

ДОГОВІР № 3AVS41-6191
про надання гранту

м. Київ

« 11 » 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 "Українер" (далі – Грантоотримувач) в особі Голови Організації Логвиненка Богдана Анатолійовича, 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 «Коротко про Україну: іміджеві ролики про найцікавіші природні та культурні пам'ятки країни» (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 робочим 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. Датсю 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 1 908 219 грн. 00 коп. (один мільйон дев'ятсот вісім тисяч двісті дев'ятнадцять гривень 00 коп.) без ПДВ.
2. Фонд надає суму гранту частинами (траншами) у розмірі та у строки, визначені графіком платежів згідно з додатком 5 до цього Договору.
3. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання акта про виконання Проекту.
4. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проекту 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 ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проекту відповідно до умов цього Договору.
2. Грантоотримувач зобов'язується:
 - 1) відповідати за будь-якими зобов'язаннями, покладеними на нього цим Договором;
 - 2) не стримувати прибутку від гранту (крім випадків реалізації проєктів, пов'язаних із кіновиробництвом);
 - 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 Проекту протягом трьох років з моменту підписання акту про виконання Проекту;

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 Проекті (продукті Проекту) пропаганди війни, насильства, жорсткості, 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 Проекту;

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

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

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

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 невиконання 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 Проєкту, 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 Проєкту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.
3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проєкту, який фінансується за підтримки Фонду. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проєкту, мають містити інформацію про те, що Проєкт реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.
4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проєкту, 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 відпсвідати принципам раціонального управління фінансами, бути відсбражені в бухгалтерському обліку Грантоотримувача та відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проекту, 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 Проекту;

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;

втрати, 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 Проекту в порядку, передбаченому цим Договором.

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

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 устансвленому 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.auciovisual@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Логвиненко Богдан Анатолійович, голова організації/координатор 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 Проєкту, 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 – проєктна 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: ГУДЖСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

МФО: 820172

Тел.: +33 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Громадська організація "Українер"

Юридична адреса:

03113, м. Київ, пров. Артилерійський,
 буд. 5А, кв.41

Адреса для листування:

вул. Джона Маккейна, 13/2, м. Київ,
 Україна, 01042

ЄДРПОУ/ПН: 41613111

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ
 "ПРИВАТБАНК"

Р/р: UA573007110000026007052776551

МФО: 300711

Тел.: +38(066)886-35-67

Виконавчий директор



Ю. О. Федів

Голова Організації



Б. А. Логвиненко

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3AVS41-6191
від «11» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Аудіовізуальне мистецтво

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

Заявка: 3AVS41-6191

**Назва проекту: Коротко про Україну: іміджеві
ролики про найцікавіші природні та культурні
пам'ятки країни**

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 напрямом (оберіть два, які найточніше описують ваш проект)

відео-арт, діджитал-арт, нові медіа
пам'ятка історії, культури та архітектури

Назва проекту

Коротко про Україну: іміджеві ролики про найцікавіші природні та культурні пам'ятки країни


Логвиненко Б.А.
Адреса: Фрунзівська



Назва проекту англійською мовою

Ukraine in a nutshell: promo videos about the country's most interesting natural and cultural sites

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

54 коротких іміджевих роликів про унікальні культурні та природні пам'ятки України дадуть змогу українцям по-новому відкрити для себе країну. Основані на результатах етнографічного дослідження, вони покликані запустити вірусну просвітницьку кампанію з метою популяризації української культури всередині країни та назовні. Це, у свою чергу, стимулюватиме мешканців різних регіонів до віднайдення власної ідентичності, вивчення різноманітності та багатогранності української культури, пошуків внутрішньої мобільності та росту зацікавлення до сусідніх міст та містечок.

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

54 short promo videos about unique cultural and natural sites of Ukraine will help Ukrainians discover the country in a new way. Based on ethnographic research, they will kick off a viral awareness raising campaign in order to promote Ukrainian culture within the country and beyond. Therefore, this will encourage people from different regions to find their own identity, discover diversity of Ukrainian culture, as well as increase domestic mobility and interest in neighboring towns and villages.

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

2016219.00

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

1908219.00

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

108000.00

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім УКФ)

Джерело співфінансування та сума

108000.00. Власні кошти (відкритий збір коштів від прихильників



Лобинська Е.А.
Голова - організатор

Ukrainer'a)

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

Населений пункт

Проект охопить усю Україну

Початок проекту

06-2020

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях

5

Партнери проекту

немає

Ваш основний продукт

Відеоконтент для альтернативних медіаплатформ

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Логвиненко Богдан Анатолійович

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

Координатор проекту

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника



Громадська організація "Українер"

Повна назва організації-заявника англійською мовою
Non-governmental organization "Ukrainer"

Організаційно-правова форма
Громадська організація або об'єднання

Код ЄДРПОУ
41613111

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)
<https://drive.google.com/open?id=1AIZPv1GJhzeeU8hJoCWLQ6GTyVZ9QvpL>

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ ЛОТу
94.99 Діяльність інших громадських організацій, н. в. і. у.

Дата реєстрації організації
2017-09-25

Юридична адреса організації
пров. Артилерійський, 5а/41, Київ, Україна, 03113

Поштова адреса організації
вул. Джона Маккейна, 13/2 Київ, Україна, 01042

Фактична адреса організації
вул. Джона Маккейна, 13/2 Київ, Україна, 01042

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації
<https://ukrainer.net>, <https://www.facebook.com/ukrainer.net/>, <https://twitter.com/ukrainer>, https://www.instagram.com/ukrainer_net/, https://t.me/ukrainer_net, <https://www.youtube.com/c/UkrainerNet>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації
Логвиненко Богдан Анатолійович

Телефон


Логвиненко Б.А.



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 не передбачено

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

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

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.
Наявність офісу, набору для монтажу і постпродакшену: 3 комп'ютери, сервер, 5 вінчестерів, наявність інтернет підключення.

Дохід за звітний період
4853700.00

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?
Ні


Любвиченко Б. А.


