

ДОГОВІР № ЗІСР41-6321

про надання гранту

м. Київ

«23» липень 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександровни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та ТОВ «Видавничий дім "Антиквар"» (далі – Грантоотримувач) в особі Директора Шерман Ганни Ігорівни, 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 проекту ««Київська картинна галерея. Оновлення»» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проектній заявці та у кошторисі Проекту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 25 жовтня 2020 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.

2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначенним у розділі XI проектної заявки.

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

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

23 ЧЕР 2020

ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 1 784 705 грн. 00 коп. (один мільйон сімсот вісімдесят чотири тисячі сімсот п'ять гривень 00 коп.) без ПДВ.

2. Фонд надає суму гранту частинами (траншами) у розмірі та у строки, визначені графіком платежів згідно з додатком 5 до цього Договору.

3. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання акта про виконання Проекту.

4. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проекту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування.

5. Перерахування коштів здійснюється в безготівковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантоотримувача.

ІV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проекту відповідно до умов цього Договору.

2. Грантоотримувач зобов'язується:

1) відповідати за будь-якими зобов'язаннями, покладеними на нього цим Договором;

2) не отримувати прибутку від гранту (крім випадків реалізації проектів, пов'язаних із кіновиробництвом);

3) реалізувати Проект у строки, визначені у пункті 1 розділу ІІ цього Договору;

4) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проекту з інших джерел, у разі надання Фондом гранту на умовах співфінансування;

5) у разі якщо реалізацію Проекту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання

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

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

1. Сторони домовились, що фактичні витрати мають 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:

придання 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 проектів, які мають на меті отримання прибутку;

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

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

витрати, в результаті курсових різниць;

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

інші витрати, здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

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

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 позідомити іншу у письмовій формі протягом 5 календарних днів.

XI. ПОРЯДОК ВИРИШЕННЯ СПОРІВ

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

2. Усі спори або розбіжності, що вигливають 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:

Терлецька Анна Володимирівна, проектна менеджерка видавничого дому "Антиквар",

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 привести до Конфлікту інтересів під час виконання цього Договору, Грантостримувач зобов'язується негайно повідомити Фонд у письмовій формі.

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

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

11. Грантостримувач 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 дляожної зі Сторін), що мають однакову юридичну силу.

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проектна заявка;

додаток 2 – кошторис Проекту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;

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

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд
Український культурний фонд

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

Виконавчий директор



М.П.

Грантоотримувач
ТОВ «Видавничий дім "Антивар"»

Юридична адреса:
01001, м. Київ, вул. Рейтарська, 2
Адреса для листування:
01001, м. Київ, вул. Володимирська 5,
кв. 6
ЄДРПОУ/ІПН: 33835697
Банківські реквізити:
Назва банку/філії: АТ КБ «ПриватБанк»
Р/р: UA25320649000026003052732906
МФО: 320649
Тел.: +38 044 278-39-28

Директор



Г.І. Шерман

Додаток 5

до Договору про надання гранту № ЗІСР41-6321

від «15» серпня 2020 р.

Графік платежів

Загальна сума гранту 1 784 705 грн. 00 коп. (один мільйон сімсот вісімдесят чотири тисячі сімсот п'ять гравень 00 коп.) без ПДВ.

Платіж	Строк платежу	Сума платежу, без ПДВ (грн.)	Залишок
I транш	до 30 червня 2020 р.	178 470,00	1 606 235,00
II транш	До 31 серпня 2020 р.	321 247,00	1 284 988,00
III транш	До 31 жовтня 2020 р.	339 094,00	945 894,00
Фінальний транш	До 29 грудня 2020 р.	945 894,00	0,00
Всього		1 784 705,00	

Залишок коштів від загальної суми гранту, згідно визначеного графіка платежів, Фонд перераховує після повної реалізації Проекту та погодження Фондом наданого Грантоотримувачем пакету звітної документації, підписання Сторонами акта про виконання Проекту.

Фонд

Український культурний фонд

Виконавчий директор

М.П.



Грантоотримувач

ТОВ «Видавничий дім "Антивар"»

Директор

М.П.

Г.І. Шерман



**УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД**

Додаток 1

до Договору про надання гранту № ЗІСР41-6321

від «23» квітня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 4. Література

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: ЗІСР41-6321

**Назва проекту: «Київська картинна галерея.
Оновлення»**

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Інноваційний культурний продукт

Лот

ЛОТ 4. Література

Тип проекту

Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв
література та видавнича справа

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

музеї

книговидання

Назва проекту

«Київська картинна галерея. Оновлення»

Назва проекту англійською мовою

«Kyiv national art gallery. Renovation»



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

До 100-річчя Національного музею «Київська картична галерея» видавничий дім «Антиквар» розробив проект, який включає видання першого в історії музею наукового каталогу ікон і творів давньоруського прикладного мистецтва, перший україномовний путівник, що відображає останні зміни в експозиції та дозволяє сприйняти колекцію як невід'ємну частину національного культурного надбання, а також книгу «Київські адреси Врубеля», присвячену одному з найбільш плідних періодів творчості великого художника. Видання змінюють «коптику сприйняття» музею, ставлячи акцент на колекціонерській діяльності родини Терещенків, вводячи в науковий обіг шедеври іконопису, підкреслюючи роль українських митців в історії світової художньої культури. Паралельно буде розроблена нова айдентика музею та буде створено його офіційний сайт, якого наразі немає.

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

To mark the 100th anniversary of the «Kyiv art gallery» National Museum, Antykyvar Publishing House has developed a project that includes the publication of the first scientific catalogue of icons and works of ancient Russian art in the history of the museum, the first Ukrainian-language guide that reflects recent changes in the exposition and allows us to perceive the collection as an integral part of the national cultural heritage, as well as the book "Kyiv addresses of Vrubel", dedicated to one of the most fruitful creative periods of the great artist. The editions aim to change how the museum is perceived, focusing on the Tereshchenko family's collecting activities, introducing masterpieces of icon painting, and emphasizing the role of Ukrainian artists in the history of world artistic culture. In parallel, a new museum identity and its official site will be developed, which is currently missing.

Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
1784705.00

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
1784705.00

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

0



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

Населений пункт

Київ

Початок проекту

2020-06

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2020-10-25

Тривалість проекту в місяцях

5

Партнери проекту

Національний музей «Київська картинна галерея»

Ваш основний продукт

Видання

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Терлецька Анна Володимирівна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

Координаторка проекту

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Товариство з обмеженою відповідальністю "Видавничий дім "Антиквар"



Повна назва організації-заявника англійською мовою
Limited Liability Company "Antykvar Publishing House"

Організаційно-правова форма
Товариство з обмеженою відповідальністю

Код ЄДРПОУ
33835697

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

[https://drive.google.com/file/d/14XFfLLk6y0jTikTzCCLAJRXL1xdLiVLf/view?
usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/14XFfLLk6y0jTikTzCCLAJRXL1xdLiVLf/view?usp=sharing)

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ЛОТу
58.14, 58.19, 58.12, 58.11

Дата реєстрації організації
2008-10-29

Юридична адреса організації
01001, м. Київ, вул. Рейтарська, 2

Поштова адреса організації
01001, м. Київ, вул. Володимирська 5, оф.6

Фактична адреса організації
01001, м. Київ, вул. Володимирська 5, оф.6

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації
<https://antikvar.ua>, <https://www.facebook.com/antikvarua>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації
Шерман Ганна Ігорівна

Телефон

Електронна пошта



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

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

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації
Олена Грозовська

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 заяви?

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.
ТОВ «Видавничий дім «Антивар» забезпечене офісом та усім необхідним для видавничої діяльності устаткуванням: меблями, оргтехнікою, комп'ютерами, багатофункціональними пристроями (сканер, ксерокс, принтер), необхідними для видавничої діяльності, а також відповідним програмним забезпеченням.

Дохід за звітний період

2100000

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



Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Так, у 2019 у ролі заявника

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

<https://antikvar.ua/vydavnychij-proekt-do-100-richchya-teatru-franka>, <https://www.facebook.com/FrankoTheatre100anniversary>

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

Детальний опис проекту

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

У 2017 році одному з найбільших художніх музеїв України було повернуто історичну назву – «Київська картинна галерея». Однак дотепер в установі, що має статус національного музею, нема видань, де було б відображене цю зміну. І хоча перейменування само по собі є приводом для ребрендингу і появи нової друкованої продукції, у даному разі необхідність у ній зумовлено також низкою інших причин.

Кияни та гості столиці мають сприймати музей не як сховище творів російських художників, а як колекцію, започатковану сім'єю Терещенків – українськими меценатами, патріотами, девізом яких було «Прагнення до суспільної користі». Ще за життя збирачів галерею було відкрито для відвідувачів, де вони бачили картини майстрів, багато з яких були тісно пов'язані з Україною та Києвом. Досить назвати В. Васнецова, М. Нестерова, В. Котарбінського, П. Сведомського, котрі працювали над розписами Володимирського собору, або М. Врубеля, який виконав ескізи для оформлення цього храму, а ще раніше – ікони й настінні композиції в Кирилівській церкві.

