ДОГОВІР № 3EVE11-6965
про надання гранту

м. Київ «30» червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Товариство з обмеженою відповідальністю «Інформаційне агентство «Медіа Ресурси Менеджмент» (далі – Грантоотримувач) в особі Директора Удут Катерини Василівни, 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 «KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon» (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 Грантостримувач 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.

06 ЛИП 2020

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 3 203 609 грн. 95 коп. (три мільйона двісті три тисячі шістсот дев'ять гривень 95 копійок) 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 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 Грантостримувача.

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'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 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 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 промислової 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 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 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;

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 Проєкту в порядку, передбаченому цим Договором.

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

IX. 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.

X. 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.

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

2. Усі спори або розбіжності, що випливають 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.

XII. 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.cult@ucf.in.ua
2) контактна особа Грантоотримувача:

Удут Катерина Василівна, директор ТОВ «Інформаційне агентство «Медіа Ресурси Менеджмент»,

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.

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проєктна заявка;

додаток 2 – кошторис Проєкту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;

додаток 4 – звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проєкту;

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд	**Грантоотримувач**
Український культурний фонд	ТОВ «Інформаційне агентство «Медіа Ресурси Менеджмент»
Юридична адреса:	Юридична адреса:
01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19	02222, м. Київ, вул. Закревського, 22
Адреса для листування:	Адреса для листування:
01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12	02222, м. Київ, вул. Закревського, 22
ЄДРПОУ: 41436842	ЄДРПОУ/ІПН: 33998086
Банківські реквізити:	Банківські реквізити:
Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві	Назва банку/філії: АТ "Ощадбанк"
Р/р: UA608201720343110001000000458	Р/р: UA263226690000026005302164244
МФО: 820172	МФО: 322669
Тел.: +38 (044) 504-22-66	Тел.: +380 (44) 459 46 10
Виконавчий директор	Директор
_____ Ю.О. Федів	_____ К.В. Удут
М.П.	М.П.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3EVE11-6965

від «30» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Знакові події

Лот: ЛОТ 1. Знакові події в Україні

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3EVE11-6965

Назва проекту: KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon

Візитна картка проекту

Конкурсна програма
Знакові події

Лот
ЛОТ 1. Знакові події в Україні

Тип проекту
Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв
аудіовізуальне мистецтво

Ключові слова за напрями (оберіть два, які найточніше описують ваш проект)
телебачення
відео-арт, діджитал-арт, нові медіа

Назва проекту
KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon

Назва проекту англійською мовою
KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon

Інформаційне агентство "Медіа ресурси менеджмент" Ідентифікаційний код 33998086

Директор Удут І.В.

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

KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon складається з одноденного навколосвітнього онлайн-марафону за участі українських і міжнародних експертів кіно, ТБ і медіа, та досліджень, присвячених трансформації аудіовізуальної індустрії через пандемію COVID-19, з акцентом на різні регіони світу та окремо на Україну. KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon є частиною KYIV MEDIA WEEK (KMW) – комплексу заходів, спрямованих на розвиток української аудіовізуальної індустрії, кульмінацією якого є міжнародний форум, що проводиться щорічно з 2011-го. Мета KMW – сприяння формуванню умов для розвитку й успішного функціонування аудіовізуального ринку України та інтеграції його в міжнародний контекст задля зростання конкурентоспроможності української індустрії та формування позитивного іміджу України у світі.

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

KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon is a one-day online marathon for Ukrainian and international media experts, research on the transformation of the industry through the COVID-19. It's a part of KYIV MEDIA WEEK – set of activities aimed at the development of Ukrainian audiovisual industry, the pinnacle of which is an international forum, held annually since 2011 – platform for cooperation of Ukrainian media, creatives, profile organizations with colleagues from abroad to develop Ukrainian AV market and integrate it into international context, creating opportunities for doing business in Ukraine, increasing the competitiveness of our industry and cultivate positive image of Ukraine.

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

3812403.67

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

3203609.95

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

608793.73

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім УКФ)

Джерело співфінансування та сума

Директор Удут С.В.

Україна * Товариство * Інформаційне агентство "Медіа ресурси менеджменту" Ідентифікаційний код 32998085

608793.73. власні кошти ТОВ "Інформаційне Агентство "Медіа Ресурси Менеджмент"

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

Населений пункт
м. Київ (Україна)

Населений пункт
Весь світ (онлайн)

Початок проекту
2020-06

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)
2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях
4.5

Партнери проекту
Проект подається як індивідуальний.

Перелік усіх партнерів (включаючи інформаційних, промо, ЗМІ, комунікаційних, репутаційних тощо):
Національні:
Державне агентство України з питань кіно, Телеканал Україна, FILM.UA Group, Tak Treba Production. Mediasat Magazine, КИЙАВІА, MBR, Hyatt Regency Kiev, UATV, ГО "Детектор медіа", FINLANDIA, Jack Daniel's, Телеканал Espreso.tv, ReklaMaster, Букви, VGL Cinema, Фокус, Новое время, LIGA.net, Delo.ua, Yakaboo, Odesa International Film Festival, Kino-Teatr.ua, SunriseFilm production, PATRIOT Rental, радіо - "НВ", Бізнес радіо, iForum-2020.
Міжнародні:
K7, C21, WIT, CEETV, Wine of Moldova, EU Delegation, LG, SES, MIPCOM, Prensario international, TVBIZZ. Señal News, DW Akademie, Videoplugger Ltd, NATPE, Cannes Corporate Media & TV Awards Team, FILMTERACTIVE

Ваш основний продукт
Форум

Директор Удич К.В

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Удут Катерина Василівна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
Координатор проекту, що: - відповідає за всі стадії реалізації проекту (підготовка, фактичне проведення заходу та звітування); - здійснює координацію роботи проектної команди, моніторинг поточного стану проекту та контроль за дотриманням графіку робіт; - відповідає за пошук та відбір міжнародних експертів з відповідним досвідом та попередню роботу з ними; - узгоджує концепцію заходу та ступень залучення експертів; - узгоджує інформаційну кампанію та комунікаційну стратегію; - планує заходи для забезпечення сталості проекту.

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника
Товариство з обмеженою відповідальністю «Інформаційне агентство «Медіа Ресурси Менеджмент»

Повна назва організації-заявника англійською мовою
Limited Liability Company "Information Agency "Media Resources Management"

Організаційно-правова форма
Товариство з обмеженою відповідальністю

Код ЄДРПОУ
33998086

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)
Реєстраційний номер справи: 1_070_017362_75, Код 10032812202

Директор Удут К.В

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ЛОТу
Код КВЕД 82.30 Організування конгресів і торговельних виставок; Код КВЕД 63.91 Діяльність інформаційних агентств; Код КВЕД 63.99 Надання інших інформаційних послуг, н. в. і. у. (основний); Код КВЕД 70.22 Консультування з питань комерційної діяльності й керування; Код КВЕД 73.11 Рекламні агентства; Код КВЕД 73.20 Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки

Дата реєстрації організації
2006-01-31

Юридична адреса організації
02222, м. Київ, вулиця Закревського, будинок 22

Поштова адреса організації
02222, м. Київ, вулиця Закревського, будинок 22

Фактична адреса організації
02222, м. Київ, вулиця Закревського, будинок 22

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації
https://mrm.ua https://www.facebook.com/mediaresourcesmanagement

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації
Удут Катерина Василівна

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

Директор Удут К.В

порядку? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації
Коннов Сергій Володимирович; Созановський Сергій Леонідович

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.
HP Pro Book, HP ProBook 440 G4 (W6N89AV_V4), Ноутбук 15 N5040H6200X3C500Lblack, Ноутбук 15 nUf (M5040HE450X3C500BLblack), Ноутбук Asus PU401LA-WO091H (90NB02L1-M02180), Ноутбук Asus Zenbook UX310UA-FC630R Quartz Gray, Ноутбук Dell Inspiron 3521 Black (I3521i304500DDL-Bik), Ноутбук Dell Inspiron 7359 (I73545NIW-46), Ноутбук Dell Vostro 3568 Black, Ноутбук HP ProBook 455 (P5S11EA), Ноутбук Lenovo IdeaPad N580G (59-387430), Ноутбук Lenovo ThinkPad E470 (20H1S00400), Ноутбук Lenovo ThinkPad E470 (20H1S00400), Ноутбук Lenovo ThinkPad E470 (20H1S00400), Ноутбук/HP 635(LH488EA), Ноутбук/Lenovo IdeaPad U260-470U(59-062007), Ноутбук/HP ProBook 4545s (H5K23EA), Планшет Apple iPad, Планшет Apple iPad A1822 Wi-Fi 32GB Silver (MP2G2RK/A), Принтер HP Laser Jet P2035n, Телефакс Панасонік FL543RU-White

Дохід за звітний період
11072000

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?
Так, у 2019 у ролі заявника

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Директор Удут К.В

Так, у 2019 у ролі заявника

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

Посилання на офіційну сторінку KMW; Посилання на офіційну Facebook-сторінку KMW CoProduction Meetings (https://www.facebook.com/events/1372635832875578/). KMW CoProduction Meetings - Триденна співпраця іноземних та українських представників індустрії кіно та серіалів — дискусії, презентації проектів, індивідуальні зустрічі, консультації. Мета заходів – пошук партнерів для міжнародної копродукції, поширення інформації про українські проекти, про виробничий, творчий потенціал на міжнародному рівні. Запрошені іноземні фільммейкери з багатим досвідом роботи у копродукції, які вже засвідчили інтерес до співпраці з Україною та з українськими проектами на міжнародному форумі KYIV MEDIA WEEK, мали конкретні проекти (фільми або серіали) з потенціалом для реалізації в партнерстві з Україною. З метою збільшення ефективності та розширення охоплення, реалізація проекту здійснювалася в рамках офіційної індустріальної програми KYIV MEDIA WEEK 2019.

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

За роки існування компанія MRM зробила вагомий внесок у розвиток сфери кіно, телебачення та креативних індустрій. Серед успішно реалізованих проєктів компанії за підтримки інших донорів доцільно наголосити наступні. Міжнародний форум KYIV MEDIA WEEK (далі – KMW) – найбільший медіафорум Центральної та Східної Європи, головна медійна подія в Україні, що об'єднує міжнародний ринок контенту та ряд ексклюзивних B2B заходів. KMW проводиться щорічно в Києві з 2011 року і є платформою для продуктивного спілкування ключових гравців медіабізнесу країн нашого регіону з колегами та партнерами з усього світу: щороку KMW збирає учасників з більш ніж 35 країн світу. Приклади тематичних блоків форуму: «Кінобізнес», «Серіали», «Глобальні тренди контент-індустрії», «Міжнародна копродукція», «Нові технології», «Співпраця з певною країною чи регіоном», тощо. І деякі з них було

Директор Удут К. В.

проведено завдяки грантовій підтримці, а саме: Заходи, присвячені розвитку співпраці України та Молдови у сфері аудіовізуальної індустрії, за підтримки посольства США в Молдові. Це низка спеціальних подій , різних за форматом та тривалістю (круглі столи, панельні дискусії, майстер-класи від експертів медіаіндустрії, урочисті прийняття та інші неформальні заходи для знайомства з потенційними партнерами), за участі представників сфери кіно та ТБ обох країн. Проводились як частина офіційної програми KYIV MEDIA WEEK у 2017 та 2018 роках. Ключова тема заходів – копродукція як можливість взаємовигідного об'єднання творчих і фінансових ресурсів двох держав з метою виробництва контенту, призначеного як для показу на внутрішніх ринках, так і для експорту до інших країн. Низка заходів за участі представників країн-членів Європейського Союзу, що відбулись в рамках KYIV MEDIA WEEK 2019, які було організовано за підтримки Представництва Європейського Союзу в Україні. Низка заходів KYIV MEDIA WEEK (2018-2019 роки), націлених на сприяння розвитку кінобізнесу в Україні, що проводились за підтримки Державного агентства України з питань кіно. Також Державне агентство України з питань кіно частково профінансувало проведення та організацію наступних проєктів: - Міжнародної конференції «Кінобізнес» у 2017 році (Україна); - Міжнародної конференції «Український форум міжнародної програми «Креативна Європа» у 2017 році (Україна); - Міжнародної конференції «Кінобізнес» у 2018 році (Україна); - Організацію презентації України та популяризацію національних фільмів України в рамках 55-го Міжнародного кінофестивалю в Анталії в 2018 році (Туреччина); - Національний стенд на Восьмому Пекінському міжнародному кінофестивалі (15-22 квітня 2018 року) у м. Пекін, Китай. Офіційна українська делегація взяла участь у подіях фестивалю, а українська кіноіндустрія була вперше представлена національним стендом на кіноринку фестивалю; - Національний стенд, присвячений популяризації українських національних фільмів та презентації України в рамках виставки (платформі / майданчику) для міжнародних продакшн-компаній ФОКУС 2018 в місті Лондон (Великобританія). Інші гранти: PITCH UA – конкурс соціально вагомого контенту про єдину та різноманітну Україну. Конкурс проводиться за підтримки Проєкту «Зміцнення громадської довіри» (UCBI II), що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID). Мета конкурсу – об'єднати українців, розповісти про позитивні зміни, що відбуваються в країні, наповнивши ефіри телеканалів, екрани кінотеатрів та веб-ресурси якісним контентом, що демонструє єдність України в її різноманітності. Перший сезон PITCH UA (лютий-липень 2019 року) зібрав понад 200

Директор Удут Н.В

заявок, протягом півроку на усіх його етапах учасники та слухачі мали змогу безкоштовно відвідати різноманітні майстер-класи з розробки соціально вагомого контенту, а також взяти участь у докторинг-майстерні із міжнародними та локальними експертами. Другий сезон PITCH UA розпочався у грудні 2019 року й тривав до червня 2020 року.

Детальний опис проекту

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

Пандемія COVID-19 спричинила глобальну кризу, економічну та світоглядну, що особливо вразила сферу культури, креативних індустрій й, зокрема, аудіовізуального сектору. Через припинення на невизначений термін знімального процесу, закриття кінотеатрів, перенесення або відміну від проведення навесні та влітку 2020 року кінофестивалів й інших профільних подій, скорочення бюджетів на рекламу та на виробництво контенту, представники індустрії опинилися у стані скрути та розгубленості. В цих умовах необхідно переглянути стратегії роботи індустрії, впроваджувати нові формати діяльності та шукати нових партнерів – локальних і міжнародних. І саме на вирішення цих питань, в першу чергу, буде спрямована концепція тематичного наповнення навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon. Ключовим майданчиком трансляції події стане український інформаційно-аналітичний інтернет-ресурс про аудіовізуальну індустрію та медіабізнес Media Business Reports (MBR; mbr.com.ua).

KMW: Global Marathon відбуватиметься восени, коли за прогнозами експертів життя світу почне повертатися на звичні рейки, й, відповідно, актуалізується потреба професійної спільноти в осмисленні змін, що сталися з індустрією. KMW: Global Marathon, частиною якого є проведення та публічна презентація результатів відповідних досліджень і оглядів актуального стану та трендів української та світової аудіовізуальної індустрії, спрямований саме на задоволення цієї потреби. На момент проведення KMW: Global Marathon стане першим українським (і одним з перших світових) профільних івентів, які презентують релевантну аналітику змін у аудіовізуальному секторі, згідно з якою формуватиметься нове бачення та нові правила гри в індустрії. Багато в чому саме це й визначає знаковість заходу KMW: Global Marathon для України, адже завдяки йому представники української аудіовізуальної галузі та їхні закордонні колеги, зацікавлені у співпраці з нашою державою, отримають адекватні дані для формування нових ефективних коротко- та довгострокових

ІНФОРМАЦІЙНЕ АГЕНТСТВО "МЕДІА РЕСУРСИ МЕНЕДЖМЕНТ"

Директор

стратегій своєї роботи та співпраці, що сприятиме відновленню й подальшому сталому розвитку української аудіовізуальної індустрії. До того ж, завдяки підтримці УКФ, захід буде безоплатним для усіх бажаючих: аби долучитися до KMW: Global Marathon, потрібно буде лише заповнити реєстраційну форму онлайн, після чого на електронну пошту зареєстрованим учасникам надійде посилання на трансляцію події. Безкоштовний формат події є надзвичайно важливим та суспільно цінним за умов економічної кризи.

Допомогти сформувати комплексне бачення актуального стану галузі мають дискусії представників індустрії у форматі навколосвітнього онлайн-марафону (включення з України, держав Азії, Центральної та Східної Європи, Західної Європи та Великобританії, США та Канади, Латинської Америки), а також презентації результатів експертних і соціологічних досліджень аудіовізуальної індустрії в Україні та світі, підготовлених і виконаних в межах проєкту KMW: Global Marathon (згодом результати цих досліджень, буде опубліковано у формі розгорнутого комплексного аналітичного огляду запланованим обсягом 150-200 сторінок). А саме:

• Всеукраїнське соціологічне дослідження на тему «Як змінилися глядацькі настрої українців через пандемію COVID-19». Наразі в Україні відсутні систематизовані точні дані щодо того, чи готові українці повернутися до кінотеатрів після карантину – як з міркувань безпеки, так і в аспекті їхньої купівельної спроможності. Дане дослідження спрямоване на те, аби подолати цей інформаційний вакуум і надати українським дистрибуторам, кінотеатрам, кіновиробникам актуальну інформацію щодо настроїв та очікувань їхньої аудиторії, що допоможе гравцям ринку адекватно адаптувати власні стратегії до нових умов і допомогти українській кіноіндустрії повернутися до повноцінної роботи та зрозуміти перспективи свого розвитку. Виконавець дослідження – Київський міжнародний інститут соціології (КМІС): приватна українська компанія, що співпрацює з Національним університетом «Києво-Могилянська академія». КМІС був заснований у 1990 році як дослідницький центр Соціологічної асоціації України, а з 1992 року перетворений у приватне підприємство. КМІС входить до провідних дослідницьких асоціацій, зокрема, Соціологічної асоціації України (САУ), Європейського товариства дослідження громадської думки та маркетингу (ESOMAR), AAPOR і WAPOR. КМІС спеціалізується у наданні повного спектру послуг у таких напрямках: соціально-економічні дослідження, політичні дослідження, дослідження здоров'я, маркетингові дослідження, консалтинг та дослідницький аудит.
• Аналітичний огляд на тему «Тренди теледивлення в Україні». Дане

Директор Удут Я.В

дослідження спрямоване на те, аби надати українським медіагрупам, телепродакшенам, гравцям рекламного ринку комплексну актуальну інформацію щодо смаків і потреб їхньої аудиторії, що в свою чергу допоможе гравцям ринку адекватно адаптувати власні контентні стратегії та сприятиме появі в українському телепросторі нового якісного контенту, адекватного актуальним культурним потребам вітчизняних телеглядачів. Виконавець огляду – аналітичний відділ компанії ТОВ «Інформаційне агентство «Медіа Ресурси Менеджмент» (MRM). MRM – це перша українська медіаконсалтингова компанія, що надає комплексні послуги в галузі кіно, медіа та ентертеймент. MRM працює на ринку з 2005 року. Компанія консультує та забезпечує практичну підтримку проєктів у всіх основних областях медіаринку (телебачення, кіно, преса, нові медіа, радіо тощо), починаючи від розробки ідеї і проведення всіх необхідних маркетингових досліджень, закінчуючи здачею проєкту «під ключ», налагодженням мережі дистрибуції, складанням мовних концепцій, виведенням компанії на міжнародний ринок тощо.

• Онлайн-опитування на тему «Актуальні проблеми та потреби української аудіовізуальної індустрії». Завданням даного дослідження, що буде реалізовано на базі ключового майданчика проєкту KMW: Global Marathon – інформаційно-аналітичного інтернет-видання Media Business Reports (MBR), є попередній моніторинг та аналіз актуальних інформаційних потреб гравців української та міжнародної аудіовізуальної індустрії задля того, аби найкращим чином адаптувати програму заходу до цих потреб та в результаті надати аудиторії проєкту саме ту інформацію, якої вона дійсно потребує. Виконавець онлайн-опитування – редакція MBR. Інформаційно-аналітичний сайт про медіабізнес та аудіовізуальну індустрію MBR (mbr.com.ua) – проєкт компанії Media Resources Management, що працює з вересня 2019 року. Основою для створення MBR стали три попередніх видавничих проєкти компанії: Content Report – регулярне інформаційно-аналітичне електронне видання про виробництво і дистрибуцію аудіовізуального контенту в Україні, Росії та країнах СНД, яке виходило у форматі PDF із 2010 року і поширювалося за підпискою; «МедиаНяня» – сайт mediananny.com, який від 2010 року оперативно висвітлював події українського та світового медіабізнесу, успішно поєднуючи формати таблоїда й інформаційно-аналітичного видання; Media Business Reports – дайджест новин медіаринку України та всього світу, який виходив із 2006 року і розповсюджувався за підпискою у форматі PDF. Наразі сайт MBR – це відкритий об'єктивний комунікаційний майданчик для професіоналів індустрії, що надає всебічну актуальну інформацію про український, регіональний і світовий аудіовізуальні ринки.

