! За 2 місяці проект EVE8 виріс на 30 % по підписникам (понад 13тис) та переглядам відео. Та у зв'язку з відміною фізичних івентів проекту, цілі го аудиторіям у соц.мережах зменшились. Є декілька факторів.

1) Фізична присутність гостей (200-300) під час ефіру - важливий пункт у ранжуванні алгоритмами соц.мереж, оскільки більшість з них одразу коментують, репостять, передивляються ефір, що важливо на самому початку для просування контенту у мережі - відео пспадає в актуальні та демонструє високі органічні псказники. Тому задача волонтерів, обгрунтованих вище (задоволення культурних інтересів), буде не тільки у підтримці артиста та створення атмосфери присутності, а й у репостах, коментарях, лайках, сторіс та спільних переглядів для кращого ранжування контенту.

2) Під час карантину з'явилося на стільки багато відео, що сервера Фейсбук та Ютуб не вгоруались з навантаженням і зменшили їх якість з Ефірною платформою. Зараз відбувається перенасичення відео-пропозицією, що розпорошує

Тол. прабел. Ром Вісмані В.С.



увагу(попит), що виражається з цілому у зменшенні кількості переглядів по ринку. Та і в цілому ми спостерігаємо, що люди втомились від соц мереж та прагнуть гуляти, спілкуватись, грітись на Сонечку. Варто додати, що 90% прямих ефірів у мережі зараз досить одноманітні - студійні зі статичними ракурсами, які не дають змогу акцентувати глядацьку увагу.

Ми - акцентуємо) та вирости на понад 30%. У таких умовах ми зберігаємо амбітну мету створити аудиторію у понад 50+ тис підписників. Вважаємо це досяжною метою і цілком реальним показником. Даний показник - вагома складова сталості проекту у майбутньому.(дсдатск 'Аналіз")

У короткостроковій результативності входить розробка та публікація сайту проекту у мережі. Домен .tv (eve&.tv) вже викуплений нами, додатково розглядаємо також домен .io. Сайт - це візитка проекту та важливий елемент побудови айдентики та SEO просування. У якості референсу обрані ресурси www.cercle.io та www.qievdance.com. Відповідно до ТЗ поставлені задачі розробки індивідуального дизайну (унікальний сайт візитка на власному html коді). В дизайні мають бути представлені фотос-відео матеріали з оцифрованої проектом культурної спадщини, інформаційне наповнення щодо діяльності проекту. Функціональне наповнення - це збір імейлів підписників (реєстрація на сайті), вбудований квитковий сервіс, корпоративні імейли учасників команди, архів відеоробіт. Детальніше за посиланням https://docs.google.com/spreadsheets/d/1tkfPUQxqipBpDI5_kn6-UAo5_f-FzM_gnzYo8IRmrg0/edit?usp=sharing
Прогнозована відвідуваність сайту 1000 глядачів на місяць.

Через зміну формату фінансування траншами по 10%, 18%, 19% і 53% - вище вказані показники аудиторії у соц.мережах зможуть бути реалізовані після повного фінансування (у повному об'ємі). Це пов'язано із тимчасовим скороченням витрат на маркетинг для реалізації основної мети проекту.

Зазначте якісні та кількісні показники для довгострокових результатів проекту відповідно до описаних вище завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

Бачення середньострокового розвитку – це діючі арт партнерства (у тому числі міжнародні), висвітлення сучасних подій з сектору культури, активна молодіжна аудиторія, постійне залучення нової аудиторії, створення арт-музичних фестивалів проектними ресурсами до 2500 відвідувачів, створення резиденцій проекту у найбільших містах України та діючий музичний ресурс від сучасних українських електронних композиторів. На цьому етапі відбувається впровадження інновацій у проект. Ослоблди

Лес. права. Романівський В.С.



інструмент комунікації – це прямі ефіри. Вже за 2-3 роки буде можливим доступно поєднати віртуальну та доповнену реальності у прямому ефірі та значно поглибити глядацький досвід і переживання. Наш перший досвід такого поєднання відбудеться у Невицькому замку. Наступним кроком - можлива реконструкція історичних подій в доповненій реальності Live. Глядач сам стане учасником у будь якій точці світу. Відповідно сам проект доповненої реальності залишається в користуванні локації.

Які інновації принесе нам штучний інтелект, нейронні мережі, повне покриття планети інтернетом (StarLink), 5G, потужності хмарних супер комп'ютерів – ще нікому достовірно не відомо. Відомо одне – зміни будуть кардинальні, а відео індустрія (ТБ, продакшен) суттєво перетвориться та не залишиться у знайомому нам вигляді. Важливо відслідковувати вплив інновацій, прояв яких за 2-3 роки буде більш помітний.

Бачення довгострокового розвитку – впливовий український молодіжний медіа ресурс, з активною аудиторією понад 1.000.000 підписників та можливістю проектними силами організувати події в 25.000-30.000 відвідувачів. Впроваджені інноваційні технології та партнерства з сучасними мистецькими проєктами - дали змогу стати гравцем на міжнародній арені та представили Україну, як одну з найбагатших культурних націй світу.

Тесе права: Романівський В. С.



Опишіть внутрішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту та шляхи їх мінімізації

Ризики, що пов'язані з реалізацією проекту, максимально враховані і мінімізовані, так як команда має досвід у проведенні подібних проектів, забезпечена контактами необхідних підрядників, артистів і партнерів, а також необхідними засобами індивідуального захисту)

Основні ризики:

1) Зараження одного з членів команди на COVID-19. В данному випадку вся команда потрапляє на 2 тижні в обсервацію. У разі негативних тестів - команда повертається до реалізації проекту із заміною учасника. Варто відмітити, що вся команда з початку карантину, використовує засоби індивідуального захисту (маска, рукавички), особисті дезинфектори, одноразовий посуд в офісі. Проводяться щоденні заміри температури та дезинфекція приміщень.

2) Порядок і строк реалізації робочого плану може бути змінений через неможливість виступу артиста, що приймає участь у проекті, внаслідок його особистих обставини, у заздалегідь визначений час, що для грантобувача є форс-мажорними обставинами, та потребує пошуку заміни виступаючому артисту з переліку попередньо затверджених.

3) Форс-мажорні обставини з членами команди - їхні обов'язки будуть

Ген. керів. Ровнікєвска В. С.



передані іншим членам команди, відповідно до компетенції і зайнятості, можлива заміна члена команди на відповідного спеціаліста у сфері діяльності, аби ж переданні на субпідряд

4) Під час проведення івентів можливі технічні збої та неполадки, для мінімізації будуть проводитись саунд і відеочеки за мін. 2 години до події, у разі поломки буде проведена оперативна заміна

5) Несвоєчасне фінансування або зменшення його об'єму може призвести до зниження якості, кількості та зменшити отримані результати, що були початковими цілями проекту, або зробити його реалізацію неможливою, оскільки фінальний транш (після аудиту) - основна маса фінансування, що спрямована саме на досягнення кількісних показників аудиторії за допомогою маркетингових інструментів, що потребує відповідного об'єму фінансування та без такого - є неможливим.

6) Форс-мажор з підрядниками. До реалізації проекту залучені найкращі регіональні партнери, спеціалісти, техніка. Але на ринку послуг, що вони надають є і інші суб'єкти. Відповідно при виникненні протиріч, що не мають вирішення, підрядника буде змінено, на відповідного по якості і можливостям.

7) Інтернет зв'язок. Для виходу в ефір у віддалених локаціях EVEC використовує супутниковий інтернет, оскільки 4G(LTE) покриття часто відсутнє за місцем. Кабельного інтернету не має тим більше. Завжди відбуваються тестові виїзди та налаштування перед ефіром. Для стабільності сигналу використовується додаткове програмне забезпечення. Та всерівно існує ризик критичного просідання сигналу і, як результат, обрив трансляції. Супутник чутливий до погодних умов та магнітних процесів у верхніх шарах атмосфери та до фізичного впливу (пориви вітру, хтось фізично може встати перед антенною ітд) Команда враховує ці деталі при налаштуванні зв'язку. У разі обриву трансляції з непереборних технічних причин, прийнято рішення продовжувати зйомку згідно плану. Оскільки записаний матеріал (мастер копія ефіру) доступний одразу, він буде викладатись у доступі постпродакшенем, шляхом «прем'єри». За минулий сезон таких збоїв не ставалось.

Опишіть зовнішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту та шляхи їх мінімізації

1) Локдаун області у разі спалаху вірусу. В такому випадку реалізація проекту відбудеться у сфері, де тривають карантинні пом'якшення.

Тел. права. Кошарівський В.І.



2) Зміна попередньо погоджених цін на виконання робіт, чи оренду від підрядників через інфляцію, зміну курсу доллара чи інші економічні впливи.

3) Форс-мажори з локаціями. Вирішенням цієї ситуації буде використання локацій з переліку у ксшторисі, про що грантоотримувачами буде повідомлено грантодавця.

4) Погодні умови, так як більшість запланованих подій на відкритих локаціях, простонеба. Для планування ефірів попереднього сезону командою використовувалась програма RainViewer, що підтвердила свою надійність. При чіткому розумінні непогоди, що враховано у списку локацій (є простонеба та всередині приміщень), івент буде проходити у приміщеннях або змінена дата події

5) Музичне авторське право під час трансляції (з гост продакшеном діють інші правила) та політика Facebook. Facebook та YouTube не підпорядковуються українському законодавству що до музичних авторських прав та знаходяться в юрисдикції США. Ризик полягає в тому, що в разі попадання в грізний ефір музичного фрагменту більше 3сек, який захищений авторським правом, ефір автоматично завершується, а у відео вирізається звук. Правовласниками є музичні лейбли, які завантажують контрольні файли у соц мережі. Пошукові боти Фейсбук працюють постійно і в разі виявлення співпадінь – блокують ефір. Тому навіть офіційно придбана музика лочиться в ефірі 100%.