Саме «Київська картинна галерея» покликана нагадати, що десятки уславлених художників, яких традиційно вважають представниками російського мистецтва, народилися в Україні – Д. Левицький, В. Боровиковський І. Рєпін, А. Куїнджі, М. Ярошенко, З. Серебрякова, П. Кончаловський, О. Тишлер, Д. Бурлюк, або, як М. Ге, вирішили прожити тут залишок днів. Примітно, що один з перших директорів імператорської Академії мистецтв у Санкт-Петербурзі – Антон Лосенко – був уродженцем

к, або, як М. Ге, вирішили прожити
перших директорів імператорської
ві – Антон Лосенкіс – був проджено

Глухова, міста, дє народилися брати Федір і Никола Терещенки, засновники династії українських колекціонерів і меценатів. Важливо й те, що Терещенки цілеспрямовано шукали для своєї колекції твори на теми української історії та національного побуту, і просили авторів віддавати їм перевагу – як українцям – при продажі таких картин.

Попри те, що «Київська картинна галерея» є музеєм національного значення, у неї відсутній офіційний сайт, де б зазначалася уся інформація про установу. Створений в рамках проекту сайт задовольнить потребу міслян та гостей столиці у постійному доступі до актуальної інформації про діяльність музею – він повідомлятиме про новини, відкриття нових виставок, проведення лекторіїв та інших заходів у «Київській картинній галереї».

За звичкою дехто досі називає музей старою назвою – «Музей російського мистецва», ігноруючи нову назву установи. Проект має на меті привернути увагу до оновленого статусу музею, використовуючи інструменти ребрендингу мистецької установи (розробка нової айдентики музею) та популяризації інформації про унікальні колекції музею. Таким чином, окрім створених видань, що созповідатимуть про фонди галереї, в рамках даного проекту буде розроблена нова айдентика музею, елементи якої застосовуватимуться на усіх каналах комунікації установи – на сторінках у соціальних мережах, новому сайті, рекламних елементах, видавничій продукції музею.

Проект «Київська картинна галерея. Оновлення» відповідає вимогам часу, прагненню українського суспільства переосмислити свою історію, повною мірою оцінити внесок своїх співвітчизників у розвиток світової художньої культури, представити Київ та Україну як частину європейського культурного простору.

У зв'язку з поширенням коронавірусної інфекції COVID-19, усі заходи проекту «Київська картинна галерея. Оновлення» переформатовано виключно в снайлайн-формат. Заплановані презентації видань та круглий стіл відбудуться на Інтернет-сторінках музею та видавничого дому. Усі етапи реалізації проекту відбудуться із зачлененням мінімальної кількості виконавців та із суворим дотриманням усіх рекомендацій ВООЗ задля уникнення можливості зараження.

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)
Протягом кількох років видавничий дім «Антиквар» займається розробкою тем, спрямованих на підйом національної самовідомості та утвердження почуття національної гідності українців. 2017 року національний університет «Антиквар»



Незалежності» (20 тематичних випусків журналу «Антиквар») був висунутий на Шевченківську премію й дістав високу оцінку експертів. Видання, приурочені до 100-річчя НМ «Київська картинна галерея», є прямим продовженням цієї діяльності. І для нас, і для музею, разом з яким ми працювали над каталогом виставки «Народжені Україною. Погляд із віддалі» (2015), важливо подолати усталене ще з радянських часів уявлення про музейне зіbrання як про таку собі філію Третьяковської галереї, що демонструє мистецтво метрополії в провінції. Наші видання проставляють інші акценти: вони підкреслюють своєрідність цієї колекції, розкривають роль українських майстрів у формуванні традицій європейського і зокрема російського мистецтва, представляють Київ та Україну як частину великого культурного простору, де поділ митців на національні школи часто виглядає штучним.

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

Проект «Київська картинна галерея. Оновлення» співвідноситься з усіма пріоритетами обраної конкурсної програми та ЛОТу.

По-перше, проект сприяє промоції українських авторів в Україні та за кордоном. Над виданнями працюватимуть авторитетні дослідники-мистецтвознавці, котрі проаналізують у своїх матеріалах діяльність та колекції персоналій зі світовими іменами: Врубеля, Рєпіна, Васнецова, Нестерова, Котарбінського, родину Терещенків. Слід зазначити, що «Київська картинна галерея» є національним музеєм України та розташовується в центрі столиці, тож значна частика її відвідувачів – туристи з-за кордону. Таким чином, промоція вищезазначених матеріалів у майбутніх виданнях сприятиме формуванню позитивного іміджу музею та українських письменників як на теренах нашої країни, так і за кордоном. По-друге, проект сприятиме промоції читанню в українському середовищі, привертаючи увагу до музейних фондів галереї та популяризуючи відвідування державних музеїв.

Проект «Київська картинна галерея. Оновлення», по-третє, є кроссекторальним літературним проектом. Створені видання є невід'ємною частиною більш глобального процесу, що відбуватиметься паралельно у музеї – його ребрендингу. Окрім видавничої справи, він включає в себе діджиталізацію сфери культури, оскільки здійснюватимуться перші кроки процесу оцифрування музейних фондів, котрі в майбутньому стануть доступними на створеному в рамках проекту сайті музею. Очевидно, проект тісно пов'язаний з музейною та дизайнерською справами, осмільки буде розроблена нова айдентика музею. Це дасть можливість державній установі вийти на новий рівень та заохотити суспільство до відвідування музеїв.



Чому ваш проект є унікальним?

Видавничий проєкт включає три книги, об'єднані спільною ідеєю: представити колекцію в широкому історичному контексті, підкресливши при цьому роль українських меценатів у розвитку національної культури та музеїної справи.

Перше видання — каталог ікон і творів давньоруського прикладного мистецтва. Незважаючи на невеликий обсяг колекції — 90 одиниць зберігання — чимало пам'яток мають величезну історичну та художню цінність і можуть бути поставлені в один ряд з найвідомішими експонатами найбільших російських зібрань. Початок цій колекції було покладено в 1910-х роках Варварою Николівною Ханенко, котра, як і весь світ, відкривала для себе красу стародавніх ікон. У той же період український підприємець і меценат П. Харитоненко придбав один із шедеврів давньоруського мистецтва — ікону «Борис і Гліб», яка потім зберігалася в його маєтку в Харківській губернії. Багато з музейних пам'яток не мають аналогів у зарубіжних зібраннях; вони виділяються цікавими іконографічними деталями та своєрідними прийомами письма.

Видання наукового каталогу, що включає рубрики «Опис», «Написи», «Іконографія», «Стан збереження», «Реставрація», «Походження», «Надходження», «Виставки», «Література», надасть максимальну на сьогоднішній день інформацію про музейні ікони, печатки, пам'ятки дрібної пластики й церковного шитва та сприятиме їх подальшому вивченю українськими фахівцями й дослідниками з інших країн.

Унікальність другого видання полягає в тому, що воно стане першим україномовним путівником по музею та відобразить зміни, що відбулися там за роки незалежності. Зокрема, з постійної експозиції до фондів було переведено радянське мистецтво (тепер воно демонструється тільки на тематичних виставках), за рахунок чого вдалося після цього представити мистецтво межі XIX-XX століть, інтерес до якого в усьому світі величезний.

Для нового путівника обрано форму подачі матеріалу, яка не просто допомагає глядачеві орієнтуватися в музейних залах, але знайомить з історією створення найвідоміших картин і скульптур, розкриває їхні художні особливості, містить цитати художників і сучасників, що дозволяють краще зрозуміти авторський задум. Книга, кожен розділ якої написано фахівцем з певного періоду, стане самодостатнім науково-популярним виданням про мистецтво.

Третє видання — «Київські адреси Врубеля» — уперше представить музейну колекцію робіт всесвітньо відомого художника в контексті культурного життя Києва та історії видатних пам'яток київської архітектури — Кирилівської церкви та Володимирського собору. Презентація цієї книги супроводжується виставкою, де глядачі зможуть побачити



київського періоду (у тому числі графічні, які, згідно з правилами музейного зберігання, експонуються вкрай рідко), помилуватися замальовками, зробленими Врубелем на Лук'янівці, Куренівці та історичній місцевості Кинь-Грусть, дізнатися про коло спілкування художника.

Отже, через усі три видання проходить думка про роль України в історії світової культури – від Київської Русі, тобто часу створення найдавнішої в музейній колекції ікони зображенням Бориса і Гліба, синів князя київського Володимира Святославича, через XVIII століття, коли зароджувалося й набирало силу світське мистецтво, і до зламу XIX–XX століть, коли було зведено Володимирський собор – непревершений зразок синтезу архітектури, монументального, станкового живопису та декоративно-прикладного мистецтва.

Чому ваш проект є інноваційним?

Інноваційність проекту пслягає в його концепції, що змінює ракурс сприйняття музею, презентуючи його як невід'ємну частину національного культурного нацбання. Такий підхід повністю відповідає запитам сучасного суспільства та є проявом україноцентричної гуманітарної політики, що набуває в наші дні особливого значення.