Українська організація «УКФ»
Ukrainer
Ідентифікаційний код
41613111
Київ * м. Київ

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Ні

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

ГО "Українер" не має досвіду безпосередньої співпраці з УКФ, проте проект за підтримки Фонду реалізував голова організації - Богдан Логвиненко (<https://ukrainer.net/ukrainer-the-movie/>)

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

1. "Роми в Україні", сума гранту: 412800 грн, МФ Відродження (посилання: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL7joDR5Xn9ve4q-HSda5155FQtHPAv5c0>)

Проект


2. "Вільні простори Сходу", сума гранту: 118260 грн, "Код міста" (Добропілля. Простори взаємодії (<https://ukrainer.net/dobropillya/>), Лисичанськ. Простори взаємодії (<https://ukrainer.net/lynychansk/>), Костянтинівка. Простори взаємодії (<https://ukrainer.net/kostyantynivka/>))


Проект

3. Серія історій про децентралізацію, сума гранту: 1145368 грн., Фонд підтримки реформ в Україні та GIZ (посилання на серію: <https://ukrainer.net/thread/spilnoty/>)

Проект

4. Серії Амбасадори та Національні спільноти, сума гранту: 3054100 грн, USBI (програма USAID) (посилання на Амбасадори: <https://ukrainer.net/thread/ambasadoru/> Посилання на Національні спільноти: <https://ukrainer.net/thread/national-menshyny/>)


Логвиненко Б.Г.
голова організації



Детальний опис проекту

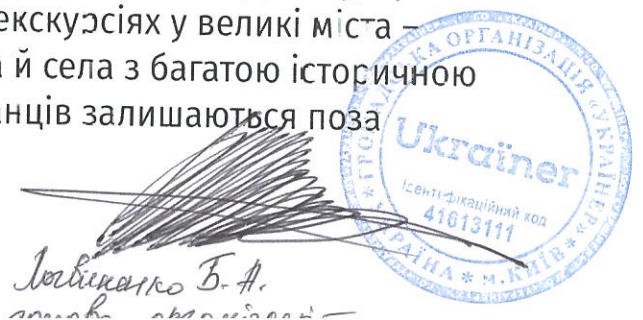
Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту міста або села / області / країни

У 2019 році вперше за останні три роки соціальні мережі та медіа-платформи обігнали телебачення за критеріями популярності і саме їм українці тепер довіряють найбільше. Такими є результати останніх соціологічних опитувань (Internews від 22 жовтня 2019), що вкотре демонструють, як поступово традиційні медіа трансформуються в цифровий вимір, піддаючись глобальним трендам в медіа-індустрії.

Високий рівень діджиталізації населення в Україні, 85%, також визначає державну політику у цій сфері. Курс на діджиталізацію, озвучений Кабінетом Міністрів є добрим цьому прикладом. Проте слід відокремлювати сервісну функцію держави від культурної функції в контексті національного державотворення. Останню втілити в життя не так просто — на відміну від традиційних медіа, які діють у законодавчому полі, правове регулювання у соціальних мережах відсутнє. Користувач вільний у виборі контенту з усього масиву інфомації, що йому пропонується й першочергової важливості при виборі продукту для перегляду тут набирає формат. Саме тому створення конкурентоспроможного україномовного контенту, адаптованого для соцмереж, є як ніколи на часі.

Окремо постає питання якості цього продукту. На жаль, наразі Україна не знає прикладів якісних іміджевих вірусних відео-продуктів, які б показували різноманіття її культури, давали б змогу усвідомити її автентичність та багатогранність, сформували б образ сучасної України серед українців та іноземців. Часто побічне висвітлення української культури, що межує з “шарсварщиною”, недооцінене багатство етнічних регіонів країни ще більше поглиблюють нерозуміння всередині суспільства та підживлюють стереотипне мислення. Подібні стереотипи та упередження стосовно мешканців інших регіонів, національних меншин чи конфесій існують через низький рівень поінформованості українців про культурні відмінності всередині країни, про багатство та різноманіття української культури.

Вирішити цю проблему покликаний розвиток внутрішнього туризму, проте наразі він сконцентрований на подорожах та екскурсіях у великі міста — Львів, Одесу, Київ, натомість маленькі містечка й села з багатою історичною спадщиною та цікавими історіями від їх мешканців залишаються поза



увагою. Саме тому існує необхідність популяризувати досі невідомі пізнавальні історії про найвіддаленіші куточки, мистецтво та цікаві ініціативи з різних регіонів України і, таким чином, зближувати українців між собою, виховувати взаємсповагу та зацікавлення у пошуках власної ідентичності, стимулювати мобільність та туризм, як як культурну практику. Проект також прогагує новий вимір волонтерства, засадничою цінністю якого є повага до своєї історії та культури, її глибоке розуміння й бажання розповісти про Україну іншим.

60 коротких іміджезих відеороликів про найцікавіші місця України, які планується створити в рамках проекту, стануть тими продуктами, у яких будуть поєднуватися вдалий формат та цікавий зміст матеріалу. Завдяки інформаційній кампанії та промо-підтримці такого матеріалу ще більше українців відкриють унікальні місця України й матимуть додатковий стимул для вивчення різноманітності та багатогранності української культури, пишатимуться й цінуватимуть її багатство.

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)

Створення унікального контенту про Україну та українців є одним з основних напрямків роботи команди проекту Ukrainer, що має на меті шляхом ретельних досліджень зрозуміти і сформулювати, ким ми є. Ukrainer розповідає пізнавальні історії про найвіддаленіші куточки, людей та мистецтво, максимально ґрунтовно підходячи до їх вивчення, фіксації та популяризації.

Проектом випускаються короткометражні відео-матеріали, відео-блоги, відео з аерозйомок, статті про Україну, її мешканців, історії, культуру для українців та усього світу. Протягом 2,5 років експедиція відвідала 16 історичних регіонів, команда проекту випустила понад 100-серійний альманах (відео ще доповнюються, загалом знято 180 серій) та власний фільм – “Ukrainer. The Movie”, що складається історій шести героїв з різних куточків України, сплетених в єдине полотно.

Команда проекту провела понад 20 презентацій у різних країнах світу, збираючи повні зали та залучаючи іноземців до проекту, чим підтверджує своє бажання та вміння презентувати Україну в світі та змінювати імідж країни на позитивний. Вперше в історії українського кіно прем'єра фільму “Ukrainer. The Movie” відбулася одночасно у 7 країнах та понад 50 містах, а також на YouTube-каналі медіапроєкту. Сукупно охоплення за перші 6 днів

Логвиненко Ф.А.
Голова організації



після прем'єри на ресурсах проєкту Ukraïner перевищило 2 млн 500 тис., чим продемонстрував високу змотивованість цільової аудиторії до перегляду такого відеоконтенту.

На даний момент, Ukraïner є одним з найвідоміших проєктів у сфері культури та популярної документалістики в Україні, має найбільшу кількість підписників на Youtube/Facebook серед неполітичних проєктів, що означає якісну підтримку глядачем вже створеного сучасного конкурентного продукту. Саме це забезпечує добре реноме організації і, як наслідок, велику аудиторію прихильників й волонтерів.

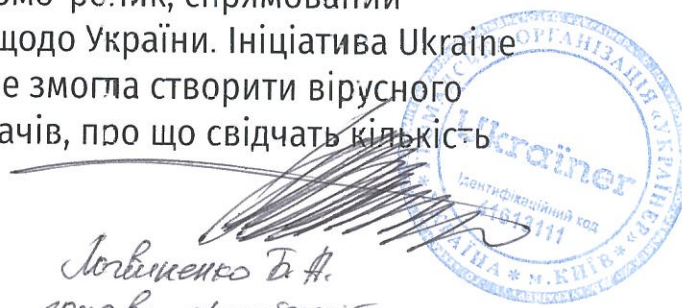
Формат коротких іміджевих відео не є новим для команди проєкту. Він вже зарекомендував себе як найкращий варіант для поширення інформації про унікальні пам'ятки країни через мережу Інтернет та на табло інформаційних партнерів Ukraïner в Україні та закордоном. Лише у мережі Youtube такі відео стримали від 2 тс 13 тисяч переглядів (<https://www.youtube.com/watch?v=pT-euPvSkqs&list=PL7joDR5Xn9vckfEV2JzUEXE0e181LeH9H&index=32>). Тим не менш, попередній досвід такого формату був дослі спорадичним й не був підкріпленим широкою промс-кампанією, також не всі історичні регіони були охоплені експедиціями.

