

ДОГОВІР № 3PLUS1-00825
про надання гранту

м. Київ

«10 » листопада 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Зиконавчого директора Федів Юлії Олексandrівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Фізична особа-підприємець Момот Дарина Тарасівна (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань від 08.05.2020 року № 24800000000242622, з іншої сторони (далі – Сторона), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проекту «Cittart» (далі – Проект), список 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 01.06.2021 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітності документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.
2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначенням 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.

ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

Загальна сума Договору становить 1 997 565 грн. 22 коп. (один мільйон дев'ятсот дев'яносто сім тисяч п'ятсот шістдесят п'ять гривень 22 копійки) з урахуванням податку на доходи фізичних осіб 18% 359 561 грн. 74 коп. (триста п'ятдесят дев'ять тисяч п'ятсот шістдесят одна гривня 74 копійки) та військового збору 1,5 % 29 963 грн. 48 коп. (двадцять дев'ять тисяч дев'ятсот шістдесят три гривні 48 копійок).

Загальна сума гранту до виплати становить 1 608 040 грн. 00 коп. (один мільйон шістсот вісім тисяч сорок гривень 00 копійок).

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

3. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проекту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера після співфінансуванню, у проектах де співфінансування є обов'язковою умовою, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування. Якщо часткове невиконання співфінансування не впливає на граничні собов'язкові пропорції співфінансування проекту, визначені Фондом, ця норма не застосовується.

4. 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 II 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 охоронною майнових прав на ці об'єкти, а також схронною 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 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 Прєєкту, 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. ВІДПОВІДЛЬНІСТЬ СТОРІН

1. Сторони відповідають за своїми зобов'язаннями в межах, визначених чинним законодавством України.

2. Фонд несе відповідальність 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 гублікації 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 сплаті 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 (підвійне 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 на придбання основних засобів (у тому числі офісних меблів), нематеріальних активів (у тому числі авторського права, франшиз тощо, крім тих, витрати на придбання яких визнаються роялті). Це обмеження не стосується створення веб-сайтів;

витрати на проведення капітальних ремонтних робіт, проведення будівельних робіт, розробку у проектно-кошторисної документації;

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 передбачені Інструкціями для заявників по програмам та витрати здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

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

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

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

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

3. У разі дестрокового 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 шим 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 ним Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або його розрванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, вказаному чинним законодавством України.

ХІІ. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до «31» грудня 2020 року, але у будь-якому випадку до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань.

Зміни до цього Договору вносяться шляхом **укладення додаткових договорів**.

2. У разі зміни уповноваженої особи Сторони невідкладно повідомлять одна сінду.

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 відмінними 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.kultura_plus@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Момст Дарина Тарасівна, керівник проекту,

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

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

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

10. У разі якщо правила і процедури для Грантоотримувачів вимагають проведення публічних закупівель, такі правила і процедури мають відповідати національним або міжнародним стандартам та принципам прозорості, пресерційності, 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 – проектна заявка;
- додаток 2 – кошторис Проекту;
- додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;

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

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01501, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

0110, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343_10001000000458

МФО: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Виконавчий директор



Грантоотримувач

Фізична особа-підприємець

Момот Дарина Тарасівна

Юридична адреса:

61023, м. Харків, вул. Чернишевська 95

Адреса для листування:

61023, м. Харків, вул. Чернишевська 95
кв. 43;

ЄДРПОУ: 3434807924;

Назва банку/філії: АТ КБ

"ПРИВАТБАНК"

р/р UA373213420000026004040106546

МФО 321842;

Тел. +380631524064;

Фізична особа-підприємець

 Д.Т. Момот

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3PLUS1-00825
від «10 » жовтня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Культура плюс

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3PLUS1-00825

Назва проекту: 3PLUS1-00825

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Момот Дарина Тарасівна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

керівник проекту

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Культура плюс

Тип проекту

Індивідуальний

Назва проекту

Cittart

Назва проекту англійською мовою

Cittart

Момот РТ
Дарина
керівник
(5.11.)

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

Населений пункт

Україна

Початок проекту

2020-11

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2020-06-01

Тривалість проекту в місяцях

6

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

візуальне мистецтво

Основний продукт

Мобільний додаток

Ключові слова за напрямами

живопис

креативне підприємництво

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

Cittart - це інноваційний маркетплейс, розроблений як мобільний додаток. У Cittart будь-який митець зможе легко розмістити свій арт-об'єкт для продажу і погуляти з ним, а покупець зможе просто оформити замовлення. Поєднання технологій інтернет магазину і динамічного оновлення стрічки в онлайн режимі дозволяє розкрити бекграунд (історію) арт-об'єкту, створити глибокий емоційний контент, залучаючи значно вищий відсоток користувачів, підвищити рівень довіри до ціноутворення. Cittart – це перший додаток, що розкриває бекграунд арт-об'єкту. Користувачі напряму взаємодіятимуть з авторами, слідкуватимуть за їх творчістю, купуватимуть та перепродаватимуть арт-об'єкти за найвигіднішими умовами доступними на світовому арт-ринку.

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

15.11.2020
Марія ДТ
Бережко

Cittart - is an innovative marketplace developed as a mobile application where users can easily buy and sale art online. The combination of online store technology and dynamic online newsfeed updating allow to reveal the background and context of an art object, create deep emotional content, attract higher percentage of users and increase their confidence in pricing. Cittart is the first application, which reveals the background of an art object. Users will interact directly with the authors, follow their creativity, buy and resell art objects under the most favorable conditions available in the global art market.

Запитувана сума від Фонду (у гривнях, відповідно до бюджету Проєкту)
1608040.00

Загальний бюджет Проєкту (у гривнях, відповідно до бюджету Проєкту)
1608040.00

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до бюджету Проєкту)
0

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Партнери Проєкту

Партнер

ФОП Вардачян Георгій Іванович

ФОП Балюк Слеся Анатоліївна

ФОП Лесков Олексій Юрійович

Чи використовуються у проекті результати/об'єкти інтелектуальної діяльності?

Ні

Чи врегульовані майнові та немайнові права авторів та їх правонаступників на використання результатів / об'єктів інтелектуальної діяльності, що використовуватимуться у проекті, згідно з Законом України «Про авторське право і суміжні права»?

Ні

Інформація про організацію-заявника +

(Б.М.) *Лоянт ДТ
Вероніка*

Повне найменування організації-заявника
ФОП Момот Дарина Тарасівна

Повне найменування організації-заявника англійською мовою
Individual entrepreneur Momot Daryna Tarasivna

Організаційно-правова форма
Фізична особа-підприємець

Код ЄДРПОУ
3434807924

Активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше) на вебсайті Міністерства юстиції України або на іншому вебресурсі
не передбачається

Вид діяльності організації-заявника за КВЕД, що відповідає напряму програми/ЛОТу
90.03 Індивідуальна мистецька діяльність

Дата реєстрації організації-заявника
2020-05-08

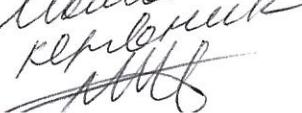
Юридична адреса організації-заявника
61023, ХАРКІВСЬКА ОБЛ., МІСТО ХАРКІВ, КIЇВСЬКИЙ РАЙОН, ВУЛИЦЯ ЧЕРНИШЕВСЬКА, БУДИНОК 95

Фактична адреса організації-заявник
61023, ХАРКІВСЬКА ОБЛ., МІСТО ХАРКІВ, КIЇВСЬКИЙ РАЙОН, ВУЛИЦЯ ЧЕРНИШЕВСЬКА, БУДИНОК 95

Поштова адреса організації-заявника
61023, ХАРКІВСЬКА ОБЛ., МІСТО ХАРКІВ, КIЇВСЬКИЙ РАЙОН, ВУЛИЦЯ ЧЕРНИШЕВСЬКА, БУДИНОК 95

Активне посилання на вебсайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації-заявника
cittart.app <https://www.facebook.com/cittartapp> <https://www.instagram.com/cittartapp/>

Прізвище, ім'я та по батькові (за наявності) керівника організації-заявника

(Б.І.) Момот ДТ
керівник


Момот Дарина Тарасівна

Телефон керівника організації-заявника

Електронна пошта керівника організації-заявника

Чи притягався керівник організації-заявника до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався керівник організації-заявника до адміністративної відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції, або чи має судимість, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку?

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-заявника

немає

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-заявника до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-заявника до відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції?

Ні

Чи є відкриті судові провадження стосовно організації-заявника на момент подання заяви?

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проекту

Наявна у повному обсязі

Чи подавалася Ваша організація на конкурси Фонду в попередні роки?

Ні

(Б.М.) Момот ОТ
керівник
ДААК

Чи є цей Проект продовженням або наступним етапом Проекту, реалізованого за підтримки Фонду?

Ні

Чи цей проект (повністю чи частково) подавався на інші конкурси підтримки з коштів державного чи місцевих бюджетів? Якщо так, то чи отримував фінансування (повністю чи частково)?

Так. Проект Cittart отримав фінансування на розробку тур від Українського фонду стартапів у розмірі 25 000 доларів у 2020 році

Чи реалізовували будь-які інші проекти за підтримки Фонду у попередні роки?

Ні

Інформація про діяльність організації-партнера +

Додати партнера

Повне найменування організації-партнера

ФОП Варданян Георгій Іванович

Повне найменування організації-партнера англійською мовою

Individual entrepreneur Vardanyan Georgyy Ivanovych

Організаційно-правова форма

Фізична особа-підприємець

Код ЕДРПОУ

3172723036

Активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше) на вебсайті Міністерства юстиції України або на іншому вебресурсі
2_070_010059_64; Код 225009851055; <https://online.minjust.gov.ua/edr-search/>

Вид діяльності організації-партнера за КВЕД, що відповідає напряму програми/ЛОТу

Код КВЕД 62.01 Комп'ютерне програмування; Код КВЕД 63.1* Оброблення даних, розміщення інформації на веб-вузлах і пов'язана з ними діяльність (основний); Код КВЕД 73.11 Рекламні агентства; Код КВЕД 74.10

(Б.Н./Молот ОГ
Нерівність
АМД)

Спеціалізована діяльність із дизайну; Код КВЕД 62.09 Інша діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем;

Дата реєстрації організації-партнера

2009-11-19

Юридична адреса організації-партнера

01004, м.Київ, вул. Басейна, будинок 19, квартира 64

Фактична адреса організації-партнера

01004, м.Київ, вул. Басейна, будинок 19, квартира 64

Поштова адреса організації-партнера

01004, м.Київ, вул. Басейна, будинок 19, квартира 64

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

<https://fiteL.c/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації-партнера

Варданян Георгій Іванович

Телефон керівника організації-партнера

+380674334433

Електронна пошта керівника організації-партнера

george.vardanyan@gmail.com

Чи притягався керівник організації-партнера до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався керівник організації-партнера до адміністративної відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції, або чи має судимість, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку?