Сам факт здійснення ребрендингу державного музею є інноваційним, оскільки досі установа, до фондів якої входять унікальні колекції світового значення, користується застарілими інструментами комунікації. Не зважаючи на те, що назва музею змінилася ще у березні 2017 року, досі на всій поліграфічній продукції вказана стара назва – «Музей российского искусства». У галереї немає працюючого сайту, профільних видань з описами колекцій, путівника музеєм з актуальною інформацією.

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

В останні роки провідні українські музеї, галеристи та книgovидавці докладають чимало зусиль до того, щоб відтворити справжню історію вітчизняної культури. Проводяться виставки, де можна бачити твори репресованих художників («Спецхран»), майстрів-шістдесятників («Інша історія: мистецтво Києва юд відлиги до перебудови»), публікуються раніше невідомі документи й мемуари («Эти десять лет большого, глубокого счастья...»: спогади Маргарити Мурашко), розкривається роль українських митців у розвитку культури інших країн («Українська Австраліана»), створюються електронний архів українського неофіційного мистецтва («Ukrainian unofficial») – і це лише кілька прикладів великої котілкої роботи з вивчення та збереження національної культурної спадщини Цьому

Директор
Алехандро
Tob
P.S.


контексті слід розглядати і проєкт видавничого дому «Антивар», крізь який червоною ниткою проходить думка про українських колекціонерів і меценатів і ту роль, яку вихідці з України відіграли в історії світового мистецтва.

Проєкт напряму пов'язаний із діджиталізацією мистецтва. оскільки створення сайту музею стане першим кроком до оцифрування фондів галереї, які з'являться на електронному ресурсі у майбутньому. Цифрові версії друкованіх видань проєкту будуть доступні у повному обсязі на сайті «Київської картинної галереї».

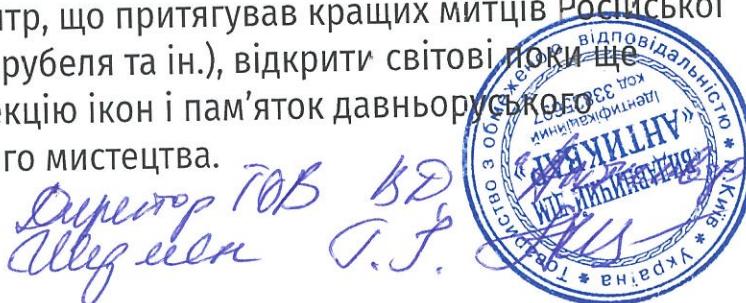
Який позитивний вплив на розвиток сектору (секторів) матиме ваш проект у перспективі кількох років?

Реалізація проєкту задовольнить нагальну потребу суспільства з україномовній літературі, присвяченій одному з найбільших музеїв України, приверне увагу до цінного зібрання іконопису й давньоруського прикладного мистецтва, допоможе зрозуміти, чому роки, проведені в Києві, Врубель називав «кращим часом свого життя», а також оцінити роль вихідців з України в становленні професійної освіти в Російській імперії та діяльності найбільших художніх об'єдань другої половини XIX — початку ХХ століття. Видавничий проєкт, що супроводжується виставками, науковими конференціями та презентаціями, викличе широкий суспільний резонанс і стане дієвим інструментом у популяризації музею та його колекції. А з огляду на високий рівень текстів і поліграфічного виконання, можна твердити, що наші книги будуть затребувані протягом десятиліть. Процес ребрендингу музею, розробка нової айдентики та створення його офіційного електронного ресурсу зробить «Київську картинну галерею» більш видимою та затребуваною у мистецьких колах країни. У перспективі кількох років планується повноцінне оцифрування фондів музею, які з'являться на сайті музею та будуть доступними до ознайомлення протягом десятків років.

Цілі проекту

Ціль

Презентувати зібрання НМ «Київська картинна галерея» в контексті історії українського колекціонування; підкреслити значення українських художників у розвитку європейської культури; показати Київ та Україну як значний художній центр, що притягував кращих митців Російської імперії (на прикладі М. Врубеля та ін.), відкрити світові поки ще недостатньо відому колекцію ікон і пам'яток давньоруського декоративно-прикладного мистецтва.



Завдання 1

Створити якісні друковані видання, які стануть візитівками оновленого музею.

Завдання 2

Розповсюдити друковані видання серед профільних мистецьких та освітніх установ.

Індикатори досягнення цілі

Висока якість видань проєкту; кількість профільних бібліотек, ВУЗів та мистецьких закладів України, серед яких розповсюджуватимуться видання проєкту; позитивні відгуки від мистецтвознавців та відвідувачів про друковані видання.

Ціль

Реалізувати ребрендинг музею та створити його офіційний сайт; довести, що зміна назви музею зіображає кардинальні зміни в його позиціонуванні, пов'язані з україноцентричною гуманітарною політикою країни.

Завдання 1

Розробити нову айдентику музею та презентувати її онлайн належному рівні; створити повний бренд-бук сновленого музею з усіма необхідними дизайн-макетами.

Завдання 2

Створити офіційний сайт музею з усією інформацією про установу: її історією, структурою, фондами, новинами, подіями тощо. За допомогою сайту популяризувати оновлену назву музею, нову айдентику та заохотити його відвідування.

Індикатори досягнення цілі

Наявність розробленої та узгодженої нової айдентики музею; наявність створеного сайту інституції; наявність дизайн-макетів для поліграфічної та рекламної продукції музею; онлайн-промоція процесу ребрендингу установи.

Ціль

Створити масштабне інформаційне поле навколо проєкту

Завдання 1



Залучити якомога більше українських ЗМІ для широкого висвітлення проєкту; залучити до висвітлення проєкту велику кількість експертів, істориків, дослідників, лідерів думок.

Завдання 2

Створити якісні фото- та відеоматеріали про проєкт; провести заплановані онлайн-заходи (онлайн-презентації видань, онлайн круглий стіл у ZOOM).

Індикатори досягнення цілі

Наявність якісних фотоматеріалів для видань і промоції проєкту онлайн, наявність якісних відеоматеріалів про проєкт (4 промо-рслика, 5 тизерів, 1 короткометражний фільм про проєкт). Кількість інформаційних повідомлень про проєкт в українських ЗМІ; кількість медіа-партнерств для висвітлення проєкту у ЗМІ; кількість підписників на сторінках проєкту; кількість переглядів відеоматеріалів про проєкт; висока якість супутньої поліграфічної продукції та рекламної продукції; кількість залучених експертів та відвідувачів заходів.

Основна мета проєкту

Забезпечити широке коло любителів мистецтва та фахівців-мистецтвознавців сучасними якісними україномовними виданнями, що стануть важливою складовою ребрендингу музею. Розробити нову айдентику «Київської картинної галереї» та створити офіційний сайт для посилення позитивного іміджу музею в Україні та за її межами.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проєкту

Пряма цільова аудиторія проєкту – представники державних та приватних музеїв України (понад 300 шт), відвідувачі та дослідники музеїв, мистецтвознавці, історики, краєзнавці, художники, школярі, студенти.

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

Опосередкова аудиторія проєкту – гості столиці, туристи з-за кордону, жителі Києва, випадкові відвідувачі музею, котрі відвідують «Київську картинну галерею». Населення Києва налічує понад 3 500 000 млн осіб – усі вони є опосередкованою аудиторією проєкту.

До непрямої аудиторії проєкту також належать активні користувачі Інтернет-ресурсів, котрі не мають змоги відвідати музей фізично, але мають потребу у тому, щоб спідкувати за мистецьким життям міста та країни дистанційно.

Оуренбург
Марія



Особи з обмеженими можливостями, які з певних причин не можуть відвідувати музеї, повинні мати змогу спостерігати за діяльністю останніх хоча б за допомогою інтернет-ресурсів: сторінок музею у соц мережах, офіційного сайту музею, публікацій у ЗМІ тощо. Ця група матиме змогу ознайомитися з фондами музею, прочитати про її колекції, подивитися короткометражний фільм про проект, який висвітлюватиме актуальну діяльність музею та його оновлення.

Оскільки по завершенню проекту залишаться матеріальні продукти (3 видання, сайт музею з електронними версіями видань, документальний фільм та промо-ролики про проект, фотографії), цільові аудиторії матимуть доступ до напрацювань проекту протягом десятків років після його завершення.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Представники мистецького сектору потребують оновлення державних культурних установ та налагодженої комунікації з ними, постійного апдейту актуальної інформації про діяльність установи (новини, виставкові та видавничі проекти, освітні заходи, поповнення фондів тощо). Чи не у кожного державного музею розвинених країн є видання про фонди, якими вони володіють. Подібні видання розповідають історію музею в контексті становлення цілої країни; про походження стародавніх пам'яток та формування колекцій; наводять нарис мистецького шляху митців та їх вплив на світову культуру.

Досвід спілкування з державними установами мистецького спрямування показує, що досі в Україні немає налагодженої комунікації між споживачем культурного продукту та самою інституцією. Відсутність базових каналів комунікації унеможливлює таку взаємодію.