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

Фільмування й інформаційна підтримка іміджевих відеороликів про унікальні місця України, природні та культурні пам'ятки повністю співзвучне з основними пріоритетами ЛОТу, адже має на меті створення якісного контенту для україномовного глядача та іноземців, які бажають більше дізнатися про Україну. Поряд з тим, доступність контенту та його поширення через соціальні мережі та інформаційні ресурси партнерів Ukraïner дасть змогу мільйонам українців познайомитися ближче з культурою та історією свого народу завдяки цікавому формату іміджевих відео.

Чому ваш проєкт є унікальним?

На жаль, наразі в Україні не достатньо якісного іміджевого відес, яке б українці могли використовувати для промоції своєї країни всередині чи назовні. Останні спроби створити якісний промоконтент задля популяризації країни завершилися на початку 2018 року, коли Міністерство закордонних справ презентувало новий промо-рслик, спрямований підвищення обізнаності світової спільноти щодо України. Ініціатива Ukraïner NOW, яка переслідувала схожу мету, також не змогла створити вірусного контенту, яке б отримала прихильність глядачів, про що свідчать кількості



переглядів відео в мережі Youtube (середня кількість переглядів – 300, найвища – 2.7 тис.).

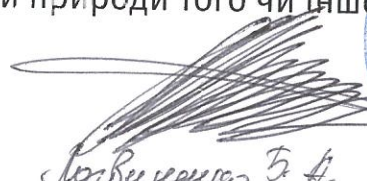
Команда Ukrainer пропонує підійти до створення іміджевого відео про Україну, максимально ретельно дослідивши ініціативи, традиції, природні та культурні пам'ятки. Для цього планується використати попередній досвід антропологічно-етнографічних експедицій команди та сконцентрувати увагу на тих місцях й героях, які творять сучасну Україну, її самобутню культуру й є своєрідними орієнтирами для подальшого розвитку. Це дасть змогу показати країну та людей, які в ній живуть, справжніми, без кліше та стереотипів.


Масштабна кампанія популяризації відеопродукту стане невід'ємним етапом творення іміджу України завдяки якісному різноматематичному контенту. Для цього команда Ukrainer використає такі інструменти як Facebook (більше 105 000 підписників, в сегменті українських неполітичних ЗМІ фейсбук-сторінка Юкрейнер має найбільшу кількість підписників), Youtube (більше 1 800 000 переглядів, 30 тисяч підписників), Instagram (33 тисячі підписників) та веб-сторінку Ukrainer, яка є однією з перших в пошукових запитах про Україну, а також свій канал на Ланет.ТВ. Окрім того, команда проєкту співпрацюватиме з телеканалами Суспільного мовлення та телеканалом "24", відео транслюватимуть на екранах, розміщених у потягах УЗШК "Інтерсіті+", залах аеропорту "Київ", "Львів", у київському метро, в торгових центрах.

Проєкт буде продовженням фіксації історичних, культурних, архітектурних та природних пам'яток України, саме ця база і архів буде найбільшою і найвичерпнішою в Україні, але також і популярною. Саме це якісно вирізняє проєкт серед інших.

Чому ваш проєкт є інноваційним?

У своїй роботі команда проєкту використовуватиме передові підходи та новітній досвід у створенні відеоконтенту. Керуючись критерієм інноваційності, Ukrainer обрав формат коротких відео, які найчастіше стають вірусними в соціальних мережах (1-2 хв, яскрава картинка, кадри з аерозйомки тощо). Такий підхід дасть змогу охопити максимальну аудиторію глядачів у мережі Інтернет завдяки поширенню контенту самими користувачами. Це, у свою чергу, сприятиме максимальній ефективності задіяних ресурсів. Також, кожна експедиція описуватиметься як і в репортажних умовах так і з залученням аерознімального обладнання для яскравішої передачі ландшафтів та специфіки природи того чи іншого регіону.


Олег Коваленко О. В.
аерознімальний проєкт



Що стосується промокампанії, то команда проекту планує співпрацювати з різними каналами поширення інформації. Наприклад, відео транслюватимуть на екранах, розміщених у потягах УЗШК "Інтерсіті+", залах аеропорту "Київ", "Львів", у київському метро, в торгових центрах.

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

Швидкий розвиток науки та техніки за останні десятиріччя призвели до появи нових цифрових технологій, котрі активно та успішно впроваджуються в усі напрямки суспільного життя, у тому числі й у культурну сферу. Їх активне використання та зріст аудиторії інтернет-користувачів призвело до переходу засобів масової інформації в онлайн. Епоха «масового мовлення» відійшла на другий план, поступившись своїм місцем інтерактивності, що надає змогу користувачу бути безпосередньо залученим до творення контенту, впливати на його зміст та популяризацію. Таким чином, зараз не достатньо просто створювати продукт, він повинен відпсвідати запиту й потребам аудиторії, бути конкурентноспроможним і в той же час виконувати інформативну функцію задля всебічного особистісного розвитку.

Вдалим прикладом поєднання таких форматів є проект Ukrainer, що за останні три роки став флагманом української тревел-журналістики, яка базується не лише на красивих й професійних зйомках, а на факт-чекінгу історичних фактів, пов'язаних з локаціями для фільмування. Такий підхід викликає більшу довіру у аудиторії та має на меті не лише передати естетичну красу природних та культурних пам'яток, а й заглибити глядачів у їхню історію, познайомити з суспільною цінністю цих об'єктів. Команда проекту переконана, що такий підхід до передачі інформації є максимально затребуваним в умовах необхідності популяризувати Україну серед її мешканців та назовні, створюючи імідж модерної європейської країни з давньою самобутньою історією.

Який позитивний вплив на розвиток сектору (секторів) матиме ваш проект у перспективі кількох років?

Професійні іміджеві відео з якісним інформаційно-пізнавальним контентом стануть гарним прикладом продуктів, створених для популяризації країни, міста, ОТГ чи окремого маленького села. Такого роду контент зможе використовуватися для промоції України на міжнародній арені (фестивалі, дні України за кордоном тощо), а також для привернення уваги її мешканців до культурного багатства своєї країни. Спосіб адаптації відео-контенту до

Лавриченко Б. А.
головний менеджер



потреб інтернет-авдиторії зможе пізніше реплікуватися в межах інших проектів на національному чи місцевому рівнях.