• Аналітичний огляд «Вішліст українських мовників». «Вішліст українських

Директор Удут К.В

мовників» – це традиційна панельна дискусія, яка щорічно відбувається в межах міжнародного форуму KMW та надає учасникам українського ТБ-ринку максимально точну та актуальну інформацію щодо програмних стратегій і найзатребуванішого контенту ключових вітчизняних медіагруп. Цьогоріч однойменний аналітичний огляд, проведений заздалегідь та презентований в межах KMW: Global Marathon, має виконати ту саму функцію. Виконавець огляду – редакція MBR.

• «Азія. Аналітичний огляд: ключові події, кейси, цифри». Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту по ключових ринках Азії (зокрема попередньо розглядаються такі країни, як Китай, Японія, Індія, Південна Корея). Виконавець огляду – міжнародна медіаконсалтингова компанія K7 Media (www.k7.media). K7 Media – міжнародна медіаконсалтингова компанія, яка надає інсайти, аналітичні дані та інформацію про глобальні тенденції в сфері медіаіндустрії всього світу для найбільших гравців ринку. Спеціалізація компанії полягає в дослідженнях міжнародних медіатенденцій, телевізійних дослідженнях, дослідженнях цифрових медіа, телевізійних форматів, телевізійних, медіа, цифрових звітів та подій міжнародного медіаринку.

• «Східна Європа. Аналітичний огляд: ключові події, кейси, цифри». Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту на ключових ринках Східної Європи (зокрема попередньо розглядаються такі країни, як Чехія, Польща, Румунія, Словаччина, Сербія). Виконавець огляду – інтернет-ресурс про телебачення країн Центральної та Східної Європи CEETV (www.ceetv.net). CEETV постачає ексклюзивні новини та ринкову інформацію до 20 країн, охоплюючи понад 100 провідних наземних каналів. Сервіс надає професіоналам можливість активно спостерігати за розвитком, подіями на медіаринках: останні новини та угоди, рейтинги та отримувати інформацію про аналіз ринку, профілі місцевих каналів і виробників.

• «Центральна та Західна Європа, Великобританія. Аналітичний огляд: ключові події, кейси, цифри». Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту на ключових ринках Центральної та Західної Європи (зокрема попередньо розглядаються такі країни, як Франція, Німеччина, Італія, Іспанія, Великобританія). Виконавець огляду – провідна компанія на ринку аналітики та даних Ampere Analysis (www.ampereanalysis.com). Ampere Analysis – компанія, яка вперше об'єднала аналітику великих даних, дослідження споживачів (аудиторії) та аналіз галузі. Спеціалізується на платному та безкоштовному (відкритому) телебаченні, телекомунікаціях, виробництві й дистрибуції контенту. Дослідження компанії забезпечують

Директор Удут К.В

поглиблений юридичний, фінансовий аналіз, аналіз профілю (портрету) споживача з метою надання клієнтам всебічного та точного огляду світового медіаринку.

• «США та Канада. Аналітичний огляд: ключові події, кейси, цифри». Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кінс та телеконтенту по ключових ринках Північної Америки. Виконавець огляду – міжнародна видавнича компанія C21Media (www.c21media.net). C21Media – провідний постачальник інформації в міжнародному бізнесі медіаконтенту. Компанія є лідером північноамериканського ринку. C21Media визначила нові моделі контенту, що підтримуються традиційним видавничим портфоліо, і лягли в основу цифрової революції. Бренди C21 включають ClubC21, The International Format Awards, FutureMedia, Channel 21 international, Drama Quarterly, Content London, Content LA, Content Nigeria, The International Drama Awards, Content Academy, Schedule Watch and C21Media.net.

• «Латинська Америка. Аналітичний огляд: ключові події, кейси, цифри». Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту на ключових ринках Південної та Центральної Америки (зокрема, попередньо розглядаються такі країни, як Бразилія, Мексика, Аргентина). Виконавець огляду – профільне видання Prensario International (www.prensario.net). Prensario International займається випуском друкованих та онлайн-публікацій, які спрямовані на потреби телерадіомовників, телекомунікаційних компаній, кабельного телебачення, DTH та бездротових операторів, рекламних агенцій, медіацентрів, провайдерів контенту. Журнал охоплює галузі медіаіндустрії у всій Латинській Америці, частково США, Європі та Азії.

• Аналітичний огляд «Глобальні тренди споживання контенту». Завданням цього огляду є сформувати в учасників KMW: Global Marathon комплексне бачення актуальних тематичних трендів контенту в глобальному контексті. Виконавець огляду – міжнародна аналітична компанія The Wit (www.thewit.com). The Wit – ресурс, який надає виробникам, мовникам, дистриб'юторам, рекламодавцям по всьому світу якісну інформацію про телевізійний та цифровий контент, проєкти, розробки та програми. Інформація забезпечується за допомогою щоденних інформаційних бюлетенів, звітів, відеозаписів та баз даних компанії.

Отже, презентація результатів даних досліджень і оглядів в межах навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon надасть українським гравцям медіаринку та творчій культурній спільноті краще розуміння актуальних процесів і трендів аудіовізуальної індустрії та допоможе у формуванні ефективних антикризових стратегій і налагодженні

Директор Удут Н.В.

нових партнерських зв'язків. Важливість цього важко переоцінити, адже зміни в індустрії, спричинені наслідками пандемії COVID-19, є дуже значущими, проте фахівці галузі наразі не мають їхнього чіткого розуміння. Для формування цього розуміння – й відповідної подальшої побудови нових стратегій роботи, – вони потребують свіжих, а головне якісних і підтверджених цифрами досліджень галузі. Й саме таку аналітику буде зроблено й представлено в межах KMW: Global Marathon.

Проєкт KMW: Global Marathon – частина KYIV MEDIA WEEK, комплексу заходів, спрямованих на розвиток української аудіовізуальної індустрії, кульмінацією якого зазвичай є чотириденний міжнародний форум, що проводиться щорічно в Києві з 2011-го. KYIV MEDIA WEEK – найбільший медіафорум Центральної та Східної Європи й одна з головних медійних подій в Україні, що об'єднує міжнародний ринок контенту, ексклюзивні B2B-заходи, панельні дискусії, майстер-класи, кейс-стаді, конференції за участі українських і закордонних представників медіабізнесу, громадських організації, культурної творчої спільноти. Нинішній 2020-й рік, відзначений пандемією COVID-19 та безпрецедентними карантинними заходами світового масштабу, вніс свої корективи: цьогоріч чотириденний офлайн-KMW не може відбутися у звичайному форматі. Проте, ми маємо надію відновити його у звичному форматі 2021 року, тож розглядаємо проєкт KMW: Global Marathon як ефективне антикризове рішення, що дозволяє реалізовувати головну місію та безперервність KYIV MEDIA WEEK.

Останніми роками українська аудіовізуальна індустрія перебувала у фазі активного становлення й розвитку, що було зумовлено законодавчими, політичними та культурними змінами останніх років. А впровадження з 2020 року в Україні системи кеш-рібейтів має згодом, коли пандемію буде подолано та, відповідно, нормалізовано роботу української й світової аудіовізуальної індустрії, ще активніше стимулювати ці процеси та залучати все більше іноземних партнерів. І саме надання українським компаніям можливостей для ефективного пошуку зарубіжних партнерів та створення комфортної робочої «точки входу» для європейських і світових аудіовізуальних компаній на ринок України – один з головних пріоритетів KMW. Наразі міжнародна копродукція стає ключовим напрямком розвитку великої кількості українських продакшн-компаній. Копродукція відкриває можливості для збільшення обсягів фінансування кіновиробництва, розширення міжнародної дистрибуції, а також – для промоції України у світі.

Крім того, для спеціалістів української аудіовізуальної індустрії, що розвивається та прагне інтегруватися до глобального ринку, є надзвичайно важливою можливість долучитися до передового світового професійного досвіду. Таку можливість надає програма KMW: Global Marathon за участю

Директор Ідут Т.В

закордонних експертів.
Специфіка українського аудіовізуального ринку, який знаходиться в режимі становлення і існує в умовах обмежених ресурсів, як фінансових, так і кадрових, обумовлює ситуацію, в якій фахівці часто зайняті відразу в декількох проєктах різних форматів. Більш того: часто одна людина поєднує відразу кілька посадових функцій, що вимагають різних компетенцій. Виходячи з цього, українські професіонали дуже зацікавлені в заході, який охоплює індустрію комплексно, дозволяючи на одному майданчику отримати актуальну інформацію про європейські тренди в розробці, виробництві і дистрибуції контенту різних форматів. І саме таким заходом є KMW: Global Marathon. Його інноваційний організаційний підхід полягає в тому, що він створює для своїх учасників нові точки дотику як всередині локального ринку, так і з зовнішніми партнерами та формує єдину систему координат, в якій можна співпрацювати з максимальною ефективністю. Комплексна й всебічна співпраця KMW: Global Marathon зі щонайменше 10 українськими (зокрема, Media Business Reports, «Ліга», «Фокус», «Детектор Медіа», VGL, «Кіно-театр.UA», Mediasat, «Еспресо TV») та 7 міжнародними (зокрема, C21 Media, The Wit, K7 Media, Prensario Internacional, CEETV, TV Bizz, Senal International тощо) інформаційними партнерами дозволяє максимально поширити інформацію про подію та сприяти формуванню у професійної спільноти та громадськості розуміння важливих процесів аудіовізуального ринку України та його ролі у світовому культурному контексті.

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)
Проєкт повністю відповідає стратегічним напрямкам діяльності MRM, є логічним продовженням ряду вже реалізованих аналогічних заходів. Перш за все, ми хочемо зазначити, що ТОВ «Інформаційне агентство «Медіа Ресурси Менеджмент» з 2011 року організовувало KYIV MEDIA WEEK, частиною якого у 2020-му є KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon, власним коштом, коштом партнерів, коштом інших донорів та за рахунок реінвестицій (продаж квитків для учасників та стендів на Content Market). Але зараз ми подаємо проєкт KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon на фінансову підтримку УКФ, оскільки цьогоріч через наслідки пандемії COVID-19 проведення KYIV MEDIA WEEK у традиційному форматі чотириденного міжнародного офлайн-форуму не є можливим. Проте, подія є надзвичайно важливою для української аудіовізуальної індустрії – особливо у кризові часи, коли вона потребує нагальних нових рішень і поновлення зв'язків із міжнародною спільнотою, – тож цього року захід

Директор Ідут К. В

відбудеться онлайн, що потребує:
- повноцінної комплексної розробки та реалізації усієї технічної сторони проведення навколосвітнього онлайн-марафону KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon;
- проведення попередньої аналітичної підготовки (дослідження в Україні та світі – ринкові очікування, попит та пропозиція аудіовізуального контенту, потреби, потенціал та проблеми мовників, аналіз споживання аудіовізуального контенту тощо);
- робота над підготовкою та розповсюдженням аналітичного огляду за результатами ринкових досліджень KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon;
- повноцінної розробки проєкту подальшого масштабування KMW на 2021 рік;
- підготовки аудиторії та підбір партнерських заходів тощо.
Таким чином, фінансова підтримка УКФ проєкту KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon у 2020 році є для нас надзвичайно важливою.
Також слід зазначити, що масштабувати наш проєкт ми розпочали у регіональному зрізі ще 2019 року, організувавши спеціальний захід KMB у рамках Одеського міжнародного кінофестивалю. А у 2020 році у рамках проєкту KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon, що подається на фінансову підтримку УКФ, відбудеться масштабування у формат онлайн-марафону, що презентуватиме нашу країну та її аудіовізуальну індустрію всьому світові.
ТОВ «Інформаційне агентство «Медіа Ресурси Менеджмент» (MRM) – це перша українська медіаконсалтингова компанія, що надає комплексні послуги в галузі кіно, медіа та ентертеймент. MRM працює на ринку з 2005 року. Компанія консультує та забезпечує практичну підтримку проєктів в усіх основних галузях медіаринку (телебачення, кіно, преса, нові медіа, радіо тощо), починаючи від розробки ідеї та проведення всіх необхідних маркетингових досліджень, й закінчуючи здачею проєкту «під ключ», налагодженням мережі дистрибуції, виведенням компанії на міжнародний ринок тощо. Клієнтами компанії є українські та міжнародні медіахолдинги, незалежні продакшни, телеканали та дистриб'ютори з усього світу, зокрема: ITV Studios Global Entertainment, Warner Bros., BBC Worldwide, Global Agency, all3media International, Televisa Internacional, Endemol Shine Group, FILM.UA Group, Star Media, WeiTMedia, Discovery Networks, 1+1 Media, StarLight Media та десятки інших.
Компанія MRM має партнерів по всьому світу, постійно налагоджуючи нові зв'язки з ключовими гравцями українського та міжнародного ринку. Фахівці компанії регулярно беруть участь в основних галузевих заходах (міжнародних ринках, конференціях, виставках тощо): MIPTV і MIPCOM (Канни, Франція), NATPE (Будапешт та Майамі), Берлінський кінофестиваль, виставка IBC в Амстердамі та ін. Компанія є активним членом професійних

Директор Удут Т.В

організацій (напр. The International Academy of Television Arts & Sciences). Також MRM є організатором не лише лінійки івентів KMW, але й інших численних профільних заходів: наприклад, різноманітних майстер-класів провідних закордонних і українських експертів кіно та ТБ для дорослої професійної аудиторії, а також профільних освітніх проєктів для дітей та підлітків у рамках проєкту «FILM.UA Факультет».
Ще одним напрямком діяльності MRM є видавнича справа. У рамках проєкту «Mediabook» компанія видає українську та перекладну професійну літературу, присвячену різним аспектам аудіовізульнсї індустрії. На сьогодні в лінійку виданих книг серії «Mediabook» входять: «Словник медіатермінів», переклад книги Стіва Каплана «Приховані інструменти комедії. Бути смішним – серйозний бізнес», практичний посібник зі сценарної майстерності: «Як написати кіно за 21 день. Метод внутрішнього фільму» Вікі Кінг, спеціалізоване видання для тих, хто робить перші кроки в медіагалузі: «FILM.UA Факультет. Конспект 2014/2015», переклад бестселера Тари Беннетт «Шоураннер: мистецтво управління телешоу», тощо.
Отже, проєкт KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon, складова частина комплексного проєкту KYIV MEDIA WEEK, – логічне продовження втілення стратегічних пріоритетів компанії MRM. 2020 року KYIV MEDIA WEEK відбуватиметься вже вдесяте. За ці роки KMW відвідало багато іноземних та українських гостей в якості спікерів та учасників. Завдяки KMW відбулось перше знайомство багатьох іноземних фільмейкерів з виробничим потенціалом української кіноіндустрії, локаціями та окремими місцевими професіоналами, законодавчою базою та можливостями фінансування, а також було підписано кілька знакових угод про копродукцію. Також, оскільки MRM є медіаконсалтинговою компанією, то мета форуму KMW – комплексне сприяння формуванню умов, необхідних для розвитку й успішного сталого функціонування аудіовізуального ринку в Україні та інтеграції його в міжнародний контекст – є дотичною до ефективної діяльності організації. Адже саме ефективно працюючий аудіовізуальний ринок України є безпосереднім джерелом потенційних клієнтів компанії.

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

KMW роками активно залучає профільну аудиторію з різних регіонів України та з закордону: щороку участь у заході беруть фахівці аудіовізуальної індустрії щонайменше 35 країн світу. Так, наприклад, на ринку аудіовізуального контенту KMW Content Market кожного разу представлено щонайменше 70 українських та 90 закордонних компаній, у програмі конференцій форуму беруть участь щонайменше 40 українських та 50 міжнародних експертів, а до копродукційної програми Co-production

Директор Удут К.В

Meetings долучаються щонайменше 150 українських фахівців та принаймні 5 закордонних продюсерів. А цьогорічне розширення традиційної програми KMW завдяки нововведенню – навколосвітньому онлайн-марафону KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon, що подається на підтримку УКФ, – ще більше розширить аудиторію проєкту та сприятиме подальшому всебічному включенню української аудіовізуальної індустрії та й взагалі всієї нашої країни в актуальний світовий контекст, адже для інтернету немає кордонів. Також KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon спрямований не лише на налагодження контактів між українськими й закордонними фахівцями аудіовізуальної галузі, але й на їхній професійний розвиток. Саме для цього в програмі заходу щороку заявлені - виступи визначних діячів медіаіндустрії і панельні дискусії, спрямовані на обмін передовим досвідом і міжсекторальне співробітництво.
KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon сприяє формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені. Адже завдяки заходам KMW, які відбуватимуться наживо в форматі навколосвітнього онлайн-марафону, а також активно висвітлюються в українській та закордонній пресі й згодом – у форматі аналітичного огляду двома мовами (українською, англійською), відбувається поширення інформації про українські кіно- й телепроєкти, про кіновиробничий потенціал України. Це сприяє комплексній промоції нашої держави у світі, що, в свою чергу, заохочує туризм (очікується, що ця тенденція збереже актуальність після відновлення авіасполучення та міжнародної мобільності у повній мірі).
Започатковані чи розвинуті на форумі партнерства згодом дають наочні результати у вигляді нових українських чи створених у копродукції з Україною фільмів, серіалів, крос-медійних проєктів тощо. Таким чином KMW: Global Marathon долучається до розбудови культурної екосистеми нашої держави, сприяє міжкультурному діалогу та інтернаціоналізації української кінематографії.

Чому ваш проект є унікальним?
Як унікальність KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon варто відзначити цілу низку факторів. По-перше, онлайн-формат заходу, що дозволяє залучити до проєкту цільову аудиторію – професіоналів аудіовізуальної галузі зі всього світу, що сприятиме кращій включеності України в актуальний світовий контекст, потенційному розвитку копродукційних проєктів і стимулюванню міжнародних продажів українського контенту.
По-друге, завдяки підтримці УКФ, долучитися до KMW: Global Marathon можна буде безкоштовно, на відміну від інших подібних івентів. Аби приєднатися до KMW: Global Marathon, потрібно буде лише заповнити реєстраційну форму онлайн, після чого на електронну пошту

Директор Удут К.В

зареєстрованим учасникам надійде посилання на трансляцію події. Дана опція наразі є дуже важливою для українських фахівців галузі, адже індустрія перебуває у стані кризи та невизначеності, не має ресурсів, але конче потребує доступу до релевантних аналітичних даних, які допоможуть сформувати нові «постковідні» стратегії роботи.
Звідси випливає по-третє: завдяки часу свого проведення (осені, коли, за прогнозами експертів, життя світу має повертатися на звичні рейки), KMW: Global Marathon стане першим українським (і одним з перших світових) профільних івентів, які зможуть представити релевантну «постковідну» аналітику змін у аудіовізуальному секторі, виходячи з якої формуватимуться нове бачення та нові правила гри в індустрії.
Також варто додати, що проєкт KMW: Global Marathon, який подається на підтримку УКФ, є складовою частиною та антикризовим рішенням KYIV MEDIA WEEK – найбільшого медіафоруму не лише України, але й всієї Східної Європи, який роками задає міжнародний стандарт заходів для підвищення кваліфікації професіоналів аудіовізуальної індустрії та надає багато можливостей для укладання копродукційних партнерств. Інші відносно дотичні заходи концентруються на окремій тематиці(лише кіно, лише телебачення, лише реклама тощо), тоді як KMW об'єднує в своїй програмі всі галузі аудіовізуальної індустрії, а також дотичні креативні індустрії, сприяючи міжсекторальній співпраці. Такий комплексний підхід обумовлений, зокрема, специфікою українського аудіовізуального ринку – порівняно маленького, але при цьому дуже концентрованого й з високим рівнем синергії, – де немає таких жорстких розмежувань в аудіовізуальній індустрії, як, наприклад, у країнах Західної Європи та США. Тож KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon, відповідаючи на запити української професійної аудиторії формує таку ж об'єднану програму.
KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon продовжує й розвиває одну з головних місій KMW – стимулювання всебічного розвитку української аудіовізуальної індустрії та її інтеграції у світовий контекст: зокрема – шляхом формування комунікаційних мостів між індустріями України, Європи та країн Азії, що надзвичайно важливо для довгострокового стратегічного партнерства між регіонами. Й цьогоріч проєкт KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon – у форматі безпрецедентного навколосвітнього онлайн-марафону, що матиме прямі включення з України, держав Азії, Центральної та Східної Європи, Західної Європи та Великобританії, США та Канади, Латинської Америки, ще більше посилює напрямок міжнародного співробітництва та сприяє підвищенню позитивного іміджу України на міжнародній арені.