Таким чином Фейсбук будує власну політику щодо прямого ефіру та значно підвищує професійні вимоги до музикантів. Наступним вимогам дуже часто не відповідають звичайні діджеї-резиденти клубів. В прямий ефір (45хв+) Фейсбук пускає тільки наступних виконавців:

- ? прямих правовласників музики (безпосередні автори) та Live виконавці
- ? виконавців міжнародного рівня, що володіють широкою базою контактів з лейблами.
- ? талановиті зінілові дігери, які професійно орієнтуються в індустрії та мають доступ до анрелізд (не випущених) треків або до лейблів, які завантажують авторські права на музику.

Не зважаючи на дуже строгу політику Фейсбук, проект EVE8 успішно провів сезон. В сезоні 2020 запрошені артисти будуть Live виконавці з авторським

Том Кравець Романівна В. С.



матеріалом спеціальне підготовленим для проекту.

P.S. З телефону прями ефіри не блокуються, оскільки це не професійне обладнання.

6) Несвоєчасне фінансування або зменшення його об'єму може призвести до зниження якості, кількості та зменшити отримані результати, що були початковими діями проекту, або зробити його реалізацію неможливою, оскільки фінальний транш(гісля аудиту) - основна маса фінансування, що спрямована саме на досягнення кількісних показники аудиторії за допомогою маркетингових інструментів, що потребує відповідного об'єму фінансування та без такого - є неможливим.

7)Порядок і строк реалізації робочого плану може піддатися змінам через пошук інших виконавців робіт та надавачів послуг, у разі відмови підрядників від виконання взятих на себе зобов'язань, згідно Договору по відтермінуванню оплати за їхні послуги, внаслідок протермінування траншевих платежів або зменшення їх обсягу.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Для оцінки ефективності управління і реалізації проекту будуть використовуватись кількісні і якісні показники. Кількісні - темпи зростання приросту підписників, на кожному з ресурсів, кількість переглядів, лайків, коментарів, репостів, аналіз успішності методів взаємодії з кінцевим споживачем. Про що будуть генеруватись відповідні звіти статистичних даних з ресурсів

Якісний - аналіз відгуків про проект від музеїв та ЗМІ, оцінка організації, загальні враження, очікування в майбутніх періодах. Аналіз відгуків безпосередньо на сторінці.

Індикаторами моніторингу реалізації проекту є:

коректна побудова і петапна реалізація робочого плану;
реалізація запланованих процесів з маркетингу і іміджу проекту загалом; На першому етапі проекту розробляється чіткий контент план, план висвітлення подій у медіа. Відповідальна особа з команди буде звітуватись у письмовій чи усній формі перед керівником проекту.

Контроль витрат у межах затвердженого кошторису, з відхиленням статей витрат не більше ніж на 10% від суми гранту, що прописане грантодавцем; Контролюється бухгалтером і керівником проекту відповідно до складеного попередньо кошторису на основі фінансових і бухгалтерських звітів контроль за виконанням підрядниками покладених на них зобов'язань

Тем. кравч. Косовіцької В.С. 

відповідальна особа з команди буде звітуватись у письмовій чи усній формі перед керівником проекту за виконанні покладені на неї обов'язки згідно компетенції працівника, трудової угоди і робочого плану проекту.

Які ключові повідомлення, яких спікерів буде обрано для поширення інформації про проект серед прямої(-их) цільової (-их) аудиторії (-ій), опосередкованої аудиторії, потенційних партнерів, широкої аудиторії?

Спікерами проекту виступають запрошені у проект артисти (прелік в додатку 2.2. "Опис відеопродукту).

Основні послы:

- магніт уваги - культурна спадщина для майбутніх поколінь
- музична культура заради збереження спільного спадку
- насолоджуйся красою, відпочивай відповідально
- цінуй культурний спадок
- місця яскравих емоцій

Які методи комунікації (відео, аудіо контент, промо кампанії в соціальних мережах, амбасадори, тощо) та канали комунікації (офіційний сайт проекту, соціальні мережі тощо) будуть залучені під час реалізації проекту?

Зміст проекту і полягає у комунікації з глядачами у соцмережах, формат стріму на нашу сторінку у Facebook обраний основним, саме через можливість безпосередньо контактувати з аудиторією, відгуки дають чітке розуміння необхідності, актуальності проекту, кожен з підписників має змогу висловитись і запропонувати корективи, або підказати нові цікаві локації, чи артистів, яких охоче послухає.

Амбасадорами проекту будуть топові артисти, що приймають участь у зйомках, ефір паралельно іде на сторінці проекту і артиста, тобто його шанувальники автоматично стають нашими глядачами.

Каналами для взаємодії будуть:

- Facebook – основна сторінка проекту
- Youtube – прямий ефір
- Instagram – деталізоване життя проекту, бекстейдж, короткі відео
- Telegram – канал для персонізованого спілкування, публікації анонсів, новин, обговорення трендів

Команда проекту складається з професіоналів в своїх сферах (арт директори, івент менеджери, відеооператори, артисти), кожен з нас має на своїх сторінках в друзях партнерів, організаторів, арт ком'юніті, яких можна вважати лідерами думок у своїх нішах. Відповідно перші відео були переглянуті саме ними, перша 1000 підписників складалась переважно діджеїв, артистів, блогерів, фотографів, операторів, тобто людей, пов'язаних до проведення і організації свят. Вони і стали нашою фокус-групою з

Том Кравець. Романівський В. О.



їхньою підтримкою і порадами проект стає ще раз кращим.

Також досягнуті домовленості по поширенню контенту з такими публікаціями, як «Львів» (@lvivukr), «Типічний Київ» (@kievtypical), «То є Львів» (@toye.lviv), «Львів Сіті» (@lviv.city2017)

В медійну стратегію включена робота з лідерами думок, якими частково будуть виступати запрошені артисти.

Українські: The Organism, Nastia, Сераса, Ma-gooch, Voin Oruwu, Na Nich, Stanislav Tolkachev, Manu&Krutь (Марина Круть - фіналістка відбору Євробачення 2020), Poly Chain та низка регіональних артистів. Список постійно в роботі, оновлюється та доповнюється.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Висвітлення подій на всеукраїнських та регіональних медіа ресурсах:

СЛУХ (Максим Сердюк) - Спецпроект "Слух Медіа" (<https://docs.google.com/presentation/c/1iYA1H7e09YzkcAGNZmBCkpP5Zadcz3cfSMP3PVvSoA0/edit?usp=sharing>)

Don't Take Fake (Володимир Болощук) одна планова публікація + відгук про подію

Katacult (Олексій Макаренко) одна планова публікація + відгук про подію

З якими лідерами думок планується співпраця?

Згідно попередніх домовленостей (всі артисти очікують завершення наших переговорних процедур), дали згоду на участь в ефірі EVE8 і загальній підтримці проекту такі українські електронні композитори як The Organism, Nastia, Сераса, Ma-gooch, Voin Oruwu, Na Nich, Stanislav Tolkachev, Manu&Krutь (Марина Круть - фіналістка відбору Євробачення 2020), Poly Chain та низка регіональних артистів. Перелічені артисти - саме електронні композитори, та у значній більшості - будуть виконувати електронну музику власного написання у форматі Лайв (компонування "наживо"). Зауважимо, що всі артисти з нуля будуть створювати композиції (музичний супровід) спеціально для проекту та локації. А у випадку з Круть та Manu - запланований унікальний тандем поєднання живого звучання бандури з електронною музикою.

Планується додаткова робота з регіональними та національними лідерами думок, це артисти електронної сцени, що мають вагу і прихильників у нашому місті.

Профільні блогери

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті реалізації комунікаційного плану проекту?

Тем. права: Кошовий В. С.



Індикаторами успішної реалізації проекту стануть:

- промоція культурної спадщини регіону у вигляді 10ти ефірів з попередньо узгоджених локацій та збільшення її цифрової мобільності серед молоді (понад 100 тисяч переглядів кожного аудіо-візуального твору, понад 100 репостів, більше ніж 1000 лайків та взаємодій).
- досягнення цілей з формування молодіжної аудиторії у 50.000 в Facebook
- активізація каналів YouTube та Instagram (10.000)
- нові партнерські домовленості з культурними проектами що до спільних арт активностей
- аналіз відгуків онлайн аудиторії
- статистичні показники охоплення ефіру у соц.мережах та цільових підписників

Основними завданнями проекту в рамках поставлених цілей на сезон 2020р.

€:

- проведення 10ти ефірів з 08.06.2020 до 30.10.2020 з періодичністю один ефір в два тижні
- досягнення активної цільової аудиторії в 50.000 користувачів Facebook
- загальне охоплення цільової аудиторії в 2.000.000 користувачів з кількістю сталих переглядів понад 100тис
- активізація YouTube та Instagram до 10.000 підписників
- створення Telegram каналу, 800 читачів
- створення сайту

Через зміну формату фінансування траншами по 10%, 18%, 19% і 53% - вище вказані показники аудиторії у соц.мережах зможуть бути реалізовані після повного фінансування (у повному об'ємі). Це пов'язано із тимчасовим скороченням витрат на маркетинг для реалізації основної мети проекту.

Яким чином буде забезпечений вільний доступ до напрацювань та / або кінцевих результатів проекту?

Напрацюванням проекту за період травень-жовтень 2020р. є відеопродукт - це:

- 1) Відеороботи, хронометраж до 1,5 години, які записані у форматі прямого ефіру - основний аудіовізуальний твір проекту.
- 2) Рекламні проморолики Локація+Артист+Проект. Рекламні проморолики події необхідні для попереднього залучення аудиторії, з попередньою демонстрацією культурної спадщини. Це дозволяє значно ефективніше провести подію та покращити показники переглядів і демонстрації спадщини.
- 3) Автентичні муві - відеозвіт з події. У відеозвіт події входять найкращі ракурси

Тол. прабел. Коваленко В. І.



та кадри, що дозволяє швидко та гарно продемонструвати локальні особливості спадщини та залучити аудиторію до перегляду повної версії.

4) Детальна зйомка особливостей локації (експозиції в замках, інтер'єр, фактури та декор) Детальна зйомка необхідна для виробництва пост продакшен рсликів (у тому числі і автєр-муві) та включається в еф р, щоб глибше передати атмосферу спадщини. Наявність архіву з детальними зйомками також використовується для контенту в інстаграм, що підкреслює особливості локації та можливість коротких історичних екскурсів у описах в постах.