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

Світова практика показує, наскільки важливо для кожного музею мати друковану продукцію, присвячену його історії, колекції, виставкам. Тим часом «Київська картинна галерея» не має ні актуального путівника, ні альбому, що давали б уявлення про її зібрання. Так, останній гутівник, виданий 2006 року російською мовою, розповідає про стару експозицію, значну частину якої займало радянське мистецтво. А в присвяченій іконам брошури 1992 року вказувалися тільки їхні назви, розміри та час надходження, до того ж вона не містила ілюстрацій.

Майже все, що сьогодні можна знайти в бібліотеках і музейному кіоску, було надруковано багато років тому. Реалізація проекту усуне цю «білу пляму» і сприятиме популяризації та подальшому вивчення колекції.



Фото: М.М.

Годі й казати, наскільки важливою для державного музею є наявність його офіційного сайту. Новий фірмовий стиль музею і створений офіційний сайт з постійним оновленням інформації задовольнить потребу українців у постійному доступі до актуальної діяльності музею – він повідомлятиме про новини музею, відкриття нових виставок, проведення лекторіїв тощо.

Оскільки по завершенню видавничого проєкту залишаться матеріальні продукти – три видання (які розповсюджуватимуться профільними освітніми та мистецькими установами країни), офіційний сайт музею з електронними версіями видань, документальний фільм про проєкт), цільові аудиторії матимуть доступ до напрацювань проєкту протягом десятків років після його завершення.

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

У здійсненні проєкту зацікавлені НМ «Київська картинна галерея», фахівці-мистецтвознавці, сфрагісти, дослідники давньоруської пластики і церковного шитва, історики, культурологи, студенти художніх вузів, школярі і всі шанувальники мистецтва. У ньому також зацікавлені кияни, адже здійснений проєкт вплине на розвиток музею та налагодження комунікації з містянами. Проєктом можуть зацікавитися інші культурні та мистецькі інституції (зокрема, інші державні музеї, котрі потребують оновлення), з якими видавничий дім «Антиквар» буде готовий поділитися позитивним досвідом. Усі вищезазначені групи можуть впливати на розвиток проєкту – висловлювати свої побажання та потреби стосовно стратегії розвитку музею та своїх установ, котрі будуть враховані.

Опишіть соціальну (супільну) цінність результатів вашого проєкту.
Суспільство матиме сучасні, виконані на високому поліграфічному рівні україномовні видання, які розширять знання про вітчизняну та світову культуру і представлять колекцію музею в актуальному контексті. Відвідувачі музею, туристи, жителі Києва та усі зацікавлені матимуть змогу «спостерігати» за діяльністю музею онлайн.

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

Завдання: Створити якісні друковані видання, які стануть візитівками оновленого музею. Показники: надрукувати видання високої якості без браку накладом 1000 екземплярів кожного (разом – 3000 екземплярів); подати у створених виданнях колекції НМ «Київська картинна галерея» на



належному науковому рівні із залученням мініум 5 фахівців-мистецтвознавців доожної книги; подати нариси історії зібрань та доповнити історичними матеріалами історію українського колекціонування; підкреслити значення українських художників у розвитку європейської культури.

Завдання: Розповсюдити друковані видання серед профільних мистецьких та освітніх установ, частину накладу передати у Київську картинну галерею. Показники: 250 комплектів видань передано у музей; зібрана та оброблена база із 450 адрес мистецьких та освітніх установ України, які отримають видання; зібрана та оброблена база адрес із 300 фізичних осіб, котрі заповнять гугл-форму; розповсюдити видання серед зазначених груп.

Завдання: Розробити нову айдентику музею та презентувати її на належному рівні; створити повний бренд-бук оновленого музею з усіма необхідними дизайн-макетами. Показники: наявність одного 1-го бренд-буку з новою айдентикою музею; наявність розроблених елементів ребрендингу музею (логотип, фірмовий колір та шрифт, уніфіковані дизайн-макети для поліграфічної продукції та рекламних конструкцій музею).

Завдання: Створити офіційний сайт музею з усією інформацією про установу: її історією, структурою, фондами, новинами, подіями тощо. За допомогою сайту популяризувати оновлену назву музею, нову айдентику та захотити його відвідування. Показники: створення 1-го офіційного сайту музею з необхідними музею рубриками (новини, зібрання, виставкові проєкти, структура музею, контакти, видання музею та ін.); створити вікно підписки на розсылку музею для розповсюдження прес-матеріалів ККГ серед партнерів та відвідувачів; завантажити 3 цифрових версії видань проєкту на сайт музею; завантажити на сайт фото- та відеоматеріали проєкту;

Завдання: Залучити якомога більше українських ЗМІ для широкого висвітлення проєкту; залучити до висвітлення проєкту велику кількість експертів, істориків, дослідників, лідерів думок. Показники: залучити щонайменше 30 українських ЗМІ для масштабного висвітлення проєкту; опублікувати щонайменше 20 матеріалів про проєкт на різних медіа-платформах; отримати щонайменше 500 відгуків про проєкт та щонайменше 1000 згадок про проєкт у соцмережах; зробити щонайменше 3 телесюжета про проєкт; зробити щонайменше 7 радіосюжетів про проєкт; залучити щонайменше 20 мистецтвознавців та 5 лідерів думок до висвітлення проєкту.

Завдання: Створити якісні аудіо- та відеоматеріали про проєкт; провести усі заплановані онлайн-заходи на сторінках музею (3 онлайн-презентації видань проєкту, 1 круглий стіл у ZOOM за участі працівників музею, команди проєкту та мистецтвознавців). Показники: створення 1-короткометражний



фільм про проект; створено 4 промо-ролики та 5 тизерів про проект; проведення 1-го онлайн-круглого столу у ZOOM.

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

У довгостроковій перспективі після завершення залишиться низка продуктів (3 видання, 1 офіційний сайт музею з електронними версіями видань, 1 документальний фільм та 4 промо-ролики та 5 тизерів), споживачі культурного продукту матимуть доступ до напрацювань проекту протягом десятків років після його завершення. Усі матеріали проекту буде розміщено на офіційних каналах комунікації музею та видавничого дому (сайти та сторінки у соцмережах), вони будуть доступними для перегляду для всіх бажаючих. У майбутньому планується оцифрування зібрань музею, котрі з'являться на сайті.

Директор 100-річчя
Світлична Г.Г.



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

На всіх етапах гідготовки проекту планується систематичний збір і обробка інформації, котра буде використана для якісної та своєчасної реалізації проекту та оцінки результатів.

Потенційно можливими ризиками реалізації проекту можуть стати:

- хвороба учасників команди;
- пошкодження чи втрата експонатів виставок;
- відмова залучених експертів від надання консультаційних послуг під час реалізації проекту з особистих причин.

Ризик хвороби учасників проекту передбачається мінімізувати шляхом підготовки запасного кадрового складу. Ризик пошкодження чи втрати експонатів виставки мінімізується їх страхуванням з боку музею. Відмова залучених експертів від консультаційних послуг під час реалізації проекту мінімізується широким колом «запасних» фахівців у галузі.

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

Існують зовнішні ризики, виникнення яких складно передбачити.

Наприклад:

- законодавчі зміни або прийняття нормативних документів з питань, пов'язаних з організацією реалізації проекту;
- несвоєчасне отримання фінансування;
- форс-мажорні обставини, які можуть виникнути: загроза війни, збройний конфлікт або серйозна погроза такого конфлікту, включаючи але не обмежуючись ворожими атаками, блокадами, військовим ембарго, дії іноземного ворога, загальна військова мобілізація, військові дії, оголошена та неоголошена війна, дії суспільного ворога, збурення, акти тероризму, військові дії, збройна агресія, збройні конфлікти (за умови введення військові дії, збройна агресія, збройні конфлікти)



Директор
Шершнік

Антонівський
Алла

воєнного стану або без введення воєнного стану), введення воєнного стану, громадські завсрушенні, тероризм, проведення антiterористичних операцій, диверсії, піратства, безладу, вторгнення, блокада, революція, заколот, повстання, масові заворушення, введення комендантської години, експропріація, примусове вилучення, захоплення підприємств, реквізіція, громадська демонстрація, блокада, страйк, аварія, пожежа, вибух тощо, а також викликані винятковими погодними умовами і стихійним лихом, а саме: епідемія, ураган, буревій, повінь, землетрус, блискавка, просідання і зсув ґрунту, інші стихійні лиха тощо.

Зважаючи на останні події у світі у зв'язку з поширенням коронавірусної інфекції COVID-19, командою проєкту було враховано цей ризик задля його мінімізації на усіх етапах реалізації видавничого проєкту. У зв'язку з цим було прийнято наступні рішення:

- відмінити усі презентаційні заходи та перевести їх в онлайн;
- провести інструктаж команди щодо дотримання рекомендацій ВООЗ задля виключення ризику зараження учасників;
- мінімізувати усі виробничі контакти та перевести усі зустрічі команди в онлайн-режим;
- зустрічі, які неможливо перевести в онлайн, проводити з дотриманням дистанції та з усіма заходами особистої безпеки співробітників, зокрема забезпечити усю команду необхідними для цього засобами (маски, антисептики);
- звести до мінімуму або повністю виключити особисті контакти з учасниками проєкту віком 65 років і більше;
- в обов'язковому порядку протягом усього проєкту слідкувати за станом здоров'я його учасників та у разі підозри на хворобу попередити відповідні медичні установи України.