Чому ваш проект є інноваційним?
KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon відбуватиметься в інноваційному форматі

Директор Удут К.В.

– навколосвітнього онлайн-марафону, що матиме прямі включення з України, держав Азії, Центральної та Східної Європи, Західної Європи та Великобританії, США та Канади, Латинської Америки. Таке безпрецедентне розширення аудиторії проєкту стане можливим завдяки підтримці УКФ, що дозволить зробити подію безоплатною для усіх бажаючих до неї приєднатися. Такий формат водночас стимулюватиме інноваційний організаційний підхід, який полягає в тому, що для учасників форуму створюються нові точки дотику – як всередині національного ринку, так і з зовнішніми партнерами, що допомагає формувати єдину для всіх систему координат, в якій можна співпрацювати з максимальною ефективністю: як на внутрішньоіндустріальному та міжсекторальному рівнях всередині країни, так і в міжнародному контексті. Щодо інноваційності підходу до формування структури KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon, то вона полягає в тому, що даний проєкт – цілий комплекс заходів, спрямованих на розвиток української аудіовізуальної індустрії та покращення її включеності в міжнародний контекст, що передбачає проведення 4 українських та 6 міжнародних профільних досліджень та оглядів, результати яких буде оприлюднено у вільному доступі, та міжнародний медіафорум, реалізований у форматі навколосвітнього онлайн-марафону.
KMW: Global Marathon забезпечить українським фахівцям аудіовізуальної індустрії можливість комплексного доступу на одній локації (цьогоріч – онлайн-локації: українському сайті про медіаіндустрію mpr.com.ua, що стане ключовим майданчиком трансляції марафону) до головних актуальних світових напрацювань у сфері виробництва та дистрибуції контенту й суміжних креативних областей. Отже, можна сказати, що іноваційний підхід до принципів формування програми KMW базується на бажанні стимулювати міжсекторальну співпрацю та розширити межі стандартних уявлень про аудіовізуальну індустрію.

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

Головні тренди культурно-мистецього процесу останнього десятиліття в Україні – намагання інтегруватися у європейський і світовий культурний контекст, збільшити кількість та якість національного культурного продукту, рівень суспільної зацікавленності в ньому, а також сприяння формуванню спільної для української нації системи цінностей та сенсів. Ці тренди, зокрема, було відображено у затвердженій цього вересня Програмі діяльності Уряду до 2025 року. У частині документу, що стосується діяльності профільного Міністерства культури та інформаційної політики України, зазначені, зокрема, такі цілі міністерства, як підтримка «створення суспільно значущого контенту (у тому числі кіно-, теле-, радіо-, цифрового,

Директор Удуп К.В

літературного контенту), що сприяє відчуттю громадянами своєї приналежності до України, розумінню та усвідомленню візії України, сприяє тому, що громадяни поділяють візію України», а також «підвищення частки культурного, креативного продукту» та «визначення місця України на туристичній мапі світу, створення брендів з існуючих точок притягання та запуск внутрішніх і зовнішніх програм з їх промоції». Відповідно до цих засад проєкт KMW цілком відповідає стратегічним пріоритетам української держави в обраній галузі. Він орієнтований на всебічне стимулювання виробництва та дистрибуції українського контенту (у тому числі кіно-, теле-, радіо-, цифрового),доповнюючи це також напрямком міжнародної копродукції, розвиток якого, , сприяє інтеграції національної аудіовізуальної індустрії у світовий ринок та міжнародному промо України. Крім того, KMW – великий міжнародний медіафорум, бренд з десятилітньою історією та хорошою репутацією, сам по собі є знаковою подією, завдяки якій Україна стає помітнішою на мапі світу та привабливішою як в контексті бізнес-співробітництва, так і туризму. Проєкт KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon, який подається на підтримку УКФ і реалізується в межах KMW, витримано з повним урахуванням наведених вище пріоритетів. І цьогоріч, коли через пандемію COVID-19 й відповідні карантинні заходи, проведення міжнародного форуму в офлайн-режимі є неможливим, навколосвітній онлайн-марафон KYIV MEDIA WEEK: Global Marathon дозволяє забезпечити сталість всього проєкту KMW та сприяє безперервності включеності України у загальносвітовий культурний процес і контекст.

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

Останні світові події – а саме пандемія COVID-19 та спричинена нею глобальна криза, економічна й світоглядна, що, за прогнозами експертів, не скінчиться разом з карантином, проте триватиме далі протягом невизначеного часу, вимагатиме нових концептуальних рішень, стратегій і підходів до бізнесу. Наразі представники аудіовізуальної індустрії, яка особливо постраждала від наслідків пандемії – через зупинку знімального процесу, закриття кінотеатрів, зменшення купівельної спроможності глядачів та зміну паттернів їхньої поведінки тощо, опинилися у стані скрути та розгубленості. Вони розуміють необхідність довгострокового концептуального перегляду стратегій своєї роботи в умовах, що склалися, пошуку свіжих форматів своєї діяльності та нових партнерів – локальних і міжнародних. Й саме на вирішення цих питань, в першу чергу, буде спрямована концепція тематичного наповнення KMW: Global Marathon: проведення різноманітних профільних досліджень та їхня презентація протягом онлайн-марафону. А саме: всеукраїнського соціологічного

Директор Удуп К.В

дослідження на тему «Як змінилися глядацькі настрої українців через пандемію COVID-19», аналітичного огляду на тему «Тренди теледивлення в Україні», онлайн-опитування на тему «Актуальні проблеми та потреби української аудіовізуальної індустрії», аналітичного огляду «Вішліст українських мовників», аналітичних оглядів (ключові події, кейси, цифри) щодо актуального стану аудіовізуальної індустрії в різних регіонах світу – країнах Центральної та Східної Європи, Західної Європи та Великобританії, США та Канади, Латинської Америки, Азії. Інформація, отримана в результаті даних досліджень і оглядів, допоможе професіоналам української індустрії кіно та ТБ ефективніше вибудовувати свої коротко- та довгострокові стратегії роботи та міжнародної співпраці, що, допоможе загальному сталому розвитку аудіовізуального сектору та дотичних креативних індустрій.

KMW, частиною якого є проєкт KMW: Global Marathon, що подається на підтримку УКФ, загалом спрямований на комплексне сприяння розвитку українського аудіовізуального сектору та його інтеграції у глобальний ринок. Освітня складова форуму, що передбачає міжнародний обмін передовим досвідом у галузі аудіовізуальної індустрії, поліпшить професійний рівень українських фахівців та, відповідно, якість і конкурентоспроможність виробленого ними культурного продукту. Небхідні аналітичні дослідження, які зможе надати KMW, дозволять представникам індустрії найкращим чином адаптувати свою діяльність до новихреалій. Акцент KMW на міжнародному співробітництві завжди сприяв зростанню обсягів іноземних інвестицій в аудіовізуальну індустрію України, обсягів копродукції за участі української сторони, збільшенню ролі української сторони у реалізації копродакшен-проєктів, підвищенню рівня довіри до української кінсіндустрії серед кільноспільноти Європи та світу, а також подоланню упередженості серед іноземних компаній щодо України як ненадійного партнера. А нетворкінг-ефект і тематична різноманітність події допомагали поглибленню синергії українських креативних індустрій і міжсекторальній співпраці. Цьогоріч, через карантинні заходи світового масштабу, неможливо провести традиційний чотириденний офлайн-KMW. Проте, ми маємо надію відновити його у звичному форматі 2021 року, тож розглядаємо проєкт KMW: Global Marathon як ефективне антикризове рішення, що дозволяє реалізовувати головну місію та забезпечити безперервність KYIV MEDIA WEEK.

Цілі проекту

Ціль

проведення навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon із

Директор Удут К.В

залученням щонайменше 1500 глядачів-учасників задля сприяння фахівцям української та міжнародної аудіовізуальної індустрії у формуванні комплексного бачення й розуміння актуального стану галузі в Україні та світі, що допоможе їм у розробці нових ефективних стратегій своєї роботи, реалізація яких забезпечить сталий розвиток галузі й поступове подолання негативного впливу наслідків пандемії COVID-19.

Завдання 1
проведення та публічна презентація на KMW: Global Marathon експертних досліджень і аналітичних оглядів щодо актуального стану та трендів української аудіовізуальної індустрії.

Завдання 2
проведення та публічна презентація на KMW: Global Marathon експертних досліджень і аналітичних оглядів щодо актуального стану та трендів аудіовізуальної індустрії у різних регіонах світу, з якими в той чи інший спосіб (копродукція, продажі контенту, освітні проєкти, тощо) співпрацює Україна.

Індикатори досягнення цілі
- проведення навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon із залученням щонайменше 1500 глядачів-учасників - організація, проведення та публічна презентація в межах навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon результатів всеукраїнського соціологічного дослідження з робочою темою «Як змінилися глядацькі настрої українців через пандемію COVID-19»; - розробка, реалізація та публічна презентація в межах навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon щонайменше 3 експертних досліджень актуального стану української аудіовізуальної індустрії, а саме – аналітичного огляду на тему «Тренди теледивлення в Україні», онлайн-опитування на тему «Актуальні проблеми та потреби української аудіовізуальної індустрії», аналітичного огляду «Вішліст українських мовників»; - організація та проведення тематичного блоку «Україна» в межах навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon; - внесення ключової інформації проведених українських досліджень в блок «Україна» комплексного аналітичного огляду актуального стану світової аудіовізуальної індустрії, що його буде опубліковано у вільному доступі за результатами KMW: Global Marathon; - розробка, реалізація та публічна презентація в межах навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon щонайменше 6 експертних досліджень актуального стану аудіовізуальної індустрії у різних регіонах світу, з якими в той чи

Директор Удут К.В

інший спосіб (копродукція, продажі контенту, освітні проєкти тощо) співпрацює Україна. А саме – аналітичних оглядів (ключові події, кейси, цифри) по регіонах: Азія; Східна Європа; Центральна, Західна Європа та Великобританія; США та Канада; Латинська Америка. А також – загальносвітового огляду з робочою назвою «Глобальні тренди споживання контенту»; - організація та проведення у відповідних регіонах світу тематичних блоків в межах навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon; - внесення ключової інформації проведених досліджень у відповідні тематичні регіональні блоки комплексного аналітичного огляду актуального стану світової аудіовізуальної індустрії запланованим обсягом 150-200 сторінок, що його буде опубліковано у вільному доступі за результатами KMW: Global Marathon.

Ціль
зростання рівня конкурентоспроможності української аудіовізуальної індустрії.

Завдання 1
професійний розвиток національних фахівців аудіовізуальної індустрії;

Завдання 2
сприяння інтеграції української аудіовізуальної індустрії у глобальний контекст шляхом збільшення поінформованості про неї у світі.

Індикатори досягнення цілі
- організація та проведення навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon; - залучення до участі у KMW: Global Marathon щонайменше 25 міжнародних спікерів; - залучення до участі у KMW: Global Marathon щонайменше 8 профільних закордонних інституцій (зокрема, The Wit K7 Media, C21 Media, CEETV, Ampere Analysis, Prensario Internacional тощо) - профільні виступи у програмі KMW: Global Marathon щонайменше 5 всесвітньо відомих гостей (акторів, режисерів, продюсерів тощо); - висвітлення KMW: Global Marathon у щонайменше 3 міжнародних (зокрема, C21 Media, Prensario Internacional, CEETV) профільних закордонних ЗМІ; - висвітлення KMW: Global Marathon у щонайменше 16 українських ЗМІ; - підготовка комплексного аналітичного огляду за результатами KMW: Global Marathon двома мовами (українська, англійська) запланованим обсягом 150-200 сторінок та його подальше вільне розповсюдження.

Директор Удут Т.В.

Основна мета проекту

Мета KMW: Global Marathon – комплексне сприяння формуванню умов, необхідних для розвитку й успішного сталого функціонування аудіовізуальної індустрії України та її інтеграції в міжнародний контекст.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

KMW: Global Marathon – проєкт, орієнтований, насамперед, на українських та закордонних фахівців аудіовізуальної індустрії та медіабізнесу, незалежно від віку. Пряма аудиторія KMW – індустрія аудіовізуального контенту: всі, хто до неї входить. Тобто – всі, хто її регулюють; всі, хто навчаються за профільним фахом; всі, хто працюють у галузі; всі, хто допомагають розвиватися аудіовізуальній індустрії. Кількісна пряма аудиторія проєкту KMW: Global Marathon оцінюється щонайменше у 1500 людей.

Можна виокремити наступні сегменти цільової аудиторії:

- українські та іноземні фахівці, задіяні у виробництві кіно- та теле- та digital-контенту;
- українські та іноземні фахівці, задіяні у просуванні та дистрибуції кіно- та теле- та digital-контенту;
- українські та іноземні топ-менеджери медіа-компаній, зацікавлені у стратегічному міжнародному партнерстві;
- українські та іноземні фахівці ринку медіареклами;
- члени українських та іноземних державних органів та громадських організацій з питань кіно, телебачення, культурного обміну тощо;
- студенти українських та іноземних профільних вузів (кіно, телебачення);

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

Непряма аудиторія KMW: Global Marathon – представники інших індустрій, яким може бути цікаве партнерство з аудіовізуальної індустрією задля розвитку власних бізнесів. Адже культурний продукт, що виробляється аудіовізуальною індустрією (кіно, серіали, анімація), розрахований на широку аудиторію, й таке партнерство (наприклад, у вигляді спонсорства, брендування, продакт-плейсменту, створення спільних кросс-медійних проєктів тощо) надає доступ до неї.

Можна виокремити наступні сегменти цільової аудиторії:

- українські та іноземні бренди, зацікавлені у різних видах спонсорських проявів в аудіовізуальному контенті;
- меценати;
- digital-проєкти;
- профільні та інші ЗМІ, та їхні читачі й глядачі.

Директор Удуп К. В

- консалтингові та аналітичні компанії
Аудиторія офіційної сторінки KMW на Facebook складає понад 5 тис. 300 осіб. Аудиторія профільних та загальноукраїнських ЗМІ, з якими постійно співпрацює KMW: MBR (Media Business Reports) – ключовий майданчик трансляції навколосвітнього марафону KMW: Global Marathon та видання, що забезпечуватиме значну частину аналітичних матеріалів проєкту, – загальна кількість переглядів публікацій на місяць: 73 200 осіб; загальна кількість відвідувачів на місяць: 36 500 осіб , VLG Cinema – тираж видання 77 500 одиниць, «Ліга» – в середньому 8 770 000 користувачів/місяць.
Аудиторія профільних закордонних ЗМІ, з якими постійно співпрацює KMW: C21 Media – в середньому 101 000 користувачів/місяць, K7 Media – в середньому 75000 користувачів/місяць. Звісно, не можна стверджувати, що абсолютно всі читачі видань прочитають матеріали про KMW. Проте навіть маленька частка їхньої сукупної аудиторії, що зацікавиться цими матеріалами й стане таким чином опосередкованої аудиторією проєкту, – наприклад, 5% – це близько 452 290 осіб.
KMW постійно працює над розширенням своєї аудиторії – зокрема, шляхом налагодження партнерських зв'язків з організаціями та брендами різних видів діяльності. Так, 2019 року партнерами KMW стали понад 40 українських та міжнародних організацій та брендів. А саме: Державне агентство України з питань кіно, Представництво ЄС в Україні, MIPCOM, NATPE, Одеський міжнародний кінофестиваль, Cannes Corporate Media & TV Awards, FILM.UA GROUP, ТРК «Україна», DW Academie, K7 Media, C21 Media, The Wit, CEE|TV, SES, Prensario International, TV Bizz, Senal International, Filmteractive, UA|TV, «Еспресо TV», «Фокус», «Ліга», «Кіно-театр. UA», Mediasat, «Детектор Media», Media Business Reports, VGL, «Букви», Yakabco, Videoplugger, Reklamaster, Sunrise Film, Patriot Rental, Tak Treba Production, Futbolka.ua, teXtrade, Hyatt Regency, KiyAvia, Wine of Moldova, Finlandia, Jack Daniel`s, LG.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?
Діяльність KMW спрямована на те, аби сприяти професійному розвитку фахівців індустрії та таким чином допомагати їм створювати український культурний продукт високої якості та різної направленості – включаючи, зокрема, як проєкти, розраховані на масову українську аудиторію, та і нішеві проєкти з міжнародним фестивальним та іміджевим потенціалом. Аби максимально повно задовольнити потреби фахівців індустрії, щоразу на KYIV MEDIA WEEK проводиться опитування учасників з метою вивчення їхніх професійних пріоритетів та очікувань від форуму. Також власний аналітичний відділ MRM протягом року проводить системний моніторинг найактуальніших українських і світових тем і трендів аудіовізуальної індустрії. Крім того, члени команди MRM беруть участь у провідних світових

Директор Удут Я. В

профільних подіях – таких, як MIPCOM, European Film Market at Berlinale, Marché du Film at Cannes Film Festival, Toronto International Film Festival Industry Centre, Beijing International Film Market, FOCUS London тощо – де також збирають аналітичну інформацію, а також дані про потреби й очікування потенційних закордонних партнерів українських кінематографістів.
Додатково спеціально для KMW: Global Marathon буде проведено дослідження на тему «Актуальні проблеми та потреби української аудіовізуальної індустрії», які будуть використані для фіналізації питань форуму та для формування документу про результати та дослідження форуму.

У який спосіб кінцеві результати проекту будуть задовольняти (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної(-их) аудиторій?
Наразі через пандемію COVID-19 сфера культури, креативних індустрій й, зокрема, аудіовізуального сектору опинилася у стані кризи – економічної та світоглядної. Через призупинення на невизначений термін знімального процесу, закриття кінотеатрів, перенесення або відмову від проведення навесні та влітку 2020 року кінофестивалів й інших профільних подій, представники індустрії опинилися у стані скрути та розгубленості. В цих умовах зрозумілою є необхідність перегляду стратегій своєї роботи в умовах, пошук свіжих форматів своєї діяльності та нових партнерів – локальних і міжнародних. Й саме на вирішення цих питань, в першу чергу, буде спрямована концепція тематичного наповнення навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon, ключовим майданчиком трансляції якого стане український інформаційно-аналітичний інтернет-ресурс про аудіовізуальну індустрію та медіабізнес Media Business Reports (MBR; mbr.com.ua). Завдяки підтримці УКФ, долучитися до івенту можна буде безкоштовно: аби приєднатися до KMW: Global Marathon, потрібно буде лише заповнити реєстраційну форму онлайн, після чого на електронну пошту зареєстрованим учасникам надійде посилання на трансляцію події. Безкоштовний формат події є надзвичайно важливим та суспільно цінним за умов економічної кризи В межах проєкту KMW: Global Marathon будуть проведені різноманітні профільні дослідження, результати яких буде презентовано протягом онлайн-марафону, а згодом також – у форматі комплексної добірки аналітичних матеріалів запланованим обсягом 150-200 сторінок. А саме: всеукраїнське соціологічне дослідження на тему «Як змінилися глядацькі настрої українців через пандемію COVID-19», аналітичний огляд на тему «Тренди теледивлення в Україні», онлайн-опитування на тему «Актуальні проблеми та потреби української аудіовізуальної індустрії», аналітичний огляд «Вішліст українських

Директор Гдуп К. В

мовників», аналітичні огляди (ключові події, кейси, цифри) щодо актуального стану аудіовізуальної індустрії в різних регіонах світу – країнах Центральної та Східної Європи, Західної Європи та Великобританії, США та Канади, Латинської Америки, Азії.
Результати проєкту KMW: Global Marathon – це поява завдяки йому нових можливостей для вдалого ведення бізнесу всередині країни, зростання рівня конкурентоспроможності української аудіовізуальної індустрії, кількості та якості українського аудіовізуального продукту та позитивного іміджу України у світі. Оскільки ключовою аудиторією проєкту є професіонали аудіовізуальної індустрії – власне, творці культурного продукту, – то їхні інтереси буде задоволено завдяки надання їм можливостей для отримання максимально точної та комплексної інформації щодо актуального стану галузі (локальної та глобальної). Це допоможе представникам цільової аудиторії проєкту у формуванні нових коротко- й довгострокових стратегій за умов реальності, що зазнала масштабних змін та вимагає свіжих підходів до творчості й бізнес-діяльності та сприятиме кращому налагодженню міжнародного співробітництва, яке наразі є одним з пріоритетів для України. А насичена програма KMW: Global Marathon задовольнить їхні потреби у культурному обміні та підвищенні професійного рівня.