Всі відеороботи викладені на публічній сторінці проекту у Facebook та YouTube в загальному доступі

5) Футажи доповненої реальності для Невицького замку із розрахунку 10шт.

6) Мерч

7) Інформація про проект в статтях, інтерв'ю ЗМІ, зокрема спецпроект "СЛУХ Медіа"

Чи передбачає діяльність за проектом подальший розвиток та функціонування отриманих за результатами проекту продуктів та на яких засадах (самоокупності, фінансування з бюджету, грантової підтримки і т.д)?

Поняття самоокупності, відповідно до теперешніх умов з COVID-19, частково відкладається до зняття карантинних обмежень. Раніше ми планували продаж квитків для відвідувачів фізичних івентів. Завдяки здобутому ресурсу в цільових 50.000 користувачів - залучення рекламних партнерів. Як згадувалось раніше, ми все рівно НЕ розглядаємо алкогольних та тютюнових спонсорів. Відповідно конверсія підписників навіть у 2-3% в фізичних гостей івентів - забезпечать сталість проекту після завершення карантинних заходів.

В планах проекту є масштабування з регіонального на національний рівень, попередньо ми провели перемовини з ОДА і меріями інших областей, а саме Тернопільська, Рівненська, Чернівецька, Закарпатська, Волинська, Одеська, Харківська, Запоріжська. Результатами є позитивна оцінка і згода в адміністративній підтримці. Для реалізації проекту на національному рівні ми плануємо залучати бюджетні кошти, спонсорів та кошти грантодавців на сезон 2021р.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Ми плануємо ділитись досвідом з іншими шляхом організації спільних подій, обміном доступними ресурсами. У попередньому сезні була проведена

Тел. Ірабел. Косовичевасі В.С.



низка ефірів в колоборації з промогрупами міста. EVE8 співорганізатор на щорічному фестивалі Sky-High Festival, що відбувається протягом останніх 6 років, 31го серпня на Високсму Замку. Засновник Yura Buratino. Ефір з презентації альбому Zbaraski, який згодом став проривом року (відгуки на альбом "Бо я так хочу" від ТНМК, Лайми Вайкуле, Івана Дорна та ін). Одне із завдань EVE8 - відкривати нові таланти.(додаток "Lviv Open Mix" подкаст) Радо приймемо в команду відповідальних, цілеспрямованих людей які мають на меті отримати досвід у плануванні і реалізації івентів. Участь команди у спеціалізованих нішових конференціях. Участь у реалізації проєкту з залученням грантових коштів надає додаткових переваг і безцінний досвід, яким варто поділитись.

Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?

Ми відкриті до діалогу і співпраці на взаємо вигідних умовах і принципах, які не суперечать концепції, меті та ідеї нашого проекту. На даний момент проект знаходиться у партнерстві з Львівською ОДА і Мерією, підтримуючи своїми ресурсами та контактами події у Львові та області (ефір з події організованої Управлінням туризму та курортів ОДА до всесвітнього дня туризму у смт Славське. відкриття пам'ятника Небесної Сотні у Львові, відкриття новорічної ялинки, конкурс льодових скульптур та ін.) Також на партнерських умовах відбулась співпраця з грантоотримувачем УКФ 2019р. мистецьким проектом "Пінзель. Ukrainian Live у Годовиці" Також EVE8 проводив пряму трансляцію на партнерських засадах з фестивалів у м. Київ - RadioDay, святкування дня міста, що проходив у Маріїнському парку та SclomaFest. Ми розуміємо цінність партнерства (нові контакти, досвід) і охоче зголошуємось на проведення спільних проєктів. Наступним кроком є розвиток міжнародних партнерств.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

4

Кількість жінок у команді проекту

1

Кількість людей віком від 17 до 34

3

Ген. управл. Дослідженнями В. С.



Кількість людей віком від 35 до 50

1

Кількість людей віком від 51 до 60

0

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком від старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

так

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Так. 25

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників ветеранів АТО?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників тимчасово переміщених осіб?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із малозабезпечених сімей, дітей-сиріт?

ні

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії людей з інвалідністю?

так

Тел. правел. Роза Вісвмені В.І.



Чи враховуватимуть меседжі вашого проекту принципи толерантності відповідно до Декларації принципів толерантності ЮНЕСКО

так

Так, зрештою. Романа Вічеславівна В.



Декларація доброчесності

Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників даної програми, з вимогами Законів України «Про авторське право і суміжні права», «Про загобінання ксрупції» та з «Порядком повідомлення про конфлікт інтересів, що виник під час проведення конкурсного відбору та фінансування проектів за підтримки Українського культурного фонду», розуміючи правила проведення конкурсного відбору та вимоги до заявників, маючи мотивацію надати повну та достовірну інформацію щодо запланованого проекту, не перебуваючи у стані конфлікту інтересів в рамках оголошених конкурсів, та усвідомлюючи свою відповідальність за неправдивість поданих даних, прошу прийняти проектну пропозицію моєї організації до розгляду на фінансування Українським культурним фондом.

Я, шляхом підписання проектної заявки, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» від 1 червня 2010 р. № 2297-УІ надаю згоду Українському культурному фонду на обробку моїх особистих персональних даних.

Я підтверджую, що не стримую іншої фінансової підтримки на витрати, які покриває УКФ.

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

Дата заповнення

Кав'юк В. С.



Фонд:

Грантоотримувач:

В. С. Кав'юк

Додаток № 2

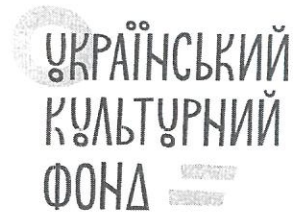
до Договору про надання гранту № 3AUS44-5508
від "08" серпня 2020 року

Назва конкурсної програми: Аудіовізуальне мистецтво

Назва ЛОТ-у: ЛОТ 4. Відеоконтент для альтернативних медіаплатформ

Назва Заявника: Громадська організація Фонд сприяння молоді та спорту "Олімп"

Назва проекту: EVE8



	Організація-донор	Фінансування проекту, в %%	Фінансування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ		
1	Український культурний фонд	98,37%	3 009 669,00
2	Співфінансування* :	1,63%	50 000,00
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів	1,63%	50 000,00
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника		
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)	0,00%	-
	Всього	100,00%	3 059 669,00

*При наявності співфінансування, Грантоотримувач має право вирішувати, які статті витрат будуть співфінансуватися.

Телі права. Кошівський В.О.



Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва Заявника: Громадська організація Фонд сприяння молоді та спорту "Олімп"

Назва проекту: EVE8

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКУФ			Витрати за рахунок Співфінансування			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ								
			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки												
			Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість / Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=10*11)										
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	10	11	12	16	17							
Розділ:	II	Витрати:																
Підрозділ:	1	Оплата праці																
Стаття:	1.1	Штатні працівники																
Пункт:	а	місяців																
Пункт:	б	місяців																
Пункт:	в	місяців																
Стаття:	1.2	За трудовими договорами																
Пункт:	а	місяців																
Пункт:	б	місяців																
Пункт:	в	місяців																
Пункт:	г	місяців																
Стаття:	1.3	За договорами ЦПХ									20,00	57 000,00	285 000,00	-	-	-	285 000,00	
Пункт:	а	Ромадіна Олена Андріївна, керівник проекту	місяців	5,00	15 000,00	75 000,00							75 000,00	формування команди, планування, організація і погодження, забезпечення всіх етапів реалізації проекту, контроль за виконанням зобов'язань по проекту				
Пункт:	б	Первухін Олександр Сергійович, менеджер з маркетингу	місяців	5,00	14 000,00	70 000,00							70 000,00	букинг артистів, супровід, забезпечення побутового райдеру, формування медіа плану, підбір, координація і контроль підрядників з забезпечення послуг таргетінгу, смм, розробки сайту, виготовлення мерчу				
Пункт:	в	Ільчишин Богдан Богданович менеджер по роботі з підрядниками (відеопродукт), монтажер	місяців	5,00	14 000,00	70 000,00							70 000,00	підбір, координація і контроль підрядників з забезпечення послуг прямого ефіру, координація процесу відеозйомок на локаціях, монтаж промороликів для реклами на FB Insta				
Пункт:	г	Костів Василь Данилович project manager, менеджер по роботі з підрядниками (світло, звук), менеджер з логістики	місяців	5,00	14 000,00	70 000,00							70 000,00	підбір, координація і контроль підрядників з забезпечення послуг: технічного райдеру світло, звук, сцена; трансфер, логістика				
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				20,00	57 000,00	285 000,00	-	-	-	-	-	-	285 000,00					
Підрозділ:	2	Соціальні внески																
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати праці																
Пункт:	а	місяців	5,00	12 540,00	62 700,00								62 700,00					
Пункт:		місяців																
Пункт:		місяців																
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				5,00	12 540,00	62 700,00	-	-	-	-	-	-	62 700,00					
Розділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями																
Пункт:	а	Добові (розрахунок на відряджену	доба															
Пункт:	б	Добові (розрахунок на відряджену	доба															
Пункт:	в	Добові (розрахунок на відряджену	доба															
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженнями":				-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
Підрозділ:	4	Обладнання і нематеріальні активи																
Стаття:	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар									15,00	13 700,00	22 550,00	-	-	-	22 550,00	