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-партнера

немає

(Б.І.)/Лемур ОТ
перевірено
Алла

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-партнера до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-партнера до відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції?

Ні

Чи є відкриті судові провадження стосовно організації-партнера на момент подання заяви?

Ні

Основні / стратегічні напрями діяльності організації-партнера

Компанія Fitel.io - українська компанія з розробки програмного забезпечення. Компанія працює з 2010 року і постачає тільки найкращі рішення для клієнтів. За багато років роботи у айті індустрії Георгій Варданян співпрацював з Dominos' Pizza, BASF, FMC, Minisc, Standard One і багатьма іншими. Георгій має багатий досвід у наступних галузях: - Python/Django; - PostgreSQL, MongoDB, MySQL; - Javascript; - Vue.js; - React.js; - UI/UX Design; - Figma; - Native iOS/Android development; - QA Engineering; - Project Management; - DevOps; - System Administration. Основні галузі: - Food Delivery Systems; - Agriculture Services; - Real estate.

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проекту

Наявність ефісу, обладнання, необхідного для реалізації проекту

Чи подавалася організація-партнер Проекту на конкурси Фонду в попередні роки?

Так. ЗAVS51-C825

Конкурсна програма Аудіовізуальне мистецтво

Лот ЛОТ 5. Анімаційні та відеогри, мобільні додатки

Назва проекту Мобільний додаток Cittart

Чи реалізовували будь-який інший проект за підтримки Фонду у попередні роки?

Ні

Обґрунтуйте, чому саме цей (ци) партнер (и) був (ли) обраний (ими) для реалізації спільного Проекту? Чи співпрацювали з ним (и) раніше?

З цим партнером проводилася робота над проектом Cittart від самого

(Б.Г.) Мочет ОТ
пер.Весел
АМІА

початку, а також він має визначний досвід у розробці та створенні мобільних додатків.

**Яка сфера відповідальності та ступінь залучення кожного з партнерів в партнерстві: як організації-заявника так і організації-партнера(ів)?
Опишіть, яку саме підтримку та у який спосіб буде надавати партнер у проекті.**

Розробка мобільного додатку

Повне найменування організації-партнера
ФОП Балюк Олеся Анатоліївна

Повне найменування організації-партнера англійською мовою
Individual entrepreneur Baliuk Olesia

Організаційно-правова форма
Фізична особа-підприємець

Код ЄДРПОУ
3424403822

Активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше) на вебсайті Міністерства юстиції України або на іншому вебресурсі
https://drive.google.com/drive/folders/1yWtgW_pmMbktPounkZfK2T0_OyUV8p03

Вид діяльності організації-партнера за КВЕД, що відповідає напряму програми/ЛОТу
73.11 - Рекламні агентства; 73.12 - Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації; 73.20 - Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення громадської думки; 74.10 - Спеціалізована діяльність із дизайну;

Дата реєстрації організації-партнера
2013-07-25

Юридична адреса організації-партнера
08130 Україна, Київська область, с. Петропавлівська Борщагівка, вул. Авіаторів, буд. 62

Фактична адреса організації-партнера

(Б.І. Марія ОТ
керувачка
ММС)

01030 Україна, Київ, вул. Богдана Хмельницького, буд. 68

Поштова адреса організації-партнера

08130 Україна, Київська область, с. Петропавлівська Борщагівка, вул. Авіаторів, буд. 62

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації-партнера
<https://sensters.com/en/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації-партнера
Балюк Олеся Анатоліївна

Телефон керівника організації-партнера
+380938894344

Електронна пошта керівника організації-партнера
o.baliuk@sensters.com

Чи притягався керівник організації-партнера до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався керівник організації-партнера до адміністративної відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції, або чи має судимість, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку?

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-партнера

немає

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-партнера до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-партнера до відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції?

Ні

(Б.П.) Мамот ОТ
пер. Олесь
АМТО

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

Ні

Основні / стратегічні напрями діяльності організації-партнера

Діджитал маркетинг, онлайн реклама, просування веб-платформ та мобільних додатків

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проєкту

Наявна у повному обсязі

Чи подавалася організація-партнер Проєкту на конкурси Фонду в попередні роки?

Ні

Чи реалізовували будь-який інший проєкт за підтримки Фонду у попередні роки?

Ні

Обґрунтуйте, чому саме цей (ци) партнер (и) був (ли) обраний (ими) для реалізації спільногоПроєкту? Чи співпрацювали з ним (и) раніше?

Партнер має визначний досвід роботи в просуванні міжнародних веб-платформ та мобільних додатків, досвід роботи в онлайн рекламі в мистецькій сфері в Україні та Британії. Експертиза в діджитал маркетингу та ефективних каналах просування. Орієнтованість на результат. Досвід роботи з міжнародними компаніями, такими як: Club Med, Viessmann, Forbes, Heinemann Duty Free, Boucheron Paris, Hansavest. Компанія партнера була визнана однією з топ діджитал маркетингових агенцій на міжнародному ринку, одним з найбільших бізнес медіа-ресурсів в США Yahoo Finance: <https://finance.yahoo.com/news/top-digital-marketing-companies-august-111500703.html> Нижче наведено декілька кейсів з просування проектів культурного сегменту: 1. Art Enthusiasts London – британська спільнота поціновувачів мистецтва. Просування навчальних арт вебінарів у Великій Британії. Розробка маркетингової стратегії для навчальних мистецьких програм для дітей в Британії. Онлайн реклама для навчальних арт вебінарів на ринку України та країнах СНД. 2. Club Med – міжнародний туристичний оператор та власники мережі готелів преміум класу в різних країнах світу. Розробка маркетингової стратегії для просування на локальному ринку, розробка комунікаційної стратегії, річного медійного плану. Просування веб-платформи та продаж турів через онлайн рекламу. Ведення та просування соціальних мереж.

(Б.І.) Маркет ДТ
Керівник
Алла

Розробка корпоративних дизайн матеріалів та темплейтів для медійних кампаній та розміщення в PR виданнях.

Яка сфера відповідальності та ступінь залучення кожного з партнерів в партнерстві: як організації-заявника так і організації-партнера(ів)?

Опишіть, яку саме підтримку та у який спосіб буде надавати партнер у проєкті.

Побудова діджитал стратегії просування проєкту, допомога у розробці та тестуванні контенту, оптимізація рекламних бюджетів в Інтернеті, діджитал просування, розміщення реклами онлайн. Партнер є відповідальним за усю стратегію діджитал просування проєкту.

Повне найменування організації-партнера

ФОП Лесков Олексій Юрійович

Повне найменування організації-партнера англійською мовою

Individual entrepreneur Lieskov Oleksii

Організаційно-правова форма

Фізична особа-п дприємець (З група)

Код ЕДРПОУ

3366607594

Активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше)

на вебсайті Міністерства юстиції України або на іншому вебресурсі

https://youcontrol.com.ua/catalog/fop_details/35883362/

<https://ca.ligazakon.net/document/4919098144/statements>

Вид діяльності організації-партнера за КВЕД, що відповідає напряму програми/ЛОТу

59.11 виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм 53.99 надання інших інформаційних послуг, н. в. і. у. 73.11 рекламні агентства

Дата реєстрації організації-партнера

2015-11-19

Юридична адреса організації-партнера

03055, м.Київ.ШЕВЧЕНКОВСЬКИЙ, ВУЛИЦЯ БОРЩАГІВСЬКА,БУД. 2,КВ. 46

Фактична адреса організації-партнера

(Б-М.) Михайлів
Сергій
Лесков

03055, М.КИЇВ,ШЕВЧЕНКОВСЬКИЙ,ВУЛИЦЯ БОРЩАГІВСЬКА,БУД. 2,КВ. 46

Поштова адреса організації-партнера

03055, М.КИЇВ,ШЕВЧЕНКОВСЬКИЙ,ВУЛИЦЯ БОРЩАГІВСЬКА,БУД. 2,КВ. 46

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

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100009122473122> <https://fex.net/uk/s/dytnv23> (Портфоліо)

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації-партнера

Лесков Олексій Юрійович

Телефон керівника організації-партнера

+380933952656

Електронна пошта керівника організації-партнера

igrinceye@gmail.com

Чи притягався керівник організації-партнера до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався керівник організації-партнера до адміністративної відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції, або чи має судимість, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку?

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-партнера

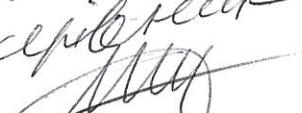
немає

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-партнера до кримінальної відповідальності?

Ні

Чи притягався (лися) кінцеві бенефіціарні власник (и) організації-партнера до відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції?

Ні

(Б.М.) Печатка ОТ
керівника


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

Ні

Основні / стратегічні напрями діяльності організації-партнера

Створення рекламних аудіовізуальних творів (відеороликів) для представників бізнесу, мистецтва та культури

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проєкту

Наявна у повному обсязі

Чи подавалася організація-партнер Проєкту на конкурси Фонду в попередні роки?

Ні

Чи реалізовували будь-який інший проект за підтримки Фонду у попередні роки?

Ні

Надайте активні посилання на успішно реалізовані проєкти за підтримки Фонду, якщо такі були.

<https://ucf.in.ua/archive/5f08a82d781a9c7f76660333>

<https://ucf.in.ua/archive/5ef9d99c518a7c51184c87f3>

Приклади успішно реалізованих проєктів за підтримки інших донорів протягом останніх трьох років.