Цілі проекту

Ціль

Віднайти та етнографічно дослідити автентичні історії/пам'ятки України

Завдання 1

Сформувати каталог унікальних пам'яток, що знаходяться на території України, а також традицій мешканців різних регіонів

Завдання 2

Організувати антропологічно-етнографічні експедиції у сім історичних регіонів з метою фіксації історії та/чи пам'ятки

Індикатори досягнення цілі

Сформовано каталог з не менше ніж 54 унікальних пам'яток, природних та культурних з подальшим їх фільмуванням в ході експедиції.

Ціль

Розвиток уявлення українців та іноземців про різноманітну та багатогранну культуру України.

Завдання 1

Створення коротких іміджевих відео за результатами експедицій (з адаптацією на англійську та польську мову)

Завдання 2

Популяризація іміджевих відео шляхом їх поширення у соціальних мережах та на ТБ

Індикатори досягнення цілі

Створено не менше 54 коротких відео; кожне відео переглянуло щонайменше 2 тис осіб; відеоролики перекладено на англійську та польську мову.

Основна мета проекту

Розвинути в українців та іноземців розуміння багатогранності та самобутності української культури шляхом створення та поширення коротких іміджевих відео про унікальні місця різних етнічних регіонів

Людмила Б.А.
Людмила Б.А.



України, вмотивувати українців до дослідження власної країни.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту


- постійна аудиторія ресурсів Ukraïner: більше 1 мільйона осіб. вік 25-34 років, 55% чоловіки, 45% жінки, 65-70% - Україна, 2% - Польща, 2% - США, 2% - Росія, 1% - Німеччина. Українська аудиторія: 42% - Київ 13% - Львівська область, 10% - Дніпропетровська область, 10% - Харківська область.
- Аудиторія, яка вже цікавиться матеріалами про Україну, історіями про її мешканців, культуру, мистецтво, ремесла, цікаві ініціативи
- аудиторія проекту в Польщі: середній вік 25-35 років, охоплення близько 100-200 тис.
- аудиторія проекту в англomовних країнах (США, Велика Британія, Канада, Австралія, Сінгапур, Південна Африка та інші): середній вік 25-45 років, охоплення 300-400 тис.
- медіа-партнери проекту для поширення інформації та промо
- органи державної влади та місцевого самоврядування для поширення відео про унікальність місць, що знаходяться на території їх регіону.

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

- глядачі телеканалів Суспільного мовлення й глядачі телеканалу "24", які дивляться матеріали цих телеканалів та можуть стати глядачами іміджевих відео, який показуватимуть в ефірі. Основні аудиторії телеканалів Суспільного мовлення - це чоловіки 45-60 років та чоловіки 65+ років, а також жінки 61+. 41% усієї аудиторії - це пенсіонери, спеціалісти та службовці. Аудиторія Телеканалу "24": 25-29 років, 60% чоловіки, 40% жінки, рівень доходів в аудиторії - переважно середні та висший, професійний рівень: працівник, менеджер, керівник, власник бізнесу.
- аудиторія, не охоплена ресурсами Ukraïner та обраними для трансляціями відео телеканалами, але активна в суспільстві та зацікавлена у тізнанні інформації про країну та зміни в суспільстві. Це аудиторія, яка може бути залучена до перегляду відео через промо-кампанію.
- українці за кордоном, яким цікавий контент про батьківщину, Україну, яка змінюється та розвивається.
- закордонна аудиторія, якій цікаво побачити незвичну та автентичну Україну.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Команда проекту вже має досвід створення коротких відео і, як показує практика, кількісне охоплення цільової аудиторії таким контентом є чи не


Богдан Б.А.
Львівська область



найбільшою серед усіх відеопродуктів, створених за останні три роки. Не останню роль також відіграла велика кількість схвальних коментарів та відгуків під матеріалами такого стилю. Окрім цього, такий формат високо оцінили 300 волонтерів Ukraïner, які є промоутерами проєкту у різних регіонах України, а також медіа-партнери, які більш схильні до трансляції одно-двохвилинних відео пізнавального характеру.

Що стосується змісту матеріалів, то перед кожною експедицією команда Ukraïner оголошує збір ідей щодо можливих героїв, пам'яток, традицій, на які варто звернути увагу під час самого дослідження регіонів. Таким чином забезпечується прямиий зв'язок з потенційною цільовою аудиторією.

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

Відеспродукти, створені в рамках проєкту, стануть своєрідними мотиваторами для подальшого вивчення власного регіону/країни, сприятимуть розвитку внутрішнього туризму та мобільності громадян України. Також вони можуть використовуватися для навчальних цілей освітніми закладами і промоції регіону органами державної влади та місцевого самоврядування.

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

Серед органів державної влади, зацікавленою стороною є Міністерство культури України, яке зможе використовувати створений в рамках проєкту продукт для популяризації України за кордоном (фестивалі, дні України за кордоном тощо). Також стейкхолдерами є органи державної влади на місцях та органи місцевого самоврядування (в тому числі ОТГ), що зацікавлені у висвітленні тих природних та культурних пам'яток, які знаходяться на їх території. Те саме стосується і закладів освіти, що зможуть використовувати матеріали під час навчального процесу.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проєкту.

Суспільна цінність запропонованого продукту – коротких іміджевих роликів – полягає у розумінні та сприйнятті автентичності та різноманіття української культури мешканцями різних областей та просуванні бренду України у світовому інформаційному просторі як цікавої й досі не дослідженої країни для відвідин.

Зазначте якісні та кількісні показники короткострокових результатів

Львівсько Б.А.



проекту відповідно до описаних вище цілей та завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

Короткострокові результати:

- Сформовано базу даних (каталог) унікальних пам'яток, природних та культурних, з різних регіонів України
- Проведено антропологічно-етнографічні експедиції з залученням повноцінної команди (відеоператор, продюсер, водій)
- Створено серію з не менше 54 відеороликів українською (з перекладом на англійську та польську мови), що демонструють унікальні пам'ятки та ландшафти тощо
- Проведено промокампанію у соціальних мережах (з охопленням у facebook не менше 100 тис./ролик, Instagram 10 тис./ролик, Youtube - 50 тис./ролик) та домовлено про співпраці з мінімум двома телеканалами, які транслюватимуть ролики на постійній основі. Іміджеві відео транслюються у потягах дальнього сполучення (Інтерсіті) та в залах аеропорту "Бориспіль", як основного повітряного центру України.
- Ролики викладено у вільний доступ в мережі Youtube/Facebook/Instagram для їх вільного поширення та користування усіма зацікавленими сторонами, загальне охоплення – 3 мільйони.

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

Довгострокові результати:

- Українці вмотивовані до досліджень власного регіону та країни, зросла популярність внутрішнього туризму.
- Збільшилася кількість матеріалів в медіа (зокрема в телеєфірі), які представляють багатогранну автентичну культуру України, відходять від вузького погляду на традиційну культуру.
- Продовжилися експедиції проекту Ukraïner, створення матеріалів про українців, їх життя, побут та культуру, ремесла та мистецтво, цікаві ініціативи та невідомі широкому загалу куточки різних регіонів України.
- Збільшилась аудиторія проєкту за кордоном.