Томас Кравець Кошторисовик В.С. Сер

Пункт:	з	Кам'янець-Подільська Фортеця, Хмельницька обл., м.Кам'янець-Подільський	година	12,00	1 000,00	12 000,00				12 000,00	оплата оренди локації згідно умов співпраці і кошторису, що діє для проведення зйомок, що було озвучено дирекцією
Пункт:	ї	Невицький замок, Ужгородський р-н, біля с.Кам'яниця (руїни)	година		-	-				-	
Пункт:	й	Хотинська Фортеця, Чернівецька обл., м.Хотин	година	12,00	1 000,00	12 000,00				12 000,00	оплата оренди локації згідно умов співпраці і кошторису, що діє для проведення зйомок, що було озвучено дирекцією
Стаття:	5.2	Оренда техніки, обладнання та		540,00	35 805,00	647 550,00	-	-	-	647 550,00	
Пункт:	а	Базовий комплект сценічного звуку									Після переформатування проекту, необхідність в оренді звукового обладнання залишилася з наступних причин: 1. Забезпечення музикантів повним звуком і підзвучкою (відкриті простори, кам'яні стіни, складний рельєф, вітер, шум від роботи генератора всі ці фактори негативно впливають на якість звуку. За допомогою професійної акустичної системи і коректних налаштувань ми доб'ємося якісного звучання, в умовах не пристосованих для проведення подібних заходів). 2. Технічний райдер артистів (виконання технічного райдеру - запорука успішного виступу музиканта. Без виконання даних умов артисти можуть відмовитися від виступу
Пункт:	а1	Модуль лінійного масиву RCF HDL-20a	шт	60,00	750,00	45 000,00				45 000,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна 750 грн за одиницю, на 1 івент по райдеру необхідно 6 шт (6*750=4500) відповідно 60 шт на 10 івентів
Пункт:	а2	Активний сабвуфер RCF 8004-AS	шт	20,00	750,00	15 000,00				15 000,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна 750 грн за одиницю, на 1 івент по райдеру необхідно 2 шт (2*750=1500) відповідно 20 шт на 10 івентів
Пункт:	а3	Мікшерний пульт Bheringer X32 rack	шт	10,00	1 290,00	12 900,00				12 900,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна 1290 грн за одиницю, на 1 івент по райдеру необхідно 1 шт, відповідно 10 шт на 10 івентів
Пункт:	б	Базовий комплект світла								-	Після переформатування проекту, необхідність в оренді світлових приладах залишилася з наступних причин: 1. Коректна робота знімального обладнання (в умовах низького рівня освітлення якість зображення сильно знижується, зйомки завжди проходять на заході сонця). 2. Підсвітка артиста. 3. Додаткове оформлення і підсвітка локації. 4. Створення необхідної атмосфери і картинки в кінцевому відео-продукті.
Пункт:	б1	Прожектор лінійний Fractal Lights LED BAR 24x3W	шт	20,00	160,00	3 200,00				3 200,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна 160 грн за одиницю, на 1 івент по райдеру необхідно 2 шт (2*160=320) відповідно 20 шт на 10 івентів
Пункт:	б2	Прожектор діодний Martin RUSH Par1	шт	40,00	160,00	6 400,00				6 400,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна 160 грн за одиницю, на 1 івент по райдеру необхідно 4 шт (4*160=640) відповідно 40 шт на 10 івентів
Пункт:	б3	Інтерфейс DMX 512 SunLite Suite 2 BC	шт	10,00	430,00	4 300,00				4 300,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна 430 грн за одиницю, на 1 івент по райдеру необхідно 1 шт, відповідно 10 шт на 10 івентів



Тов. права Кошторисами В.С.

УКРАЇНА

Пункт:	64	Сценічний подійм Prolite StageDex 200x100см 4x3	шт	50,00	375,00	18 750,00			18 750,00	Після переформатування проекту, необхідність в оренді сценічних конструкцій залишилася з наступних причин: 1. Кріплення світлових приладів і коректного розташування їх у просторі. 2. Вирівнювання рельєфу (для розташування подіума з діджейським обладнанням і самого артиста). Ціна 375 грн за 1 сегмент, для розміщення техніки і артиста необхідно 5 шт (5*375=1875 грн) відповідно на 10 подій 5*10=50шт
Пункт:	65	монтаж, налаштування	днів	10,00	4 280,00	42 800,00			42 800,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна за погрузку-вигрузку, монтаж-демонтаж, встановлення і підключення обладнання, що надається в оренду. По умовах оренди обладнання, ці роботи виконуються виключно командою підрядника і вказуються у рахунку
Пункт:	г	Базовий комплект діджейського обладнання							-	Після переформатування проекту, необхідність в оренді діджейського обладнання залишилася з наступних причин: 1. Сам формат (Live set + стрім) не змінився. Музиканту як і раніше необхідно мати пристрої для відтворення звуку та зведення треків. 2. Технічний райдер артистів
Пункт:	г1	Мікшерний пульт Pioneer DJM-2000	шт	10,00	1 000,00	10 000,00			10 000,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна за 1 шт 1000 грн, відповідно на 10 подій 10шт
Пункт:	г2	Дека Pioneer C.DJ-2000NXS2	шт	40,00	1 150,00	46 000,00			46 000,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна за 1 шт 1150 грн, для забезпечення технічного райдера артиста з умовою запобігання ризикам необхідно 4 шт на 1 подію, відповідно на 10 подій 40шт (4*1150=4600 грн *10 подій= 46000)
Пункт:	г3	Вініловий програвач Technics-1210MK5	шт	20,00	500,00	10 000,00			10 000,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна за 1 шт 500 грн, для забезпечення технічного райдера артиста з умовою запобігання ризикам необхідно 2 шт на 1 подію, відповідно на 10 подій 20шт (2*500=1000 грн *10 подій= 10000)
Пункт:	г	Пересувна телевізійна станція, для забезпечення прямого ефіру(без урахування камер та забезпечення інтернетом)	днів	10,00	11 235,00	112 350,00			112 350,00	Ціна за 1 день оренди 11235 грн, відповідно на 10 подій (11235*10=112350 грн). Пересувна телевізійна станція, що забезпечує монтаж відео в умовах прямого ефіру, ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Для підтвердження конкурентної вартості обладнання надаємо кошторис середньої ринкової вартості для порівняння з іншою організацією, що надає необхідні послуги для реалізації проекту, детальніше у вкладці підрозділ 5.2 пункт г
Пункт:	д	Точка зйомки, 5 точок зйомки								Після переформатування проекту, необхідність в 5-ти точках зйомки(2 статичних ракурси+3 оператори з камерою) залишилася з наступних причин: 1. Цікавий та професійний стрім(більше ракурсів - більший простір режисеру трансляції для творчості і вибору унікального кадру) 2. Телевізійна якість кінцевого продукту
Пункт:	д1	Камера Sony A7RII	шт	50,00	1 200,00	60 000,00			60 000,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна вказана за 1 шт - 1200 грн на 1 подію, для виконання поставлених задач необхідно 5шт, відповідно 5шт*1200 грн= 6000грн *10 подій=60000 грн
Пункт:	д2	Об'єктив Sony FE	шт	50,00	550,00	27 500,00			27 500,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна вказана за 1 шт - 550 грн на 1 подію, для виконання поставлених задач необхідно 5шт, відповідно 5шт*550 грн= 2750грн *10 подій=27500 грн
Пункт:	д3	Стабілізатор Dji Ronin	шт	50,00	1 350,00	67 500,00			67 500,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна вказана за 1 шт - 1350 грн на 1 подію, для виконання поставлених задач необхідно 5шт, відповідно 5шт*1350 грн= 6750грн *10 подій=67500 грн
Пункт:	д4	Панорамний монітор Small HD	шт	50,00	600,00	30 000,00			30 000,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна вказана за 1 шт - 600 грн на 1 подію, для виконання поставлених задач необхідно 5шт, відповідно 5шт*600 грн= 3000грн *10 подій=30000 грн
Пункт:	є	Аерозйомка Квадрокоптер	днів	10,00						Після переформатування проекту, необхідність в аерозйомці залишилася з наступних причин: 1. Можливість показати локацію з висоти пташиного польоту. 2. Можливість знімати з тих ракурсів, куди оператори фізично не



Том. права: Ромівський В.О. Сер

Пункт:	Квадрокоптер DJI Phantom4 Pro+ V2.0	шт	10,00	2 525,00	25 250,00				25 250,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна оренди за 1 шт 2525, відповідно на 10 подій (10*2525 грн=25250грн)
Пункт:	Квадрокоптер DJI Mavic 2 Zoom	шт	10,00	2 700,00	27 000,00				27 000,00	ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників. Ціна оренди за 1 шт 2700, відповідно на 10 подій (10*2700 грн=27000грн)
Пункт:	e Мобільна, супутникова установка 20/5 мб/с	днів	10,00	4 800,00	48 000,00				48 000,00	Ціна данного обладнання на ринку становить 85 тис грн, за умовами УКФ придбання не основних засобів можливе на суму до 6000 грн. \Формування ціни 4800 оренда мобільної супутникової установки . Після переформатування проекту, необхідність у мобільній, супутникової установці залишилася з наступних причин. 1. Проект передбачає онлайн стрім подій з локації, на яких, нажаль немає стабільного і швидкісного доступу до інтернету. Для тип до швидкої мережі інтернет є критично важливим елементом для реалізації проекту нажаль. (Мінімально необхідна швидкість інтернету на Upload, для виходу в прямий ефір з роздільною здатністю 1080p 30 к/с становить близько 5000kb/s) 2. Точкове покриття і нестабільність мережі 3-4G нажаль не дозволяє використовувати мобільних операторів для проведення якісних онлайн стрімів в роздільній здатності 1080p. 3. Мобільна супутникова установка по суті є найдоступнішою альтернативою після дротового інтернета, в порівнянні з використанням мобільних базових станцій операторів 3-4G, прокладкою оптоволоконного кабеля від найближчої станції місцевих інтернет провайдерів.
Пункт:	Генератор	днів	20,00	1 780,00	35 600,00				35 600,00	Повне навантаження всіх електроприладів для реалізації проекту на локації, може сягати 11-12кВт/год. Нажаль на обраних локаціях фізично не існує мережі, яка б витримала подібні навантаження. За для забезпечення всіх потреб в якійсній та достатній електроенергії, живлення на заході має забезпечуватись автономним генератором. Генератор потужністю 11кВт важить більше 500кг, має великі габарити і доставляти його на місце зйомок окремим вантажним транспортом буде коштувати додаткових та чималих грошей. Технічно, можливо розділити навантаження по мережі на два генератора, але меншої потужності та меншої ваги (враховуючи необхідний 30% на запас по потужності для генератора 8+8кВт), таким чином ми зможемо доставити їх разом з іншим обладнанням, одним транспортом. Оренда 2-ох генераторів - 8кВт+8кВт за добу - 3560
Стаття:	5.3 Оренда транспорту		12 420,00	688,55	374 894,00	-	-	-	374 894,00	
Пункт:	a Оренда легкового автомобіля (автоперевезення для учасників команди проекту для тестування знімальних локацій за межами міста)	км							-	Через зміну умов УКФ, щодо траншів було обрано Перевізника, що забезпечує всі необхідні перевезення і погоджується з умовами угоди про відтермінування оплати наданих послуг. Тестові виїзди на локації не можливі громадським транспортом 1) не всі локації знаходяться на маршрутах громадського транспорту; на виїзді 4 особи і необхідна для тестів техніка (супутникова антена, дрон, камери, світлові прилади) габаритна і цінна, яку не можливо здати в багаж; Попередній виїзд на локацію команди необхідний для підписання угоди з локацією, вибору точок зйомки, ракурсів; попереднього тесту супутнику, погодження технічних можливостей на локації; вибір розташування зони зйомок, зйомки відео матеріалу для поромо роликів і експозицій замку, що будуть вклучатись у трансляцію (постпродакшн)
Пункт:	a1 Оренда легкового автомобіля (автоперевезення для учасників команди проекту для тестування знімальних локацій за межами міста): м. Львів - с. Підгірці - м. Львів 100 км + 100 км = 200 км	км	200,00	14,95	2 990,00				2 990,00	Повне обґрунтування у пункті 98R данного кошторису. ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників складається з ціни за кілометр +15% за простій.
Пункт:	a2 Оренда легкового автомобіля (автоперевезення для учасників команди проекту для тестування знімальних локацій за межами міста): м. Львів - с. Свірж - м. Львів 50 км + 50 км = 100 км	км	100,00	14,95	1 495,00				1 495,00	Повне обґрунтування у пункті 98R данного кошторису. ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників складається з ціни за кілометр +15% за простій.