Проект національної співпраці “Онлайн мапа культурного маршруту

народних ремесел Гуцульщини”, донор: Culture Bridges, ₴ 999,00 EURO

<https://www.facebook.com/events/450741512150416/>

<https://drive.google.com/drive/folders>

<https://kosivrada.if.ua/19035/>

fbclid=IwAR1i2PCg1HtNk3N4jUFAI6QaVxsSPtqVpckINYznw56JJbNelcewEt5kXpM

Обґрунтуйте, чому саме цей (ци) партнер (и) був (ли) обраний (ими) для реалізації спільногоПроєкту? Чи співпрацювали з ним (и) раніше?

Партнер має визначний досвід у виробництві аудіовізуальних творів (відеороликів) з яким було реалізовано декілька успішних проєктів у культурному сегменті раніше.

Яка сфера відповідальності та ступінь залучення кожного з партнерів в партнерстві: як організації-заявника так й організації-партнера(ів)?

(Б.Н.) Мояко ОТ
Харлан
МУ

Опишіть, яку саме підтримку та у який спосіб буде надавати партнер у проєкті.

Послуги з виробництва аудіовізуальних творів (відеороликів) для відеоблогу: допомога у розробці сценаріїв роликів, організація технічне забезпечення безпосередньо зйомочного процесу та участь необхідного персоналу, таємна обробка роликів - монтаж, кольорокорекція, додавання графічної анімації, музично-шумове оформлення.

Детальний опис проєкту

Обґрунтуйте актуальність проєкту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття.

А актуальність проєкту полягає у новому підході до взаємодії з візуальними мистецтвами, орієнтоване на X та Y покоління, які споживають більш свідомо та потребують розкриття цінності пропонованого контенту. Для них важливо не тільки «що», але і «як».

Cittart – є мобільний додаток/маркетплейс для мистецтва, що запуститься у другій половині вересня 2020 року. Тобто, на момент оцінювання цієї заявки експерти можливо матимуть змогу скачати додаток Cittart (версія 1.0), та оцінити його актуальність та зручність власноруч. Версія 1.0 включає базовий функціонал, що необхідний для розміщення, пошуку та продажу мистецтва. Лінк на коротку відео презентацію функціоналу версії 1.0 https://www.youtube.com/watch?v=hXYAeEbfiyY&feature=emb_logo

За підтримки УКФ ми хочемо розробити функціонал, що перетворить Cittart зі звичайного маркетплейсу на соціальну мережу/маркетплейс для мистецтва з застосуванням штучного інтелекту для формування індивідуальної стрічки новин, а також зробити навчальні відео матеріали для художників, які допоможуть їм краще себе просувати, позиціонувати та менеджерити себе.

Запропоноване рішення (версія 1.2) дозволить користувачам розміщувати щоденні оновлення про арт-об'єкти, які вони продають або якими володіють. Ці оновлення розміщуватимуться у стрічці новин і в той же час будуть прив'язані до арт-об'єкту, якого вони стосуються. Простіше кажучи, це як інстаграм, але не для людей, а для картин. Це дозволить створити глибокий емоційний контент та розкриє сутність арт-об'єктів. Для пошуку та формування цікавсі персоналізованої стрічки новин використовуватимуться технології штучного інтелекту. Детальніше про вже

(Е.І.) Молот УТ
керівник


існуючий функціонал, та той, що заплановано реалізувати у додатку "Концепція проєкту".

Таким чином, проєкт здатен дати сильний поштовх розвитку ринку візуальних мистецтв України, шляхом популяризації мистецтва, залучення нсвої аудиторії (орієнтоване на технологічні зручні рішення покоління Х та Y) та надання можливості безпечно та без зайвих обтяжливих процесів і комісій продавати арт-об'єкти.

Про актуальність даного проєкту свідчить і відсутність онлайн інфраструктури для візуального сегменту. Найкращий приклад, що ілюструє цю ситуацію сьогодні – заснована на початку карантину група у фейсбуці «Сіль-Соль» вже сьогодні налічує 30 тис. учасників та тисячі продажів. Це свідчить про сформований у суспільстві запит, щодо онлайн маркетплейсу для мистецтва, але через відсутність необхідного функціоналу, на фейсбуці у «Сіль-Соль» виникають постійні суперечки, щодо переводів коштів, безпечності цього процесу, а єдиний інструмент художників, щоб привернути до свого твору увагу – це залишити коментар під постом з кастиною, що дуже швидко «копускається вниз» і її більше не бачать користувачі. Старт матиме весь необхідний функціонал, щоб повністю задовільнити потребу у професійному майданчику для візуального сегменту.

Наразі не існує подібних маркетплейсів у світі, що поєднують оновлення у реальному часі про товар, які б з'являлися у стрічці новин та в той же самий час були б представлені у профайлі твору як його особиста історія. Конкурентні переваги – це розкриття бекграунду арт-об'єктів та проста система навігації, адже усі існуючі арт-маркетплейси перевантажені різним функціоналом і не можуть швидко адаптуватися під потреби ринку.

Проблема, яку вирішує проєкт глобально – це відсутність інструментарію для розкриття контексту арт-об'єкту. Через це митцям важко продати себе та розкрити якісно цінність, вартість та сутність кожного арт-об'єкту, а покупці не довіряють, що ціни є об'єктивними, так як не розуміють, що стоїть за конкретним твором, у чому полягає його цінність та чим він відрізняється від будь-якого іншого подібного твору. Тобто цей винахід робить мистецтво зрозумілішим, більш емоційним та надає новий інструментарій для популяризації та просування художників та їх робіт.

У розрізі останнього десятиліття: поява Інтернету стала точкою зламу для усіх мистецьких процесів і впродовж останнього десятиліття спостерігається

(Б.Н.) Монограма
сер. Омик
АМД

дедалі інтенсивніше і домінуюче переміщення з офлайну в онлайн. Темпи розвитку онлайн часто випереджають створення необхідної інфраструктури онлайн середовища, а подекуди тенденції змінюються настільки швидко, що навіть найвпливовіші учасники ринку не встигають за ними. Саме на цьому тлі і сформувалася концепція створення Cittart. В Україні ринок сучасного мистецтва перебуває на стадії фармування, тому немає українських платформ, які підтримували б українських митців у просуванні як на місцевому, так і на закордонних ринках, а у світі найбільші конкуренти не здатні до швидких трансформацій і адаптацій до потреб покоління Y та Z, та продовжують діяти за звичними сценаріями. Cittart є не просто платформою для продажів, а соціальною мережею,ового роду Інстаграмом, але не людей, а арт-об'єктів. Проект пропонує інакший підхід до сприяння мистецтва онлайн, більш свідомий, глибокий та емоційний.

Як проект співвідноситься із пріоритетами обраної конкурсної програми/ЛОТу?

Оскільки до сьогодні часів мистецьке середовище існувало доволі відокремлено від загального суспільного життя виключно тому, що галерейна та виставкова діяльність (тобто заходи на яких можна презентувати власну творчість та познайомитись загалу із сучасним мистецтвом) є сконцентрованою всього у декількох крупних містах країни, а фактично більша її частина відбувається у столиці, де навіть за цих умов все одно бракує виставкових просторів, що практично унеможливлює будь-які контакти з мистецтвом мешканців у більшості куточків України.

Cittart створюватиме умови для сприяння творчій діяльності як для фахових митців, так і для широких верств українців у режимі онлайн на професійному рівні презентації.

Інтегруватиме різні спільноти та нові аудиторії до мистецького надбання українців шляхом забезпечення легкого та зручного доступу для знайомства, розміщення та придбання.

Підтримувати культурне різноманіття надаючи доступ до онлайн маркетплейсу митцям, поціновувачам, початківцям та можливістю використовувати додаток у освітніх цілях.

Окремим напрямом підтримки творчого потенціалу та створення зручних можливостей для реалізації своїх творчих задумів є можливість для ветеранів та лише що приймали участь у військових діях проти окупації українських територій країною агресором РФ безкоштовно (без комісій та

(Б.О.) Максим Олегович
Сербовський
ДТ

інших зборів) користуватись повним функціоналом додатку Cittart.

Cittart стимулюватиме митців до створення конкурентоспроможного продукту, так як надасть можливість не тільки якісно його презентувати цільовій аудиторії, а ще й забезпечить прозорі та захищені умови продажу. Сам по собі формат мобільного додатку забезпечить охоплення нової аудиторії (поксління Y та Z в особливості), зробить мистецтво більш зрозумілим та легким для сприйняття, що сприятиме популяризації українського візуального сектору як в Україні, так і за кордоном. Cittart – це мобільний додаток, що має культурно-мистецьке, соціальне, освітнє спрямування.

Всі ці цілі та завдання проєкту повністю відповідають пріоритетам обраної програми. Актуальність проєкту Cittart також співпадає з таким пріоритетним напрямом діяльності Фонду як впровадження інновацій, цифрових технологій та діджиталізації у сфері культури.

Обґрунтуйте важливість проєкту для організації-заявника (та вашого партнерства за наявності), з огляду на основні / стратегічні напрями діяльності організації-заявника (та організації-партнера за наявності).

Наразі Cittart здійснює свою операційну діяльність через ФОП Момот Дарина Тарасівна. Але вже сьогодні Cittart – це не просто тимчасовий проєкт, а стартап, розвитком якого на постійній основі займається команда проєкту. Вже подсланий чималий шлях у розробці та просуванні проєкту, але для створення оптимального продукту і його популяризації, просвітницької діяльності необхідне поточне фінансування. Наразі ми створили MVP (мінімально життєздатний продукт), що вже багато, але для нас є важливим розвиватися далі та стати дійсно зручними та корисними, надати можливість користувачам максимально взаємодіяти один з одним та створити ще й функціональну веб версію.