Людвигенко Б.А.
Голова проєкту



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

- Ризик технічної несправності техніки під час експедиції
Спосіб зменшення ризику: домовленість з партнерськими проєктами організації про можливість надання додаткової техніки в разі непередбачуваних обставин. поломки основної техніки;
У разі несправності техніки, її буде оперативно замінено.

- Ризик відмови інформаційних партнерів від трансляції відео на постійній основі

Спосіб зменшення ризику: створення контенту у форматі, який підійшов би усім телеканалам. Попередня домовленість про показ відео з Телеканалом "24" та телеканалами Суспільного мовлення.

- Продовження карантину через поширення вірусу COVID-19 в Україні
Спосіб зменшення ризику: частину робіт, що припадає на підготовчий етап (в тому числі підбір кадрів, закупівлю носіїв та накопичувачів, оренду техніки) команда готова провести в онлайн-режимі.

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

- Ризик несприятливих погодних умов під час експедиції

Лосбенко Б.А.
Генеральний директор



Спосіб зменшення ризику: попереднє планування експедиції на теплий сезон. У разі необхідності призупинення продовження експедиції – співпраця з місцевими волонтерами чи партнерськими організаціями або повернення до обласного центру.

- Ризик бойових дій гід час експедиції на Слобожанщині
Спосіб зменшення ризику: отримання інформації з офіційних джерел та місцевих мешканців щодо безпекових питань та активності бойових дій.

- Продовження карантину через поширення вірусу COVID-19 в Україні
Спосіб зменшення ризику: команда готова перенести в часі старт експедиції на пізніші місяці (червень 2020). Також розпрацьовується варіант попереднього дослідження теми чи локації та написання текстової частини до виїзду експедиції.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Робочий план проекту сформований на умовах найбільш ефективного використання людських, фінансових та часових ресурсів. В робочому плані проекту заплановане проведення моніторингу та оцінки проекту. Для проведення моніторингу командою проекту збиратимуться дані про перебіг реалізації проекту, досягнення поставлених показників індикаторів. По завершенню проекту буде представлено загальну оцінку проекту та фінальний фінансовий аудит. Також буде проведено моніторинг згадування проекту у ЗМІ.

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?

- Ключові повідомлення для основної ЦА: “Такою ви Україну ще не бачили!”, “Покажи свою Україну друзям!”.

Спікери: команда проекту Ukraïner (зокрема, Богдан Логвиненко).

- Ключові повідомлення для іноземної ЦА: “Ukraine as a new point of destination”, “Discover Ukraine”

Спікери: команда проекту Ukraïner, волонтери проекту за кордоном (близько 70), представники посольств.

- Ключові повідомлення для партнерів (медіа): створено унікальний український теле-продукт, який показує Україну в її різноманітності та варти поширення.

Спікери для медіа: Богдан Логвиненко (засновник проекту Ukraïner), Каріна Пілюгіна (продюсерка), Миксела Носок (режисер)

Логвиненко Б.А.



- Ключові повідомлення для широкої аудиторії: "Відкрий Україну за одну хвилину", "Невідомі Україна зсередини"

Спікери: команда проекту Ukrainer, волонтери проекту

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?

Методи: для популяризації коротких іміджевих відео буде запущено масштабну промо-кампанію, що охопить соціальні мережі (Facebook, Instagram) та телебачення (Суспільне, 24 канал). Команда проекту залучить до поширення реліків 300 волонтерів, а також відомих прихильників проекту, що були героями Ukrainer'a в рамках інших програм ("Ukrainer. Амбасадори").

Канали: соціальні мережі (Youtube, Facebook, Instagram), телеканали (мережа Суспільного, 24tv.ua), сторінка проекту, ресурси та канали УКФ. Відео також транслюватимуть на екранах, розміщених у потягах УЗШК "Інтерсіті+", залах аеропорту "Київ", "Львів", у київському метро, в торгових центрах.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Команда проекту налагодила співпрацю з телеканалами "UA:Перший" та 24 канал (підписано лист про співпрацю щодо трансляції роликів, створених в рамках проекту), счікуємо також на зацікавленість до співпраці з боку регіональних медіа в розрізі поширення відео про пам'ятки окремо взятих областей чи населених пунктів. До поширення відеоконтенту також будуть запрошені онлайн ЗМІ (tyzhden.ua, the-village.com.ua, hromadske.ua, online.ua, theukrainians.com, Gazeta.ua, Фокус.ua).

З якими лідерами думок планується співпраця?

У рамках промо-кампанії команда проекту планує співпрацювати з героями попередньої програми Ukrainer'a "Амбасадори" - відомими й талановитими українцями, які працюють у різних сферах. Серед них - ОНУКА, Alyona Alyona, Христина Солосій, Олег Фагот Михайлюта (ТНМК), Ооззі (ТНМК), Дмитро Шуров (Піанобой), Майкл Щур, Яніна Соколова, Brunettes Shoot Blondes, Олександр Положинський (Тартак), Валерій Харчишин (Друга Ріка), ДахаБраха, Євген Глібовицький та інші.

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

У результаті виконання комунікаційного плану планується досягнути загального охоплення аудиторії у 3 мільйони. Загальна кількість

Людвикоєв З.А.



підписників проєкту Ukraïner у соціальних мережах збільшиться на 15%.

Загальне охоплення у всіх соціальних мережах: 15 мільйонів в мережі Facebook, 5 млн в Youtube та 1 млн в Instagram.

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

Усі короткі іміджеві відео на українській, англійській та польській мові, розроблені в рамках проєкту, будуть розміщені у вільному доступі на інтернет-сторінці Ukraïner, а також на інших веб-ресурсах Ukraïner: Facebook (105 000 підписників), Youtube (більше 1 800 000 переглядів), де вони будуть в подальшому доступні глядачам.

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

Усі відеопродукти будуть у вільному доступі для перегляду та поширення в мережі Інтернет. Окрім цього, іміджеві ролики можна буде використовувати державним органам у промо-цілях України назовні та в межах країни.

Команда Ukraïner'a також планує створити мобільний додаток, який стане своєрідним туристичним гідом по Україні. Короткі відео про цікаві місця будуть нанесені на мапу та стануть ілюстративним матеріалом до культурних особливостей історичних регіонів.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Команда Ukraïner'a є відкритою до співпраці та готова ділитися продуктами й досвідом з іншими організаціями. Отримані навички тревел-журналістики, виготовлення телепродукту будуть використані командою проєкту при проведенні продакшн-шкіл для українських авторів контенту\медіа (наприклад, у 2018 командою було проведено першу школу монтажу Ukraïner), аби підвищити рівень навичок, професіоналізм діячів аудіо-візуального сектору, сприяти появі більш якісного контенту.

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

Нові партнерства для обміну досвідом та поширення власних інформаційних продуктів є для команди пріоритетами. Можливі партнерства плануються з трофільними організаціями з-за кордону, зокрема - Польщі, Чехії, Болгарії.


Логвіненко Б.А.



Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

4

Кількість жінок у команді проекту

3

Кількість людей віком від 17 до 34

5

Кількість людей віком від 35 до 50

2

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?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Так. 20

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

важко відповісти



Володимир Б. А.
Менеджер проекту



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?