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).
- Міністерство культури, молоді та спорту України;
- Державне агентство України з питань кіно;
- Асоціація «Українська Кіно-Асоціація»;
- Асоціація кіноіндустрії України;
- Інші профільні асоціації у сфері ТБ та кіно;
- Український інститут;
- Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення;
- Індустріальний телевізійний комітет;
- ГО «Ініціатива «Чисте небо»;
- Представництво Європейського Союзу в Україні;
- USAID - Агентство США з міжнародного розвитку;
- UCBI – Українська ініціатива зміцнення громадської довіри (проєкт USAID);
- Одеський міжнародний кінофестиваль;
- Київський міжнародний кінофестиваль «Молодість»;
- Регіональні кіноосмісії України.

Директор Ідуп Т.В

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.
Проєкт KMW: Global Marathon реалізується з дотриманням усіх загальносуспільних цінностей, таких як свобода слова, формування в Україні спільних цінностей громадянського суспільства, сприяння міжкультурному діалогу та підтримка культурного розмаїття, забезпечення рівного доступу до культурних ресурсів та рівних можливостей для особистісного розвитку та самореалізації для всіх громадян та спільнот, незалежно від культурних, мовних, етнічних, регіональних, соціальних, гендерних та інших особливостей чи розбіжностей. Комплексно стимулюючи розвиток виробництва та розповсюдження якісного українського аудіовізуального продукту, створеного на цих засадах, – художніх та документальних фільмів, телесеріалів, крос-медійних проєктів тощо – KMW: Global Marathon сприяє реалізації культурної політики держави, формуванню та донесенню до громадськості суспільно важливих сенсів і цінностей.
Завдяки KMW: Global Marathon представники української аудіовізуальної галузі та їхні закордонні колеги, зацікавлені у співпраці з нашою державою, отримають адекватні дані для формування нових ефективних коротко- та довгострокових стратегій своєї роботи та співпраці, що в свою чергу сприятиме відновленню й подальшому сталому розвитку української аудіовізуальної індустрії. Зокрема – шляхом стимулювання розвитку міжнародної копродукції з Україною. Із нещодавнім запровадженням в нашій державі системи кеш-рібейтів, це питання набуває ще більшої актуальності як на рівні стратегічних інтересів країни, так і на суспільному рівні, адже із закінченням пандемії COVID-19 та відновленням нормальної роботи аудіовізуальної індустрії збільшення копродукційних проєктів сприятиме зростанню кількості робочих місць та появі нових можливостей для професійного розвитку для фахівців української аудіовізуальної індустрії.
Враховуючи зазначені вище моменти, можна сказати, що проєкт KMW: Global Marathon є дуже цінним для українського суспільства, оскільки через культурний продукт впливає на процеси формування системи об'єднуючих сенсів і цінностей української нації та громадської думки з суспільно важливих питань.

Зазначте якісні та кількісні показники короткострокових результатів проекту відповідно до описаних вище цілей та завдань (не менше двох показників для кожного завдання).
Ціль 1. Завдання проєкту 1:
- організація та проведення 1 навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon із залученням щонайменше 1500 глядачів-учасників

Директор Удуп К.В

- організація і проведення 1 всеукраїнського соціологічного дослідження з робочою темою «Як змінилися глядацькі настрої українців через пандемію COVID-19»;
- розробка та реалізація найменше 3 експертних досліджень актуального стану різних аспектів української аудіовізуальної індустрії;
- організація та проведення 1 тематичного блоку «Україна» в межах навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon та підготовка 1 тематичного блоку «Україна» комплексного аналітичного огляду актуального стану світової аудіовізуальної індустрії, в яких будуть презентовані широкому загалу результати згаданих вище досліджень;
- поглиблення розуміння українськими фахівцями індустрії актуальних потреб українського аудіовізуального ринку;
- поліпшення здатності українських фахівців аудіовізуальної індустрії ефективно адаптувати свою роботу до нових потреб українського ринку, що виникли внаслідок пандемії COVID-19.

Ціль 1. Завдання проєкту 2:
- щонайменше 6 експертних досліджень і аналітичних оглядів актуального стану аудіовізуальної індустрії у різних регіонах світу, з якими в той чи інший спосіб (копродукція, продажі контенту, освітні проєкти тощо) співпрацює Україна;
- організація та проведення щонайменше 6 відповідних згаданим вище регіональним дослідженням і оглядам тематичних блоків у межах навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon та підготовка відповідної кількості тематичних блоків комплексного аналітичного огляду актуального стану світової аудіовізуальної індустрії, в яких будуть презентовані широкому загалу результати згаданих вище досліджень;
- покращення рівня розуміння українськими фахівцями актуальних контент-потреб закордонних телеканалів, дистрибуторів і виробників контенту, з якими вони співпрацюють чи потенційно можуть співпрацювати;
- поліпшення здатності українських фахівців аудіовізуальної індустрії ефективно адаптувати свою роботу до нових потреб міжнародного ринку, що виникли внаслідок пандемії COVID-19.

Ціль 2. Завдання проєкту 1:
- виступи в межах KMW: Global Marathon щонайменше 25 міжнародних спікерів-експертів і щонайменше 5 всесвітньо відомих зіркових гостей (акторів, режисерів, продюсерів тощо), що поділяться своїм професійним досвідом;
- підготовка та публікація у вільному доступі 1 комплексного аналітичного звіту запланованим обсягом 150-200 сторінок за результатами KMW: Global Marathon, який надаватиме ключову інформацію щодо актуального стану української та світової аудіовізуальної індустрії й тенденцій її розвитку,

Директор Удуп Н.В

котра допоможе фахівцям галузі працювати ефективніше;
- покращення рівня обізнаності українських фахівців аудіовізуальної індустрії щодо світового досвіду та кейсів подолання проблем галузі, спричинених наслідками пандемії COVID-19;
- поглиблення розуміння українськими фахівцями аудіовізуальної індустрії актуальних трендів потреб українського й міжнародного контент-ринків.
Ціль 2. Завдання проєкту 2:
- висвітлення KMW: Global Marathon у щонайменше 3 закордонних ЗМІ;
- вихід публікації про KMW: Global Marathon у закордонних ЗМІ у кількості не меншій за 9;
- залученість до навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon закордонних глядачів у кількості близько 300;
- покращення рівня знань потенційних закордонних партнерів про специфіку української аудіовізуальної індустрії (зокрема – про нову українську систему кеш-рібейтів);
- збільшення загального рівня обізнаності про Україну та її аудіовізуальну індустрію через розширення географії KMW на весь світ, що стане можливим завдяки онлайн-формату події;
- поліпшення іміджу українського та створеного в копродукції з Україною контенту як конкурентоспроможного продукту завдяки знайомству потенційних зарубіжних партнерів – учасників KMW: Global Marathon – з успішними кейсами таких проєктів, наведеними в тематичному блоці «Україна» онлайн-марафону.

Зазначте якісні та кількісні показники для довгострокових результатів проекту відповідно до описаних вище завдань (не менше двох показників для кожного завдання).
Ціль 1. Завдання проекту 1
- проведення щонайменше 5 аналогічних блоків аналітичних досліджень протягом 5 наступних років й презентація їхніх результатів на наступних щорічних KMW з метою формування у фахівців української аудіовізуальної індустрії комплексного бачення динаміки розвитку галузі;
- підготовка та оприлюднення щонайменше 5 комплексних аналітичних постфактум-оглядів за результатами досліджень для майбутніх щорічних KMW протягом 5 наступних років з метою консолідації й систематизації аналітичної й статистичної інформації про ключові показники української аудіовізуальної індустрії;
- покращення якості та зростання конкурентоспроможності вітчизняного аудіовізуального продукту;
- поліпшення рівня відповідності українського аудіовізуального контенту реальним культурним потребам аудиторії.

Директор Удут К.В

Ціль 1. Завдання проекту 2
- збільшення протягом кількох років числа закордонних учасників наступних щорічних форумів KMW до 1000 осіб;
- збільшення протягом кількох років числа країн-учасниць наступних щорічних форумів KMW до 50;
- збільшення обсягу міжнародної копродукції за участі української сторони;
- ширше залучення українських спеціалістів до копродакшн-проєктів та збільшення ролі й ваги української сторони у реалізації проєктів у копродукції (від надання послуг на замовлення до рівноправного продюсування).
Ціль 2. Завдання проекту 1
- залученість до наступних щорічних KMW щонайменше 80 українських спікерів-експертів щорічно протягом 5 років;
- представлення у програмі наступних щорічних KMW щонайменше 8 українських успішних кейсів кіно- й телеконтенту щорічно протягом 5 років.
- зростання професійних компетенцій українських фахівців аудіовізуальної індустрії та, відповідно, поліпшення якості та кількості українського аудіовізуального культурного продукту;
- збільшення річних обсягів продажу українського аудіовізуального контенту.
Ціль 2. Завдання проекту 2
- поглиблення та інтенсифікація культурного діалогу між Україною та державами-учасницями KMW, що сприятиме підписанню щонайменше 7 міждержавних угод про копродукцію;
- зростання позитивного міжнародного іміджу України як країни-виробника якісного аудіовізуального контенту;
- розширення географії країн і регіонів, з якими Україна на рівні співпрацює з питань аудіовізуального контенту.
- зростання числа закордонних медіапартнерів KMW щонайменше до 7;
- збільшення обсягу міжнародної копродукції за участі української сторони;
- зростання кількості українських продакшн-компаній, що на практиці реалізували свою зацікавленість у наданні послуг субпідряду іноземним кіновиробникам: локації, кастинг, зйомки, візуальні ефекти, пост-продакшн відео та звуку.

Директор Удуп К.В

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

Існує часовий ризик, з яким безпосередньо пов'язана співпраця з усіма підрядниками. Згідно з доведеним Міністерством фінансів та затвердженим Міністерством культури та інформаційної політики помісячним планом асигнувань на 2020 рік для УКФ, фінансування проєкту KMW: Global Marathon здійснюватиметься за наступною схемою: 10% - у червні; 18% - у серпні; 19% - у жовтні; 53% - листопаді-грудні. У такому випадку є ймовірність, що послуги окремих зовнішніх підрядників не будуть оплачені завчасно. Вирішення цієї ситуації ми бачимо у погодженні та включенні у договори з підрядниками пункту про можливість відтермінування оплати послуг.

Також існує ризик виникнення технічних проблем із забезпеченням безперебійної трансляції навколосвітнього онлайн-марафону. Шлях подолання цього ризику ми вбачаємо у попередньому доопрацюванні, модернізації та тестуванні технічних можливостей ключового майданчику трансляції онлайн-марафону – сайту Media Business Reports (MBR; mbr.com.ua), – що необхідні для успішної трансляції онлайн-марафону; ретельній підготовці та тестуванні роботи студії, звідки вестиметься трансляція; попередньому докладному консультуванні закордонних учасників онлайн-марафону щодо усіх технічних особливостей трансляції. Варто особливо підкреслити, що якісне технічне забезпечення трансляції, розробка, модернізація й тестування якого закладено в бюджет проєкту, є надзвичайно важливим для успішної реалізації KMW: Global Marathon.

Ще один ризик – людський фактор. По-перше відомі та визнані іноземні експерти аудіовізуальної індустрії є затребуваними на міжнародному ринку, тож можуть змінити свій робочий графік і запланувати на день проведення онлайн-марафону KMW: Global Marathon реалізацію власних проєктів, участь у інших заходах та зйомки. По-друге, у випадку непередбачених змін у власних робочих графіках іноземні експерти не зможуть взяти участь у проєкті. По-третє, форс-мажор – хвороби та виникнення непередбачуваних ситуацій особистого характеру. У випадках, пов'язаних з людським фактором, проєктна команда планує оперативно знайти рівнозначну заміну: запросити колег попередньо затверджених іноземних експертів за рекомендаціями останніх, долучити до проєкту гостей-експертів з бази іноземних партнерів та клієнтів KMW, скористатися неформальними каналами комунікації та запросити експертів з близького сточення організаторів.

Директор Гудуп Н.В

Також внутрішнім ризиком – особливо за умов поширеності коронавірусу COVID-19 – є вірогідність хвороби одного або декількох членів команди проєкту. Наразі, усі члени команди проєкту ретельно дотримуються рекомендації МОЗ та ВООЗ щодо особистої безпеки. Проте, ризик хвороби чи непереборних особистих обставин, що не дозволять члену або декільком членам команди виконувати свої робочі обов'язки завжди існуватиме. Тож у компанії MRM на подібні випадки є завчасно розроблений план перерозподілення обов'язків між членами команди, що дозволяє реалізувати проєкт в повному обсязі, незалежно від подібних обставин.

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

Серед зовнішніх ризик в проєкту можна зазначити пандемію COVID-19, яка підвищує ймовірність того, що хтось з учасників навколосвітнього онлайн-марафону може виявитися неспроможним взяти участь у події через стан здоров'я. Шлях подолання цього ризику ми вбачаємо у заздалегідь підготовленому списку міжнародних експертів, які у разі виникнення такої ситуації зможуть оперативно приєднатися до події та стати рівноцінною заміною.

Також серед зовнішніх ризиків ми розглядаємо технічні проблеми, які могли б вплинути на якість і безперервність трансляції, наприклад, вимкнення електропостачання чи проблеми з інтернетом у когось з учасників навколосвітнього марафону. Шлях мінімізації цих ризиків ми бачимо у забезпеченні київської студії трансляції події альтернативними джерелами струму та наявності на майданчику можливості підключитися до більше ніж одного інтернет-провайдера. Такі саме заходи ми рекомендуватимемо застосувати усім учасникам навколосвітнього онлайн-марафону в різних країнах.

Також спричинити негативний вплив можуть непередбачувані значущі суспільно-політичні чи економічні зміни в Україні чи інших країнах-учасницях онлайн-марафону (наприклад, масові суспільні заворушення). Звісно, зовнішні ризики подібного державного масштабу підпадають під визначення форс-мажорів, тож повністю передбачити та унеможливити їхній негативний вплив не є реальним. Проте, шляхи мінімізації впливу подібних ризиків ми вбачаємо у репутаційній підтримці діяльності KMW: Global Marathon з боку профільних державних установ (зокрема, Державне агентство України з питань кіно, УКФ), а також у власній репутаційній вазі, яку форум і компанія MRM напрацювали за багато років своєї роботи, адже навіть у найскладніші для України роки, коли почалася військова операція, спричинена діями держави-агресора, форум KMW все одно відбувся й зміг залучити міжнародних учасників.

Директор Чудун К.В

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Для ефективної реалізації KMW: Global Marathon на усіх його етапах будуть здійснюватися спеціальні заходи для планування, моніторингу та контролю за результатами (поточними та кінцевими, короткс- та довгостроковими) та виконанням кількісних та якісних завдань проєкту. До таких заходів можна віднести:

В період підготовки та при запуску KMW: Global Marathon, в процесі реалізації:

- Розподіл обов'язків по реалізації проєкту на усіх його етапах між командою KMW, визначення кількісних та якісних цілей для кожного проміжного періоду, моніторинг їх досягнення в усній та письмовій формі у кінці кожного проміжного періоду (зазвичай – тиждень). Відповідальна особа – координатор KMW: Global Marathon.
- Систематичні збори команди KMW: Global Marathon на чолі з його координатором для обговорення поточного стану речей в рамках проєкту. Мета – підведення підсумків роботи над проєктом за минулий період та планування роботи на наступний (мінімум – тиждень). Предмет обговорення: важливі інсайти, отримані під час ділових зустрічей, а також на провідних українських та міжнародних ресурсах про аудіовізуальну індустрію для відбору найактуальніших тем та потенційних спікерів для KMW: Global Marathon; результати переговорів, що були проведені з потенційними партнерами та спікерами KMW: Global Marathon; формування переліку інфоприводів, які слід висвітлити в рамках промо-кампанії проєкту в поточному періоді, ефективність промо-кампанії минулого тижня (аналіз кількості отримувачів розсилок, читачів новин на офіційному сайті, Facebook-сторінці KMW з допомогою сервісів наприклад як Google Analytics); активність реєстрацій учасників на KMW: Global Marathon (кількість та географія), відповідне корегування промо-кампанії проєкту, тощо.

Після проведення KMW: Global Marathon:

- моніторинг та збір усіх публікацій про івент у ЗМІ та на партнерських ресурсах; підрахунок кількості учасників за допомогою електронної системи їх реєстрації, аналіз географії та виду діяльності кожної компанії, тощо.

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:

- KMW – це більше, ніж щорічний медіафорум. Це – комплекс заходів: низка взаємопов'язаних профільних подій і активностей, спрямованих на всебічний розвиток української аудіовізуальної індустрії. Цьогоріч KMW

Директор Удуне К.В

відбувається вже вдесяте, проте через наслідки пандемії COVID-19 форум неможливо реалізувати у традиційному офлайн-режимі. Проте, ми маємо ефективне антикризове рішення – проєкт KMW: Global Marathon, що дозволяє реалізовувати головну місію та безперервність KYIV MEDIA WEEK.
– KMW: Global Marathon – безпрецедентний захід у форматі навколосвітнього онлайн-марафону.
– Програма KMW: Global Marathon охоплює Україну та всі ключові світові регіони аудіовізуальної індустрії: Центральну та Східну Європу, Західну Європу та Великобританію, США та Канаду, Азію, Латинську Америку.
– Завдяки своєму унікальному формату KMW: Global Marathon дозволить своїм учасникам сформувати максимально повне й точне уявлення про актуальний стан аудіовізуальної індустрії – як у світі загалом, так і по окремим регіонам.
– Презентація результатів даних експертних досліджень і оглядів в межах навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon надасть українським гравцям медіаринку та творчій культурній спільноті краще розуміння актуальних процесів і трендів аудіовізуальної індустрії та допоможе у формуванні ефективних антикризових стратегій і налагодженні нових партнерських зв'язків.
- Участь у KMW: Global Marathon є безкоштовною. Аби долучитися до KMW: Global Marathon, потрібно буде лише заповнити реєстраційну форму онлайн, після чого на електронну пошту зареєстрованим учасникам надійде посилання на трансляцію події. Безкоштовний формат події є надзвичайно важливим та суспільно цінним за умов економічної кризи.
- Наразі представники аудіовізуальної індустрії, яка особливо постраждала від наслідків пандемії – через зупинку знімального процесу, закриття кінотеатрів, зменшення купівельної спроможності глядачів та зміну паттернів їхньої поведінки тощо – опинилися у стані скрути та розгубленності. Вони розуміють необхідності довгострокового концептуального перегляду стратегій своєї роботи в умовах, що склалися, пошуку свіжих форматів своєї діяльності та нових партнерів – локальних і міжнародних. Й саме на вирішення цих питань, в першу чергу, буде спрямована концепція тематичного наповнення KMW: Global Marathon.
– Іноземні експерти KMW: Global Marathon – визнані у світі експерти-практики, здатні поділитися корисним досвідом з різних сфер аудіовізуальної індустрії та суміжних галузей;
– Україна – країна з конкурентоздатною аудіовізуальною індустрією, яка має що запропонувати світові, відкрита для співробітництва та здатна забезпечити сприятливі умови для копродукції та інших видів міжнародного партнерства.
– Десятий міжнародний медіафорум консолідує усе найважливіше у галузі

Директор Удуне Н.В

медіабізнесу та креативних індустрій. Це – важливий майданчик для професіоналів аудіовізуального сектору та всіх, хто цікавиться проблемами сучасної українськсї та міжнародної контент-індустрії.
- Виступи на KMW: Global Marathon іноземних експертів за різними напрямками кіно- та аудіовізуального виробництва – це можливість отримати вичерпну та важливу інформацію від визнаних у всьому світі експертів індустрії.
- Міжнародна співпраця з Україною: переваги, можливості і перспективи (у контексті прийняття важливих законів). Імідж України як партнера для міжнародного співробітництва.
- KMW – майданчик для предметного діалогу між представниками української кіно- та ТВ- спільноти (продюсерами, режисерами, акторами, сценаристами, тощо.) Актуалізація та пошук шляхів вирішення актуальних питань галузі.
- Міжнародний успіх українських проєктів та проєктів реалізованих у копродукції з Україною – можливості для розвитку національної кіноіндустрії, промоція української кіноіндустрії та національних продакшенів на міжнародному ринку.
- Пошук нових можливостей для міжнародної співпраці та додаткових джерел фінансування аудіовізуального виробництва.
- Передовий досвід спікерів – провідних експертів із локального та міжнародного аудіовізуального виробництва.
- Залучення іноземних кінсвиробників до співробітництва та можливість дізнатися про передовий світовий досвід, успіхи в прокаті та дистрибуції.
- Використання новітніх технологій у виробництві аудіовізуального продукту.
- Аналітика світових трендів створення, поширення й споживання аудіовізуального продукту.