Над проєктом працюють вже майже рік разом ФОП Момот Дарина Тарасівна (арт менеджмент) та ФОП Варданян Георгій Іванович (СТО, технічний директор розробки мобільного додатку). Протягом останніх 10-и років Георгій Варданян працює у сфері інформаційних технологій та завжди намагається бути причетним до розвитку мистецтва і культури. В останні 5 років, як приватний підприємець надавав послуги з IT послуг та обслуговування проєктів "Мистецькому арсеналу", "Київському міжнародному скульптурному симпозіуму" і багатьом іншим організаціям в тому числі і на волонтерських засадах, створюючи web і mobile продукти. Для Георгія, як для керівника провідної компанії з web і mobile розробки

(Б.І.Момот DT
Дарія Ніна
Алла)

(ftel.io), можливість створити унікальний сервіс, мобільний додаток, що поєднує мистецтво і технології, є пріоритетним завданням, як для особистісного розвитку, так і для портфоліо компанії, яке поповниться унікальним сервісом, що здатен допомогти тисячам талановитих митців популяризувати свою творчість.

В рамках гранту планується залучення ще двох партнерів:
ФОП Балюк Олеся Анатоліївна (sensters.com) – орієнтовані на результат діджитал експерти, які розробляють ефективні маркетингові рішення.
Розвиток онлайн сервісів – це один із ключових векторів розвитку компанії. Sensters.com розробили стратегію для діджитал просування Cittart – враховуючи станні тренди у сфері розвитку та просування онлайн сервісів. Саме це надасть перевагу у взаємодії з потенційною аудиторією.
Компанія партнера була визнана однією з топ діджитал маркетингових агенцій на міжнародному ринку, одним з найбільших бізнес медіа-ресурсів в США Yahoo Finance: <https://finance.yahoo.com/news/top-digital-marketing-companies-august-111500703.html>

Партнер ФОП Балюк Олеся Анатоліївна буде відповідальний за побудову діджитал стратегії просування проекту, допомогу у розробці та тестуванні контенту, оптимізації рекламних бюджетів в Інтернеті, діджитал просування, розміщення реклами онлайн. Партнер є відповідальним за усю стратегію діджитал просування проекту.

Для партнера робота над проектом Cittart є пріоритетною у напрямі власного розвитку та підтримки українських культурних індустрій.

ФОП Лесков Олексій Юрійович – відеопродакш в рамках проекту, консультування та підтримка проектної роботи в частині створення візуального ряду, створення відео контенту.

Досвід роботи у сфері відеопродакшн більше 5 років. 500 проектів+ зроблені командою партнера. Серед клієнтів, для яких створені відео, такі бренди як Mazda, Volkswagen, Shell, Українська Кіноакадемія, Сільпо, Playboy, Marie Claire, Prozorro, Electrolux, Karcher, Козирна Карта, Vodafone, lifecell та ін.

З ФОП Лесков Олексій Юрійович є успішний досвід співпраці в рамках проекту національної співпраці “Онлайн мапа культурного маршруту народних ремесел Гуцульщини” (донор: Culture Bridges) у 2018 році, а також відбувалася неоднократна співпраця по створенню рекламних відео для різних культурних проектів, над якими працювала Момот Дарина (серед останніх – рекламний ролик до онлайн виставки Accommodation, створений

(Б.Н.)
Момот ДТ
пер.Свіць
ААА

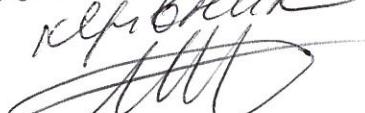
разом з Avangarden gallery).

Олексій Лесков глибоко задіяний у культурних проектах аудіовізуального та візуального сегментів, що видно з його портфоліо та займає активну позицію у розвитку української культури.

Чому проект є унікальним?

З початком пандемії коронавірусної інфекції перехід в онлайн став однією з найнагальніших потреб. Відповідно у сегменті візуальних мистецтв також почало виникати багато онлайн рішень: групи у фейсбуці (що по своїй суті не є фундаментальним рішенням), нові сайти та ідеї створити маркетплейси. Нашою основною перевагою є те, що команда Cittart, постійно знаходячись на вістрі леза процесів у сучасному мистецтві фактично передбачила необхідність створення додатку, що може у сучасній формі та з використанням сучасних технологій і урахуванням поточних трендів у діджитал технологіях створити середовище для презентації, знайомства та продажу мистецтва онлайн та розпочали активну роботу ще до з'явлення звісток про COVID-19 та наступних запобіжних епідеміологічних заходів враховуючи всесвітній карантин і наразі вже має функціонуючий маркетплейс у той час, як конкуренти знаходяться на етапі ідеї та пошуку фінансування. Це надає змогу бути першим мобільним додатком/ маркетплейсом на ринку.

Якщо презентувати унікальність проекту Cittart глобально: усі арт-маркетплейси не відрізняються від маркетплейсів для звичайних товарів – вони дають опис, але не розкривають контексту арт-об'єкта. Головною цінністю є контекст створення арт-об'єкту, і це не просто ім'я автора, а набагато більш комплексний та складніший збіг обставин. Наразі маркетплейси створюють рейтинги авторів, намагаються дати детальніші описи картин та біографії авторів, але залишаються не конкурентоспроможними з соціальними медіа, де відбуваються оновлення в реальному часі, бо саме ці оновлення є набагато більш глибоким емоційним контентом, аніж просто опис товару. Інша проблема для митців – це висока комісія (від 30% і вище), обмежені можливості просування свого арту. Тому надається перевага продажам через соц мережі та дірект, але втрачається багато потенційних клієнтів, так як соц мережі погано адаптовані для продажу мистецтва. Ні для кого не секрет, що придбання мистецького об'єкту, якщо це не музеїфікований митець чи придбання в якості інвестування у роботи вже відомих майстрів, є емоційним актом. Саме побудування механізму відтворення емоційної історії створення й існування кожного об'єкту у додатку Cittart є унікальним, тому що його

РБ. Н. Молот OT
Керівник


функціонал та бізнес модель здатні надати цей сервіс та ці унікальні умози у порівнянні зі світовими лідерами ринку.

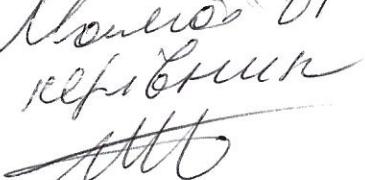
В Україні взагалі не існує мобільного додатку для продажу мистецтва та шерингу актуальних новин про арт-об'єкти, що продаються та розміщуються у додатку. Також, частина маркетингових коштів, орієнтована на іноземних користувачів/покупців мистецтва. Наразі – продаж творів українських митців за кордон може не аби як підтримати розвиток української арт-сцени, так як внутрішній попит на мистецтво загалом набагато нижче за іноземний. Це сприяє, у тому числі, популяризації українського мистецтва за кордоном.

Про існуючий функціонал (основне):

- Зручна та швидка реєстрація (за номером телефона, Apple ID, Facebook, Google);
- «Стрічка» картин на домашньому екрані, де можна побачити найновіші картини, що з'являються у додатку;
- Фільтри, за якими можна знайти будь-що за ціною, категоріями, розміром, стилями, місцем знаходження, доступністю та іншими критеріями;
- Пошук: можна ввести будь-яке слово чи ім'я і воно буде знайдено, якщо існує у додатку;
- Безпечна система платежів: оплата здійснюється при оформленні замовлення та утримується платформою, поки замовник не підтвердить, що отримав арт-об'єкт і він повністю відповідає очікуванням;
- Профіль користувача: більше про художника або колекціонера, який цікавить, можна дізнатися перейшовши в профіль, де зібрані всі його/її арт-об'єкти;
- Сертифікати, що підтверджують авторство та право власності, які автоматично будуть передані художнику на підпис у разі продажу.

Про функціонал, який заплановано у версії 1.2:

1. Збір статистики – метрики поведінки користувача при роботі з контентом, кліки, перегляди та час перегляду.
2. Аналітика та рекомендації для користувачів – аналіз статистики та формування користувачьких переваг з використанням технологій машинного навчання (ML / AI)
3. Система рейтингів – формуємо рейтинг картин, виходячи з переглядів та уподобань користувачів
4. Обране – можливість додавати картини в персональний розділ “обране”

(6.07) Максим ОТ
Керівник


5. Підписка — можливість підписатися на обліковий запис артиста, художника, скульптора, колекціонера, галериста.
6. Верифікація користувача й формування електронних сертифікатів, які підтверджують авторство та при продажу переходят до нового власника арт-об'єкту.
7. Make an offer — можливість запропонувати іншу вартість арт-об'єкту.

В рамках проекту будуть надані особливі умови для ветеранів АТО/ООС та їх сімей, а саме:

- звільнення від сплати комісії за продаж через платформу;
- надання консультацій по побудові стратегії та мистецької кар'єри;
- фотографування та професійна обробка арт-об'єктів.

У весь функціонал, як запланований так і реалізований, а також загальну концепцію проекту, розроблено Дариною Момот разом з командою розробників партнера ФОТ Георгій Варданян.

Для подальшого розвитку залучаються партнери з діджитал маркетингу для нестандартного пошуку та взаємодії з новою аудиторією, що потенційно готова споживати візуальні мистецтва та партнер з відео продакшену для створення сучасного цікавого контенту у форматі відео блог в.

Чому проект є інноваційним?

Cittart поєднує C2C систему продажів та оновлення у реальному часі. Таким чином Cittart є першим маркетплейсом, що розкриває бекграунд (гровенанс) кожного арт-об'єкту, що з'являється у вигляді окремих постів у стрічці новин, через які користувачі можуть переходити у профіль арт-об'єкту і бачити усі тублікації пов'язані з ним, а також матимуть можливість його придбати. Суть інновації – це поєднання стрічки новин з магазином. Таким чином ми стримуємо арт-об'єкти (картини, скульптури, відеоарти тощо), про які у реальному часі можна додавати оновлення у стрічку новин (наприклад, картина приймає участь у міжнародній виставці, або хтось сфотографувався з нею, або процес створення, фрагменти, цікаві роздуми автора про ідею твору). Будь-яке оновлення у стрічці новин пов'язане з лотом, що виставлений на продаж. Таким чином, у один клік, користувач може перейти зі стрічки новин у профіль арт-об'єкту (до якого ця новина прив'язана) та подивитися всю історію цього об'єкта та придбати його. Також, це інструмент промоції арт-творів за рахунок якісного контенту та можливість постійної популяризації та розкриття контексту певного арт-об'єкту. Для користувачів в підібна інформація стане додатковим фактором довіри до ціни, адже нетриворе ціноутворення – це одна з найголовніших

(Б.Н.) *Планета ST
Керівник
Анна*

проблем з якою стикається маркетплейси для арту.