Тол. права Романівської В.С. Служ

Пункт:	a3	Оренда легкового автомобіля (автоперевезення для учасників команди проекту для тестування знімальних локацій за межами міста): м. Львів - с. Тустань - м. Львів 130 км + 130 км = 260 км	км	260,00	14,95	3 887,00				3 887,00	Повне обґрунтування у пункті 98R данного кошторису. ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників складається з ціни за кілометр +15% за простій.
Пункт:	a4	Оренда легкового автомобіля (автоперевезення для учасників команди проекту для тестування знімальних локацій за межами міста): м. Львів - смт. Олеськ - м. Львів 90 км + 90 км = 180 км	км	180,00	14,95	2 691,00				2 691,00	Повне обґрунтування у пункті 98R данного кошторису. ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників складається з ціни за кілометр +15% за простій.
Пункт:	a5	Оренда легкового автомобіля (автоперевезення для учасників команди проекту для тестування знімальних локацій за межами міста): м. Львів - м. Золочів - м. Львів 80 км + 80 км = 160 км	км	160,00	14,95	2 392,00				2 392,00	Повне обґрунтування у пункті 98R данного кошторису. ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників складається з ціни за кілометр +15% за простій.
Пункт:	a6	Оренда легкового автомобіля (автоперевезення для учасників команди проекту для тестування знімальних локацій за межами міста): м. Львів - м. Кам'янець-Подільський - м. Львів 320 км + 320 км = 640 км	км	640,00	14,95	9 568,00				9 568,00	Повне обґрунтування у пункті 98R данного кошторису. ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників складається з ціни за кілометр +15% за простій.
Пункт:	a7	Оренда легкового автомобіля (автоперевезення для учасників команди проекту для тестування знімальних локацій за межами міста): м. Львів - м. Мукачеве - м. Львів 250 км + 250 км = 500 км	км	500,00	14,95	7 475,00				7 475,00	Повне обґрунтування у пункті 98R данного кошторису. ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників складається з ціни за кілометр +15% за простій.
Пункт:	a8	Оренда легкового автомобіля (автоперевезення для учасників команди проекту для тестування знімальних локацій за межами міста): м. Львів - м. Хотин - м. Львів 310 км + 310 км = 620 км	км	620,00	14,95	9 269,00				9 269,00	Повне обґрунтування у пункті 98R данного кошторису. ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників складається з ціни за кілометр +15% за простій.
Пункт:	a9	Оренда легкового автомобіля (автоперевезення для учасників команди проекту для тестування знімальних локацій за межами міста): м. Львів - Ужгород, с. Кам'янка - м. Львів 300 км + 300 км = 600 км	км	600,00	14,95	8 970,00				8 970,00	Повне обґрунтування у пункті 98R данного кошторису. ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників складається з ціни за кілометр +15% за простій.
Пункт:	a10	Оренда легкового автомобіля (автоперевезення для учасників команди проекту для тестування знімальних локацій за межами міста): м. м. Львів - Білгород-Дністровський - м. Львів 800 км + 800 км = 1600 км	км	1 600,00	14,95	23 920,00				23 920,00	Повне обґрунтування у пункті 98R данного кошторису. ринкова ціна надана менеджерами потенційних підрядників складається з ціни за кілометр +15% за простій.
Пункт:	b	Оренда мікроавтобус, Мерседес Спринтер (автоперевезення для виїзду команди проекту на локації за межами міста)									Для оптимізації витрат, вирішено брати бус для команди і обслуговуючого зйомки персоналу, загалом до 16 осіб. Інакше підрядники будуть виставляти в рахунок додаткові витрати на перевезення, що задвоїть витрати у кошторисі. Всі відстані відкореговано відповідно від точок виїзду-погрузки до локації і у зворотньому порядку. Через зміну умов траншів від УКФ, обрано перевізника, який погоджується з умовами відтермінування оплат за надані послуги.



Тол. прав. Кошвієвський В.О.

Пункт:	61	Оренда мікроавтобус, Мерседес Спринтер (автоперевезення для виїзду команди проекту на локації за межами міста): м. Львів - с. Підгірці - м. Львів 100 км + 100 км = 200 км	км	200,00	20,70	4 140,00				4 140,00	Повне обґрунтування у пункті 109 R данного кошторисуВиїзд команди для організації зйомок на локації, ціна враховує кілометраж і простой транспорту 8:00-02:00 ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	62	Оренда мікроавтобус, Мерседес Спринтер (автоперевезення для виїзду команди проекту на локації за межами міста): м. Львів - с. Свірж - м. Львів 50 км + 50 км = 100 км	км	100,00	20,70	2 070,00				2 070,00	Повне обґрунтування у пункті 109 R данного кошторисуВиїзд команди для організації зйомок на локації, ціна враховує кілометраж і простой транспорту 8:00-02:00 ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	63	Оренда мікроавтобус, Мерседес Спринтер (автоперевезення для виїзду команди проекту на локації за межами міста): м. Львів - с. Тустань - м. Львів 130 км + 130 км = 260 км	км	260,00	20,70	5 382,00				5 382,00	Повне обґрунтування у пункті 109 R данного кошторисуВиїзд команди для організації зйомок на локації, ціна враховує кілометраж і простой транспорту 8:00-02:00 ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	64	Оренда мікроавтобус, Мерседес Спринтер (автоперевезення для виїзду команди проекту на локації за межами міста): м. Львів - смт. Олеськів - м. Львів 90 км + 90 км = 250 км	км	180,00	20,70	3 726,00				3 726,00	Повне обґрунтування у пункті 109 R данного кошторисуВиїзд команди для організації зйомок на локації, ціна враховує кілометраж і простой транспорту 8:00-02:00 ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	65	Оренда мікроавтобус, Мерседес Спринтер (автоперевезення для виїзду команди проекту на локації за межами міста): м. Львів - м.Золочів - м. Львів 80 км + 80 км = 160 км	км	160,00	20,70	3 312,00				3 312,00	Повне обґрунтування у пункті 109 R данного кошторисуВиїзд команди для організації зйомок на локації, ціна враховує кілометраж і простой транспорту 8:00-02:00 ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	66	Оренда мікроавтобус, Мерседес Спринтер (автоперевезення для виїзду команди проекту на локації за межами міста): м. Львів - м. Кам'янець-Подільський - м. Львів 320 км + 320 км = 640 км	км	640,00	20,70	13 248,00				13 248,00	Повне обґрунтування у пункті 109 R данного кошторисуВиїзд команди для організації зйомок на локації, ціна враховує кілометраж і простой транспорту 8:00-02:00 ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	67	Оренда мікроавтобус, Мерседес Спринтер (автоперевезення для виїзду команди проекту на локації за межами міста): м. Львів - м. Мукачево - м.Львів 250 км + 250 км = 500 км	км	500,00	20,70	10 350,00				10 350,00	Повне обґрунтування у пункті 109 R данного кошторисуВиїзд команди для організації зйомок на локації, ціна враховує кілометраж і простой транспорту 8:00-02:00 ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	68	Оренда мікроавтобус, Мерседес Спринтер (автоперевезення для виїзду команди проекту на локації за межами міста): м. Львів - м. Хотин - м. Львів 310 км + 310 км = 620 км	км	620,00	20,70	12 834,00				12 834,00	Повне обґрунтування у пункті 109 R данного кошторисуВиїзд команди для організації зйомок на локації, ціна враховує кілометраж і простой транспорту 8:00-02:00 ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	69	Оренда мікроавтобус, Мерседес Спринтер (автоперевезення для виїзду команди проекту на локації за межами міста): м. Львів - Ужгород, с.Кам'янка - м. Львів 300 км + 300 км = 600 км	км	600,00	20,70	12 420,00				12 420,00	Повне обґрунтування у пункті 109 R данного кошторисуВиїзд команди для організації зйомок на локації, ціна враховує кілометраж і простой транспорту 8:00-02:00 ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	610	Оренда мікроавтобус, Мерседес Спринтер (автоперевезення для виїзду команди проекту на локації за межами міста): м. Львів - Білгород-Дністровський - м. Львів 800 км + 800 км = 1600 км	км	1 600,00	20,70	33 120,00				33 120,00	Повне обґрунтування у пункті 109 R данного кошторисуВиїзд команди для організації зйомок на локації, ціна враховує кілометраж і простой транспорту 8:00-02:00 ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій



Ген. пр. Кошарівський В.С.