Спікери:
Генеральний директор FILM UA Group, виконавчий директор Асоціації «Українська Кіно-Асоціація», Вікторія Ярмощук.
Співзасновниця світової аналітичної компанії The WIT (Швейцарія) Вірджинія Муслер.
Головний редактор профільного видання C21 Media (Великобританія) Ед Воллер.
Менеджер з комунікацій профільного видання K7 Media (Великобританія) Девід Чіарамелла.
Президент міжнародної дистрибуторської компанії Small World IFT (США) Тім Кресценті.
Виконавчий директор компанії Ampere Analysis (Великобританія) Гай Біссон

Директор Зуєнко Н.В

Старший віцепрезидент компанії. CEETV (Болгарія) Станіслав Кімчев
Директор з міжнародних відносин видання Prensarion Internacional (Аргентина) Фабрісіо Феррара

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?
Мета комунікаційної кампанії: досягнення найбільшої ефективності проєкту, інформування та залучення в проєкт професійної аудиторії зі сфери аудіовізуальної індустрії, а також дотичних галузей.
Строки проведення комунікаційної кампанії: старт орієнтовно 1 липня 2020 р., завершення – не раніше 20 жовтня 2020 р.
Етапи комунікаційної кампанії:
1. Підготовка та проведення проєкту: анонсування проєкту, тематики, учасників та спікерів: інформаційний супровід безпосереднього під час проведення проєкту;
2. Підведення підсумків, закріплення результатів.
3. Розповсюдження розгорнутого (запланований обсяг – 150-200 сторінок) комплексного аналітичного постфактум-огляду за результатами досліджень, підготовлених до KMW: Global Marathon

Цільова аудиторія проекту:
Географія: Україна, країни західної та східної Європи, СНД, США тощо
Демографія: 18-45; Ч 50% / Ж 50%; достаток – від середнього до високого
Сегментація:
- Головною цільовою аудиторією проєкту є українські та закордонні фахівці аудіовізуальної індустрії та медіабізнесу, а саме: українські та іноземні фахівці, задіяні у виробництві, просуванні та дистрибуції кіно- та теле- та digital-контенту; топ-менеджери медіа-компаній, зацікавлені у стратегічному міжнародному партнерстві; фахівці ринку медіареклами; члени державних органів та громадських організацій; студенти профільних вузів (кіно, телебачення).
- Додатковою, але не менш важливою аудиторією є представники сугутніх сфер: українські та іноземні бренди, зацікавлені у різних видах спонсорських проявів в аудіовізуальному контенті; меценати; digital-проєкти; профільні ЗМІ та їхні читачі та глядачі.

Методи комунікації:
1. Відеоконтент (проморолики за участю спікерів та учасників KMW), для розміщення на власних ресурсах та для поширення у соціальних мережах, на YouTube тощо.

Директор Удуне Н.В

2. Прес-анонси та прес-релізи із подальшим їх поширенням на власних та партнерських ресурсах.
3. Промокампанії в соціальних мережах.
4. Оригінальні публікації та огляди за тематикою KMW: Global Marathon та їх поширення на власних та партнерських ресурсах.
5. Оригінальні інтерв'ю з провідними спікерами KMW: Global Marathon та їх поширення на власних та партнерських ресурсах.
6. Оригінальні інтерв'ю з організаторами та партнерами KMW: Global Marathon та їх поширення на власних та партнерських ресурсах.
7. Участь уповноважених представників організатора KMW – компанії Media Resources Management – у галузевих заходах (онлайн та, за можливості, офлайн) в Україні та світі з метою поширення інформації про проєкт та залучення нової аудиторії.

Канали комунікації:
- Офіційний сайт організатора – www.mrm.ua
- Офіційний сайт проєкту – kyivmediaweek2020.com
- Ключовий майданчик трансляції навколосвітнього онлайн-марафону KMW: Global Marathon – mbr.com.ua
- Сторінки проєкту в соціальних мережах – Facebook, Instagram
- Сторінка події проєкту в Facebook
- Email-розсилки по власній базі контактів
- Email-розсилки по базі українських та закордонних ЗМІ.
- Поширення прес-анонсів та прес-релізів через агентство УКРІНФОРМ для подальшого поширення через електронні ЗМІ.
- Офіційні сайти та соціальні мережі партнерів проєкту
- Профільна українська преса
- Бізнес-видання
- Українські та закордонні медіа-партнери
- Лідери думок: українські та закордонні професіонали медіа-індустрії, продюсери, кінематографісти, блогери

Яким чином проєкт доповнюватиме комунікаційну стратегію Українського культурного фонду:
- Під час проведення проєкту використовується логотип УКФ згідно гравил брендбука;
- Згадування підтримки УКФ у комунікаційній кампанії;
- Підготовка інформаційних матеріалів для розміщення на ресурсах УКФ.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?
Проєкт буде висвітлювати щонайменше 15 українських та міжнародних ЗМІ.

Директор Гудуп Н.В

Перелік ЗМІ з якими вже досягнуто попередніх домовленостей наведено нижче.

Українські ЗМІ:

1. Телеканал «Україна» – провідний національний телеканал країни. За підсумками 2019 року «Україна» впевнено утримує першість серед українських каналів за основними аудиторіями. За аудиторією 18-54 (50 тис. +)* середня частка (shr,%) каналу «Україна» у 2019 році становила 11 %, рейтинг (rat, %) – 1,37%. За аудиторією 18+ (50 тис.+)**: частка – 15,59%, рейтинг – 2,56%. За аудиторією 4+ (Вся Україна)***: частка – 14,82%, рейтинг – 2,32%. Загальне покриття телеканалу «Україна» на червень 2018 становить 96,06% всіх домогосподарств України.

2. Liga.net – діловий новинний портал, який є ключовим проєктом Медіа-холдингу Лігамедіа та частиною Групи компаній "ЛІГА". Портал зорієнтований на широку аудиторію (чоловіки 90 %, жінки – 10 %, що цікавиться діловою та суспільно-політичною інформацією. Працює в рамках чинного законодавства України та принципів журналістської етики. Нижче зазначені показники відвідування ресурсу:

- загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 17 210 000 осіб/ 206 520 000 на рік;
- загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 8 770 000 осіб / 105 240 000 на рік;
- загальна кількість підписників у соціальних мережах – 617 258 осіб (Facebook – 270 616 особи, Telegram – 5 575 читачів, Twitter – 335 207 читачів, Youtube – 5 860).

3. Delo.ua – – це ресурс з актуальними новинами, якісною і корисною для ділових людей
інформацією. Ексклюзивні репортажі про те, що відбувається в світі бізнесу, найбільш значущі події української та світової політики і економіки, інтерв'ю з відомими професіоналами, експертами та представниками влади, а також багато іншого унікальною і необхідної діловій людині інформації та корисних сервісів. Цільова аудиторія ресурсу, чоловіки 77 %, жінки – 23 %. Нижче зазначені показники відвідування ресурсу:
- загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 4 093 270 осіб/ 49 119 240 на рік;
- загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 2 510 933 осіб / 30 131 196 на рік;
- загальна кількість підписників у соціальних мережах – 70 167 осіб (Facebook – 49 179 особи, Telegram – 3788 читачів, Twitter – 17 200 читачів).

Директор Удут Н.В

4. Detector Media — українське інтернет-видання про медіа. Цільова аудиторія ресурсу, чоловіки 57 %, жінки – 43%. Нижче зазначені показники відвідування ресурсу:
• загальна кількість переглядів публікацій на місяць – 936 000 осіб;
• загальна кількість відвідувачів на місяць – 581 тис., осіб;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 25 317 осіб (Facebook – 23 042 особи, Telegram – 845 читачів, Twitter – 1430 читачів).

5. Media Business Reports (MBR) – інформаційно-аналітичне видання про медіабізнес та аудіовізуальну індустрію.
• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 28 100 осіб/ 337 200 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць/рік – 7020 осіб / 84 240 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальній мережі Facebook – 6 577 осіб включно з суббрендом «Медіаняня».

6. VGL Cinema – Український журнал про кіно і телебачення. Нижче зазначені показники відвідування ресурсу:

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 6 600 осіб/ 79 200 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 1 660 осіб / 19 920 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 1 454 осіб (Facebook – 1 378 осіб, Instagram – 76).

7. Focus.ua – щотижневий український російськомовний соціально-політичний журнал і щоденний новинний інтернет-ресурс. Цільова аудиторія ресурсу, чоловіки 70 %, жінки – 30%. Нижче зазначені показники відвідування ресурсу:

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 226 000 осіб/ 2 712 000 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 56 400 осіб / 676 800 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 82 832 осіби (Facebook – 63 900, Telegram – 748, Twitter – 18184).

8. Mediasat.info – Спеціалізоване інформаційно-аналітичне інтернет-видання про телебачення (супутникове, кабельне, ефірне, IPTV), радіомовлення і телекомунікації. Цільова аудиторія ресурсу, чоловіки 70 %,

Директор Удуп Н.В

жінки – 30%. Нижче зазначені показники відвідування ресурсу:

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 144 000 осіб/ 1 728 000 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 103 000 осіб / 1 236 000 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 10 566 осіб (Facebook – 9 327, Telegram – 748, Twitter – 491).

9. Kino-teatr.ua – найбільший кінопортал України. Сайт з'явився у 2000 року як блог про кіноіндустрію російською мовою. У жовтні 2008 року сайт зазнав редизайну разом з яким також з'явився український інтерфейс. Шеф-редактор порталу «Кіно-театр.ua» — Олексій Першко. Він входить до складу прокатної комісії Держкіно та Українського Оскарівського Комітету. У минулому був членом журі другого Одеського міжнародного кінофестивалю та членом журі української панорами кінофестивалю Молодість у 2008—2009 роках. Цільова аудиторія ресурсу, чоловіки 73 %, жінки – 27%. Нижче зазначені показники відвідування ресурсу:

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 511 000 осіб/ 6 132 000 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 128 000 осіб / 1 536 000 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 9 704 осіб (Facebook – 8134, Twitter – 320, Youtube 1250).

10. Espreso TV – приватний український телеканал, створений у листопаді 2013 року. Цільова аудиторія ресурсу, чоловіки 40 %, жінки – 60 %. Нижче зазначені показники відвідування ресурсу:

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 399 000 осіб/ 4 788 000 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 99 700 осіб / 1 196 400 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 578 617 осіб (Facebook – 178 280 особи, Telegram – 2 288 читачів, Twitter – 107 049 читачів, Youtube – 291 000).

11. Букви – суспільно-політичне та економічне інтернет-видання в Україні, публікується українською та російською мовами. Цільова аудиторія ресурсу, чоловіки 62 %, жінки – 38 %. Нижче зазначені показники відвідування ресурсу:

Директор Удут К.В

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 4 022 786 осіб/ 48 273 432 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 1 735 979 осіб / 20 831 748 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 62 868 осіб (Facebook – 42 903, Telegram – 3 226, Twitter – 3 439 читачів, Instagram – 13 300).

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 473 000 осіб/ 5 675 000 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 357 000 осіб / 4 284 000 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 56 852 осіб (Facebook – 39 194, Telegram – 404, Instagram – 1 056, Youtube 16 200).

12. creativity.ua Креативний дайджест,офіційний ресурс Представництва міжнародного фестивалю креативності Cannes Lions в Україні. Цільова аудиторія ресурсу, чоловіки 40 %, жінки – 60 %. Нижче зазначені показники відвідування ресурсу:

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 41 300 осіб/ 495 000 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 10 400 осіб / 124 800 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 13 755 осіб (Facebook – 12 185, Telegram – 320, Youtube – 1250).

Міжнародні медіа-партнери:

1. C21Media – міжнародна видавнича компанія та бізнес платформа на цифрових каналах.

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 212 000 осіб/ 2 544 000 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 101 000 осіб / 1 212 000 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 14 689 осіб (Facebook – 689, Twitter – 14 000).

Директор Чудун К.В

2. CEETV – найбільша професійне платформа у сфері телебачення в Центральній та Східній Європі.

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 5 880 осіб/ 70 560 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 1 470 осіб / 17 640 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 933 осіб (Facebook – 447, Twitter – 486).

3. Prensario Internacional – міжнародне он-лайн та офф-лайн видання для професійної спільноти у сфері медіа.

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 19 900 осіб/ 238 800 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 4 980 осіб / 59 760 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 13 424 осіби (Facebook – 2 597, Twitter – 9 058, Instagram – 1769).

4. TV Bizz – це міжнародне галузеве видання для професіоналів у сфері телебачення з усьому світу.
Використовуючи місцеві джерела, TVBIZZ щодня публікує понад 50 новин із світу телевізійної індустрії про програмування, формати, рейтинги, угоди, придбання, зустрічі, тощо. Цільовою аудиторією є керівники програм, покупці, дистриб'ютори та дослідники з більш ніж 30 країн світу які використовують TVBIZZ для своїх бізнес-рішень. TVBIZZ є частиною групи TVBIZZ, яка є власником та керує CEETV, TVBIZZ та журналом TVBIZZ.
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 3 142 осіб (Facebook – 520, Instagram – 1003, Twitter – 1 619).

5. Senal Internacional –

• загальна кількість переглядів публікацій на місяць/рік – 45 700 осіб/ 548 400 на рік;
• загальна кількість відвідувачів на місяць / рік – 11 500 осіб / 138 000 на рік;
• загальна кількість підписників у соціальних мережах – 7 314 осіб (Facebook – 2 657, Instagram – 776, Twitter – 2 853, linkedin – 203, Youtube – 825).

З якими лідерами думок планується співпраця?

Директор Удут К. В

Володимир Бородянський – екс-міністр культури, молоді та спорту України (кількість підписників у Facebook – 8310);
Вікторія Ярмощук – Генеральний директор FILM UA Group, виконавчий директор Асоціації «Українська Кіно-Асоціація», екс-радник Міністра культури, молоді та спорту України з питань кіно (кількість підписників у Facebook – 901);
Юлія Сінькевич — генеральний продюсер Одеського міжнародного кінофестивалю, член наглядової ради та співзасновник Української кіноакадемії, член Європейської кіноакадемії (кількість підписників у Facebook – 2770);
Анна Мачух – співзасновник та виконавчий директор Української Кіноакадемії, а також співзасновник та директор проекту Dzyga MDB (кількість підписників у Facebook – 1028);
Ольга Захарова – керівниця департаменту комунікацій ДТЕК, продюсер, сценарист, член експертної ради Української телевізійної академії, академік Кіноакадемії України (кількість підписників у Facebook – 4990);
Єгор Борщевський – директор компании POSTMODERN Digital (кількість підписників у Facebook – 1970);
Костянтин Кузнєцов – амбасадор Cannes Lions (кількість підписників у Facebook – 1315);
Поліна Толмачова – PR та маркетинг директор FILM.UA Group (кількість підписників у Facebook – 3062);

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті реалізації комунікаційного плану проекту?
- Facebook KMW – близько 20 постів – органічних та рекламних, близько 300 000 переглядів;
- Facebook інформаційних партнерів – близько 800 000 переглядів;
- Спеціалізований сайт KMW: Global Marathon – щонайменше 15 новин;
- Щонайменше 100 публікацій про KMW в українських ЗМІ (з загальним покриттям 28 000 000);
- Щонайменше 10 публікацій про KMW в закордонних ЗМІ;
- Збільшення рівня поінформованості про загальний стан українського медіаринку – як в Україні, так і за кордоном;
- Зростання зацікавленості українців у національному аудіовізуальному культурному продукті та краще розуміння специфіки його виробництва та розповсюдження;
- Поліпшення позитивного іміджу України як країни-виробника якісного аудіовізуального культурного продукту на міжнародній арені.
- Розширення міжнародної колаборації українських виробників контенту

ІНФОРМАЦІЙНЕ АГЕНТСТВО МЕДІА РЕСУРСИ МЕНЕДЖМЕНТ
Ідентифікаційний код 39998086

Директор Удут Т.В

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

Участь у KMW: Global Marathon є безкоштовною та загальнодоступною, що є надзвичайно важливим та суспільно цінним за умов економічної кризи. Аби долучитися до KMW: Global Marathon, потрібно буде лише заповнити реєстраційну форму онлайн, що буде розміщена на офіційному сайті проєкту. Форма міститиме запит на базову інформацію про кожного учасника: ім'я та прізвище, країна, компанія, посада, сфера діяльності, контактна інформація (електронна адреса). Таким чином у організаторів буде змога слідкувати за процесом реєстрації та зацікавленістю аудиторії у проєкті, і відповідно до цього аналізу коригувати комунікаційний план для найліпшого залучення аудиторії згідно цілей проєкту. Також напередодні заходу на електронну пошту зареєстрованим учасникам надійде посилання на трансляцію події. Головним майданчиком трансляції стане український інформаційно-аналітичний інтернет-ресурс про аудіовізуальну індустрію та медіабізнес Media Business Reports (mbr.com.ua), що вже став традиційним місцем збору професіоналів сфери медіа; також ресурс володіє необхідним потенціалом та потужністю для імплементації технічних рішень для проведення онлайн-заходу за участі великої кількості аудиторії.

Інформація щодо результатів проєкту буде знаходитися у вільному доступі у мережі Інтернет: на офіційних сайтах та у соціальних мережах MRM, KMW та УКФ, що передбачено комунікативною стратегією проєкту. Також напрацювання проєкту поширюватимуться у матеріалах ЗМІ. Зокрема, це:

- новини та прес-релізи про KMW: Global Marathon;
- аналітичні матеріали на основі актуальної галузевої інформації та ключових тез з виступів спікерів KMW: Global Marathon;
- розгорнутий комплексний аналітичний постфактум-огляд за результатами досліджень, підготовлених до KMW: Global Marathon (запланований обсяг – 150-200 сторінок);
- відеозаписи окремих секцій KMW: Global Marathon.

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)?

Продуктом проєкту є безпосередньо KMW: Global Marathon – комплекс заходів (соціологічне та експертні дослідження, аналітичні звіти й навколосвітній онлайн-марафон), спрямованих на розвиток української аудіовізуальної індустрії. Проєкт KMW: Global Marathon, що подається на фінансування УКФ, є частиною довгострокового флагманського проєкту компанії MRM – KYIV MEDIA WEEK (KMW), кульмінацією якого зазвичай є

Директор Удут Н.В

чотириденний міжнародний офлайн-форум. Цьогоріч KMW відбувається вже вдесяте, проте через наслідки пандемії COVID-19 форум неможливо реалізувати у традиційному режимі. Проте, ми маємо надію відновити його у звичному форматі 2021 року, тож розглядаємо проєкт KMW: Global Marathon як ефективне антикризове рішення, що дозволяє реалізовувати головну місію та безперервність KYIV MEDIA WEEK. Надалі KMW також планується проводити щороку. Сталість проєкту KMW є пріоритетом компанії MRM, оскільки відповідає стратегічними напрямкам її діяльності, а саме – всебічному стимулюванню розвитку українського аудіовізуального ринку, включаючи такі напрямки, як сприяння міжнародній копродукції, налагодженню діалогу культурної спільноти, бізнесу та влади. А також – поширенню українського аудіовізуального продукту за кордон: зокрема, задля цього на міжнародному ринку KMW Content Market щодня відбувається щонайменше 10 зустрічей покупців та продавців контенту. Враховуючи багаторічну історію KMW, можна стверджувати, що проєкт вже є сталим та мережованим. А також заходи під егідою KMW постійно відбуваються й у рамках інших українських та міжнародних кінофестивалів та кіноринків, оскільки проєкт такого формату є життєво необхідним для розвитку української кіноіндустрії. Наступний форум KMW 2021 планується проводити на основі комбінації декількох джерел фінансування: власних коштів компанії, реінвестиції від продажу квитків, коштів компаній-партнерів та грантової підтримки.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?
Інформація щодо досвіду, здобутого в процесі реалізації проєкту, буде знаходитися у вільному доступі у мережі Інтернет. Зокрема, на офіційних сайтах та у соціальних мережах MRM, KMW, MBR публікуватимуться звіти про роботу форуму, що включатимуть ключові тези чи месседжі з виступів спікерів та презентованих досліджень стану аудіовізуальної індустрії у різних регіонах світу. Також релізи про ключові події форуму будуть поширені через партнерські національні та закордонні ЗМІ, а журналісти різних українських та закордонних ЗМІ ще тривалий час по закінченні форуму публікуватимуть у своїх виданнях аналітичні матеріали з ключовими тезами експертів форуму, як це відбувається щороку. Додатково згодом буде підготовлено й опубліковано розгорнутий комплексний аналітичний огляд за результатами досліджень, підготовлених до KMW: Global Marathon (запланований обсяг – 150-200 сторінок), та забезпечено вільний доступ до нього, – так само, як і до відеозаписів окремих секцій KMW: Global Marathon. Крім того, організатор форуму – компанія MRM – протягом всього року веде постійну співпрацю з профільними громадськими та індустріальними організаціями та держустановами

Директор Удут К. В

(зокрема, з Міністерством культури та інформаційної політики України, Державним агентством України з питань кіно, Українським культурним фондом, Асоціацією «Українська Кіно-Асоціація», Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення, Індустріальним телевізійним комітетом, ГО «Ініціатива «Чисте небо») і ділиться набутим досвідом в процесі цієї співпраці.