важко відповісти

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

важко відповісти

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

так


Логвиненко Б.А.
Логвиненко Б.А.



Декларація доброчесності

Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів в Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників даної програми, з вимогами Закснів України «Про авторське право і суміжні права», «Про запобігання корупції» 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 отримую іншої фінансової підтримки на витрати, які покриває УКФ.

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

Дата заповнення

Фонд:

Грантоотримувач:

Лозвищенко Б.А.
член організації



Додаток № 2
до Договору про надання гранту № 3AVS41-6191
від "11" червня 2020 року

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Назва конкурсної програми. Аудіовізуальне мистецтво

Назва ЛОТ-у: 4. Відеоконтент для альтернативних медіаплатформ

Назва Заявника: ГО "Українер"

Назва проекту: Коротко про Україну: іміджеві ролики про найцікавіші природні та культурні пам'ятки країни

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1	Український культурний фонд	94.64%	1,908,219.00
2	Співфінансування* :	5.36%	108,000.00
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника	5.36%	108,000.00
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)		
	Всього	100.00%	2,016,219.00

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

*Логвиненко Б.А.,
позова організації*



Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва Заявника: ГО "Українер"

Назва проекту: Коротко про Україну: іміджеві ролики про найцікавіші природні та культурні пам'ятки країни

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			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. (=7*8)			
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	16	17	
Розділ:	II	Витрати:										
Підрозділ:	1	Оплата праці										
Стаття:	1.1	Штатні працівники			5,00	5,600.00	28,000.00	-	-	-	28,000.00	
Пункт:	а	Логвиненко Богдан Анатолійович, координатор проекту	місяців	5,00	5,600.00	28,000.00				-	28,000.00	Оплата послуг координатора, який координує роботу всіх виконавців, веде проект від початку і до кінця в підготовці, зйомках, виробництві, контролі якості СММ послуги, оренду потрібної апаратури, слідкує за зниженням чи нівелюванням ризиків, тощо.
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців							-		
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців							-		
Стаття:	1.2	За трудовими договорами			-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців	-	-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	1.3	За договорами ЦПХ			-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців	-	-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців	-	-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				5,00	5,600.00	28,000.00	-	-	-	28,000.00		
Підрозділ:	2	Соціальні внески										
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати праці			5,00	1,232.00	6,160.00	-	-	-	6,160.00	
Пункт:	а	Логвиненко Богдан Анатолійович	місяців	5,00	1,232.00	6,160.00				-	6,160.00	
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				5,00	1,232.00	6,160.00	-	-	-	6,160.00		
Розділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)										
Стаття:	3.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)			-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої)	шт.							-	-	
Пункт:	б	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої)	шт.							-	-	



Логвиненко Б.А.
 [Signature]

Пункт:	в	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої)	шт.	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	3.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	3.3	Добові (для штатних працівників)		-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба	-	-	-	-	-	-	-
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженнями"				-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ:	4	Обладнання		-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту		-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	4.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту		-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)		-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Право використання (ліцензія)		-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Інші нематеріальні активи		-	-	-	-	-	-	-
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні активи"				-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ:	5	Витрати пов'язані з орендою		-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	5.1	Оренда приміщення		-	-	-	-	-	-	-

Ловвіченко Б.А.,
 посідова ознака



Пункт:	а	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу,	кв. м (годин, діб)				-				
Пункт:	б	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу,	кв. м (годин, діб)				-				
Пункт:	в	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу,	кв. м (годин, діб)				-				
Стаття:	5.2	Оренда техніки, обладнання та		400.00	2,210.00	176,800.00	-	-	-	176,800.00	
Пункт:	а	Оренда дрону DJI Phantom 4 Pro, 1шт	змiна	80.00	990.00	79,200.00				79,200.00	Витрати на оренду обладнання відповідно до отриманої комерційної пропозиції: http://bit.ly/ucf2020 . З ФОП Кузема домовлено відкорегувати пропозицію пропорційно до зміни кількості змін оренди.
Пункт:	б	Оренда додаткових батарей DJI Phantom 4, 4	змiна	80.00	480.00	38,400.00				38,400.00	Витрати на оренду обладнання відповідно до отриманої комерційної пропозиції: http://bit.ly/ucf2020 . З ФОП Кузема домовлено відкорегувати пропозицію пропорційно до зміни кількості змін оренди.
Пункт:	в	Оренда штативу (Комплект Manfrotto)	змiна	80.00	200.00	16,000.00				16,000.00	Витрати на оренду обладнання відповідно до отриманої комерційної пропозиції: http://bit.ly/ucf2020 . З ФОП Кузема домовлено відкорегувати пропозицію пропорційно до зміни кількості змін оренди.
Пункт:	г	Оренда об'єктиву Fujifilm XF 16-55 mm f/2.8 R I M	змiна	80.00	220.00	17,600.00				17,600.00	Витрати на оренду обладнання відповідно до отриманої комерційної пропозиції: http://bit.ly/ucf2020 . З ФОП Кузема домовлено відкорегувати пропозицію пропорційно до зміни кількості змін оренди.
Пункт:	д	Оренда Камери Fujifilm X-T3, 1 шт	змiна	80.00	320.00	25,600.00				25,600.00	Витрати на оренду обладнання відповідно до отриманої комерційної пропозиції: http://bit.ly/ucf2020 . З ФОП Кузема домовлено відкорегувати пропозицію пропорційно до зміни кількості змін оренди.
Стаття:	5.3	Оренда транспорту		80.00	3,464.00	277,120.00	-	-	-	277,120.00	
Пункт:	а	Оренда легкового автомобіля (з водієм за добу)	доба	80.00	3,464.00	277,120.00				277,120.00	Волинь та Поділля: Клевань, тунель кохання, Луцьк, Замок; Монастир Бердичів; Самчики парк; Тараканів, форт, Буша; Палац І рохольських_с. Вороновиця; Скіфські вали. Галичина: Дрогобич; Жовківський замок; Збаразький замок; Золочівський замок; Підгорецький замок; Свірзький замок; Тустань, Олеський замок. Запоріжжя і Подніпров'я: Дикі острови біля Дніпрої ес; Мавринський майдан; Трамвай (Кривий Ріг); Хортиця; Солоне озеро; Токійські водопади. Слобожанщина: Шарівський палац; Будинок «Слово»; Дворічанський парк; Держпром; Інститут історії; Ізюмська вулиця; Крайдні жезли; Крива Лука; Могриця; Об'єктна лінія; Орлецька фортеця; Радіоастрономічний інститут; Співочі тераси. Наддніпрянина: Палац Шувалова; БРУМ; Буцький каньйон; Вітачів; Канів; Тарасова гора; Софіївка; Трахтемір; Київське метро; Фунікулер у Києві; Ізопе (Переселенці з Донбасу); Велотрек; Костел на Олімпійській; Мечеть Ар-Рахма (перша мечеть Києва). Полтавщина: Газові та нафтові родовища; Гора Пивиха; Більське городище; Березова рудка; Корпусний сад; Дикавка. Всього 6 зйомок по Києву та 59 переїздів по Україні за 80 знімальних діб. Оплата згідно договору ФОП. При виборі автомобіля ми враховували такі необхідні параметри, що зумовлені попереднім нашим досвідом експедицій України: 1. В оренду необхідно взяти позашляховик, щоб вдалось доїхати на авто у всі заплановані локації 2. В авто має бути місце для комфортного розміщення 5 осіб. Таким параметрам відповідає Toyota Rav4 2.0. Одна експедиція = 15 діб, вартість оренди такого авто на одну експедицію складає 1 688 дол (AVIS Rental), таких експедицій буде 5. Також планується одна експедиція Наддніпряниною, яка скорочена до 6 діб з вартістю оренди авто в сумі 644 дол (AVIS Rental). Оплата послуг водія складає 400 грн/добу при розрахунку на 80 знімальних змін. Таких виїздів (експедицій) буде 5 довгих та 1 короткий, тобто сума витрат на авто збільшується в 5,5 разів, та складає 277 120 грн
Пункт:	б	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням кілометражу)	км (годин)				-				
Пункт:	в	Оренда автобуса (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)				-				
Стаття:	5.4	Оренда сценічно-		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)					-				
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)					-				
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)					-				
Стаття:	5.5	Інші об'єкти оренди		-	-	-	-	-	-	-	