Специфіка реалізації проєкту не передбачає великого скупчення людей або постійної присутності усіх учасників команди в офісних та виробничих приміщеннях. У разі потенційного загострення ситуації з поширенням епідемії в Україні та поновлення карантинних заходів графік та реалізація проєкту зазнає мінімальних втрат.

У разі виникнення будь-яких ризикових ситуацій, організатори проєкту докладатимуть максимальних зусиль для подолання у спосіб та на підставі законодавств таких явищ та реалізації проєкту в гередбачених обсягах; для мінімізації ризику несвоєчасного отримання фінансування буде узгоджено з виконавцями можливості відтермінування оплат.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проєкту ви будете



застосовувати?

Робочий план реалізації проекту (Додаток 1) передбачає виконання послідовних завдань, згідно з якими буде забезпеченено здійснення моніторингу та оцінки ефективності управління на відповідних етапах підготовки та реалізації проєкту. З метою реалізації проєкту у терміни, передбачені робочим планом за результатами кожного етапу (підготовчого, інформаційного, фактичної реалізації – створення та звітування), проводитиметься моніторинг своєчасності виконання основних завдань, передбачених робочим планом проєкту.

Головним індикатором (показником) ефективності реалізації проєкту є досягнення цілей, передбачених проєктом, а саме – розробка нового фірмового стилю музею та його використання у подальших етапах реалізації проєкту; успішне створення трьох видань та сайту музею; висока якість друкованих видань та електронного ресурсу; проведення усіх презентаційних заходів онлайн, що заплановані в рамках проєкту; проведення масштабної PR-кампанії в українських ЗМІ із залученням якомога більшої аудиторії.

Індикатором успіху у досягненні головної цілі буде широке розповсюдження інформації про видавничий проєкт не лише в Україні, а й за кордоном, залучення широких верств населення, а також збільшення попиту споживачів культурного продукту, популярність та обговорення, позитивні відгуки від експертів та представників музейної справи та культурного сектору.

Забезпечення представлення видавничого проєкту належністю організаційною та інформаційною підготовкою, необхідними матеріалами, своєчасне виконання завдань, передбачених робочим планом, залучення інформаційних партнерів до проведення заходів, участі та зацікавленість від митців та культурних операторів – це все індикатори, які будуть використані для оцінки ефективності управління та реалізації проєкту. Дані індикатори є прототипом виконання завдань робочого плану та оцінка забезпечення виконання їх та ефективності заплановано здійснювати за результатами етапів (на кожному етапі реалізації проєкту).

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

Для поширення інформації про проєкт серед його аудиторій та потенційних партнерів буде залучено якомога більше мистецтвознавців та музейних працівників. Ключовими повідомленнями проєкту стануть деякі сюжети з державних культурних інституцій та важливості налагодження комунікації з відвідувачами. Важливою місією проєкту є донесення думки про те, що

*Оригінал
Чернігів*

ІМІДЖА МУЗЕЮ
ІДЕНТИФІКАЦІЯ
КОД 3383569



державні музею повинні йти в ногу з часом і бути відкритими до співпраці як з партнерами, так і зі своїми відвідувачами. Є сподівання, що досвід реалізації такого проєкту надихне інші культурні інституції до оновлення та розробки нових стратегій розвитку.

Усі автори видань проєкту виступатимуть спікерами під час онлайн-круглого столу «Ребрендинг культурної інституції», що запланований в рамках промоції проєкту та відбудеться на платформі для онлайн-конференцій ZOOM.

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?

Оскільки презентація проєкту перейде виключно в онлайн-формат, кількість відеоматеріалів про реалізацію проєктів було збільшено.

Детальний опис та синопсис кожного роліку зазначено у додатку «Концепція проєкту та портфоліо авторів». Буде створено 4 промо-ролики про проєкт, 5 тизерів та 1 короткометражний фільм, які публікуватимуться на офіційних каналах музею, видавничого дому та розповсюджуватимуться на інших медіа-платформах. Для промоції роликів буде створено канал музею на YouTube, якого наразі немає. Проводитиметься фотозйомка реалізації усіх етапів проєкту, фотоматеріали також розміщуватимуться на зазначених каналах комікації. Для висвітлення реалізації проєкту будуть створені якісні прес-матеріали, які розповсюджуватимуться серед українських ЗМІ: заплановано розмістити близько 30-ти публікацій на профільних українських медіа платформах за час терміну реалізації проєкту (5 місяців).

Планується рекламна кампанія містом (розміщення афіш, буклетів про проект, банерів) для висвітлення ребрендингу музею у публічному просторі.

Для промоції проєкту будуть залучені комунікаційні канали музею та Видавничого дому «Антиквар»:

Канали комунікації музею:

- Офіційна Facebook-сторінка музею (<https://www.facebook.com/knag.museum/>) – понад 9 000 підписників;
 - Створений в рамках проекту офіційний сайт музею;
 - Створений в рамках проекту Youtube-канал музею;

Канали комунікації Видавничого дому «Антиквар»:

- Сайт видавничого дому (<https://antikvar.ua>) – 10 000 унікальних відвідувачів на тиждень;

- Друкований журнал видавничого дому (видається 1 раз у місяці, понад 1500 підписників з України, понад 200 підписників за кордоном) (<https://antikvar.com>)

antikvar.ua/prydbaty-antykvar/

- Офіційна Facebook-сторінка видавничого дому: 4049 підписників (<https://www.facebook.com/antikvarua/>)

- Офіційний Youtube-канал видавничого дому (<https://www.youtube.com/channel/UCj-S3X7gJlr3Ur0vcQBrR6g?>)

Доступ до усіх текстових (в тому числі цифрових видань проєкту), фото- та відео-матеріалів, а також онлайн-перзентації у ZOOM буде безкоштовним. Анонси презентацій розповсюджуватимуться на вищезазначених каналах комунікації, а також серед медіапартнерів проєкту. Цими платформами передбачено збір інформації про охоплення дописів та відслідковування кількості учасників онлайн-подій. Моніторинг кількості відвідувачів онлайн-заходів вестимуть координатори проєкту.

Контент-планом проєкту передбачено мінімум 3 дописи на тиждень про проєкт у соцмережах та щотижневий збір та обробка даних щодо їх охоплення.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проєкту?

Над процесом висвітлення проєкту у ЗМІ працюватимуть фахівці у галузі зв'язків з громадськістю. Протягом 5-ти місяців розміщуватимуться матеріали про проєкт у профільних українських ЗМІ (прес-анонси, статті, інтерв'ю, коментарі експертів). Висвітлювати реалізацію та результати проєкту будуть такі ЗМІ: «Громадське колектив», «UA: Культура», «Lb.ua Культура», «Громадське радіо», «Українська правда», «Еспресо ТВ», «Укрінформ», «Канал24», «1+1», «UA. Суспільне», «Київ», канал «Культура», газета «Дзеркало тижня», Мультимедійна платформа іномовлення України «UA TV», «Артхів», Мітєць, «Support Your Art», «The Village», «Хмарочос», «Yabl», «Детектор Медіа», «Day UA», «Факти» (спісок доповнюватиметься).

Відповідно до комунікаційного плану проєкту планується розмістити близько 30-ти публікацій за час терміну реалізації проєкту - 5 місяців.

Згадки про проєкт у ЗМІ та охоплення аудиторії відслідковуватиметься координаторами проєкту.

З якими лідерами думок планується співпраця?

- Юрій Вакуленко, директор музею «Київська картинна галерея»

- Тетяна Філевська, креативна директорка Українського інституту, арт-менеджерка

- Матвій Вайсберг, український живописець, графік, художник книги

- Анатолій Криволап, один із найвідоміших українських художників сучасності

- Костянтин Дорошенко, український арт-критик, радіоведучий


Директор
Андрій
Марченко
Антошук
003225691

- Алла Ботанова, журналіст, мистецтвознавець, арт-критик
(список може доповнюватися)

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

В результаті реалізації комунікаційного плану планується створити широку аудиторію навколо виставково-видавничого проекту та процесу оновлення музею. До аудиторії увійдуть представники різних вікових, етнічних та гендерних груп, які почують/ побачать/ прочитають про проект чи отримають його кінцеві продукти. Якісні матеріали про видання проекту та сайт (статті, інтерв'ю з експертами, фото- та відеоматеріали про проект, короткометражний фільм), а також друковані та електронні версії видань уможливлять постійне збільшення аудиторії проекту навіть після його завершення.