Пункт:	в	Оренда автобуса Неоплан (1 машини) пасажироміскість до 50 осіб (пасажирські автоперевезення на локації за межі міста гостей івентів)									Для організації перевезення в умовах обмежень пов'язаних з карантинном, забезпечення індивідуального простору. Перевезення членів ГО, які будуть виконувати функцію акторів до 25 осіб на волонтерських засадах ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за проостій
Пункт:	в1	Оренда автобуса Неоплан пасажироміскість до 50 осіб (пасажирські автоперевезення на локації за межі міста акторів): м. Львів - с. Підгірці - м. Львів 100 км + 100 км = 200 км;	км	200,00	42,55	8 510,00			8 510,00		Повне обґрунтування в пункті 120 R даного кошторису. Перевезення членів ГО, які будуть виконувати функцію акторів до 25 осіб на волонтерських засадах ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за проостій
Пункт:	в2	Оренда автобуса Неоплан пасажироміскість до 50 осіб (пасажирські автоперевезення на локації за межі міста акторів): м. Львів - с. Свірж - м. Львів 50 км + 50 км = 100 км;	км	100,00	42,55	4 255,00			4 255,00		Повне обґрунтування в пункті 120 R даного кошторису. Перевезення членів ГО, які будуть виконувати функцію акторів до 25 осіб на волонтерських засадах ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за проостій
Пункт:	в3	Оренда автобуса Неоплан пасажироміскість до 50 осіб (пасажирські автоперевезення на локації за межі міста акторів): м. Львів - с. Тустань - м. Львів 130 км + 130 км = 260 км;	км	260,00	42,55	11 063,00			11 063,00		Повне обґрунтування в пункті 120 R даного кошторису. Перевезення членів ГО, які будуть виконувати функцію акторів до 25 осіб на волонтерських засадах ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за проостій
Пункт:	в4	Оренда автобуса Неоплан пасажироміскість до 50 осіб (пасажирські автоперевезення на локації за межі міста акторів): м. Львів - смт. Олеськів - м. Львів 90 км + 90 км = 180 км;	км	180,00	42,55	7 659,00			7 659,00		Повне обґрунтування в пункті 120 R даного кошторису. Перевезення членів ГО, які будуть виконувати функцію акторів до 25 осіб на волонтерських засадах ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за проостій
Пункт:	в5	Оренда автобуса Неоплан пасажироміскість до 50 осіб (пасажирські автоперевезення на локації за межі міста акторів): м. Львів - м. Золочів - м. Львів 80 км + 80 км = 160 км;	км	160,00	42,55	6 808,00			6 808,00		Повне обґрунтування в пункті 120 R даного кошторису. Перевезення членів ГО, які будуть виконувати функцію акторів до 25 осіб на волонтерських засадах ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за проостій
Пункт:	г	Вантажні перевезення мікроавтобус, Мерседес Спринтер (2 машини)	км								
Пункт:	г1	Оренда вантажного автотранспорту (2 машини) для перевезення обладнання, техніки, реквізиту тощо на локації за межами міста для проведення івентів: м. Львів - с. Підгірці - м. Львів; 100 км + 100 км = 200 км; 200км x 2 машини = 400км	км	400,00	25,30	10 120,00			10 120,00		Після пореформування проекту, необхідність в транспорті для доставки обладнання з Львова залишилася з наступних причин: 1. Чималий об'єм обладнання, для технічного забезпечення заходу, не дозволяє доставити його на локації легковим транспортом 2. Відсутність необхідного звукового, знімального обладнання, а також надійних та перевірених підрядників на місцях проведення заходів та ближчих за Львів обласних центрів(в межах західної України) 3. Партнерські відносини з Львівськими прокатними компаніями(знижки, бонуси і преференції) 4. Угоди з відтермінуванням оплати. ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	г2	Оренда вантажного автотранспорту(2 машини) для перевезення обладнання, техніки, реквізиту тощо на локації за межами міста для проведення івентів: м. Львів - с. Свірж - м. Львів; 50 км + 50 км = 100 км; 100км x 2 машини = 200км	км	200,00	23,50	4 700,00			4 700,00		Після пореформування проекту, необхідність в транспорті для доставки обладнання з Львова залишилася з наступних причин: 1. Чималий об'єм обладнання, для технічного забезпечення заходу, не дозволяє доставити його на локації легковим транспортом 2. Відсутність необхідного звукового, знімального обладнання, а також надійних та перевірених підрядників на місцях проведення заходів та ближчих за Львів обласних центрів(в межах західної України) 3. Партнерські відносини з Львівськими прокатними компаніями(знижки, бонуси і преференції) 4. Угоди з відтермінуванням оплати. ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій



Ген. керів. Романівський В. І.

Пункт:	г3	Оренда вантажного автотранспорту (2 машини) для перевезення обладнання, техніки, реквізиту тощо на локації за межами міста для проведення івентів: м. Львів - с. Тустань - м. Львів; 130 км + 130 км = 260 км; 260км x 2 машини = 520км	км	520,00	23,50	12 220,00				12 220,00
Пункт:	г4	Оренда вантажного автотранспорту (2 машини) для перевезення обладнання, техніки, реквізиту тощо на локації за межами міста для проведення івентів: м. Львів - смт. Олесків - м. Львів; 90 км + 90 км = 180 км; 180км x 2 машини = 360км	км	360,00	23,50	8 460,00				8 460,00
Пункт:	г5	Оренда вантажного автотранспорту (2 машини) для перевезення обладнання, техніки, реквізиту тощо на локації за межами міста для проведення івентів: м. Львів - м. Золочів - м. Львів; 80 км + 80 км = 160 км; 160км x 2 машини = 320км	км	320,00	23,50	7 520,00			-	7 520,00
Пункт:	г6	Оренда вантажного автотранспорту (2 машини) для перевезення обладнання, техніки, реквізиту тощо на локації за межами міста для проведення івентів: Львів - м. Кам'янець-Подільський - м. Львів 320 км + 320 км = 640 км; 640км x 2 машини = 1280км	км	1 280,00	23,50	30 080,00				30 080,00
Пункт:	г7	Оренда вантажного автотранспорту (2 машини) для перевезення обладнання, техніки, реквізиту тощо на локації за межами міста для проведення івентів: м. Львів - м. Мукачєво - м. Львів 250 км + 250 км = 500 км; 500км x 2 машини = 1000км	км	1 000,00	23,50	23 500,00				23 500,00

Після реформатування проекту, необхідність в транспорті для доставки обладнання зі Львова залишилася з наступних причин: 1. Чималий об'єм обладнання, для технічного забезпечення заходу, не дозволяє доставити його на локації легковим транспортом 2. Відсутність необхідного звукового, знімального обладнання, а також надійних та перевірених підрядників на місцях проведення заходів та ближчих за Львів обласних центрів(в межах західної України) 3. Партнерські відносини з Львівськими прокатними компаніями(знижки, бонуси і преференції) 4. Угоди з відтермінуванням оплати. ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій

Після реформатування проекту, необхідність в транспорті для доставки обладнання зі Львова залишилася з наступних причин: 1. Чималий об'єм обладнання, для технічного забезпечення заходу, не дозволяє доставити його на локації легковим транспортом 2. Відсутність необхідного звукового, знімального обладнання, а також надійних та перевірених підрядників на місцях проведення заходів та ближчих за Львів обласних центрів(в межах західної України) 3. Партнерські відносини з Львівськими прокатними компаніями(знижки, бонуси і преференції) 4. Угоди з відтермінуванням оплати. ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій

Після реформатування проекту, необхідність в транспорті для доставки обладнання зі Львова залишилася з наступних причин: 1. Чималий об'єм обладнання, для технічного забезпечення заходу, не дозволяє доставити його на локації легковим транспортом 2. Відсутність необхідного звукового, знімального обладнання, а також надійних та перевірених підрядників на місцях проведення заходів та ближчих за Львів обласних центрів(в межах західної України) 3. Партнерські відносини з Львівськими прокатними компаніями(знижки, бонуси і преференції) 4. Угоди з відтермінуванням оплати. ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій

Після реформатування проекту, необхідність в транспорті для доставки обладнання зі Львова залишилася з наступних причин: 1. Чималий об'єм обладнання, для технічного забезпечення заходу, не дозволяє доставити його на локації легковим транспортом 2. Відсутність необхідного звукового, знімального обладнання, а також надійних та перевірених підрядників на місцях проведення заходів та ближчих за Львів обласних центрів(в межах західної України) 3. Партнерські відносини з Львівськими прокатними компаніями(знижки, бонуси і преференції) 4. Угоди з відтермінуванням оплати. ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій

Після реформатування проекту, необхідність в транспорті для доставки обладнання зі Львова залишилася з наступних причин: 1. Чималий об'єм обладнання, для технічного забезпечення заходу, не дозволяє доставити його на локації легковим транспортом 2. Відсутність необхідного звукового, знімального обладнання, а також надійних та перевірених підрядників на місцях проведення заходів та ближчих за Львів обласних центрів(в межах західної України) 3. Партнерські відносини з Львівськими прокатними компаніями(знижки, бонуси і преференції) 4. Угоди з відтермінуванням оплати. ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій



Гол. краєв. Кошівський В. С.

Секр.