Основна мета проекту.

Спираючись на вищезгадані інноваційні та унікальні особливості проекту та маючи вже розроблену та функціонуючу платформу додатку версія 1.0, мета – це стати маркетплейсом/соціальною мережею для українського сучасного мистецтва № 1 в Україні та увійти у ТОП 5 у світі за 5 років. За час роботи над проектом від розробки ідеї до втілення функціоналу вже у додатку проект Cittart істотно увібрал в себе майже всі ідеї та завдання які визначені у програмі та ЛОТ-у Українським культурним фондом, оскільки й та й та команда, працюючи над реалізацією своїх завдань глибоко та фахово, кожна за свого боку, проаналізували наявні питання та нагайні проблеми креативної та мистецьких сфер сучасності України та світу. Критерії: кількість користувачів, контенту, транзакцій у порівнянні з основними конкурентами.

Цілі проекту.

Ціль

Розробка мобільного додатку Cittart версія 1.2, тестування та публікація мобільного додатку

Завдання

Деталізація ТЗ, обговорення; Розробка нового функціоналу додатку, веб-версії: Тестування додатку

Результат 1

Наявність повнофункціонального, створеного відповідно до ТЗ мобільного додатку Cittart версія 1.2 та веб версії

Результат 2

Презентація Cittart версія 1.2 та публікація у AppStore/PlayMarket

Індикатори досягнення результатів

Публікація мобільного додатку у AppStore/PlayMarket

Ціль

Проведення успішної маркетингової кампанії

Завдання

Розробка контенту: відео-блогу, навчальних матеріалів для художників

(Б.П.) *Іванюк ОТ
кер. вческ
АМ*

та іншого контенту для маркетингової активності; Розробка детального таймлайну контен- плану

Результат 1

Cittart широковідомий та викостовуваний у професійних колах

Результат 2

Cittart зарекомендував себе як надійний сервіс серед широкої аудиторії

Індикатори досягнення результатів

Кількість скачування додатку, продажів через платформу, проявів у медіа та тон відгуків користувачів про проект.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту.

Цільова аудиторія проекту глобально поділяється на три групи: ті, хто створюють контент (тобто митці); ті, хто споживають контен- (тобто любителі мистецтва, покупці та колекціонери); та посередники: арт-дилери / галеристи / дизайнери інтер'єрів / інші.

Детальніше по кожній групі:

Ті, хто створюють контент:

На сьогодні Національна спілка художників України налічує 4330 спілчан. За проведеними онлайн опитуваннями, в якому прийняло участь 167 митців, які працюють у різних жанрах від відео до традиційного живопису, тільки кожен 12-й належить до спілки художників. Тож можна зробити припущення, що в Україні налічується близько 50 тисяч креаторів, які працюють у різних жанрах на різних професійних рівнях, але ця загальна кількість креатерів не є в повній мірі цільовою аудиторією. Проект фокусується на діджитал орієнтсваних креатерів, які вже на сьогоднішній день активно користуються соціальними мережами та іншими міжнародними платформами для презентації себе та свого мистецтва, зростаюча кількість котрих, разом із сучасними онлайн тенденціями та епідеміологічними викликами, буде створювати ту критичну масу в інформаційному просторі, яка приверне увагу до снайлан формату прихильників традиційних форм презентації мистецтва.

За снайлан опитуванням, що здійснювалось командою Cittart з метою вивчення арт-ринку, а також визначення готовності переходу до снайлану у серпні 2020 року, в якому взяло участь 106 художників, маємо наступні дані по цільовій аудиторії:

(Б.П.) *Макаров ОТ
керівник
АМС*

За віком: «від 30 до 39 років» та «менше 30 років» – найактивніша в онлайні аудиторія митців, що налічує 48% та 25% відповідно (від загальної кількості художників, що є активними онлайн).

За медіумами: художники, що працюють з живописом та графікою – мають найбільшу кількість продажів онлайн. Загалом, митці розподіляються за вибором різних медіумів наступним чином: живопис – 60%, графіка – 51%, інсталяція – 27%, фотографія – 25%, скульптура – 24%, колаж – 18%, інше – 19%.

Найбільша кількість продажів відбувається через друзів/знайомих та соціальні мережі: 62% опитаних художників обрали друзів/знайомих, як основний канал продажів. 48% зазначили, що продають через соціальні мережі, 26% – через галереї (у тому числі онлайн-галереї), 19% – через онлайн-платформи, 16% – через арт дилерів, 1% – має майданчик для продажів (напр. на Андріївському узвозі), 20% обрали варіант «інше». За ціновим діапазоном художників видно, що в категорії менше \$500 та \$500-1000 для більшості митців основними та єдиними є канали продажів такі як друзі/знайомі та соціальні мережі, а в ціновому діапазоні \$1000-2000, та більше \$2000 – додаються ще галереї та арт-дилери, але продажі через друзів/знайомих та соціальні мережі залишаються активними.

Відповідно до проведеного аналізу, цільова аудиторія художників поділяється на декілька підгруп:

- Ті, які використовують інші онлайн платформи (серед найпопулярніших платформ серед українських художників SaatchiArt)
- Ті, які продають мистецтво через соціальні мережі. До цієї ж групи включимо і фейсбук групи типу «Сіль-Соль» та інші, які за часи карантину стали популярними майданчиками для продажів
- Ті, які продають через друзів та знайомих – так зване сарафанне радіо
- Ті, які співпрацюють з посередниками та галереями

Для кожної з цих підгруп у Cittart є окрема ціннісна пропозиція та комунікаційна стратегія, відповідно до потреб кожної групи.

Ті, хто споживають контент:

Любителі мистецтва – аудиторія, що слідкує за актуальними новинами мистецького світу та за творчістю митців. За кількістю лайків та фоловерів фейсбук сторінок та інстаграм акаунтів найпопулярніших онлайн-ресурсів про мистецтво в Україні, можна зробити допущення, що аудиторія поціновувачів мистецтва нараховує близько 50-60 тисяч чоловік.

(Б.П./Мошом ДТ
керівник
БПД)

Для прорахунку кількості тих, хто може бути потенційним покупцем, було використано дані Ukrstat.gov.ua по кількості міжнародних компаній, малих, середніх та великих підприємств у співвідношенні з кількістю платоспроможних співробітників у м. Київ. З урахуванням схоплення в 10% кількість потенційної аудиторії покупців арт-об'єктів становить 7474 чоловік.

В окрему групу виділяємо «професійних» колекціонерів – тих, хто цілісно формує свою колекцію. Зазвичай такі колекціонери співпрацюють з консультантами та галеристами, але, враховуючи специфіку українського арт-ринку, варто зазначити, що вагома частина таких колекціонерів періодично купує мистецтво і безпосередньо у художників, відвідуючи їхні майстерні або через особисту переписку.

За онлайн опитуванням, що здійснювалось командою Cittart з метою вивчення поведінку групи тих, хто купує мистецтво, в якому взяло участь 80 учасників, маємо наступні якісні та кількісні характеристики цільової аудиторії покупців:

За віком: найактивніша частина покупців мистецтва онлайн «від 30 до 39 років» та «менше 30 років», що налічує 41% та 31% відповідно (від загальної кількості покупців мистецтва, що є активними онлайн).

Основні мотиви серед тих, хто купували мистецтво – ‘просто сподобалось’ та ‘подарунок’. Інвестиційні мотиви при придбанні мистецтва найменш популярні. Детальніше по мотиваціях: Просто сподобалось – 77%, Підтримка художників – 45%, Подарунок – 40%, Декор додому – 30%, Створити колекцію – 23%, Інвестиція – 19%.

«Естетика» – один з найголовніших факторів купівлі мистецтва, в той час як ім'я та репутація галереї або платформи, що здійснюють продаж, втрачає значення. 94% респондентів обрали «естетику» головним фактором при купівлі мистецтва, 55% – Ціна/доступність, 40% – Бекграунд художника, 30% – Медіум, 19% – Історія роботи, 9% – Прибуток в майбутньому, 4% – яка галерея виступає посередником.

Абсолютна більшість респондентів готова купувати мистецтво онлайн: на питання «Чи припускаєте можливість купівлі через онлайн платформи?» 60% респондентів відповіло «звісно», ще 26% – «скоріше так».

Всі ці показники, які є актуальними “гарячими” результатами опитувань реального сектору активних учасників взаємодії у арт-середовищі свідчать,

(Б. П.)
Максим
Керівник

що переважна більшість вже віддає перевагу взаємодіям в онлайн форматі. Ця тенденція виникла ще раніше та вимушена необхідність людства у переході в онлайн формат у зв'язку з COVID-19 тільки прискорила цей тренд та запевнила людей у дієздатності взаємодій у діджитальній формі, що дає можливість стверджувати про перспективність та сталість проектів, які пропонують онлайн взаємодії, яким, безперечно, є і Cittart.

Третя група цільової аудиторії проекту Cittart «Посередники» – галеристи, дилери, арт-консультанти, дизайнери та інші.

На початку функціонування додатку ця група буде залучена як суб'єкти вторинного ринку з пропозицією розмістити свої колекції для продажу. З ростом аудиторії проекту очікується більша зацікавленість цієї групи у активній взаємодії з платформою та розміщенням тих художників, з якими співпрацюють посередники на первинному ринку. Як вже зазначалося вище, саме ця група є фундаментом прихильників класичного формату онлайн взаємодій у сфері арт-ринку, але саме ця група може стати другою хвилею розвитку онлайн-арту, оскільки вона має довіру “важкого” сегменту арт-ринку у фінансовому вираженні.

Очишіть у кількісних та якісних показниках опосередковану (непряму) аудиторію проекту.

Куратори, проектні менеджери та усі інші, хто задіяні в організації мистецьких проектів, виставкових, кураторських або просто тематичних івентів, для пошуку митців для подальшої співпраці. Освітні та просвітницькі проекти, орієнтовані на основну цільову аудиторію проекту, для пропозиції участі у власних програмах.