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

За роки проведення форуму KMW компанія MRM постійно налагоджувала партнерські контакти з різноманітними українськими та закордонними профільними організаціями: інституціями державного рівня; творчими спілками, професійними спільнотами та асоціаціями; громадськими організаціями; бізнес-організаціями; профільними освітніми закладами тощо. Крім того, KMW має партнерські відносини з організаціями та брендами, діяльність яких не має прямого стосунку до аудіовізуальної індустрії, проте вони є зацікавленими у підтримці такого важливого та масштабного заходу з іміджевих міркувань. Зокрема, у 2019 році партнерами KMW стали понад 40 українських та міжнародних організацій та брендів. А саме: Держкіно України, Представництво ЄС в Україні, MIPCOM, NATPE, Одеський міжнародний кінофестиваль, Cannes Corporate Media & TV Awards, FILM.UA Group, ТРК «Україна», DW Academie, K7 Media, C21 Media, The Wit, CEE| TV, SES, Prensario International, TV Bizz, Senal International, Filmteractive, UA| TV, «Еспресо TV», «Фокус», «Ліга», «Кіно-театр. UA», Mediasat, «Детектор Media», Media Business Reports, VGL, «Букви», Yakaboo, Videoplugger, Reklamaster, Sunrise Film, Patriot, Tak Treba Prodaction, Futbolka.ua, teXtrade, Hyatt Regency, KiyAvia, Wine of Moldova, Finlandia, Jack Daniel`s, LG. В подальшому роботу щодо розширення партнерських відносин KMW також планується продовжувати з метою всебічного сталого розвитку й урізноманітнення проєкту.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

5

Кількість жінок у команді проекту

14

Кількість людей віком від 17 до 34

Директор Удут К.В

11

Кількість людей віком від 35 до 50
6

Кількість людей віком від 51 до 60
1

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?
Ні

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

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

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?

Директор Удуне Ю.В

ні

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

ні

Директор

Удуне Н. 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 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-VI 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
Удут К.В.		

Фонд: _____

Грантоотримувач: Директор Удут К.В.

_____

Документ було автоматично згенеровано у СУП УКФ, ср, 24 черв 2020 р., 12:39

Директор Удут К.В

Додаток № 2
до Договору про надання гранту
№ ЗЕЧЕП - 6965
від "30" червня 2020 року

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Назва конкурсної п Знакові події
Назва ЛОТ-у: Знакові події в Україні
Назва Заявника: Товариство з обмеженою відповідальністю "Інформаційне агентство "Медіа Ресурси Менеджмент"
Назва проекту: KYIV MEDIA WEEK. Global Marathon

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %%	Фінансування проекту, Сума в
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1	**Український культурний фонд**	**84,03%**	**3 203 609,95**
2	**Співфінансування* :**	**15,97%**	**608 793,73**
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інстутиційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника	15,97%	608 793,73
3	**Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та Інше)**		
	Всього		**3 812 403,67**

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

Директор Удут К.В

Україна * Товариство з обмеженою відповідальністю * м. Київ * Інформаційне агентство "Медіа Ресурси Менеджмент" Ідентифікаційний код 33998086

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Витрати за рахунок Співфінансування (власні кошти ТОВ "Інформаційне Агентство "Медіа Ресурси Менеджмент")			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки				
Розділ	**II**	**Витрати:**									
Підрозд	**1**	**Оплата праці**									
Стаття	**1.1**	***Штатні працівники***		**97,25**	**107 603,00**	**474 723,25**	**97,25**	**113 614,00**	**499 011,25**	**973 734,50**	
Пункт:	**а**	Удут Катерина Василівна, директор, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	8 093,00	36 418,50	4,50	9 299,00	41 845,50	**78 264,00**	Основні функції: стратегічне управління, координатор проєкту, контроль за фінансами та витратами, моніторинг та оцінка рівня ефективності управління та реалізації проєкту,
Пункт:	**б**	Преловська Алла Володимирівна, головний керівник проектів, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	6 306,00	28 377,00	4,50	8 602,00	38 709,00	**67 086,00**	Участь у формуванні програми KMW.Global Marathon, займається пошуком та аналізом тем для доповідей KMW:Global Marathon (в тому числі на закордонних фестивалях, форумах та ринках аудіовізуального контенту), підбором та пошуком спікерів форуму, роботою з підготовки спікерів до виступу, модеруванням частини форуму з міжнародної копродукції, формуванням програми, правил участі, відбором учасників та експертів, формуванням комунікативної стратегії, моніторингом виконання та сталості проєкту.
Пункт:	**в**	Менеджер з міжнародних проектів, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	5 423,00	24 403,50	4,50	7 997,00	35 986,50	**60 390,00**	Розробка матеріалів та підготовка документів, які пов'язані з KMW Global Marathon, пошук нових партнерів, ведення переговорів, здебільшого зі спікерами та учасниками з країн Азії та Сходу. Робота з представниками уряду різних держав, контроль за підготовкою заходів, які спрямовані на довгострокову співпрацю між країнами
Пункт:	**г**	Менеджер зі зв'язків з громадськістю, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	5 423,00	24 403,50	4,50	6 517,00	29 326,50	**53 730,00**	Формування та контроль за виконанням комунікаційної стратегії заходу. Комунікація з учасниками, експертами та ЗМІ. Написання прес-анонсів, новин, пост-релізів, робота з пресою напередодні заходу (підготовка та надання усіх необхідних текстових та візуальних матеріалів про захід, організаторів, програму, спікерів, тощо.), моніторинг локальних та міжнародних ЗМІ, проведення онлайн прес-конференції. Пошук та залучення міжнародних та локальних ЗМІ, з метою поширення інформації про проєкт на локальному і міжнародному рівнях.
Пункт:	**д**	Пилипенко Марія Владиславівна, керівник проектів, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	5 423,00	24 403,50	4,50	3 521,00	15 844,50	**40 248,00**	Проєктний менеджер відповідальний за пошук, підписання угод та комунікацію з підрядниками Ведення планових та фактичних бюджетів витрат, написання ТЗ та заключення договорів з підрядниками, підбір та підготовка персоналу, координація та супровід всіх технічних процесів під час підготовки та проведення заходів, збір та закриття необхідної документації після завершення проєкту KYIV MEDIA WEEK. Global Marathon.
Пункт:	**е**	Лінович Павло Геннадійович, менеджер з міжнародних проектів, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	6 306,00	28 377,00	4,50	8 602,00	38 709,00	**67 086,00**	Менеджер з питань комунікацій та міжнародних відносин по країнам близького Сходу та Західної Європи. Як менеджер з питань комунікації відповідає за: контроль за публікаціями контенту та адмініструє веб-сайт KMW. Займається розробкою маркетингового плану та рекламних комунікацій у соціальних медіа, працює з міжнародними клієнтами, продавцями, покупцями та виробниками контент-ринку. Як менеджер з міжнародних відносин, в його обов'язки входить: спілкування з усіма закордонними партнерами та клієнтами.
Пункт:	**є**	Ковбасинська Інна Валеріївна, фахівець з комунікацій, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	4 456,00	20 052,00	4,50	33,00	148,50	**20 200,50**	Куратор координаційного центру KMW Global Marathon яка відповідає за пошук та залучення потенційних іноземних учасників медіафоруму, формування бази даних учасників, реєстрацію учасників медіафоруму, укладення договорів (рахунків-фактур) з іноземними контрагентами, комунікація з іноземними партнерами щодо передачі матеріалів по аналітичних дослідженнях, пов'язаних з результатами проведення KMW Global Marathon.
Пункт:	**ж**	Вірт Анжеліка Ромуальдівна, фахівець по роботі з учасниками, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	4 772,00	21 474,00	4,50	2 188,00	9 846,00	**31 320,00**	Відповідає за пошук та залучення потенційних учасників медіафоруму з СНД, реєстрацію учасників медіафорума, укладення договорів (рахунків-фактур) з українськими контрагентами

Директор Удут К.В

Пункт:	з	Пушечнікова Дар'я Сергіївна, дизайнер графічних робіт, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	6 306,00	28 377,00	4,50	8 602,00	38 709,00	67 086,00	Головний дизайнер проекту, розробка концепції/стилістики заходу/нової айдентики, контроль всіх графічних робіт, адаптація стилістики заходу до всіх елементів заходу. Контроль за використанням айдентики заходу у макетах та рекламно-інформаційних матеріалах.
Пункт:	и	Яковлєва Світлана Валентинівна, менеджер з адміністративної діяльності, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	3 826,00	17 217,00	4,50	3 634,00	16 353,00	33 570,00	Менеджер з адміністративної діяльності, головні обов'язки якого: ведення та облік договорів, ділове листування та реєстрація документів, обробка первинної документації (виставлення рахунків, актів виконаних робіт), збір вхідної та вихідної документації
Пункт:	і	Іванкевич Юлія Миколаївна, помічник керівника, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	3 636,00	16 362,00	4,50	3 324,00	14 958,00	31 320,00	Узгодження зі спікерами форуму та експертами-учасниками їх умов та деталей їх участі. Збір інформації від іноземних спікерів для формування описів заходів для сайту та для виконання комунікативної стратегії. Формування ТЗ для копірайтера та відділу PR щодо виступів та окремих блоків форуму. Участь у проведенні аналізу результатів та моніторингу ефективності заходів. Збір даних та пошук найсвіжіших трендів та змін в сфері кіно, серіального виробництва та інших тем в світі з відкритих джерел, первинний аналіз інформації.
Пункт:	ї	Асистент керівника проектів, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	3 636,00	16 362,00	4,50	3 324,00	14 958,00	31 320,00	Ведення переговорів зі спікерами та експертами проекту, збір інформації від іноземних спікерів, узгодження деталей виступів та презентацій. Формування ТЗ на основі зібраної інформації для написання текстів про окремі блоки онлайн-марафону. Участь у проведенні аналізу результатів та моніторингу ефективності заходів.
Пункт:	й	Дмитренко Ірина Володимирівна, фахівець-аналітик з дослідження телевізійного ринку, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	4 772,00	21 474,00	4,50	2 188,00	9 846,00	31 320,00	Головні обов'язки якої – підготовка регулярних щоденних, щомісячних та річних звітів по перегляду телевізійних програм, аналіз аудиторії, програм та каналів. Підготовка аналітичних матеріалів для: інформаційно-аналітичних видань, формування презентацій в рамках KMW Global Marathon. Статей та новин для міжнародних ЗМІ, з метою поширення інформації у професійних виданнях.
Пункт:	к	Вакалюк Артем Володимирович, керівник департаменту аналітики, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	5 423,00	24 403,50	4,50	9 485,00	42 682,50	67 086,00	Керівник департаменту аналітики MPM, головні обов'язки – підготовка аналітичних матеріалів для: формування презентацій з аналітикою трендів та представлення результатів в рамках KMW Global Marathon. Статей та новин для міжнародних ЗМІ, з метою поширення інформації у професійних виданнях.
Пункт:	л	Рахманіна Анастасія Володимирівна, керівник департаменту новин, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	5 423,00	24 403,50	4,50	7 001,00	31 504,50	55 908,00	Керівник департаменту новин, який займається: написанням новин, забезпечує широке та якісне висвітлення подій медіафоруму (написання/редагування аналітичних матеріалів та репортажів, інтерв'ю з учасниками KMW).
Пункт:	м	Колодяжна Анастасія Олександрівна, головний фахівець з комунікацій, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	3 826,00	17 217,00	4,50	4 126,00	18 567,00	35 784,00	Головне завдання - допомога в організації і супроводі онлайн-трансляції KMW Global Marathon (пошук, залучення підрядників та контроль за виконанням робіт), допомога головному керівнику проектів з документообігом та контролем підрядників по проекту.Допомога у процесі звітності по проекту
Пункт:	н	Анна Бєлікова, журналіст, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	3 826,00	17 217,00	4,50	3 634,00	16 353,00	33 570,00	Підготовка та написання анонсуючих матеріалів про події KMW Global Marathon для офіційного сайту KMW, інтернет видання Media Business Reports та видань партнерів; залученість у процеси підготовки аналітичних даних для досліджень і презентацій тематичного блока «Україна» та формування сценаріїв відеоматеріалів даного блоку; підготовка й написання постфактум матеріалів про події KMW Global Marathon
Пункт:	о	Світлана Панкова, журналіст, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	3 826,00	17 217,00	4,50	3 634,00	16 353,00	33 570,00	Підготовка та написання анонсуючих матеріалів про події KMW Global Marathon для офіційного сайту KMW, інтернет-видання Media Business Reports та видань-партнерів; залученість у процеси підготовки аналітичних даних для досліджень і презентацій тематичного блока «Україна» та формування сценаріїв відеоматеріалів даного блоку; підготовка й написання постфактум-матеріалів про події KMW Global Marathon
Пункт:	п	Борис Сидоренко, журналість, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	3 826,00	17 217,00	4,50	3 634,00	16 353,00	33 570,00	Підготовка та написання анонсуючих матеріалів про події KMW Global Marathon для офіційного сайту KMW, інтернет-видання Media Business Reports та видань-партнерів; залученість у процеси підготовки аналітичних даних для досліджень і презентацій тематичного блока «Україна» та формування сценаріїв відеоматеріалів даного блоку; підготовка й написання постфактум-матеріалів про події KMW Global Marathon. Оформлений за безстроковим трудовим договором у компанії.

Директор Удут К.В

Пункт:	р	Андрій Поліщук, більдредактор, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	3 826,00	17 217,00	4,50	3 634,00	16 353,00	33 570,00	Робота з пошуку та створення ілюстрування для анонсуючих матеріалів про події KMW Global Marathon для офіційного сайту KMW, інтернет-видання Media Business Reports та видань-партнерів; залученість у процеси підготовки ілюстрування для досліджень і презентацій тематичного блока «Україна» та відеоматеріалів даного блоку; ілюстрування постфактум-матеріалів про події KMW Global Marathon.Оформлений за безстроковим трудовим договором у компанії .
Пункт:	с	Юрій Мосін, фахівець департаменту аналітики, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	3 826,00	17 217,00	4,50	3 634,00	16 353,00	33 570,00	Головні обов'язки: збір та обробка статистичних та фінансових даних по різним секторам аудіовізуального ринку в Україні та світі, підготовка аналітичних матеріалів для: формування презентацій в рамках KMW Global Marathon, статей для міжнародних ЗМІ, новин з аналітичними блоками та з метою поширення інформації у професійних виданнях.Оформлений за безстроковим трудовим договором у компанії .
Пункт:	т	Бірук Олександра, головний менеджер із зв'язків з громадськістю, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	2,75	5 423,00	14 913,25	2,75	7 001,00	19 252,75	34 166,00	Участь у формуванні частини програми форуму та комунікація з партнерами. Робота по збору та аналізу матеріалів від спікерів та компаній, що готують аналітичні дослідження, контроль за їх пересилкою, якістю та відповідністю поставленим ТЗ партнерам та цілям заходу. Участь у розробці комунікативної та маркетингової стратегії, у формуванні календарного плану та інформаційних приводів для поширення в рамках комунікативної стратегії. Контроль за виконанням партнерських зобов'язань зі сторони усіх залучених партнерів (за виключенням ЗМІ).
Стаття	1.2	*За трудовими договорами*								-	
	а		місяців			-			-	-	
Пункт:	б		місяців			-					
Пункт:			місяців								
Стаття	1.3	*За договорами ЦПХ*			187 111,82	633 618,10	-	-	-	633 618,10	
Пункт:	а	Анна Давидова, редактор комплексного аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon	місяців	4,50	25 000,00	112 500,00			-	112 500,00	Розробка загального бачення й відповідне конкретне планування комплексного аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon; редакторська менеджерська робота з журналістами, задіяними у проекті (формування структури їхньої роботи, її корегування у процесі); редакторська робота з журналістськими текстами для публікації в огляді; робота з більд-редактором і дизайнером над версткою огляду; написання аналітичних матеріалів для огляду; залученість у процеси підготовки й презентації досліджень блоку «Україна» KMW Global Marathon
Пункт:	б	Асистент творчої групи аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon	місяців	3,00	18 633,54	55 900,62				55 900,62	Координація роботи творчої групи (редактор і журналісти, більд редактор, дизайнер, літературні редактори, перекладачі) над аналітичним пост-оглядом за результатами KMW Global Marathon та вирішення адміністративних питань, що виникатимуть у процесі; контроль дотримання строків планів робіт над проектом; залученість до вирішення адміністративних питань, що виникатимуть у процесі підготовки оглядів и досліджень тематичного блоку «Україна»
Пункт:	в	Журналіст творчої групи аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon	місяців	4,00	21 118,02	84 472,08				84 472,08	Підготовка та написання матеріалів, що увійдуть до комплексного постфактум-огляду KMW Global Marathon; залученість у процеси збору й підготовки аналітичних даних для оглядів, досліджень і презентацій тематичного блока «Україна».
Пункт:	г	Журналіст творчої групи з оперативного висвітлення/ анонсування проекту	місяців	4,00	21 118,02	84 472,08				84 472,08	Наповнення сайту MBR актуальною інформацією про KMW Global Marathon, допомога у створенні аналітичного огляду «Вішліст українських мовників» та дослідження «Актуальні проблеми та потреби української аудіовізуальної індустрії».

Директор Удут К.В

Товариство з обмеженою відповідальністю "Інформаційне агентство "Медіа Ресурси Менеджмент" Ідентифікаційний код 33998085 м. Київ Україна

Пункт:	д	Літературний редактор комплексного аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon	місяців	3,00	18 633,54	55 900,62				55 900,62	Результат: 2 відредаговані версії комплексного аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon. Всього буде 2 версії огляду: 1) Україномовна версія - орієнтовний обсяг огляду 150-200 сторінок; 2) Англомовна версія - орієнтовний обсяг огляду 150-200 сторінок. Загальний обсяг робіт: літературне редагування всіх текстових матеріалів, що увійдуть до україномовної та анлгомовної версії аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon. Загальний обсяг - 300-400 сторінок. Редагування україномовної та англомовної версії буде здійснювати одна й там сама людина, яка вільно володіє українською та англійською мовами, володіє специфічною термінологією зі сфери аудіовізуальної індустрії на двох мовах (українська та англійська), має досвід редагування аналогічних матеріалів, розуміє специфіку роботи та тенденції розвитку аудіовізуальної індустрії. При розрахунках вартості використано середню вартість редагування 1 версії постфактум огляду, однак фактична вартість редагування англомовної версії - вища, а україномовної версії - нижча. Вартість редагування також скориговано відповідно кваліфікації літературного редактора, якого буде залучено до проекту. Переваги підрядника - редагування україномовної та англомовної версії здійснюватиме одна й та сама людина, що суттєво зменшить розбіжності у версіях, спричинені неточнісю перекладу чи відсутності професійної кваліфікації у людини, що здійснює редагування.
Пункт:	е	Коректор комплексного аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon	місяців	3,00	16 149,07	48 447,21				48 447,21	Результат роботи: 2 вичитані версії комплексного аналітичного постфактум огляду за результатами KMW Global Marathon. Всього буде 2 версії огляду: 1) Україномовна версія - орієнтовний обсяг огляду 150-200 сторінок; 2) Англомовна версія - орієнтовний обсяг огляду 150-200 сторінок. Загальний обсяг робіт: вичитування всіх текстових матеріалів, що увійдуть до україномовної та анлгомовної версії аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon. Загальний обсяг - 300-400 сторінок. Вичитування україномовної та англомовної версії буде здійснювати одна й там сама людина, яка вільно володіє українською та англійською мовами, володіє специфічною термінологією зі сфери аудіовізуальної індустрії на двох мовах (українська та англійська), має досвід вичитування аналогічних матеріалів, розуміє специфіку роботи та тенденції розвитку аудіовізуальної індустрії. При розрахунках вартості використано середню вартість вичитування 1 версії постфактум-огляду, однак фактична вартість вичитування англомовної версії - вища, а україномовної версії - нижча. Вартість вичитування також скориговано відповідно кваліфікації коректора, якого буде залучено до проекту. Переваги підрядника - вичитування україномовної та англомовної версії здійснюватиме одна й та сама людина, що суттєво зменшить розбіжності у версіях, спричинені неточнісю перекладу чи відсутності професійної кваліфікації у людини, що здійснює вичитування
Пункт:	є	Перекладач комплексного аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon	місяців	3,00	18 633,54	55 900,62				55 900,62	Результат роботи: 1 переклад україномовної версії комплексного аналітичного постфактум огляду за результатами KMW Global Marathon англійською мовою. Вартість перекладу розраховано комплексно із урахуванням кваліфікації перекладача та обсягу робіт.Оієнтовний обсяг огляду 150-200 сторінок. Загальний обсяг робіт: - переклад усіх текстових та графічних матеріалів англійською, що увійдуть до анлгомовної версії аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon; - внесення правок згідно коментарів/зауважень проектної команди; - внесення правок у випадку зміни матеріалів, що входитимуть до огляду. Вимоги до кваліфікації перекладача. вища філологічна освіта, вільне володіння англійською мовою, досвід виконання аналогічних перекладів, володіння специфічною термінологією зі сфери аудіовізуальної індустрії, розуміння специфіки роботи та тенденції розвитку аудіовізуальної індустрії тощо.