Пункт:	г9	Оренда вантажного автотранспорту (2 машини) для перевезення обладнання, техніки, реквізиту тощо на локації за межами міста для проведення івентів: м. Львів - м. Хотин - м. Львів 310 км + 310 км = 620 км; 620км x 2 машини = 1240км	км	1 240,00	23,50	29 140,00				29 140,00	Після реформатування проекту, необхідність в транспорті для доставки обладнання зі Львова залишилася з наступних причин: 1. Чималий об'єм обладнання, для технічного забезпечення заходу, не дозволяє доставити його на локації легковим транспортом 2. Відсутність необхідного звукового, знімального обладнання, а також надійних та перевірених підрядників на місцях проведення заходів та ближчих за Львів обласних центрів(в межах західної України) 3. Партнерські відносини з Львівськими прокатними компаніями(знижки, бонуси і преференції) 4. Угоди з відтермінуванням оплати. ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	г10	Оренда вантажного автотранспорту (2 машини) для перевезення обладнання, техніки, реквізиту тощо на локації за межами міста для проведення івентів. м. Львів - Ужгород,с.Кам'янка - м. Львів 300 км + 300 км = 600 км; 600км x 2 машини = 1200км	км	1 200,00	23,50	28 200,00				28 200,00	Після реформатування проекту, необхідність в транспорті для доставки обладнання зі Львова залишилася з наступних причин: 1. Чималий об'єм обладнання, для технічного забезпечення заходу не дозволяє доставити його на локації легковим транспортом 2. Відсутність необхідного звукового, знімального обладнання, а також надійних та перевірених підрядників на місцях проведення заходів та ближчих за Львів обласних центрів(в межах західної України) 3. Партнерські відносини з Львівськими прокатними компаніями(знижки, бонуси і преференції) 4. Угоди з відтермінуванням оплати. ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Пункт:	г11	Оренда вантажного автотранспорту (2 машини) для перевезення обладнання, техніки, реквізиту тощо на локації за межами міста для проведення івентів: м. Одеса - Білгород-Дністровський-м.Одеса - 100 км + 100 км = 200 км; 200км x 2 машини = 400км	км	400,00	23,50	9 400,00				9 400,00	Після реформатування проекту, необхідність в транспорті для доставки обладнання зі Львова залишилася з наступних причин: 1. Чималий об'єм обладнання, для технічного забезпечення заходу, не дозволяє доставити його на локації легковим транспортом 2. Відсутність необхідного звукового, знімального обладнання, а також надійних та перевірених підрядників на місцях проведення заходів та ближчих за Львів обласних центрів(в межах західної України) 3. Партнерські відносини з Львівськими прокатними компаніями(знижки, бонуси і преференції) 4. Угоди з відтермінуванням оплати. ціна надана менеджерами потенційного підрядника, складається з ціни за кілометр +15% за простій
Стаття:	5.4	Оренда сценічно-постановочних засобів		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	5.5	Інші об'єкти оренди		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)		-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою":				13 068,00	48 343,55	1 164 644,00	-	-	-	1 164 644,00	
Підрозділ:	6	Витрати на харчування та напої									
Стаття:	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо		375,00	150,00	18 750,00	-	-	-	18 750,00	
Пункт:	а	кава-брейк для 25 осіб на 5 івентів	чол.	125,00	25,00	3 125,00				3 125,00	Кава брейк для волонтерів, що приймають участь у зйомках 25 осіб на 5 подіях=125 осіб
Пункт:	б	обід для 25 осіб на 5 івентів	чол.	125,00	100,00	12 500,00				12 500,00	Бізнес ланч для волонтерів, що приймають участь у зйомках 25 осіб на 5 подіях=125 осіб
Пункт:	в	кава-брейк для 25 осіб на 5 івентів	чол.	125,00	25,00	3 125,00				3 125,00	Кава-брейк для волонтерів, що приймають участь у зйомках 25 осіб на 5 подіях=125 осіб
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та напої":				375,00	150,00	18 750,00	-	-	-	18 750,00	
Підрозділ:	7	Матеріальні витрати									
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.	-	-	-	-	-	-	-	



Тол. права. Романівський В.С.

Пункт:	б	Найменування	шт.										
Пункт:	в	Найменування	шт.										
Стаття:	7.2	Носії, накопичувачі		5,00	2 015,00	10 075,00	-	-	-	-	-	10 075,00	
Пункт:	а	Зовнішній жорсткий диск Western Digital 2.5" 2TB (WDBU6Y0020BBK-WESN)	шт.	5,00	2 015,00	10 075,00						10 075,00	Зовнішній диск використовується для вилучення і збереження відзнятого матеріалу, кожна зйомка це від 80 Гбт (10 подій по 80Гбт) , додатково постпродакшн відео, що буде використовуватись в ефірах, файли доповненої реальності і аудіо доріжка (окремо записується виконаний артистом лайв-сет)
Пункт:	б	Найменування	шт.										
Пункт:	в	Найменування	шт.										
Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати		320,00	125,00	8 750,00	-	-	-	-	-	8 750,00	
Пункт:	а	Антисептики	шт.	310,00	25,00	7 750,00						7 750,00	Для забезпечення особистого захисту учасників команди і задіяних у зйомках осіб, в умовах вимог, що пов'язані з карантинними обмеженнями 310 шт по 50 мл, .Розрахунок 25 волонтерів на 5 локаціях = 125 осіб, команда і обслуговуючий персонал зйомок 16 осіб на 10 виїздів =160 шт, артисти з супроводжуючими особами 25 осіб Разом 310 шт
Пункт:	б	Одноразові рукавички	упаковка	10,00	100,00	1 000,00						1 000,00	Ціна 100 грн за упаковку (30 шт в упаковці) відповідно на 10 подій потрібно 10 упаковок одноразових засобів захисту. Для забезпечення особистого захисту учасників команди і задіяних у зйомках осіб, в умовах вимог, що пов'язані з карантинними обмеженнями
Пункт:	в	Найменування	шт.										
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				325,00	2 140,00	18 825,00	-	-	-	-	-	18 825,00	
Підрозділ:	8	Поліграфічні послуги											
Стаття:	8.1	Послуги із виготовлення:		503,00	2 470,00	39 200,00	-	-	-	-	-	39 200,00	
Пункт:	б	Нанесення логотипів, мерч на засоби особистого захисту (маски)	шт.	500,00	70,00	35 000,00						35 000,00	Брендovanі маски, що будуть надаватись на кожній локації для зйомок .Розрахунок 25 волонтерів на 5 локаціях = 125 осіб, команда і обслуговуючий персонал зйомок 16 осіб на 10 виїздів =160 шт, артисти з супроводжуючими особами 25 осіб. Разом 310 шт масок. Решта буде використовуватись для активностей і підняття впізнаваності бренду у соцмережах. Для забезпечення особистого захисту учасників команди і задіяних у зйомках осіб, в умовах вимог, що пов'язані з карантинними обмеженнями
Пункт:	в	Друк брошур	шт.										
Пункт:	г	Друк буклетів	шт.										
Пункт:	д	Друк листівок	шт.										
Пункт:	е	Друк плакатів	шт.										
Пункт:	с	Друк банерів	шт.	2,00	1 800,00	3 600,00						3 600,00	розмір 3*2 м, з люверсами кожних 30 см, ціна друку 300 грн за 1м кв.(бкв*300 грн= 1800) через 5 міс. термін експлуатації потрібно буде передрукувати, тому враховано 2 банери розміром 3*2 (бкв*300*2шт=3600). Розміщення на локації з лого медіа і інших партнерів
Пункт:	ж	розробка макету для друку банера	шт.	1,00	600,00	600,00						600,00	розробка макету банера з розміщенням лого партнерів
Пункт:	з	Послуги копірайтера	шт.										
Пункт:	и	Інші поліграфічні послуги	шт.										
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				503,00	2 470,00	39 200,00	-	-	-	-	-	39 200,00	
Підрозділ:	9	Послуги з просування				43 400,00						43 400,00	



Тол. прав. Ром Вісник В.А.

Пункт:	a	відеофіксація	роликів	10,00	4 000,00	40 000,00				40 000,00	10 роликів хронометраж до 10 хвилин, зйомка, монтаж, фарбування, підготовка (прописані затримки) до включення у прямий ефір. Під час трансляції оператори обмежені у пересуванні по локації через підключення до ПТС з максимальним переміщенням на 30м. Тому цікаві експозиції і недоступні під час ефіру зони будуть відзняті заздалегідь. Інфоролік про локацію, що знімаються під час тестових виїздів. Зйомки експозицій, що не доступні під час стріму, деталізована зйомка
Пункт:	б	доповнена реальність для Невицького замку	шт	10,00	1 000,00	10 000,00				10 000,00	Формування ціни: загальна підготовка архітектурного каркасу та структури 5 днів, підготовка 1 футажу 3 дні і того 35 днів з розрахунку 1 день - 9 робочих годин = 315 годин по 31,75 грн за годину роботи. Основна ідея по розробці відео контенту - 3D mapping і Невицького замку, за допомогою якого, можна відтворити зруйновані частини замку для перенесення його у віртуальну або додану реальність, для демонстрації під час стріму, методом накладення на on-line стрім-зображення, поверневим слоєм. Оскільки в цьому році було скорочено бюджет УКФ, мусимо орієнтуватись гривневий еквівалент ціни, таким чином ГО «Громадське Поділля» йде на зустріч замовнику, заради успішності проекту. інтерактивного калькулятора ціни на анімацію, за посиланням: https://getwrightonit.com/animation-price-guide/ Скориставшись цим ціновим посібником, покроково зазначивши критерії оцінювання визначаємо загальну вартість для анімаційної проекту. Вартість 1 футажу з хронометражем 30 сек буде коштувати 1200 грн Якщо замовник замовляє 10 футажів, ГО "Громадське поділля" робить знижку до 1000 грн за 1 футаж, Тому загальна вартість 10 футажів коштуватиме 10 000 грн
Пункт:	в	Розробка бренд-буку	послуга	1,00	50 000,00	50 000,00				50 000,00	ТЗ для розробки комплексу айдентики Загальна концепція бренду. Місія, задумка, ідейне позиціонування. Надаємо вичерпно прикріпленим файлом підрозділ 9 пункт в
Пункт:	г	рекламні витрати, (Facebook, YouTube, Instagram)	послуга	1,00	450 000,00	450 000,00				450 000,00	Відповідний рахунок сформовано підрядником по запиту кількісної і якісної аудиторії проекту. Не має можливості коректно перенести його у кошторис, через відсутність необхідних форм, тому надаємо вичерпно прикріпленим файлом (вкладка підрозділ 9 пункт г)
Пункт:	г	SMM, SO (SEO), копірайтинг (Facebook, YouTube, Instagram)	місяців	5,00	8 400,00	42 000,00				42 000,00	Ціна послуги за місяць становить 8400 *5 місяців= 42000 грн. ТЗ: щоденне ведення соцмереж, пости в профільних групах, контакт з підписниками; створення контент плану, публікації, сценарії tone of voice, реагування на коментарі. Ціна надана потенційним підрядником за 5 місяців. Загальна ціна сформована загальною сумою відповідно до інструкції УКФ по заповненню кошторису
Пункт:	д	послуги з налаштування таргетингу (Facebook, YouTube, Instagram)	місяців	5,00	13 500,00	67 500,00				67 500,00	Відповідний рахунок сформовано підрядником по запиту кількісної і якісної аудиторії проекту. Не має можливості коректно перенести його у кошторис, через відсутність необхідних форм, тому надаємо вичерпно прикріпленим файлом (вкладка підрозділ 9 пункт г)
Пункт:	е	Спецпроект "СЛУХ" медіа	послуга	1,00	100 000,00	100 000,00				100 000,00	Планові публікації, тематичні статті про проект, артиста, локації, культуру івентів середньовіччя, лендінг на ресурсі СЛУХ. Розрахунок 12 публікацій + лендінг на загальну суму 100 тис грн. Детальна пропозиція у вкладці підрозділ 9 пункт е
Пункт:	е	публікацій в ЗМІ	місяців	5,00	8 500,00	42 500,00				42 500,00	25 публікацій (протягом 5 місяців) по 1700 грн = 42500 грн, в ціну включено написання статті, макет афіші для публікації. Ціни надані профільними ЗМІ (КатаКульт, Don't Take Fake)
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":				38,00	626 900,00	802 000,00				802 000,00	
Підрозділ:	10	Створення web-ресурсу									



Тов. права Ром Віснани В.І.