Звичайні покупці від об'єктів мистецтва до декоративних елементів дизайну приміщень та приватних осель.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Криза COVID-19 привела світ мистецтва до раптового відключення і Інтернет став єдиним каналом просування та продажу для більшої частини галузі. Якщо це на початку 2020го вплив та представленість на інтернет арт ринку розглядалися травцями у довгостроковій перспективі, то пандемія перевертає всі події змушуючи світ мистецтва одномоментно прийняти цифрові технології.

Нагальною стає потреба у ширшій представленості мистецтва онлайн. Ще до соціальної дистанції статистика демонструвала стабільний та динамічний ріст продажів снлайн (у середньому 10-15% на рік у світі згідно зі звітом Hiscox online art trade Report) та перевагу, що надають користувачі

(Б.П. Молчанов DT
верифіковано)

покоління Y та Z мобільним додаткам, а не веб-ресурсам. Яскравим прикладом сформованої і досі не задовільненої потреби у доступному сервісі для популяризації та продажу мистецтва з початком кризи COVID-19 стало створення фейсбук-груп з продажів мистецтва за "кризовими цінами". З часом ліміт "кризових цін" було піднято і фейсбук групи, на кшталт "Сіль-Соль", "SENKA.market" (більш "елітний" дівізіон митців), "KARTON", "Хлеб с Маслом" (нішевий аутсайдер) перетворилися у звичайні маркетплейси без жодних зручностей та сервісу. Кількість користувачів групи "Сіль-Соль" за півроку сягнула 30 тисяч користувачів, а разом всін становлять майже 50 000 користувачів, і це сталося при відсутності системи платежів (покупки здійснюються в ручному режимі через коментарі під постами до розміщених в групі картин та переводів грошей на карти, гричсму по два переводи за кожну покупку – художнику і +10% зверху від вказаної ціни модератору), відсутності зручної системи пошуку (тільки за тегами і можна присвоїти лише один тег єдиній роботі). Про інший сервіс та функціонал не має сенсу говорити, бо він взагалі непередбачений у соціальній мережі Facebook.

Щодо визначення пістребу митців, то варто зауважити, що в Україні ринкові галерейні та інституціональні відносини знаходяться на стадії розвитку і ще не є сформованими. Ринок продажів мистецтва перебуває у тому стані, коли майже не вкладываються кошти в просування онлайн, тим паче у розрєбку мобільних додатків/маркетплейсів. Поодинокі галереї мають веб сайти, не оцінюючи вже їх якість. До того ж більшість митців залишаються без підтримки з боку менеджерів, галеристів, дилерів, так як їх часто не влаштовують обтяжливі умови співпраці і вони вимушенні шукати альтернативні способи продажу та популяризації свого мистецтва, розпорощуючись на різних закордонних ресурсах і сплачуючи високі комісії або кошти за рекламу.

Виступаючи з проектом на декількох презентаціях стартапів перед аудиторією бізнесменів із різних галузей, на початку завжди ставилося два питання: «А чи виникала у вас хоча б раз у житті потреба придбати мистецтво? А чи знаєте ви як це зробити?». Звучали відповіді, що аудиторія знає, що мистецтво просдається на Андріївському, але хотілося чогось глибшого, а не «Київ для туристів». Згадували про галереї, але у них у кожної є своя специфіка та певні автори, з якими вони співпрацюють. Якщо гуглiti, то знаходяться недолугі ресурси з зовнішнім виглядом з нульових років, які продають щось у стилі "Андріївського". Тобто немає маркетплейсу/соціальної мережі, яка б могла представляти одночасно актуальну і цікаву інформацію про митців та їх арт-об'єкти. В той же час наглядні

(Б.П.) Машота ОТ
Сергій
ГМГО

демонструвати, що знаходиться у доступі для продажу та яка б захищала права і інтереси як покупців, так і митців.

Команда Cittart провела снайпінг опитування, як художників так і покупців, для того щоб визначити, який функціонал та сервіс вони хотіли б отримати в онлайні. Результати були враховані в розробці та наразі Cittart повністю відповідає цим пістребам. Деякі дані з опитування в якому прийняло участь 106 художників та 80 покупців мистецтва наведені у додатку "Концепція проекту" у вигляді графіків.

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

Сама ідея проекту була завданням вирахувати та сформувати культурні потреби та інтереси цільових та опосередкованих таргет груп, вже другим етапом були формування концепції та розробка алгоритму функціональної частини проекту - безпосередньо додатку. Оскільки суть будь якого користувальницького додатку - це задоволення потреб та створення зручного засобу реалізації цього для користувачьких груп, де він плануються для презентації. Спираючись на ретельне вивчення світової аналітики, глибокого аналізу українського ринку, власні дослідження та проведені опитування, приймаючи до уваги відгуки експертної спільноти, де вже був презентований проект на декількох етапах його розробки, команда проекту стверджує, що на даний час додаток Cittart є найкращою розробкою з самим повним та унікальним функціоналом, який охоплює навіть емоційну сторону взаємодії серед учасників арт-середовища, тобто має бути таким, що максимально відповідає запиту користувачів.

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)? Зазначте, у який спосіб та використовуючи які інструменти будете працювати з ними.

Додаток є загальнодоступним інструментом без будь яких вікових обмежень та може бути використаним у багатьох напрямках:

- проведення освітніх проектів з дітьми для початку знайомства з сучасним мистецтвом;
- презентація культурного життя країни через знайомство з авторами, які є користувачами додатку;
- пошук арт об'єктів для формування колекцій, організації виставкових заходів;
- приватного знайомства з мистецтвом, авторами, їх доробком чи придбання;

(Б.П.) Максим ДТ
Сергійчик


- бізнес використання професійними арт дилерами та посередниками у арт-ринку.

Тобто, виходячи з того, що результатом проекту є загально-користувальницький додаток – його використання має єдине обмеження – ті, хто цікавиться мистецтвом у будь-який засіб чи має будь які цілі від освіти до бізнесу.

Негативного впливу реалізація проекту та запуск додатку не матиме.

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

Опис комунікації проекту розпочнемо з місії, яка є загальним посилом для усіх груп, а далі трохи більше детальне позиціонування дляожної групи.

Місія Cittart : робити мистецтво близчим до людей, розкривати його цінність та користь як у формуванні творчої свідомої особистості, так і відкритого, демократичного та культурного суспільства. Донести цінність мистецтва до кожного екрану смартфону. Надихати, інформувати та розважати людей по всьому світу за допомогою візуальних мистецтв.

Для групи художників було обрано архетип “Друга”, тобто Cittart – це бренд, що піклується про них та допомагає. Ключові повідомлення: «Cittart розкаже про ваше мистецтво», «Cittart розкриє те, що зазвичай залишається за дверима майстерні». В рамках гранту буде розроблено серію матеріалів (презентації з коментарями експертів у форматі відео та слайдів) по селф-маркетингу для художників в українських реаліях, що розкриватимуть актуальні теми та допомагатимуть художникам у побудові професійної кар'єри у тому числі разом з Cittart. А саме будуть висвітлені наступні теми (спісок орієнтовний, буде уточнюватися у процесі роботи над матеріалами):

Середовище: арт-ринок;

Ціноутворення: скільки коштують українські художники;

Позиціонування: тон з фое, маніфест, партнери, кейси інших художників;

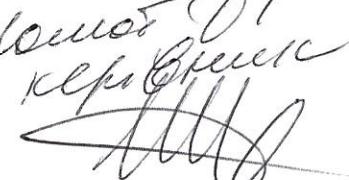
Стратегія: визначення цільової аудиторії, вибір каналів просування;

Підготовка контенгу: рекомендації;

Юридичні аспекти та авторське право: просто про базові поняття – договори, акти, з ким коли їх необхідно укладати та інше);

Success stories: розбір.

Розробкою курсу буде займатися член команди Cittart мистецтвознавець Тетяна Шатць, резюме та відповідний досвід у описі членів команди проекту.

(Б.І.) Мешко ДТ
керівник


Проект наглядно демонструватиме переваги, які отримують художники при співпраші, а саме:

- Безпечна система платежів (художник гарантовано отримує кошти у разі успішної покупки);
- Оперативний зв'язок з представником платформи;
- Безкоштовне користування платформою. Комісія сплачується лише у разі продажу роботи та є значно меншою за прогнози арт-дилерів та галерей;
- Відкрита статистика щодо вже існуючих продажів платформи;
- Ріст кола поціновувачів;
- Побудова нових професійних контактів, як художниками так і з іншими гравцями ринку;
- Зручний оптимізований сучасний інтерфейс та швидкість завантаження нових робіт на платформу;
- Багатомовність та потенційна можливість виходу на іноземні ринки.
- Спікери: відомі художники, що вже зараз співпрацюють як у якості консультантів, та в якості еспондентів та які вірять у ідею проекту і поширюватимуть її, культурні менеджери разом, це та сама аудиторія з якою проводилися опитування задля вивчення реакції на проект та визначення його шлей, куратори та поціновувачі мистецтва, які ділітимуться позитивним досвідом використання мобільного додатку.

Ті, хто споживає контент (поціновувачі мистецтва та покупці). Головною ідеєю, навколо якої буде формуватися ця група – “мистецтво ще ніколи не було так близько”. Фокус на культуру споживання мистецтва та розкриття його суті через стрічку новин, в якій будуть відображатися актуальні новини про розміщені в Cittart арт-об'єкти.

Ключові повідомлення: “Робимо мистецтво ближче”, «Мистецтво живе 24/7. Підключайтесь». «Cittart – перший маркетплейс сучасного мистецтва у мобільному додатку, який скоротив відстань від вас до дверей майстерні митця до декількох кліків», «Cittart – це інстаграм, але не людей, а арт-об'єктів, адже мистецтво має свою історію, що твориться кожного дня».

Проект активно висвітлюватиме найцікавіший контент, що в ньому розміщується в соціальних мережах та на різних медіа-ресурсах, створюючи унікальні тематичні матеріали. За це відповідальна Ірина Почапська, журналіст та PR-менеджер проекту, резюме якої розміщено в описі команди.