Директор Удут К.В

Пункт:	ж	Дизайнер комплексного аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon	місяців	2,50	24 844,72	62 111,80				62 111,80	Орієнтовний обсяг огляду - 300-400 сторінок (150-200 сторінок - україномовна версія та 150-200 сторінок англомовна) Деталізація роботи: - розробка та узгодження загального візуального стилю комплексного аналітичного постфактум-огляду за результатами KMW Global Marathon; - узгодження макетів шпальт; - розробка шаблонів для подальшого створення інфографік, таблиць, графіків та інших типів візуалізації даних, що використовуватимуться у огляді. - верстка огляду. - внесення правок літературного редактора. - внесення правок коректора.
Пункт:	з	Дизайнер творчої групи з оперативного висвітлення/ анонсування проєкту	місяців	3,00	22 360,25	67 080,75				67 080,75	Дизайн графічних матеріалів аналітичних оглядів KMW Global Marathon: дизайн графічних матеріалів для публікації аналітичних досліджень та оглядів «Як змінилися глядацькі настрої українців через пандемію COVID 19», «Тренди теледивлення в Україні», «Актуальні проблеми та потреби української аудіовізуальної індустрії», «Вішлікт українських мовників» на сайті MBR Дизайн графічних матеріалів для презентації тематичного блоку «Україна» в межах KMW Global Marathon
Пункт:	и	Фотограф, буде проводити зйомку бекстейджу протягом трансляції (9 год) та 2 технічні години	година	11,00	621,12	6 832,32				6 832,32	Створення фотоматеріалів під час проведення KMW Global Marathon для подальшої публікації у комплексному аналітичному постфактум-огляді, на сайті MBR, соцмережах KMW та MBR - робота у студії під час підготовки та проведення KMW Global Marathon, фотофіксація усіх процесів, що відбуваються; попередня обробка фотоматеріалів. Запланована орієнтовна кількість отриманих після зйомки фотоматеріалів 500 шт. Заплановане обладнання для зйомки фотокамера класа Panasonic 180/200
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				**97,25**	**294 714,82**	**1 108 341,35**	**97,25**	**113 614,00**	**499 011,25**	**1 607 352,60**	
Підроз	**2**	**Соціальні внески**									
Стаття	**2.1**	***Соціальні внески з оплати праці***	**місяців**	**4,50**	**64 837,26**	**243 835,10**	**4,50**	**24 995,08**	**109 782,48**	**353 617,57**	
Пункт:	а	Удут Катерина Василівна, директор, премія за понаднормову роботу над	місяців	4,50	1 780,46	8 012,07	4,50	2 045,78	9 206,01	17 218,08	
Пункт:	б	Преловська Алла Володимирівна,	місяців	4,50	1 387,32	6 242,94	4,50	1 892,44	8 515,98	14 758,92	
Пункт:	в	Менеджер з міжнародних проектів,	місяців	4,50	1 193,06	5 368,77	4,50	1 759,34	7 917,03	13 285,80	
Пункт:	г	Провідний менеджер зі зв'язків з	місяців	4,50	1 193,06	5 368,77	4,50	1 433,74	6 451,83	11 820,60	
Пункт:	д	Пилипенко Марія Владиславівна,	місяців	4,50	1 193,06	5 368,77	4,50	774,62	3 485,79	8 854,56	
Пункт:	е	Лінєвич Павло Геннадійович,	місяців	4,50	1 387,32	6 242,94	4,50	1 892,44	8 515,98	14 758,92	
Пункт:	є	Ковбасинська Інна Валеріївна,	місяців	4,50	980,32	4 411,44	4,50	7,26	32,67	4 444,11	
Пункт:	ж	Вірт Анжеліка Ромуальдівна, фахівець по роботі з учасниками, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	4,50	1 049,84	4 724,28	4,50	481,36	2 166,12	6 890,40	
Пункт:	з	Пушечнікова Дар'я Сергіївна,	місяців	4,50	1 387,32	6 242,94	4,50	1 892,44	8 515,98	14 758,92	
Пункт:	и	Яковлєва Світлана Валентинівна,	місяців	4,50	841,72	3 787,74	4,50	799,48	3 597,66	7 385,40	
Пункт:	і	Іванкевич Юлія Миколаївна,	місяців	4,50	799,92	3 599,64	4,50	731,28	3 290,76	6 890,40	
Пункт:	ї	Асистент, премія за понаднормову	місяців	4,50	799,92	3 599,64	4,50	731,28	3 290,76	6 890,40	
Пункт:	й	Дмитренко Ірина Володимирівна,	місяців	4,50	1 049,84	4 724,28	4,50	481,36	2 166,12	6 890,40	
Пункт:	к	Вакалюк Артем Володимирович,	місяців	4,50	1 193,06	5 368,77	4,50	2 086,70	9 390,15	14 758,92	
Пункт:	л	Рахманіна Анастасія	місяців	4,50	1 193,06	5 368,77	4,50	1 540,22	6 930,00	12 298,76	
Пункт:	м	Колодяжна Анастасія	місяців	4,50	841,72	3 787,74	4,50	907,72	4 084,74	7 872,48	
Пункт:	н	Анна Бєлікова, журналіст, премія за	місяців	4,50	841,72	3 787,74	4,50	799,48	3 597,66	7 385,40	
Пункт:	о	Світлана Панкова, журналіст,	місяців	4,50	841,72	3 787,74	4,50	799,48	3 597,66	7 385,40	
Пункт:	п	Борис Сидоренко, журналість,	місяців	4,50	841,72	3 787,74	4,50	799,48	3 597,66	7 385,40	
Пункт:	р	Андрій Поліщук, більдредактор,	місяців	4,50	841,72	3 787,74	4,50	799,48	3 597,66	7 385,40	
Пункт:	с	Юрій Мосін, журналіст, премія за	місяців	4,50	841,72	3 787,74	4,50	799,48	3 597,66	7 385,40	
Пункт:	т	Бірук Олександра, головний менеджер із зв'язків з громадськістю, премія за понаднормову роботу над проектом	місяців	2,75	1 193,06	3 280,92	2,75	1 540,22	4 235,61	7 516,52	

Директор Удут К.В

Пункт:	у	Анна Давидова, редактор	місяців	4,50	5 500,00	24 750,00		-	-	24 750,00	
Пункт:	ф	Асистент творчої групи	місяців	3,00	4 099,38	12 298,14		-	-	12 298,14	
Пункт:	х	Журналіст творчої групи	місяців	4,00	4 645,96	18 583,86		-	-	18 583,86	
Пункт:	ц	Журналіст творчої групи з	місяців	4,00	4 645,96	18 583,86		-	-	18 583,86	
Пункт:	ч	Літературний редактор	місяців	3,00	4 099,38	12 298,14		-	-	12 298,14	
Пункт:	ш	Коректор комплексного	місяців	3,00	3 552,80	10 658,39		-	-	10 658,39	
Пункт:	щ	Перекладач комплексного	місяців	3,00	4 099,38	12 298,14		-	-	12 298,14	
Пункт:	ю	Дизайнер комплексного	місяців	2,50	5 465,84	13 664,60				13 664,60	
Пункт:	я	Дизайнер творчої групи з	місяців	3,00	4 919,26	14 757,77		-	-	14 757,77	
Пункт:	ь	Фотограф	година	11,00	136,65	1 503,11				1 503,11	
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				**4,50**	**64 837,26**	**243 835,10**	**4,50**	**24 995,08**	**109 782,48**	**353 617,57**	
Розділ	**3**	**Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних**									
Стаття	**3.1**	***Вартість проїзду (для штатних працівників)***		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт.	а	Вартість квитків (з деталізацією	шт.			-			-	-	
Пункт:	б	Вартість квитків (з деталізацією	шт.			-			-	-	
Пункт:	в	Вартість квитків (з деталізацією	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	доба			-			-	-	
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відряд											
Підроз	**4**	**Обладнання і нематеріальні активи**									
Стаття	**4.1**	***Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для***		-	-	-	-	-	-	-	
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 грантоотримувача***		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт.	а	Послуги з надання ліцензії на використання комп`ютерних програм "MMW (Markdata Media Workstation)", "Planview", "E-Teleport.com", "E-Videotrack.com" і "Teleview" для роботи з даними, на період 15.06 по 30 жовтня 2020	міс						-	-	Ці всі програми є необхідними для користування даними ТВ панелі.
Пункт:	б	Послуга з передачі даних ТВ панелі за період з 15/06 по 30 жовтня 2020 року	міс			-			-	-	

Директор Удут К.В

Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні				-	-	-	-	-	-	-	
Підроз	5	Витрати пов'язані з орендою									
Стаття	5.1	*Оренда приміщення*		1,00	40 000,00	40 000,00	-	-	-	40 000,00	
Пункт:	а	Зала-студія для запису онлайн марафону 14.09 Unit Core (інноваційний парк Unit City, м. Київ, вул. Дорогожицька, 3). Площа 288 м2. Зала оснащення спеціальним освітленням, звуковим обладнанням, проекційною системою.	діб	1,00	40 000,00	40 000,00			-	40 000,00	Зала має необхідну площу для розміщеня сцени, технічної команди та організаторів, оснащена необхідною технікою. Розташування сцени та оформлення задньої стіни за допомогою проекції буде виграшно виглядати в кадрі і створюватиме високий візуальний рівень онлайн-марафону, що допоможе утримати цільову аудиторію проекту.
Пункт:	в	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)			-			-	-	
Стаття	5.2	*Оренда техніки, обладнання та інструменту*		6,00	58 200,00	58 200,00	-	-	-	58 200,00	
Пункт:	а	Оренда обладнання для ведення трансляції KMW. Global Marathon 14 вересня 2020 року з 10:00 до 19:00, а саме камери для зйомки (клас Panasonic 180/200), ПТС (монітори, ноутбуки, комутація), сервіс Vmix call	компл.	1,00	28 700,00	28 700,00				28 700,00	Зйомка онлайн марафону буде проводитись на дві камери паралольно, для виведення картинки з різних ракурсів. Трансляція буде забезпечуватись за допомогою "пересувної телестанції", в яку входять монітори комп'ютери, пульти. Для зв'язку зі спікерами і подальшого їхнього виведення в трансляцію буде використовуватись сервіс Vmix call вартість оренди обладнання на день: камера Panasonic 180/200 (2 шт) зі штативами - 3500 грн ПТС (ноутбуки (4 шт), монітори (4 шт), пульти управління, комутація) - 25 200 грн
Пункт:	б	Оренда додаткових освітлювальних приладів, 14 вересня 2020 року з 10:00 до 19:00	шт	3,00	500,00	1 500,00				1 500,00	
Пункт:	в	Оренда світлодіодного екрану 5,12х1,92м, 14 вересня 2020 року з 10:00 до 19:00	шт	1,00	25 500,00	25 500,00				25 500,00	
Пункт:	г	Оренда техніки для синхронного перекладу під час онлайн марафону, 14 вересня 2020 року з 10:00 до 19:00	компл.	1,00	3 500,00	3 500,00			-	3 500,00	Оренда кабіни перекладача, пульта, комп'ютера та навушників для синхронного перекладу
Стаття	5.3	*Оренда транспорту*		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу абокількості годин)	км (годин)			-			-	-	
Пункт:	б	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)			-			-	-	
Пункт:	в	Оренда автобуса (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)							-	
Стаття	5.4	*Оренда сценічно-постановочних засобів*		-	-	-	-	-	-	-	
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*		1,00	3 500,00	3 500,00	-	-	-	3 500,00	
Пункт:	а	Оренда меблів для розміщення на сцені в студії для зйомки онлайн марафону, 14 вересня 2020 року з 10:00 до 19:00	компл.	1,00	3 500,00	3 500,00			-	3 500,00	Оренда додаткових меблів для розміщення на сцені, а саме два крісла, журнальний стіл, стійка для спікера, макет глобуса
Пункт:	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-			-	-	

Директор Удут К.В

Пункт:	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-			-	-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендо				**8,00**	**101 700,00**	**102 700,00**	**-**	**-**	**-**	**102 700,00**	
Підроз	**6**	**Витрати на харчування та напої**									
Стаття	**6.1**	***Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк***		**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	
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 пірозділу 6 "Витрати на харчування та на				**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	
Підроз	**7**	**Матеріальні витрати**									
Стаття	**7.1**	***Основні матеріали та сировина***		**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	
Пункт.	б	Найменування	шт.			-			-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт			-			-	-	
Стаття	**7.2**	***Носії, накопичувачі***		**1,00**	**2 000,00**	**2 000,00**	**-**	**-**	**-**	**2 000,00**	
Пункт.	а	Жорсткий диск, ємністю 1 тб	шт.	1,00	2 000,00	2 000,00			-	2 000,00	Необхідний для збирання та зберігання усіх матеріалів в рамках підготовки та реалізації проекту, а також подальшого зберігання матеріалів з KMW. Global Marathon для використання в майбутньому (документи, презентації, тексти виступів, відео тощо)
Пункт:	б	Найменування	шт.			-			-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.			-			-	-	
Стаття	**7.3**	***Інші матеріальні витрати***		**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	
Пункт:	б	Найменування	шт.			-			-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.			-			-	-	
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				**1,00**	**2 000,00**	**2 000,00**				**2 000,00**	
Підроз	**8**	**Поліграфічні послуги**									
Стаття	**8.1**	***Послуги із виготовлення:***		**40,00**	**500,00**	**20 000,00**	**-**	**-**	**-**	**20 000,00**	
Пункт:	а	Виготовлення макетів (послуги дизайну)	шт.	40,00	500,00	20 000,00			-	20 000,00	Створення макетів публікацій на онлайн-ресурсах (власних та партнерських), а також макетів для розсилок новин про онлайн марафон. В середньому буде створено близько 40 макетів за різним ТЗ та вимогами
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 матеріалів	шт.			-			-	-	
Пункт.	з	Послуги копірайтера	шт.			-			-	-	
Пункт:	и	Інші поліграфічні послуги	шт.			-			-	-	
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				**40,00**	**500,00**	**20 000,00**	**-**	**-**	**-**	**20 000,00**	
Підроз	**9**	**Послуги з просування**									

Директор Удут К.В

Пункт:	а	Виготовлення промо-роликів KMW Global Marathon	шт	1,00	65 200,00	65 200,00			-	65 200,00	Передбачено створення 1 основного промо-ролику KMW: Global Marathon хронометражем 60 сек. З цього ролику буде змонтовано 2 скорочені версії промо-ролику хронометражем відповідно 6 та 15 сек. В залежності від специфіки ресурсів, де буде відбуватися розміщення, буде обиратися найбльш підходяща за хронометражем версія ролику. Промо-ролики проекту будуть націлені на просування проекту у період промо-кампанії, орієнтовані на поширення на платформі YouTube та соціальних мережах організатора та партнерів заходу. Для виготовлення ролику будуть використовуватись архівні фото і відео файли з додаванням графіки. У вартість входять: робота режисера (відбір матеріала, складання сценарію та контроль монтажа), робота режисера монтажа, дизайнера (розробка стилістики титрів, інфографіки, тощо), робота моушн-дизайнера (анімація графічних елементів), музичне оформлення.
Пункт:	б	Послуги SMM, в тому числі витрати на просування заходу у соціальних мережах - оплата спеціальних промо-кампаній у Facebook, Instagram та Youtube	послуга	1,00	95 000,00	95 000,00			-	95 000,00	У статтю витрат включено. 1. Робота SMM менеджера 2. Витрати на рекламу в Facebook та Instagram старт 1 липня завершення 15 вересня Планується розміщення близько 15 різних рекламних повідомлень з різними налаштуваннями по креативній частині (фото, відео, заклик до дії), цільовій аудиторії, географії тощо. Оскільки буде залучено іноземну аудиторію, географія кампанії буде дуже широкою. Кожного дня будуть активними 3 різних повідомлення. Ціна одного рекламного повідомлення на день – $10. Вартість трьох повідомлень на день – $30. Кампанія у Facebook та Instagram триватиме приблизно 75 днів. Витрати на рекламу в YouTube 3. Прогнозована кількість переглядів – 100 000 У рекламних цілях буде розміщено 2 промо-ролики KMW: Global Marathon хронометражем 6 та 15 секунд. Тривалість кампанії – 1,5 місяці до KMW: Global Marathon
Пункт:	в	Послуги з відеозйомки бекстейджу студії, звідки буде здійснюватися онлайн трансляція	год	9,00	1 650,00	14 850,00				14 850,00	Дана відеозйомка буде проводитись протягом KMW: Global Marathon, що відбудеться 14 вересня 2020 року. Тривалість зйомки аналогічна до тривалості онлайн-марафону і складає 9 год. Оримані відзняті матеріали будуть використані для монтажу пост-ролика KMW Global Marathon. Монтаж не входить у суму послуг.
Пункт:	г	Послуги з SEO-оптимізації сайту Media Business Reports, що включають наступні пункти:	послуга	1,00		158 600,00			-	158 600,00	Розробка та реалізація програми SEO-оптимізації видання Media Business Reports – ключового майданчика трансляції навколосвітнього онлайн-марафону – є необхідною для успішної реалізації проекту KMW Global Marathon з цілого комплексу причин.Даний сайт буде головним інформаційним ресурсом заходу, що публікуватиме більшість аналітичних матеріалів про подію та безпосередньо її транслюватиме. Виходячи з цього, одним з головних завдань SEO-оптимізації є поінформувати аудиторію про дані зміни, познайомити її з сайтом Media Business Reports та забезпечити її присутність на ресурсі протягом проведення KMW Global Marathon.Крім того, SEO оптимізація допоможе в реалізації ще одного із завдань проекту KMW Global Marathon – сприянню інтеграції української аудіовізуальної індустрії у глобальний контекст шляхом збільшення поінформованості про неї у світі. Інформаційно-аналітичний ресурс MBR концентрується саме на українській аудіовізуальній індустрії та медіабізнесі, тож підвищення його згадуваності та вищі місця видачі у результатах пошуку в Google за відповідними ключовими словами сприятимуть популяризації української аудіовізуальної індустрії, кращій поінформованості про неї та її можливості а надійного експортного джерела. А також це безпосередньо сприятиме зростанню аудиторії KMW Global Marathon, оскільки майданчик MBR використовуватиметься не лише для трансляції, але також для анонсування та постфактум-висвітлення проекту.