Прогнозоване охоплення:

- Понад 5 000 читачів видань;
- Понад 100 000 осіб охоплення у мережі Інтернет за допомогою створеного сайту музею, існуючої Facebook-сторінки музею, а також за допомогою сайтів та соціальних мереж Видавничого дому «Антивар»;
- Понад 5 000 переглядів відеофільму про проект на YouTube;
- Понад 300 згадок про проект в українських ЗМІ;
- Понад 30 статей про проект у ЗМІ;
- Мінімум 50 відвідувачів онлайн круглого столу у ZOOM;
- Залучення мінімум 10 експертів у галузі до роботи над текстовими матеріалами видань і сайту.

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

Видання проекту (наклад кожного – 1000 шт.) репрезентуватимуть колекції музею з дослідженнями їх походження протягом десятків років. Частина накладу розповсюджуватиметься серед профільних культурних та освітніх закладів України (музеї, бібліотеки), тож вони будуть у вільному доступі для читача. Частина накладу розповсюджуватиметься серед приватних осіб – вони матимуть змогу заповнити гугл-форму та отримати видання проекту безкоштовно (але їх кількість буде обмежена).

Наклади видань проекту будуть розповсюджені наступним чином:

Книга «Київські адреси М. Врубеля» – 1000 шт.

Каталог «Іконопис Х.ІІ – початку ХХ століття та твори давньоруського декоративно-прикладного мистецтва в колекції Національного музею «Київська картина галерея» – 1000 шт.

Путівник музеєм – 1000 шт.



Комплекти накладів (3 видання у комплекті) будуть розповсюджені наступним чином:

300 шт. – буде розіслано серед бажаючих отримати видання, які заповнять гугл-форму;

250 шт. – буде передано у Київську картинну галерею;

170 шт. – буде розіслано серед українських музеїв та культурних інституцій;

100 шт. – буде розіслано серед українських профільних бібліотек;

80 шт. – буде розіслано серед українських профільних ВУЗів;

100 шт. – буде розповсюджено серед авторів видань та дослідників мистецтва

Розповсюдження видань за списками здійснюватиметься поштовим оператором «Нова Пошта». Списки мистецьких та освітніх закладів, серед яких розповсюджуватимуться наклади додаються окремим файлом.

Задля забезпечення вільного доступу до кінцевих результатів напрацювань проекту та його детальної фіксації у мережі Інтернет, а також включення до аудиторії груп осіб з індивідуальними потребами, електронні версії усіх видань будуть опубліковані на офіційному сайті музею та доступними до перегляду та читання безкоштовно. Таким чином, усі, хто не матиме можливості відвідати онлайн-презентаційні заходи або замовити видання проекту, зможуть «погортати» їх на створеному сайті музею, прочитати усю інформацію про проект, подивитися усі відеозаписи та фотоматеріали проекту.

Сайт музею стане постійно діючим головним каналом комунікації з музеєм й підтримуватиметься інституцією після завершення проекту. Після завершення проекту він продовжить працювати та наповнюватися новинами та матеріалами, що стосуються життя «Київської картинної галереї».

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.)?

Ні.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Видавничий дім «Антиквар» має активну базу адрес та контактів із понад 600 спеціалізованих (мистецьких, історичних, культурних) закладів України – музеї, бібліотеки, культурні центри, які регулярно отримують наше видання. Наше видавництво має власні медійні та комунікативні ресурси, за допомогою яких буде здійснена повноцінна піар-кампанія усіх етапів



Олександр Шевченко
"Антиквар"
БУДІВЛЯ УКРАЇНСЬКОЇ АКАДЕМІКІЧНОЇ АРХІВНОЇ СИСТЕМИ
код 3835657

реалізації видавничого проекту «Київська картинна галерея. Оновлення»: друкований журнал «Антиквар» (наклад – 1,500 екземплярів); офіційний сайт журналу «Антиквар» (10 000 унікальних відвідувачів на тиждень); сторінки у соціальних мережах (аудиторія – понад 7,000 осіб).

Видавничий дім «Антиквар» має плідний досвід із проведення піар-кампаній, який буде застосовано й до цього проекту. Крім того, у нас є досвід співпраці з українськими дипломатичними представництвами за кордоном та закордонними дипломатичними установами в Україні, а також із спілками українців за кордоном та іншими діаспорними інституціями. Отже, видавничий дім забезпечить розповсюдження інформації про проект серед цих установ та готовий буде ділитися здобутим досвідом з організаціями, які будуть у цьому зацікавлені.

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

На даному етапі – ні.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

2

Кількість жінок у команді проекту

12

Кількість людей віком від 17 до 34

2

Кількість людей віком від 35 до 50

2

Кількість людей віком від 51 до 60

4

Кількість людей віком від 61 до 70

6

Кількість людей віком від старше 71

0



Кількість працюючих пенсіонерів

3

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Ні

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

так

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

так

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

так

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

так

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

так



Декларація добросовісності

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

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

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

Дата заповнення

Шершан Г.Г. МГ

Фонд:

Грантоотримувач:

Шершан Г.Г.

Документ було автоматично згенеровано у СУРУКФ, пт, 12 червня 2020 р., 16:33



Додаток № 2
до Договору про надання гранту
№ ЗІСРЧ-6321
від " 22 " вересня 2020
року

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Назва конкурсної програми: Інноваційний культурний продукт

Назва ЛОТ-у: Література

Назва Заявника: ТОВ "Видавничий дім "Антивар"

Назва проекту: "Київська картинна галерея. Оновлення"

	Організація-донор	інансування проекту, в %	інансування проекту, Сума в грн.
РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ			
1	Український культурний ф	100,00%	1 784 705,00
2	Співфінансування* :		
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника		
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)		
	Всього		1 784 705,00

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

Директор
Чершик Г.

Ідентифікаційний
код 3388569
БІЛАНДОБІАНЧЕНКО
М.Київ * Україна * Товариство
* «Видавничий дім
«АНТИВАР»

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявника: ТОВ "Видавничий дім "Антиквар"

Назва проекту: "Київська картинна галерея. Оновлення"

Розділ: Підздрі- бл: Стаття: Пункт: Стовпці: 1	Найменування витрат	Одини- ця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ		
			Планові витрати відповідно до заявки						
			Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)				
2	3	4	5	6	16	17			
Розділ II Витрати:									
Підроздр.	1	Оплата праці							
Стаття:	1.1	Штатні працівники		23,00	40 000,00	188 000,00	188 000,00		
Пункт:	a	Васильєва Тамара Михайлівна, керівник проекту	місяців	5,00	10 000,00	50 000,00	50 000,00		
Пункт:	b	Терлецька Анна Володимирівна, координатор проекту	місяців	5,00	10 000,00	50 000,00	50 000,00		
Пункт:	v	Коваленко Анастасія Євгенівна, менеджер проекту від музею	місяців	5,00	8 000,00	40 000,00	40 000,00		
Пункт:	г	Гетьман Світлана Анатоліївна, бухгалтер проскуту	місяців	5,00	6 000,00	30 000,00	30 000,00		
Пункт:	d	Школьник Світлана Анатоліївна, коректор	місяців	3,00	6 000,00	18 000,00	18 000,00		
Стаття:	1.2	За трудовими договорами		11,00	25 000,00	94 000,00	94 000,00		
Пункт:	a	Володимиров-Лихоліт Віктор, дизайнер-верстальник	місяців	4,00	9 000,00	36 000,00	36 000,00		
Пункт:	b	Васильєв Олександр Володимирович, літературний редактор	місяців	4,00	10 000,00	40 000,00	40 000,00		
Пункт:	v	Собкович Ольга Сергіївна, редактор	місяців	3,00	6 000,00	18 000,00	18 000,00		
Стаття:	1.3	За договорами ЦПХ		6,00	100 000,00	100 000,00	100 000,00		
Пункт:	a	Алавердова Галина Володимирівна, співавтор путівника музєю, куратор виставки «Давньоруський іконопис та декоративно-прикладне мистецтво», участь в підготовці каталогу ікон	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00		
Пункт:	b	Агеєва Наталія Євгеніївна, співавтор путівника	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00		
Пункт:	v	Ладиженська Катерина Ігорівна, автор	послуга	1,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00		
Пункт:	g	Кружкова Мар'яна Іллівна, співавтор путівника	послуга	1,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00		
Пункт:	d	Ілінг Алла Віліївна, співавтор путівника музею	послуга	1,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00		
Пункт:	e	Боримська Олена В'ячеславівна, співавтор путівника музею	послуга	1,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00		
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":			40,00	165 000,00	382 000,00	382 000,00			
Підроз.	2	Соціальні внески							
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати праці	місяців	2,32	36 300,00	84 040,00	84 040,00		
Пункт:	a	ЕСВ-22%	місяців	2,32	36 300,00	84 040,00	84 040,00		
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":			2,32	36 300,00	84 040,00	84 040,00			