Пункт:	a	Витрати зі створення сайту	послуга	1,00	36 000,00	36 000,00				36 000,00	У короткострокові результати входить розробка та публікація сайту проекту у мережі. Домен .tv (eve8.tv) вже викуплений нами, розглядаємо також домен .io. Сайт - це візитка проекту та важливий елемент побудови айдентики та SEO просування. У якості референсу обрані ресурси www.cercle.io та www.qievdance.com. Відповідно до ТЗ поставлені задачі розробки індивідуального дизайну (унікальний сайт візитка на власному html коді). В дизайні мають бути представлені фото-відео матеріали з оцифрованої проектом культурної спадщини, інформаційне наповнення що до діяльності проекту. Функціональне наповнення - це збір імейлів підписників (реєстрація на сайті), вбудований квитковий сервіс, корпоративні імейли учасників команди, архів відеоробіт. Детальний розрахунок і ціноутворення у вкладці підрозділ 10 пункт а
Пункт:	б	Витрати з обслуговування сайту	місяців	5,00	3 000,00	15 000,00				15 000,00	Функціональне та інформаційне наповнення сайту, завантаження відсоробіт, фотозвітів тощо, в терміни реалізації проекту 5 міс по 3000 грн (5міс*3000=15000 грн за період)
Всього по підрозділу 10 "Створення веб-ресурсу":				6,00	39 000,00	51 000,00				51 000,00	
Підрозділ:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації									
Пункт:	а	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт			-				-	
Пункт:	б	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт			-				-	
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":				-	-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ:	12	Послуги з перекладу									
Пункт:	а	Усний переклад	година			-				-	
Пункт:	б	Редагування усного перекладу	сторінка			-				-	
Пункт:	в	Письмовий переклад	сторінка			-				-	
Пункт:	г	Редагування письмового перекладу	сторінка			-				-	
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу":				-	-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ:	13	Адміністративні витрати									
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги	місяців	5,00	10 000,00	50 000,00				50 000,00	Організація бухгалтерського обліку здійснюється шляхом укладання договору з ФОП, який має відповідний КВЕД
Пункт:	б	Юридичні послуги	місяців	5,00	5 000,00	25 000,00				25 000,00	Організація юридичних послуг (договірна робота, підготовка документації по тендерах тощо) здійснюється шляхом укладання договору з ФОП, який має відповідний КВЕД
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	30 000,00	30 000,00				30 000,00	Вимога УКФ, обов'язковий аудит після реалізації проекту
Пункт:	г	Інші адміністративні витрати (вказати тип витрат)								-	
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати":				11,00	45 000,00	105 000,00				105 000,00	
Підрозділ:	14	Інші прями витрати									
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення		10,00	2 500,00	25 000,00				25 000,00	



Ген. правл. Ромо Вісник В.О.

Пункт:	а	Монтаж автер-муві роликів	ролики	10,00	2 500,00	25 000,00			25 000,00	10 роликів автер-муві хронометраж до 2 хвилин, з інфографікою про локацію у стилі прописаному у бренд-буці, як короткий звіт після проведення події, з використанням відзнятого матеріалу і постпродакшену.	
Пункт:	б	Найменування послуги	шт.			-			-		
Пункт:	в	Найменування послуги	шт.			-			-		
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування				-			-		
Пункт:	а	Вказати предмет страхування	шт			-			-		
Пункт:	б	Вказати предмет страхування	шт			-			-		
Пункт:	в	Вказати предмет страхування	шт.			-			-		
Стаття:	14.3	Видавничі послуги				-			-		
Пункт:	а	Послуги коректора	екземпляр			-			-		
Пункт:	б	Послуги верстки	екземпляр			-			-		
Пункт:	в	Друк книг	екземпляр			-			-		
Пункт:	г	Друк журналів	екземпляр			-			-		
Пункт:	д	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр			-			-		
Стаття:	14.4	Інші прями витрати		25,00	22 100,00	415 000,00	10,00	5 000,00	50 000,00	465 000,00	
Пункт:	а	Internet-телефонія (вказати період)				-			-		
Пункт:	б	Послуги Internet (супутниковий інтернет)	подій	10,00	1 500,00	15 000,00			-	15 000,00	оплата трафіку за 80 Гбт становить 1500 грн * на 10 подій= 15000 грн. Доступ до швидкої мережі інтернет, є критично важливим елементом для реалізації проекту наживо. (Мінімально необхідна швидкість інтернету на Upload, для виходу в прямий ефір з роздільною здатністю 1080p 30 к/с становить близько 5000kb/s) 2. Точкове покриття і нестабільність мережі 3-4G на жаль не дозволяє використовувати мобільних операторів для проведення якісних онлайн стрімів в роздільній здатності 1080p.
Пункт:	в	Банківська комісія за переказ				-			-		
Пункт:	г	Розрахунково-касове обслуговування	місяців	5,00	600,00	3 000,00			-	3 000,00	Витрати що пов'язані з обслуговуванням рахунку і переказом коштів
Пункт:	д	Інші банківські послуги				-			-		
Пункт:	є	Забезпечення індивідуальної мистецької д-ті	заходи	10,00	20 000,00	200 000,00	10,00	5 000,00	50 000,00	250 000,00	Загальний розрахунок: 10 виступів * 1 год * 25 000 грн = 250 000 грн. (грант + співфінансування) В описовій частині (пункт співпраця з лідерами думок) є вичерпний перелік артистів, кожен з яких створює, відповідно до локації, індивідуальний лайвовий виступ чи/або музичний супровід власного виробництва. Ціноутворення за організацію і реалізацію 10 лайвових виступів тривалістю 1 година 25 тис грн. Відповідно 10 артистів або дуетів, що залучено у реалізацію проекту. Сума коштів співфінансування включена у цю позицію витрат для зменшення навантаження на бюджет УКФ. Організація та забезпечення проведення концертів та/або виступів артистів
Пункт:	ж	Супровід проведення заходів	заходи			-			-		Кваліфіковані послуги, що надаються підрядниками відповідно до орендованої техніки для забезпечення реалізації проекту. Відповідно надані послуги будуть відображатись у рахунках підрядників. Послуги з забезпечення супроводу на івенті



Том. Кравець Роман Вікторович В.О.

Генер

Пункт:	з	Режисер прямого ефіру	заходи	10,00	3 000,00	30 000,00			30 000,00	Формування ціни послуги: 1 особа на 10 подій, оплата відповідно кошторису, що надав потенційний підрядник, послуга включає виїзд на локацію, погодження попередньо складеного плану з замовником, режесура прямого ефіру.
Пункт:	і	Дрон оператор	заходи	20,00	2 300,00	46 000,00			46 000,00	Формування ціни послуги: 2 особи на 10 подій, оплата відповідно кошторису, що надав потенційний підрядник, послуга включає виїзд на локацію, погодження попередньо складеного плану з замовником, аерозйомка в режимі прямого ефіру.
Пункт:	ї	Відеооператор	заходи	30,00	2 000,00	60 000,00			60 000,00	Формування ціни послуги: 3 особи на 10 подій, оплата відповідно кошторису, що надав потенційний підрядник, послуга включає виїзд на локацію, погодження попередньо складеного плану з замовником, відеозйомка згідно творчого плану. Ціна 3 особи *10 подій*2000грн= 60тис. грн
Пункт:	й	Звукорежисер, інженер прямого ефіру	заходи	10,00	2 500,00	25 000,00			25 000,00	Формування ціни послуги: 1 особа на 10 подій, оплата відповідно кошторису, що надав потенційний підрядник, послуга включає виїзд на локацію, підготовка та налаштування обладнання для реалізації прямого ефіру, встановлення і комутація техніки, тест, контроль за сигналом, що іде безпосередньо в ефір
Пункт:	к	Звукорежисер на майданчику	заходи	10,00	1 800,00	18 000,00			18 000,00	Формування ціни послуги: 1 особа на 10 подій, оплата відповідно кошторису, що надав потенційний підрядник, послуга включає виїзд на локацію, підготовка та налаштування обладнання для забезпечення технічного райдера артиста, встановлення і комутація техніки, саунд чек, звукорежисура артиста під час ефіру
Пункт:	л	Світлорежисер	заходи	10,00	1 800,00	18 000,00			18 000,00	Формування ціни послуги: 1 особа на 10 подій, оплата відповідно кошторису, що надав потенційний підрядник, послуга включає виїзд на локацію, погодження попередньо складеного плану освітлення локації і артиста, монтаж світлового обладнання, контроль і робота з підсвідками під час ефіру.
Всього по підрозділу 14 "Інші прями витрати":				35,00	24 600,00	440 000,00	10,00	5 000,00	50 000,00	490 000,00
Всього по розділу II "Витрати":						3 009 669,00			50 000,00	3 059 669,00

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ						-			-	-
------------------------------	--	--	--	--	--	---	--	--	---	---

Томас Кравець
(посада)



Росенківська В. С.
(ПІБ)