Директор Удут К.В

		технічний аудит сайту SEO-фахівцем із подальшим супроводом (після аудиту та формування ТЗ, SEO-фахівець тестує роботу налаштувань та корегує їх за потреби. Далі проводить контроль за правильністю роботи інструментів)	послуга	1,00	19 500,00	19 500,00					
		семантичний аудит сайту (підбір пошукових запитів, їхня кластеризація, складання технічного завдання для розробників)	послуга	1,00	19 500,00	19 500,00					
		просування сайту в Google	міс	3,00	26 000,00	78 000,00					
		робота SEO-фахівця з розробки SEO-кампанії та просування сайту	міс	4,00	10 400,00	41 600,00					
Всього по підрозділу 9"Послуги з просування":				**21,00**	161 850,00	**333 650,00**	-	-	-	**333 650,00**	
Підроз	**10**	**Створення web-ресурсу**									
Пункт	**а**	Витрати зі створення сайту KMW Global Marathon	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00			-	**25 000,00**	Сайт kyivmediaweek.com, який був основним сайтом форуму попередніх років, розрахований саме під формат офлайн івенту – в ньому зібрана база учасників за останні 10 років та складна форма реєстрації з можливістю проведення оплати участі онлайн. Оскільки 2020 року KMW переформатовано в одноденний онлайн марафон KMW Global Marathon, форма реєстрації учасників буде значно спрощена, а частина функціоналу взагалі не буде використовуватись. У зв'язку із цим, релевантніше й більш економічно доцільно створити новий сайт, саме під KMW Global Marathon, ніж переписувати і технічно переналаштовувати існуючий сайт. На новому сайті буде розміщено основну інформацію про KMW Global Marathon, програма заходу, інформація про спікерів та спеціальних гостей, на ньому публікуватимуться новини про секції марафону. Весь трафік з інтернет-реклами вестиме на цей сайт. Крім того, на сайті буде розміщено форму реєстрації на KMW Global Marathon. Процедура реєстрації буде інтегрована з сервісом email-розсилок для надсилання зареєстрованим глядачам новин та посилання на трансляцію в день проведення заходу. В свою чергу, сама трансляція вестиметься на платформі Media Business Reports, спеціально оптимізованій та посиленій для стабільної роботи і великого потоку глядачів.
Пункт:	**б**	Витрати з технічної модернізації сайту Media Business Reports під проведення онлайн трансляції, а саме:	послуга	1,00	123 238,00	123 238,00			-	**123 238,00**	У попередні роки, коли основні події проєкту відбувалися в офлайн-форматі, головним онлайн-майданчиком івенту був офіційний сайт KYIV MEDIA WEEK (KMW; https://kyivmediaweek.com/). Проте цього року сайт Media Business Reports (MBR) – з його широкою аудиторією (загальна кількість переглядів публікацій на місяць: 73 200 осіб; загальна кількість відвідувачів на місяць: 36 500 осіб; ядро якої – професіонали аудіовізуальної індустрії та медіабізнесу) повністю співпадає з ключовою ЦА KMW Global Marathon, буде головним інформаційним ресурсом заходу, що публікуватиме більшість аналітичних матеріалів про подію та безпосередньо її транслюватиме. Для повноцінного проведення трансляції на даному сайті необхідно провести певні технічні доопрацювання, в тому числі створити окрему сторінку на сайті, адаптовану під трансляцію, розмістити там необхідні кнопки (перемикання мови), програму тощо. Окрім цього, платформа сайту має бути технічно досконалою та готовою до високих навантажень і безперебійної роботи при великій кількості одночасних користувачів Також важливим фактором у прийнятті рішення проводити трансляцію саме на цьому сайті, попередньо його модернізувавши, є те, що створити таку платформу "з нуля" коштувало б на порядок більше (розрахункова вартість 200 300 тис. грн), ніж наразі закладено в кошторисі на модернізацію. По завершенню реалізації проєкту, технічна підтримка та обслуговування сайту MBR вестиметься силами та власним коштом MBR. Окрім цього, завдяки технічному укріпленню сайту, ми створимо повноцінну платформу, яка буде готова до проведення подібних, важливих для галузі івентів у майбутньому, тобто платформу зможуть використовувати інші гравці кіноіндустрії для здійснення онлайн трансляцій.

Директор Удут К. В

		створення системи онлайн-голосування користувачів (для проведення онлайн-опитування «Актуальні проблеми та потреби української аудіовізуальної індустрії»)	послуга	1,00	15 552,00	15 552,00					
		створення механізму для брендування сайту у стилістиці KMW Global Marathon	послуга	1,00	11 664,00	11 664,00					
		створення сторінки сайту для перегляду трансляції KYIV MEDIA WEEK Global Marathon	послуга	1,00	46 656,00	46 656,00					
		впровадження технічного завдання для SEO-просування	послуга	1,00	27 216,00	27 216,00					
		навантажувальне тестування серверу та інші роботи на сервері з метою запобігання технічних форс-мажорів під час проведення трансляції KYIV MEDIA WEEK Global Marathon	послуга	1,00	16 200,00	16 200,00					
		придбання додаткових комплектуючих (оперативна пам ять) для серверу	послуга	1,00	5 950,00	5 950,00					
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":				**2,00**	**148 238,00**	**148 238,00**	**-**	**-**	**-**	**148 238,00**	
Підроз	**11**	**Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації**									
Пункт:	**а**	Послуга з дослідження «Азія. Аналітичне дослідження: ключові події, кейси, цифри».	шт	1,00		-			-	-	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – міжнародна медіаконсалтингова компанія K7 Media. Коротке попереднє ТЗ: Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту по ключових ринках Азії (зокрема попередньо розглядаються такі країни, як Китай, Японія, Індія, Південна
Пункт:	**б**	Послуга з дослідження «Східна Європа. Аналітичне дослідження: ключові події, кейси, цифри».	шт	1,00		-			-	-	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – інтернет-ресурс про телебачення країн Центральної та Східної Європи CEETV. Коротке попереднє ТЗ: Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту по ключових ринках Східної Європи (зокрема попередньо розглядаються такі країни, як Чехія, Польща, Румунія, Словаччина, Сербія)
Пункт:	**в**	Послуга з дослідження «Центральна та Західна Європа, Великобританія. Аналітичне дослідження: ключові події, кейси, цифри».	шт	1,00		-			-	-	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – провідна компанія на ринку аналітики та даних Ampere Analysis. Коротке попереднє ТЗ. Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту по ключових ринках Центральної та Західної Європи (зокрема попередньо розглядаються такі країни, як
Пункт:	**г**	Послуга з дослідження «США та Канада. Аналітичне дослідження: ключові події, кейси, цифри».	шт	1,00		-			-	-	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – міжнародна видавнича компанія C21Media. Коротке попереднє ТЗ: Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту по ключових ринках

Директор Удут К.В

Пункт:	д	Послуга з дослідження «Латинська Америка. Аналітичне дослідження: ключові події, кейси, цифри».	шт	1,00		-			-	-	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – профільне видання Prensario International. Коротке попереднє ТЗ: Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту по ключових ринках Південної та Центральної Америки (зокрема, попередньо розглядаються такі країни, як Бразилія, Мексика, Аргентина).
Пункт:	е	Всеукраїнське соціологічне дослідження на тему «Як змінилися глядацькі настрої українців через пандемію COVID-19».	шт	1,00		-				-	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) Коротке попереднє ТЗ: Наразі в Україні відсутні систематизовані точні дані щодо того, чи готові українці повернутися до кінотеатрів після карантину – як з міркувань безпеки, так і в аспекті їхньої купівельної спроможності. Дане дослідження спрямоване на те, аби подолати цей інформаційний вакуум і надати українським дистрибуторам, кінотеатрам, кіновиробникам актуальну інформацію щодо настроїв та очікувань їхньої аудиторії, що допоможе гравцям ринку адекватно адаптувати власні стратегії до нових умов і допомогти українській кіноіндустрії повернутися до повноцінної роботи й розвиватися на перспективу
Пункт:	є	Аналітичне дослідження на тему «Тренди теледивлення в Україні»	шт	1,00		-				-	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Коротке попереднє ТЗ: Дане дослідження спрямоване на те, аби надати українським медіагрупам, телепродакшенам, гравцям рекламного ринку комплексну актуальну інформацію щодо смаків і потреб їхньої аудиторії, що в свою чергу допоможе гравцям ринку адекватно адаптувати власні контентні стратегії та сприятиме появі в українському телепросторі нового якісного контенту, адекватного актуальним культурним потребам вітчизняних телеглядачів.
Пункт:	ж	Аналітичне дослідження «Глобальні тренди споживання контенту».	шт	1,00		-			-	-	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець огляду – міжнародна аналітична компанія The Wit. Коротке попереднє ТЗ:Завданням цього огляду є сформувати в учасників KMW: Global Marathon комплексне бачення актуальних тематичних трендів контенту в глобальному контексті.
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних				**8,00**		**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	
Підроз	**12**	**Послуги з перекладу**									
Пункт:	а	Усний переклад (синхронний) для проведення двомовної трансляції онлайн марафону	година	9,00	2 250,00	20 250,00			-	**20 250,00**	Трансляція буде вестись у трьох форматах - українською мовою, англійською та в оригіналі (без перекладу)
Пункт:	б	Письмовий переклад всіх документів, аналітичних звітів, текстів новин та публікацій	сторінка	145,00	200,00	29 000,00			-	**29 000,00**	Переклад з англійської на українську та з української на англійську мови всіх необхідних документів, файлів, презентацій для підготовки та проведення онлайн-марафону, також текстів розсилок, новин та публікацій на власних та партнерських ресурсах, аналітичних досліджень
Пункт:	в	Редагування та коректура текстів	сторінка	150,00	100,00	15 000,00				**15 000,00**	Вичитка та редагування готових текстів та перекладів - тексти новин, розсилок, публікацій, документів, текстів презентацій спікерів
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу				**304,00**	**2 550,00**	**64 250,00**	**-**	**-**	**-**	**64 250,00**	
Підроз	**13**	**Адміністративні витрати**									
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги	міс	4,50	23 000,00	103 500,00			-	**103 500,00**	Дані послуги включають повний бухгалтерський та фінансовий супровід проекту протягом усього періоду його тривалості, яка складає 4,5 міс., включаючи етапи створення, узгодження та укладання договорів з підрядниками, проведення необхідних платежів по проекту, консультації з фінансових питань та супровід процесу звітування по проекту. До вартості включено послуги фінансиста та бухгалтеру. При формуванні вартості було враховано кількість підрядників по проекту, роботу з іноземними контрагентами, кількість укладених договорів ЦПХ, а також особливості бухгалтерського та фінансового обліку, який передбачено специфікою проекту.
Пункт:	б	Юридичні послуги	міс	4,50	18 000,00	81 000,00			-	**81 000,00**	Дані послуги забезпечують повний юридичний супровід проекту протягом усього періоду його тривалості, яка складає 4,5 міс., повний супровід процесу підготовка, вичитка, погодження та укладання договорів з українськими та іноземними підрядниками, консультації з юридичних питань та повний юридичний супровід під час процесу звітування.

Директор Удут К.В

Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	70 000,00	70 000,00			-	70 000,00	Вартість аудиту визначено після консультації з незалежною аудиторською компанією, якій були надіслані оновлені правила проведення аудиту проектів УКФ у 2020 році
Пункт:	г	Інші адміністративні витрати (вказати тип витрат)				-			-	-	
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витр				10,00	111 000,00	254 500,00	-	-	-	254 500,00	
Підроз	14	Інші прямі витрати									
Стаття	14.1	*Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення*		4,00	255 400,00	255 400,00	-	-	-	255 400,00	
Пункт:	а	Послуги відео дизайну для створення заставок, що будуть використовуватись під час KMW Global Marathon	послуга	1,00	57 000,00	57 000,00				57 000,00	Запланована кількість заставок 18 шт. Основна динамічна заставка буде використовуватись на початку марафону та в перебивках. Також перед початком кожної секції буде динамічна заставка, з іменами спікерів, назвами доповідей, панельних дискусій тощо, а також окрема заставка, що транслюватиметься під час перерв.
Пункт:	б	Монтаж ролику "10 років KMB", що транслюватиметься в рамках KMW Global Marathon	послуга	1,00	70 000,00	70 000,00				70 000,00	Іміджевий відеоролик, що присвячено 10-річчю KYIV MEDIA WEEK – головного медіафоруму України та Східної Європи. На відео демонструватиметься важливість та значущість KMW для медіагалузі України та країн-партнерів. Ролик буде транслюватися під час онлайн-марафону. Хронометраж відео 5-10 хв. У вартість послуги входять: робота режисера (розробка концепції, відбір матеріалів, складання сценарію та контроль монтажу), робота оператора (зйомка відеопривітань), адміністратор, оренда техніки, робота режисера монтажу, робота моушн-дизайнера (анімація графічних елементів), музичне оформлення та саунд-дизайн. До роботи буде залучено висококласних досвідчених фахівців з метою створення якісного іміджевого відео, що гарно розкриє тему та представить KMW і всю медіагалузь України у найбільш презентабельному вигляді.
Пункт:	в	Монтаж ролику для презентації тематичного блоку «Україна» в рамках KMW Global Marathon	послуга	1,00	88 400,00	88 400,00				88 400,00	Ролик буде відкривати онлайн марафон та демонструватиме аналітику актуального стану ринку. В ролику будуть використовуватись графічні матеріали, інфографіка, вставки із трейлерів фільмів, серіалів, програм (будуть використані трейлери, які знаходяться у вільному доступі у мережі Інтернет). Хронометраж 10-15 хв. У вартість послуги включено: робота режисера (відбір матеріала, складання сценарію та контроль монтажа), адміністратор, оренда техніки, робота режисера монтажа, робота моушн-дизайнера (анімація графічних елементів), музичне оформлення.
Пункт:	г	Монтаж пост-ролику KMW Global Marathon	послуга	1,00	40 000,00	40 000,00				40 000,00	Іміджевий відеоролик, що присвячено результатам KMW: Global Marathon. Мета: демонстрація успішної реалізації нового формату KMW за підтримки УКФ, а також демонстрація того, як українська медіагалузь адаптується до нових викликів, об'єднує країн партнерів та долає перешкоди. Хронометрах до 5 хв. У вартість послуги входять: робота режисера (розробка концепції, відбір матеріалів, складання сценарію та контроль монтажу), робота оператора (зйомка відеопривітань), адміністратор, оренда техніки, робота режисера монтажу, робота моушн дизайнера (анімація графічних елементів), музичне оформлення та саунд-дизайн..
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:	в	Друк книг	екземпляр			-			-	-	
Пункт:	д		екземпляр			-				-	
Стаття	14.4	*Інші прямі витрати*		16,50	669 999,00	670 695,50	-	-	-	670 695,50	

Директор Удут К.В

Пункт:	а	Internet-телефонія (вказати період)				-			-	-	
Пункт:	б	Послуги Internet (вказати період)				-			-	-	
Пункт:	в	Банківська комісія за переказ				-			-	-	
Пункт:	г	Розрахунково-касове обслуговування	міс	4,50	199,00	895,50			-	895,50	Фіксована сума на місяць, відповідно до договору з обслуговуючим банком на проведення операції
Пункт:	д	Інші банківські послуги				-			-	-	
Пункт:	с	Послуги з організації заходу ведучий №1 для проведення телемарафону. 9 год роботи	послуга	1,00	35 000,00	35 000,00				35 000,00	Ведучі працюватимуть в парі протягом 9 год 14 вересня 2020 року під час проведення онлайн заходу KMW: Global Marathon. Ведучі відбиратимуться за жорсткими критеріями організаторів, серед яких: вміння професійно поводити себе в кадрі, чітка дикція та професійна манера мовлення, високий рікень володіння українською та англійською мовами, достатній рівень орієнтації у галузевих питаннях, пов'язаних з кіно, телебачення, медіа, хороша репутація та схвальні відгуки про співпрацю. Як приклад, ми розглядаємо залучення в ролі одного із ведучих Тимура Мірошниченка. Даний ведучий є медійною персоною (працює на ТРК "Україна" та UA: Перший), досконало володіє українською та англійською мовами, володіє інформацією стосовно актуального стану галузі, може підтримати у обговоренні тем, пов'язаних з кіно та телебачення. Також, Тимур дуже професійно заявив себе під час проведення пісенного конкурсу Євробачення 2017, що проходив в Києві. Залучення ведучого такого рівня є необхідним для успішного та ефективного проведення онлайн марафону, а також для утримання професійної цільової аудиторії проекту.
Пункт:	ж	Послуги з організації заходу - ведучий №2 для проведення телемарафону, 9 год роботи	послуга	1,00	29 500,00	29 500,00				29 500,00	
Пункт:	і	Послуги з технічної підтримки онлайн марафону, а саме: робота інженера, операторів (2 чол), менеджера супроводу, 14 вересня 2020 року з 10:00 до 19:00	послуга	1,00	28 000,00	28 000,00				28 000,00	
	и	Послуги режисера-постановника під час онлайн-марафону	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00				20 000,00	
Пункт:	к	Послуга з дослідження «Азія. Аналітичне дослідження. ключові події, кейси, цифри».	шт	1,00	52 800,00	52 800,00			-	52 800,00	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – міжнародна медіаконсалтингова компанія K7 Media. Коротке попереднє ТЗ: Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту по ключових ринках Азії (зокрема попередньо розглядаються такі країни, як Китай, Японія, Індія, Південна Корея).
Пункт:	л	Послуга з дослідження «Східна Європа. Аналітичне дослідження: ключові події, кейси, цифри»	шт	1,00	42 900,00	42 900,00			-	42 900,00	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – інтернет-ресурс про телебачення країн Центральної та Східної Європи CEE1V. Коротке попереднє ТЗ: Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту по ключових ринках Східної Європи (зокрема попередньо розглядаються такі країни, як Чехія, Польща, Румунія, Словаччина, Сербія)
Пункт:	м	Послуга з дослідження «Центральна та Західна Європа, Великобританія. Аналітичне дослідження: ключові події, кейси, цифри».	шт	1,00	52 800,00	52 800,00			-	52 800,00	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – провідна компанія на ринку аналітики та даних Ampere Analysis. Коротке попереднє ТЗ: Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту по ключових ринках Центральної та Західної Європи (зокрема попередньо розглядаються такі країни, як Франція, Німеччина, Італія, Іспанія, Великобританія).

Директор Удут К. В.

Пункт:	н	Послуга з дослідження «США та Канада. Аналітичне дослідження: ключові події, кейси, цифри».	шт	1,00	62 700,00	62 700,00			-	62 700,00	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – міжнародна видавнича компанія C21Media. Коротке попереднє ТЗ: Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту по ключових ринках Північної Америки.
Пункт:	о	Послуга з дослідження «Латинська Америка. Аналітичне дослідження: ключові події, кейси, цифри».	шт	1,00	52 800,00	52 800,00			-	52 800,00	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – профільне видання Prensario International. Коротке попереднє ТЗ: Завданням огляду є показати кількісні та якісні показники виробництва та дистрибуції індустрії кіно та телеконтенту по ключових ринках Південної та Центральної Америки (зокрема, попередньо розглядаються такі країни, як Бразилія, Мексика, Аргентина).
Пункт:	п	Всеукраїнське соціологічне дослідження на тему «Як змінилися глядацькі настрої українців через пандемію COVID-19».	шт	1,00	245 000,00	245 000,00				245 000,00	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець дослідження – Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). Коротке попереднє ТЗ: Наразі в Україні відсутні систематизовані точні дані щодо того, чи готові українці повернутися до кінотеатрів після карантину – як з міркувань безпеки, так і в аспекті їхньої купівельної спроможності. Дане дослідження спрямоване на те, аби подолати цей інформаційний вакуум і надати українським дистрибуторам, кінотеатрам, кіновиробникам актуальну інформацію щодо настроїв та очікувань їхньої аудиторії, що допоможе гравцям ринку адекватно адаптувати власні стратегії до нових умов і допомогти українській кіноіндустрії повернутися до повноцінної роботи й розвиватися на перспективу.
Пункт:	р	Аналітичне дослідження на тему «Тренди теледивлення в Україні»	шт	1,00	12 000,00	12 000,00				12 000,00	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Коротке попереднє ТЗ: Дане дослідження спрямоване на те, аби надати українським медіагрупам, телепродакшенам, гравцям рекламного ринку комплексну актуальну інформацію щодо смаків і потреб їхньої аудиторії, що в свою чергу допоможе гравцям ринку адекватно адаптувати власні контентні стратегії та сприятиме появі в українському телепросторі нового якісного контенту, адекватного актуальним культурним потребам вітчизняних телеглядачів.
Пункт:	с	Аналітичне дослідження «Глобальні тренди споживання контенту».	шт	1,00	36 300,00	36 300,00			-	36 300,00	Дослідження виконується на замовлення відповідно до технічного завдання, яке буде сформоване проектною командою. Виконавець огляду – міжнародна аналітична компанія The Wit. Коротке попереднє ТЗ:Завданням цього огляду є сформувати в учасників KMW: Global Marathon комплексне бачення актуальних тематичних трендів контенту в глобальному контексті.
Пункт:	т	Послуга з передачі даних ТВ панелі за період з 15/06 по 30 жовтня 2020 року	міс			-			-	-	До вартості послуги входить регулярне щоденне отримання надійних репрезентативних даних про перегляд телеканалів в Україні. Дані дослідження телевізійної аудиторії, які отримуються в результаті роботи ТВ панелі, є важливим інструментом для оцінки ефективності програмування ТВ-каналів, аналізу аудиторії програм та рекламних повідомлень. Завдяки тому, що обрані домогосподарства за своїми соціально-демографічними та технічними (тип прийому телесигналу, телевізійне обладнання та ін.) характеристиками відтворюють структуру населення
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати".				**20,50**	**925 399,00**	**926 095,50**	**-**	**-**	**-**	**926 095,50**	
Всього по розділу II "Витрати":						**3 203 609,95**			**608 793,73**	**3 812 403,67**	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ						-			-	-	

Директор / Удут К.В.

(Посада) (Печатка, підпис, ПІБ)

- 3 812 403,67