Директор Г.В. Мирченко

Розділ	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)						
Стаття:	3.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		-	-	-	-	
Пункт:	а	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і	шт.	-	-	-	-	
Стаття:	3.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		-	-	-	-	
Пункт:	а	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем	дoba	-	-	-	-	
Стаття:	3.3	Добові (для штатних працівників)		-	-	-	-	
Пункт:	а	Добові (розрахунок на відряджену особу)	дoba	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженнями":								
Підроз.	4	Обладнання і нематеріальні активи						
Стаття:	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування обладнання (з деталізацією	шт.	-	-	-	-	
Стаття:	4.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для експлуатації		-	-	-	-	
Пункт:	а	Програмне забезпечення (з деталізацією		-	-	-	-	
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні активи":								
Підроз.	5	Витрати пов'язані з орендою						
Стаття:	5.1	Оренда приміщення		-	-	-	-	
Пункт:	а	Адреса орендованого приміщення, із	кв.м	-	-	-	-	
Стаття:	5.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування техніки (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	-	-	-	-	
Стаття:	5.3	Оренда транспорту		-	-	-	-	
Пункт:	а	Оренда легкового автомобіля - таксі (із зазначенням кількості годин)	годин	-	-	-	-	
Стаття:	5.4	Оренда сценічно-постановочних засобів		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних		-	-	-	-	
Стаття:	5.5	Інші об'єкти оренди		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування (з деталізацією технічних		-	-	-	-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою":								
Підроз.	6	Витрати на харчування та напої						
Стаття:	6.1	Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кафе-брейк тощо		-	-	-	-	
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та напої":								
Підроз.	7	Матеріальні витрати						
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина		1 000,00	9,50	9 500,00	9 500,00	
Пункт:	а	Пакувальний матеріал для розсылки видань	шт.	1 000,00	9,50	0 500,00	9 500,00	
Пункт:	б	Найменування	шт.	-	-	-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.	-	-	-	-	
Стаття:	7.2	Носії, накопичувачі		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.	-	-	-	-	
Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати		-	-	-	-	
Пункт:	а	Найменування	шт.	-	-	-	-	
Пункт:	в	Найменування	шт.	-	-	-	-	



Директор ТОВ «Антиквар»
Ільїнченко Д.І. КМУ

Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				1 000,00	9,50	9 500,00	9 500,00	
Підроз.	8	Поліграфічні послуги						
Стаття:	8.1	Послуги із виготовлення:		2 254,00	7 771,00	29 500,00	29 500,00	
Пункт:	а	Виготовлення макетів	шт.		-	-	-	
Пункт:	б	Нанесення логотопів	шт.		-	-	-	
Пункт:	в	Друк афіш А1, А2	шт.	250,00	16,00	4 000,00	4 000,00	
Пункт:	г	Друк флаєра з інформацією про проект	шт.	2 000,00	5,00	10 000,00	10 000,00	Формат в розвороті 210x297; в готовому вигляді - 148x210; папір 150г/м2 глянець, 4+4. Флаєри з інформацією про проект вкладатимуться в кожну посилку з книгами (1000 шт), а також розповсюджуватимуться музеєм серед відвідувачів (1000 шт). Флаєри міститимуть опис видань проекту; умови розповсюдження серед фізичних осіб та інституцій; контакти музею, видавництва та УКФ. Вони необхідні для промоції проекту, зокрема для осіб, які їх користуються Інтернетом (напр., відвідувачі музею літнього віку). Флаєри потрібні також для опису змісту посилки музеям, бібліотекам, ВНЗ та іншим мистецьким закладам, серед яких розповсюджуватиметься частина друкованого накладу. Досвід реалізації видавничого проекту за підтримки УКФ минулого року показав, що така поліграфічна продукція є дуже помічною у поясненні отримувачам змісту посилки
Пункт:	д	Друк листівок	шт.		-	-	-	
Пункт:	е	Друк банеру прес-волл на фасад музею (2,4x1,7)	шт.	2,00	2 750,00	5 500,00	5 500,00	
Пункт:	ε	Друк банеру прес-волл на фасад музею (2,4x5,15)	шт.	2,00	5 000,00	10 000,00	10 000,00	
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				2 254,00	7 771,00	29 500,00	29 500,00	
Підроз.	9	Послуги з просування						
Пункт:	а	Фотозйомка для всіх видань проекту та фотофіксація реалізації проекту	послуга	1,00	48 000,00	48 000,00	48 000,00	Фотозйомка кількох сотен експонатів музею для видань проекту є невід'ємною частиною видавничого процесу. В рамках проекту здійснюватиметься фотофіксація колекцій музею та додрукарська обробка фотоматеріалів, які увійдуть до видань проекту. Здійснюватиметься й фотофіксація усіх етапів реалізації проекту: процес відбору матеріалів, друку видань, рекламних матеріалів у міському просторі. Ці фото слугуватимуть матеріалом для промоції проекту в соцмережах та на різних медіаплатформах, а також наповнюватимуть новстворений сайт музею.



 Федорчук
 Ігор
 Григорів
 Григорів

Пункт:	б	Реклама в інтернеті та ЗМІ	послуга	1,00	14 000,00	14 000,00	14 000,00	Протягом 5-ти місяців розміщуватимуться матеріали про проект у профільних українських ЗМІ (прес-анонси, статті, інтерв'ю, коментарі експертів). Висвітлювати реалізацію та результати проекту будуть такі ЗМІ: «Громадське культура», «UA: Культура», «Lb.ua Культура», «Громадське радіо», «Українська правда», «Еспресо ТВ», «Укрінформ», «Канал24», «1+1», «UA. Супільне», «Київ», канал «Культура», газета «Дзеркало тижня», Мультимедійна платформа інформації України «UA TV», «Архів», Місії, «Support Your Art», «The Village», «Хмарочос», «Yabl», «Детектор Медіа», «Day UA», «Факти» (спісок доповнюватиметься). Розрахунок статті спирається на мінімальну вартість реклами на подібних платформах або мінімальну ставку авторського гонорару: 500 грн за підготовку або розміщення публікації. Таким чином, ми плануємо розмістити близько 30-ти публікацій за час терміну реалізації проекту - 5 місяців.
Пункт:	в	Реклама в соціальних мережах	послуга	1,00	10 000,00	10 000,00	10 000,00	Розрахунок спирається на вартість однієї ротації таргетованої реклами у Facebook для охоплення усіх областей (24 шт) України за заданими параметрами (вік користувачів, уподобання, професія тощо). Вартість однієї такої ротації - близько 10\$, тобто 250-300 грн за одну. Відповідно до тривалості промоції проскуту у соцмережах (5 місяців), щомісяця буде близько 6-8 проплачених публікацій про проект у Facebook, охоплення кожної в середньому - 16000 користувачів з усієї України (середнє охоплення пораховано відповідно до кількості підписників сторінок заявитника та музею).
Пункт:	г	Розробка фірмового стилю нової айдентики музею (повний бренд-бук)	послуга	1,00	55 000,00	55 000,00	55 000,00	До статті входить розробка повної дизайн-системи - 30000 грн (логотип, шрифти, типографіка, правила роботи з кольоровою гаммою, правила побудови формату, правила роботи із зображеннями, зразки брендованої фізичної комунікації (постери, сітіплейти, банери), зразки брендованої цифрової комунікації (пости та сторіз для Facebook та Instagram, обкладинки для Facebook), зразки брендованої сувенірної продукції (футболки, чашки, листівки), зразки навігації в музеї (таблиці, надписи до картин), зразки верстки друкованих матеріалів (буллети, каталоги); розробка бренд-буку у форматі PDF - 10000 грн; розробка фінальних макетів та шаблонів, у т.ч. для створеного сайту - 15000 грн (оформлення вхідної групи, оформлення сторінок у соцмережах, розробка шаблону для таблиць навігації, розробка шаблону для підпису під картинах, макетування інформаційного буклету, розробка шаблону для візитівок, розробка шаблону фірмових бланків, дизайн сувенірної продукції, розробка структури та візуальної мови сайту). ТЗ зі створення нової айдентики музею є в додатку "Концепція проекту".

Пункт:	d	Наружна реклама (виготовлення та розміщення)	послуга	1,00	101 640,00	101 640,00	101 640,00	Період розміщення - 4 місяці (липень, серпень, вересень, жовтень). Реклама буде розміщена центром Києва (сіті-лайти 1.8x1.2; скролли 1.8x1.2; цифрові панелі 2.3x3.14) - вул. Хрецький 29 / Бесарабська пл., бул. Лесі Українки 3, вул. В. Васильківська 131, бул. Дружби народів 23. У вартість входить оренда рекламионосія, розміщення плакатів на конструкціях та технічне обслуговування протягом місяця оренди. Вартість оренди містом на 1 місяць складає 25410 грн. Детальний розрахунок витрат з усіма технічними параметрами рекламних носіїв та місцями розміщення додається окремим файлом.
Пункт:	e	SMM, SO	послуга	1,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	
Пункт:	e	Відеозйомка для проекту (4 проморолика, 1 короткометражний фільм про проект, 5 тизерів)	послуга	1,00	45 000,00	45 000,00	45 000,00	Для промоції проекту в мережі Інтернет та у соцмережах буде відзнято 4 промо-ролика (до 5хв кожен), 1 короткометражний фільм (до 20 хв) та 5 тизерів (до 15 сек кожен). Розрахунок вартості спирається на надані розінки від підрядника: 1 промо-ролик - 5000 грн., 1 тизер - 2000 грн., 1 короткометр. фільм - 15000 грн. У вартість послуг входить режисура, відеозйомка, світло, звукозапис, монтаж, кольорокорекція та пост-продакшн роликів. Синопсис кожного ролику є у додатку "Концепція проекту".
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":				7,00	288 640,00	288 640,00	288 640,00	
Підроз:	10	Створення web-ресурсу						
Пункт:	a	Витрати зі створення сайту	послуга	1,00	82 770,00	82 770,00	82 770,00	Планується створення нового офіційного сайту Київської картинної галереї. Сайт буде використовуватися для промоції проекту також, але основною метою є створення автономного офіційного веб-ресурсу Національного музею "Київська картинна галерея". Усі видання проскути (у цифрових версіях), а також фото- та відеоматеріали проскути будуть розміщені на цьому сайті та доступні до перегляду будь-кому безкоштовно. Після завершення проекту сайт продовжуватиме функціонувати як головний веб-ресурс музею та підтримуватиметься інституцією. ТЗ по сайту є у додатку "Концепція проекту". У наступному рядку деталізація витрат.