Могилевенко В.А.
голова організації



Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)					-	-		-			-	
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)					-	-		-			-	
Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)					-	-		-			-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою"			480.00	5,674.00	453,920.00	-	-	-	-	-	-	453,920.00		
Підрозділ:	6	Витрати на харчування												
Стаття:	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо												
Пункт:	а	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.				-	-		-			-	
Пункт:	б	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.				-	-		-			-	
Пункт:	в	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.				-	-		-			-	
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та гостинність"			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Підрозділ:	7	Матеріальні витрати												
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина												
Пункт:	а	Найменування	шт.				-	-		-			-	
Пункт:	б	Найменування	шт.				-	-		-			-	
Пункт:	в	Найменування	шт.				-	-		-			-	
Стаття:	7.2	Носії, накопичувачі		3.00	11,060.00	16,439.00							16,439.00	
Пункт:	а	Жорсткий диск Seagate Backup Plus Hub 8TB	шт.	2.00	5,379.00	10,758.00							10,758.00	Купівля жорсткого диску для зберігання інформації на 8 терабайт. Будуть використовуватися для завантаження інформації з карток пам'яті безпосередньо на локації зйомки.
Пункт:	б	Карта пам'яті ADATA 256GB microSD class 10 UHS-II U3 (AUSDX256GU113CL10-C)	шт.	1.00	5,681.00	5,681.00							5,681.00	Карти пам'яті використовуються для записування інформації під час зйомки.
Пункт:	в	Найменування	шт.				-	-		-			-	
Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати												
Пункт:	а	Найменування	шт.											
Пункт:	б	Найменування	шт.											
Пункт:	в	Найменування	шт.											
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":			-	3.00	11,060.00	16,439.00	-	-	-	-	-	-	16,439.00	
Підрозділ:	8	Поліграфічні послуги												
Стаття:	8.1	Послуги із												
Пункт:	а	Виготовлення макетів	шт.											
Пункт:	б	Наклеювання логотипів	шт.											
Пункт:	в	Друк брошур	шт.											
Пункт:	г	Друк буклетів	шт.											
Пункт:	д	Друк листівок	шт.											
Пункт:	е	Друк плакатів	шт.											
Пункт:	є	Друк банерів	шт.											
Пункт:	ж	Друк інших роздаткових	шт.											
Пункт:	з	Послуги копірайтера	шт.											
Пункт:	и	Інші поліграфічні послуги	шт.											
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Логвіненко Б.А.,
голова організації



Підрозділ:	9	Послуги з просування									
Пункт:	а	фото-, відеофіксація							-		
Пункт:	б	Рекламні витрати	пост	108.00	2,700.00	291,600.00			291,600.00	Витрати на пряму рекламу роликів в мережах Youtube та Facebook на українських та окремо англійських сторінках бренду Ukrainer. 2700 грн на одне відео для Youtube та Facebook – це вже наразі менше, ніж 50\$ на відео для однієї соціальної мережі. Хоча сума у 50\$ є мінімальною для підхоплення соціальною мережею великої кількості органічного трафіку, але згідно з курсом гривні і прогнозами на укріплення долара по відношенню до гривні – ми вже не потрапляємо у цей мінімум. Якщо зменшити вартість реклами на цих двох соціальних мережах – охоплення зменшиться не на 15%, а до 20-30%, що дасть значно менший імпакт усій проробленій роботі команди.	
Пункт:	в	SMM, SO (SEO)	місяць	4.00	13,500.00	54,000.00			54,000.00	Витрати на оплату праці за надання SMM послуг згідно договору ФОП Бартош Д. За період реалізації проекту буде опубліковано всього 486 публікацій в такому розподілі: - українською мовою - в соціальних мережах Youtube (54 постів), Facebook (54 постів), Instagram (54 постів), Telegram (54 постів), Twitter (54 постів) - польською мовою - Youtube (54 постів), Facebook (54 постів) - англійською мовою - Youtube (54 постів) і facebook (54 постів) SMM-менеджер виконує наступні функції: - підготовка контент-плану на 4 місяці; - створення текстових описів до 486 постів, враховуючи вимоги кожної з соціальних мереж - створення обкладинок до відео, в тих соціальних мережах, де це потребує - створення анонсів для публікацій в сторіз - публікація матеріалів в усіх профілях	
Пункт:	г	Рекламний менеджер	місяць	4.00	13,500.00	54,000.00			54,000.00	Витрати на оплату праці за надання послуг рекламного менеджера згідно договору ФОП За період реалізації проекту даний ФОП виконуватиме такі завдання: - створюватиме стратегію рекламної кампанії для українськомовного та англійськомовного глядача в соціальних мережах Facebook та Youtube. Таким чином буде розроблено 4 паралельні стратегії, - запускатиме рекламу на 4-х ресурсах одіючасно, - здійснюватиме щоденний моніторинг активних кампаній; - аналізуватиме ефективність кожної рекламної кампанії щотижня, та корегуватиме стратегію відповідно отриманих даних, - готуватиме щомісячну звітність.	
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":				116.00	29,700.00	399,600.00				399,600.00	
Підрозділ:	10	Створення web-ресурсу									
Пункт:	а	Витрати зі створення сайту							-		
Пункт:	б	Витрати з обслуговування сайту							-		
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":				-	-	-				-	
Підрозділ:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на									
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				-	-	-				-	
Підрозділ:	12	Послуги з перекладу									
Пункт:	а	Письмовий переклад та адаптація тексту (креативний копірайтинг) на польську мову	ролик				54.00	1,500.00	81,000.00	81,000.00	Даний пункт включає написання текстів, що будуть використовуватись в роликах польською мовою, а також адаптація значень для закордонного читача. Оплата робіт здійснюватиметься згідно договору ФОП Швець І. в розрахунок за кожен ролик.
Пункт:	б	Редагування перекладу роликів польською мовою	ролик				54.00	500.00	27,000.00	27,000.00	Даний пункт включає письмове редагування та коректуру польською мовою. Оплата послуг згідно договору ФОП
Пункт:	в	Письмовий переклад та адаптація тексту (креативний копірайтинг) на англійську мову	ролик	54.00	1,500.00	81,000.00			-	81,000.00	Даний пункт включає написання текстів, що будуть використовуватись в роликах англійською, а також адаптація значень для закордонного читача. Оплата робіт здійснюватиметься згідно договору ФОП Віконська Н. в розрахунок за кожен ролик.
Пункт:	г	Редагування перекладу роликів на англійську	ролик	54.00	500.00	27,000.00			-	27,000.00	Даний пункт включає письмове редагування та коректуру англійською мовою. Оплата послуг згідно договору ФОП
Всього по підрозділу 12 "Витрати з пере				108.00	2,000.00	108,000.00	108.00	2,000.00	108,000.00	216,000.00	