Окремим напрямом комунікації стане відеоблог, над яким працюватиме

(Б.П) Єланець ОТ
художник
Аріана

команда проекту з партнером ФОП Лесков Олексій. Обраний формат – це короткі ролики на 2-3 хв, в яких відбудуватиметься спілкування як зі “звичайними” людьми та ізі знаменитостями, лідерами думок та експертами у мистецтві про картини та інші предмети мистецтва, які можливо придбати на платформі, та про предмети мистецтва загалом.

Задача цього відео-блогу – робити мистецтво більш доступним для людей, шукати близьку сучасності мову, яка допоможе комунікувати людині з предметами творчості. Робити складне в мистецтві простим та веселим, давати людям легко та невимушено їжу для роздумів у напрямку нашої взаємодії з витворами мистецтва і творчістю загалом, тим самим підймаючи рівень культури індивідів та, як наслідок, соціуму.

У кожному відеоролику група людей відповідатимуть на одне й те ж питання (або групу питань), міркувати про одне й те ж явище (витвір мистецтва чи його елемент), задіяні в одну гру, ділитимутися своїми історіями взаємодії з мистецтвом. Ролики такого формату дуже легко сприймаються людьми, на них є попит і вони популярні у сфері розваг, а також дуже часто стають вірусним контентом, що забезпечує залучення нової аудиторії та лояльності до бренду.

Окремі повідомлення будуть сформовані для підгруп “покупців”, що базуються на результатах опитування. Так для підгрупи тих, для кого основною мотивацією виступає “мистецтво як подарунок” основним повідомленням стане «Мистецтво – найособливіший подарунок», а для тих, хто купує мистецтво, щоб підтримати художників: “Молодий український художник, не стане новим Пікассо, якщо його не підтримувати” або «Підтримка українських митців – це підтримка культури в цілому, драйверів розвитку економіки, туристичної привабливості».

Для цього сегменту аудиторії найдоцільнішим стануть інструменти діджитал маркетингу, що дозволять відслідковувати потенційних покупців на різних інтернет ресурсах через специфічні характеристики та прицільно показувати їм рекламу. Для реалізації найоптимальнішої діджитал стратегії усього проекту залучено партнера ФОП Балюк Олеся Анатоліївна.

Для групи посередників (дизайнери інтер'єру, галеристи, дилери, куратори, арт-менеджери) сформульовані наступні ключові повідомлення: «Cittart – найбільша підбірка українського мистецтва різних напрямів зі зручнією навігацією та системою пошуку. Знайдіть те, що потрібно, швидко». Комунікація проходить через розсылку мейлів або персоналізованих

(Б.Л.) Малют ОТ
пересилає
АТО

пропозицій про співпрацю та інформування про можливості, які надає платформа. Завдяки поширенню популярності серед митців, оскільки ці групи дуже щільніс контактують та постійно діляться інформацією.

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

1. Презентація буде викладена на сайті проєкту, що вже існує <https://cittart.app>. Також сайт акумулюватиме усі інші стріми різних каналів проєкту, найцікавіші матеріали та матиме традиційну форму підписки і посилань на AppStore та Google Play Market, де можна скачати мобільний додаток.

2. Соціальні мережі: наразі проєкт представлений в Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube. Для усіх соціальних мереж має генеруватися потоковий контент 24/7, що буде адаптований під специфіку кожного каналу. А саме:

- Грезентаційні матеріали Cittart (бррендовані відео та інші матеріали);
- Відеоблог 2-3 хвилинних відео, що роблять складне в мистецтві простим та веселим (про це детально у попередньому питанні);
- Сновлення (нові цікаві роботи, художники, колекціонери), що з'являються у додатку;
- Досягнення (про кількість продажів, користувачів, цікаві статистичні дані);
- Читати цікавих користувачів додатку;
- Навчальні матеріали для художників (про них детально у попередньому питанні), які можуть бути цікаві і більш ширшої загальної аудиторії з посиланнями на телеграм канал для художників, де можна буде знайти ці матеріали у повному обсязі;
- Короткі розповіді/презентації та відгуки цікавих користувачів платформи.

3. Для співпраці зі ЗМІ на постійній основі залучено Ірину Почапську, яка співпрацює з наступними ЗМІ: Creativity.ua, AIN, WoMo, Українська правда, MCToday, Бізнес, Liga.net, The Village, "Хочу!", <https://shotam.info/>, <https://lb.ua/>, <https://dyvys.info/>, Bykvi.com, Archidea.com.ua, Yabl.ua, Ria-ukraine.com, Vgorse.org.

Цей список не є повним і буде розширено відповідно до потреб проєкту. Планується вихід 3-5 унікальних матеріалів в місяць у регулярному режимі та до 50 проявів у ЗМІ на за наявності знакового інформаційного приводу. Реєстрація та ведення блогів (розгорнуті статті про мистецтво) Дарини Мост (засновниці проєкту) на майданчиках MCToday, Українська правда, Лівий берег.

(Б.П./Мосют ОТ
Керівник
М.М.)

Герегости матеріалів ЗМІ у соціальних мережах проєкту.

4. Платна реклама через інструменти діджитал маркетингу. Для побудови найоптимальнішої стратегії залучено партнера ФОП Балюк Олеся Анатоліївна (агенція з діджитал маркетингу sensters.com). Така реклама має чіткі KPI (ключові показники результатів) такі як кількість скачувань та кількість пресджів. Ця реклама буде таргетуватися на різні цільові аудиторії та більш специфічні підгрупи (ті, хто шукають подарунок; ті хто хоче дізнатися більше про українських художників; ті що шукають декор додому, ті, що хочуть продати/поділитися мистецтвом і т. п.) "відлєслювати" потенційну аудиторію на різних інтернет ресурсах. Тобто це можуть бути різні формати контенту (банери, текстові блоги, відео), розміщені як у соціальних мережах так і на різних веб- сайтах.

Стратегія була поділена на дві кампанії:

- Кампанія на побудову знання про Cittart на широку аудиторію – інструменти просування онлайн: Google GDN, YouTube TrueView In-Stream.
- Конверсійні кампанії для митців та покупців – інструменти просування онлайн: Google Ads Search, Google GSP, Facebook & Instagram CPA, Facebook & Instagram Remarketing (lookalike TA).

Які засоби масової інформації будуть висвітлювати реалізацію та результати проєкту (вкажіть назви засобів масової інформації та кількість публікацій/матеріалів, які заплановані)?

Ап.ua (1), Наш Київ (2), Arts looker (2), InArt (3), YourArt (2), Chernozem (1), VOGUE (1), Лига (1), Митець.юа (1), The Village (1), Радіо "Культура" (1), Букви (1), Українська правда (1), Обозреватель (1), Сегодня (1), Новое время (1), Страна.UA (1), Місто Кія (Телеграм канал) (1), Антіквар (1), Зеркало недели (1), ШС (1), Громадське. Культура. отдел hromadske.ua (1), Українська правда. Життя (1), Архідея (2), День (2) Creativity.ua, WoMo, Українська правда, MCToday, Бізнес, Liga.net, The Village, "Хочу!", <https://shotam.info/>, <https://lb.ua/>, <https://dyvys.info/>, Вykvi.com, Archidea.com.ua, Yačl.ua, Ria-ukraine.com, Vgoru.org.

Цей список не є повним і буде розширено відповідно до потреб проєкту. Планується вихід 3-5 унікальних матеріалів в місяць у регулярному режимі та до 50 проявів у ЗМІ на за наявності знакового інформаційного приводу. Додатковими інструментами інформаційного висвітлення стануть.

- Реєстрація та ведення блогів (розгорнуті статті про мистецтво) Дарини Мот (засновниці проєкту) на майданчиках MCToday, Українська правда, Лівий берег.

(Б.Н.) Марина ОТ
перша осінь
2020

- Перепости матеріалів ЗМІ у соціальних мережах проєкту.

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті виконання інформаційної складової проєкту?

Основні показники успішності проєкту – це кількість користувачів, кількість продажів та репутація серед широкої аудиторії.

Мінімальна планка вищевказаних показників розрахована ґрунтуючись на самоокупності проєкту. Cittart є безкоштовним для розміщення матеріалів та спілкування користувачів, але стягує відсоток при продажі арт-об'єктів через мобільний додаток. Це єдине джерело доходу проєкту, яке реінвестується у розвиток та підтримку платформи у повному обсязі і ця умова буде збережена, якщо УКФ виділить фінансування проєкту. Оскільки версія 1.0 є базовою і в ній не вистачає багатьох функцій для надання дійсно якісного сервісу користувачам, проєкт наразі дофінансовується з інших джерел. Іншим обмежуючим фактором для “злету” сервісу є майже повна відсутність коштів на маркетинг і це за умови максимальної оптимізації функціоналу версії 1.0.

Відповідно до зібраних методом онлайн опитування даних та аналізу відкритих даних щодо продажу творів мистецтва в Україні онлайн (аукціонні будинки, фейсбуки групи, дані деяких співпрацюючих з командою арт-дилерів) було побудовано бізнес план, що має наступні кількісні показники, на які мae вийти проєкт для самоокупності:

1300 користувачів, які здійснять хоча б одну покупку за півроку;

500+ активних митців на платформі за півроку;

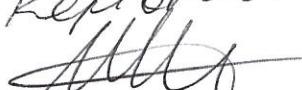
50 000 фолловерів в інстаграмі та фейсбуці за півроку.

Якісна складська проєкту – це формування чітко відзначуваного бренду широкою аудиторією.

Яких довгострокових результатів вдастся досягнути завдяки реалізації проєкту? Що буде підтвердженим досягнення мети проєкту?

За умови підтримки проєкту з боку УКФ по завершенню його реалізації буде створено потужний незалежний маркетплейс/соціальну мережу та вибудовано екосистему взаємодії та комунікації маркетплейсу з професійним середовищем візуального сегменту та широкою аудиторією. Проєкт стане самоокупним та зможе генерувати прибутки для подального розвитку та подальшими.

Проект Cittart буде конкурентоспроможним на світовому арт ринку та зможе конкурувати на ньому за долю глобального арт-ринку, популяризуючи

(Б.П.) Машота ОТ
керівник


українське мистецтво за кордоном та будуючи позитивний імідж України.