*Биржеві
Мережі*
Гончар

Нестор
НСТУ

Пункт:	Витрати з обслуговування сайту	послуга	1,00	15 000,00	15 000,00	15 000,00	До витрат зі створення сайту входять наступні послуги: адмін. панель сайту (аутентифікація, доступ до редагування контенту, інтерфейс); 20 000 грн; модуль меню навігації – 1500 грн; віджети для публікації повних цифрових версій видань з можливістю збільшення – 500 грн; застосування до сайту дизайн-макетів оновленого стилю музею – 15500 грн; модуль завантаження зображень та відео – 500; модуль для подальшої діджиталізації фондів музею – 13000 грн; особистий кабінет головного контент-менеджера – 1900 грн; пошук по сайту, фільтр видачі запитів – 1000 грн; модуль ротації банерів (власні виставки, заходи, конференції, новини) – 500 грн; модуль довідника (списки колекцій, митців і їх робіт) – 10000 грн; модуль відображення іконок соцмереж – 500 грн; модуль відображення логотипів партнерів – 500 грн; модуль слайдерів – 500 грн; архівна інформація – 500 грн; сторінка структури та історії музею – 500 грн; вікно збору електронних адрес для розсылки музею – 1000 грн; блокування ір-адрес, повідомлення про невдалі спроби доступу в адмінку – 1000 грн; сторінка з відображенням оновленоїайдентики музею – 2500 грн; модуль для відображення здійснених державних закупівель через систему Prozorro – 1500 грн; модуль для продажу квитків онлайн – 10000 грн, модуль для продажу продукції музею онлайн – 3370 грн; розміщення 3D-туру музею – 750 грн; модуль для запису на відвідування музею та екскурсію 750 грн; мобільна версія сайту – 1000 грн.
6							

Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":

Підроз.	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на					
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на							
Підроз.	12	Послуги з перекладу					
Пункт:	а	Усний переклад	година	-	-	-	
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу":							
Підроз.	13	Адміністративні витрати					
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги					
Пункт:	б	Юридичні послуги	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00
Пункт:	г	Інші адміністративні витрати (вказати тип					
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати":				2,00	50 000,00	50 000,00	50 000,00

Підроз. 14 Інші прямі витрати

Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення						
Пункт:	a	Найменування послуги	шт.					
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування						
Пункт:	a	Вказати предмет страхування	шт.					
Стаття:	14.3	Видавничі послуги		3 000,00	694,86	694 860,00	694 860,00	



DB BD "Premier"
U.S.Patent T.-S. Huo

Пункт:	a	Друк книги «Київські адреси М. Врубеля» (наклад – 1000 шт; формат – 165x235 мм, блок – 192 стр., 4+4, 115 г/м ² крейдований матовий; обкладинка – 4 стр, 4+4, 350 г/м ² крейдований матовий, матова ламінація 1+0; формат у розвороті – 690x210 мм;	екземпля	1 000,00	123,68	123 680,00	123 680,00	300 шт. – буде розіслано серед бажаючих отримати видання, які заповнять гугл-форму; 250 шт. – буде передано у Київську картинну галерею; 170 шт. – буде розіслано серед українських музеїв та культурних інституцій; 100 шт. – буде розіслано серед українських профільних бібліотек; 80 шт. – буде розіслано серед українських профільних ВУЗів; 100 шт. – буде розповсюджене серед авторів видань та дослідників мистецтва. Списки розповсюдження надаються окремим файлом. Усі видання розповсюджуватимуться поштовим оператором «Нова Пошта» за списками отримувачів.
Пункт:	б	Друк каталогу «Іконопис та декоративно-прикладне мистецтво в колекції ККГ» (наклад – 1000 шт; альбомна орієнтація; формат – 297x210 мм, блок – 240 стр, 4+4, 130 г/м ² крейдований мат.; форзац – 170 г/м ² офс; обкладинка 1+0, матова ламінація 1+0,7 Бц)	екземпля	1 000,00	324,30	324 300,00	324 300,00	300 шт. – буде розіслано серед бажаючих отримати видання, які заповнять гугл-форму, 250 шт. буде передано у Київську картинну галерею; 170 шт. – буде розіслано серед українських музеїв та культурних інституцій; 100 шт. – буде розіслано серед українських профільних бібліотек; 80 шт. – буде розіслано серед українських профільних ВУЗів; 100 шт. – буде розповсюджене серед авторів видань та дослідників мистецтва. Списки розповсюдження надаються окремим файлом. Усі видання розповсюджуватимуться поштовим оператором «Нова Пошта» за списками отримувачів.
Пункт:	в	Друг путівника музеєм (наклад – 1000 шт., формат – 148x210 мм, блок – 432 стр., 4+4, 115 г/м ² крейдований матовий; обкладинка – 4 стр, 4+4, 350 г/м ² крейдований мат., матова ламінація 1+0, біговка; формат у розвороті – 690x210 мм)	екземпля	1 000,00	246,88	246 880,00	246 880,00	300 шт. – буде розіслано серед бажаючих отримати видання, які заповнять гугл-форму; 250 шт. буде передано у Київську картинну галерею; 170 шт. – буде розіслано серед українських музеїв та культурних інституцій; 100 шт. – буде розіслано серед українських профільних бібліотек; 80 шт. – буде розіслано серед українських профільних ВУЗів; 100 шт. – буде розповсюджене серед авторів видань та дослідників мистецтва. Списки розповсюдження надаються окремим файлом. Усі видання розповсюджуватимуться поштовим оператором «Нова Пошта» за списками отримувачів.
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати		1 826,00	46 117,50	148 395,00	148 395,00	
Пункт:	а	Поштові послуги (розилка видань)	к-т	600,00	55,00	33 000,00	33 000,00	
Пункт:	б	Бейджики	шт					
Пункт:	в	Банківська комісія за переказ	місяців	5,00	300,00	1 500,00	1 500,00	
Пункт:	г	Розрахунково-касове обслуговування	місяців	5,00	700,00	3 500,00	3 500,00	
Пункт:	д	Виготовлення вітрин для експонування предметів археології та творів декоративно-прикладного мистецтва (алюмінієвий розбірний каркас, скло, підсвітка, сигналізація)	шт	2,00	21 775,00	43 550,00	43 550,00	Розмір вітрин - 1000x700x850 мм. Детальні технічні параметри та візуалізація вітрин надається окремим файлом. Після завершення проекту обладнання належатиме музею.
Пункт:	е	Виготовлення підвісів для ікон	шт	9,00	715,00	6 435,00	6 435,00	Розмір підвісів - 2 м профілю з комплектацією. Детальні технічні параметри та візуалізація вітрин надається окремим файлом. Після завершення проекту обладнання належатиме музею.
Пункт:	ж	Виготовлення кіотів зі склом	шт	1,00	21 320,00	21 320,00	21 320,00	Розміри кіоту з розрахунку розміру ікони 1000x800 см. Детальні технічні параметри та візуалізація кіотів надається окремим файлом. Після завершення проекту обладнання належатиме музею.
Пункт:	з	Канцелярські товари (папір А4 - 5 п.; файли А4 - 4 п.)	к-т	1,00	840,00	840,00	840,00	



Приєднено
бланк
T.O.T. ВД
Укримілед.
Г. І. Раду

Пункт:	и	«Виготовлення сувенірної продукції (комплект: ручки, блокноти, календарі)	к-т	300,00	93,80	28 140,00	28 140,00	
Пункт:	i	Послуга зі сортування та пакування друкованої продукції	к-т	600,00	12,00	7 200,00	7 200,00	
Пункт:	ї	Теки	шт	300,00	6,70	2 010,00	2 010,00	
Пункт:	й	Вантажні роботи	послуга	3,00	300,00	900,00	900,00	
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":				4 826,00	46 812,36	843 255,00	843 255,00	
Всього по розділу II "Витрати":						1 784 705,00	1 784 705,00	

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

Директор ТОВ ВІ

(Посада)

Шерман Т.І.

(Печатка, підпис, ПІБ)

"Антиквар" Шерман
T. I. Shy