Лосубанко О.А.
Лосубанко О.А.

Підрозділ:	13	Адміністративні витрати									
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги	місяць	5.00	8,000.00	40,000.00			-	40,000.00	Ведення проекту протягом 5 місяців, оплата згідно договору з ФОП Покидюк Ю.
Пункт:	б	Аудиторські послуги	послуга	1.00	30,000.00	30,000.00			-	30,000.00	Аудиторські послуги надані проекту на фінальний звіт, оплата згідно договору з ФОП.
Пункт:	в		місяць			-			-	-	
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати"				6.00	38,000.00	70,000.00			-	70,000.00	
Підрозділ:	14	Інші прямі витрати									
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення		215.00	3,400.00	252,600.00			-	252,600.00	
Пункт:	а	Режисура	зміна	80.00	1,700.00	96,000.00			-	96,000.00	Оплата послуг режисера, який контролює частину монтажу та звуковий робіт, відповідає за відповідність фінального продукту креативному задуму. Оплата згідно договору - ФОП Носок М.
Пункт:	б	Монтаж української, англійської та польської версій	зміна	108.00	1,200.00	129,600.00			-	129,600.00	Оплата за послуги з монтажу 54-х роликів українською мовою, перемонтажу всіх 54-х роликів в англійській версії та 54-х в польській. Всього 162 роликів, тривалістю монтажних робіт — 108 змін. Оплата згідно з договором - ФОП Теребус М.
Пункт:	в	Кольорокорекція, зведення звуку	зміна	27.00	1,000.00	27,000.00			-	27,000.00	Оплата послуг з кольорокорекції роликів та підбору аудіо-доріжок з відкритих ресурсів. Оплата послуг згідно договору ФОП Літвіненко Є.
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 прямі витрати		353.00	8,400.00	573,500.00			-	573,500.00	
Пункт:	а	Internet-телефонія (вказати період)				-			-	-	
Пункт:	б	Послуги Internet (вказати період)				-			-	-	
Пункт:	в	Банківська комісія за переказ				-			-	-	
Пункт:	г	Розрахунково-касове обслуговування				-			-	-	
Пункт:	д	Інші банківські послуги (обслуговування банківського рахунку)	місяць	5.00	100.00	500.00			-	500.00	Оплата за щомісячне обслуговування банківського рахунку
Пункт:	е	Послуги відеооператора	зміна	80.00	1,600.00	128,000.00			-	128,000.00	Оплата послуг з відеофіксації на локації, 80 знімальних змін для 54 роликів. Оплата послуг згідно договору - ФОП Шелест. Це середньоринкова оплата праці для профільного оператора з досвідом роботи. Поточна вартість трішки збільшена за рахунок прогнозу НБУ про знецінення курсу гривні на 2020 рік.



Людмила Шевченко
голова комісії

Пункт:	є	Послуги оператора коптера	змiна	80.00	1,600.00	128,000.00				128,000.00	Оплата послуг з відеофіксації з повітря (застосовуючи коптер), 80 знімальних змін для 54 роликів. Оплата послуг згідно договору - ФОП Пашко П. Така вартість є нижче норми для оператора коптеру. Це доволі нова спеціалізація, тому хороших спеціалістів дуже мало. Але оскільки час зйомок є доволі тривалим, ФОП надав знижку на свої послуги.
Пункт:	ж	Послуги продюсера	змiна	80.00	1,600.00	128,000.00				128,000.00	Оплата послуг з пошуку локацій для зйомок, організації знімальної команди, переїздів та всіх необхідних супутніх потреб. Оплата послуг згідно договору - ФОП Пілюгіна К. Це середньоринкова оплата праці для профільного продюсера з досвідом роботи. Поточна вартість трішки збільшена за рахунок прогнозу НБУ про знецінення курсу гривні на 2020 рік.
Пункт:	з	Послуги дослідження та креативного копірайтингу (за ролик)	сторінка	54.00	2,000.00	108,000.00				108,000.00	Оплата послуг з проведення історичного дослідження, та написання креативного тексту, який розкриватиме тему в доступній для глядача формі. Оплата послуг згідно договору - ФОП Понеділок Н. Іміджеві ролики про Україну будуть наступного формату: Це короткий інформаційний ролик, де основою контекстного наповнення стає текст, що підсилюється відео-матеріалом. Складність текстової частини полягає в глибокому дослідженні теми або локації. На жаль, в Україні не збереглась історична пам'ять про пам'ятки культурної спадщини, тому доводиться шукати місцевих, що можуть пам'ятати історію на локальному рівні, шукати підтвердження в музеях та архівах. Крім цього, формат передбачає подачу всього в короткому форматі, тому надважливе вміння креативного копірайтингу, тобто формулювання коротких влучних висловів.
Пункт:	и	Послуги редактури та факт-чекінгу (за ролик)	сторінка	54.00	1,500.00	81,000.00				81,000.00	Оплата послуг з факт-чекінгу літературної редактури та технічної корекції тексту. Оплата послуг згідно договору - ФОП Саложнікова Є. Так як формат відеоролику передбачає саме написання тексту в ньому, важливі такі характеристики як: - легке читання тексту - швидке розуміння суті донееного матеріалу - правильність формулювання речень, орфографії та пунктуації, тому ця дія публікації відео його внаслідок не можна буде змінити при виявленні помилок. Даний ФОП виконує наступні функції: - перевірку всіх джерел на які посилається автор - літературну редактуру, для створення легкочитувального тексту - технічну редактуру тексту, задля правильності його написання.
Всього по підрозділу 14 "Інші прями витрати":				568.00	11,800.00	826,100.00	-	-	-	826,100.00	
Всього по розділу II "Витрати":						1,908,219.00			108,000.00	2,016,219.00	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ									-	-	

Голова Правління
(посада)

(підпис, печатка)



Логвиненко Богдан Анатолійович

(ПЕ)