Опишіть соціальну (супспільну) цінність результатів проєкту.

Як вже зазначалося вище, продуктом проекту є насамперед загально-користувальницький мобільний додаток який орієнтований на будь кого користувача що цікавиться мистецтвом з будь яких цілей, від освіти, побутової цікавості, до бізнес інтересів. Додаток Cittart є продуктом ретельного вивчення поглядів сучасної моделі загальної взаємодії мистецтва з його споживачем та має ціль саме задоволити їх. Мистецтво є відображення сучасного життя яке переосмислено митцем і якщо мистецтво не має безпосереднього впливу на такі явища суспільного характеру як корупція, військові конфлікти чи екологія або підтримка державної мови - воно опосередковано впливає на загальне сприйняття світу. Продуктом проекту буде додаток, який в найзручніший на сьогодні засіб покладе мистецтво у кожну кишеню сучасної людини разом з його смартфоном у будь якому куточку країни, не зважаючи на те, чи є у найближчих 100 або 200 км. хоча б сдна галерея чи виставковий простір, чи мистецтвознавець, чи дилер, які можуть порадити що й до чого. Мистецтво у кожної кишені та можливість його придбати у кожну оселю безпечно, виходячи з власних уподобань, чи спираючись на відгуки та рейтинги, чи обираючи просто за історією роботи, яка може бути навіть дорожче ніж сама робота. Саме доступність, близькість, можливість контактувати з мистецтвом та відкрита можливість його безпечноного та офіційного придбання є головними суспільними цінностями цього проекту, насамперед тому, що сьогодні загальний доступ до мистецтва в режимі онлайн пси що неможливий, в той час, як офлайн він відсутній на більшості території країни.

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

Мобільний додаток буде викладено у AppStore та PlayMarket, а також буде доступна веб-версія Cittart. Кожен бажаючий зможе скачати Cittart або просто переглянути у веб-версії. Усі освітні матеріали та відео-блог будуть викладені на сайті, YouTube та соціальних мережах і зберігатимуться там у вільному доступі.

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

Подальший розвиток мобільного додатку буде здійснюватися за рахунок самоокупності та реінвестування, а саме стягуватиметься комісії з кожної

(Б.П.) Печатка
Керівник
А.М.

транзакції (продажу) через мобільний додаток. Комісія, по завершенню гранту, буде реінвестуватися у підтримку та розвиток додатку.

Як організація-заявник планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями? Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проєкту?

Представники організації планують активну участь у різноманітних конференціях та публічних виступах, а також залишатимуться відкритими до будь-яких запитів з боку навчально-просвітницьких програм чи курсів і нададуть усім бажаючим інформацію стосовно даного кейсу.

У майбутньому планується подальше мережування та співпраця із міжнародними партнерами для презентації України міжнародній арт спільноті та поціновувачам мистецтва.

Вихід на міжнародний ринок стане основним пріоритетом для проєкту по завершенню реалізації гранту.

Команда проєкту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Момот Дарина Тарасівна

Роль у проєкті

керівник проєкту

Перелік основних обов'язків

Управління проєктом, розробка стратегії, контроль виконання задач відповідно до плану, комунікація з партнерами та залучення нових партнерів

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

100%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Куратор Українського павільйону на NordArt 2020 (Німеччина) 2018 – Present nordartukraine.com

Співзасновник та куратор Київського міжнародного скульптурного симпозіуму 2018 – Present kyivsculpture.com

Співзасновник ГС "PAG" 2017 – Present

(Б.П.) 
Момот ДТ
Дарина
Момот

- Працювала над розробкою концепції міжнародного проекту “Ukrainian Art to NordArt” (Україна-Німеччина), що виграв грант від Українського культурного фонду у розмірі ₴ 400 000 у 2019. Супроводжувала реалізацію проекту.
- Співавтор концепту проекту «Онлайн карта культурної спадщини України», який виграв грант від Британської Ради у розмірі € 10 000. Лише 18 з 375 проектів отримали фінансування у цьому конкурсі у 2018 році.
- Співзасновник шорічного ярмарку образотворчих мистецтв, який об'єднав 50 митців із усієї України.

ОСВІТА:

PhD Researcher 2018 – Present Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Україна «Financial and economic security of investment strategies on art market»;

Master of Economics & Management 2015 – 2017 Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Україна;

Master of Arts 2014 – 2016 Trier University of Applied Sciences, Німеччина;
ДОСВІД РОБОТИ:

ArtUkraine Gallery & Magazine 9/2016 – 9/2018 artukraine.com.ua

- Організувала понад 10 виставок з провідними українськими художниками. Була задіяна у відборі художників, розробці концепції проектів, продажах, управлінні часом та фінансами.

- Підтримувала зв'язок з міжнародними делегаціями та представниками посольств, з якими часто організовували спільні проекти

- Контролювала візуальний та виставковий дизайн Фонд гуманітарного розвитку України 10/2017 – 9/2018

- Розробка концепції та підтримка громадянської ініціативи #sosfuture.com.ua

ПУБЛІКАЦІЇ (ВИБРАНІ):

ART MARKET INVESTMENT SECURITY MODELLING AND BLOCKCHAIN TECHNOLOGIES PERSPECTIVES 2019, International Scientific and Practical Conference «Problems of Infocommunications. Science and Technology» INNOVATIVE TECHNOLOGIES AND SCIENTIFIC SOLUTIONS FOR INDUSTRIES Dec 17, 2018, The journal “Innovative technologies and scientific solutions for industries” ACCESS TO FINANCE AND FINANCING FOR BUSINESS START-UP AND EXPANSIONS: LESSONS FROM SWEDEN “BUSINESS EDUCATION IN THE 21ST CENTURY” May 25, 2018, Conference Proceedings of the second International Scientific Conference on Business and Economics ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ АРТ-ІНДУСТРІЇ: АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ СТРУКТУРИ ТА ФУНКЦІЙ May 3, 2018, The journal “Innovative technologies and scientific solutions for industry RISK

(Б.М.) *Софія Остапчук*
Софія Остапчук
М.О.

ASSESSMENT OF INVESTMENTS IN THE ART-INDUSTRY MARKET:
SYSTEMATIZATION OF THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES
2018, The Journal "Innovative technologies and scientific solutions for
industries" MODERN FORM OF MARKETING INTELLIGENT 2015, Informatization
of Economic and Management Processes: Book of Conference Proceedings.
Czech Republic, Brno.

**Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа
- підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір,
волонтер, інше)**
ФОП

ПІБ члена команди
Лочапська Ірина Юріївна

Роль у проекті
PR менеджер, журналіст

Перелік основних обов'язків
Створення та реалізація PR та комунікаційних стратегій проекту,
написання статей, розмеження у ЗМІ, комунікація зі ЗМІ

**Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за
основним місцем роботи або у інших проектах)**
90%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Креаторка та аналітик, проектна та PR-менеджерка, менеджерка
кластерного розвитку (KMBS'2017), володарка ПРЕМІЇ Best Event Awards
2017 у номінації "Краща fashion-подія України".
2018 - 2020 рр. Менеджерка проектів ТОВ "Євроіндекс Альфа", ведуча
креативних проектів у Виставковий центр "КиївЕкспоГлаза", CEO
VideoREX - комунікаційної платформи з відеопродакшену.
2017-2018 рр. Приватні консультації з реорганізації бізнес-проектів з
використанням PR-технологій у форматі Креатив-студії «Чемодан»,
організація
фестивалів.
2016-2017 рр. Заступниця начальника Відділу проведення іміджевих
заходів Управління інвестиційного розвитку та іміджевих проектів
Харківської міської ради.

Ірина Юріївна Лочапська
(Б. п.)

Проекти Ірини (вибрані):

ПРОЕКТИ З РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЙ:

- VideoREX, комунікаційна бізнес-платформа для відеопродакшену за підтримки USAID. CEO проєкту | 2019;
 - Khar'kivFashion та Конкурс молодих дизайнерів StartFashion | 2017
- Проект за підтримки Ukrainian Fashion Week | квітень 2017 року;

СОЦІАЛЬНІ "КОРИСНІ" ПРОЕКТИ:

- Харківська міська "Школа грантрайтингу «Open grants school» | 2017
- Проект спільно з представниками GIZ та Головами ГО Харкова;

КОНЦЕРТИ . ФЕСТИВАЛІ

Концертні тури українських зірок Dzidzio, Ольга Полякова, Павло Зібров | липень-серпень 2019;

ЖСВТЕНЬ FEST. Всеукраїнський фестиваль крафтового пива | 29-30 вересня 2018;

БЮРО ЗНАХІДОК ДІДА МОРОЗА, Новорічне містечко та 20-денної фестиваль вуличної їжі та hand made на замовлення ТЦ Барабашово. 2017-2018, Новосічна ніч;

CraftFestGastronom, найбільший фестиваль крафтового пива та вуличної їжі у Східній Україні, біля 10 000 відвідувачів за 3 дні, жовтень 2017 року.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір щівільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

ЦПХ

ПІБ члена команди

Сидорчук Марія Анатоліївна

Роль у проєкті

копірайтер

Перелік основних обов'язків

ведення соціальних мереж, створення контенту для соціальних мереж англійською та українською

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

50%

(Б.Л.) *Марія ІТ
Кофівщина
ГПУ*

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
МОВИ: українська, російська, німецька, англійська

ОСВІТА та ДОСВІД:

В 1997 році закінчила Український державний університет фізичного виховання і спорту та отримала диплом спеціаліста з педагогіки.

З 2001 по 2011 працювала в сфері зв`язків із громадськістю та у вітчизняних ЗМІ;

писала сценарії для рекламних кампаній та івентів.

ВИБРАНІ ПРОЕКТИ:

Виборчі кампанії ПП «Яблуко» 2001 р, СДПУ(о)2001-2002 р, «Партія регіонів» 2003, 2007 р, ГАК 2005-2006 р, «Соціалістична партія» 2008 р, мажорітарні та місцеві вибори у містах Конотоп (2005), Хмельницький (2007), Сильна Україна 2010-2011.

Робота у ЗМІ – редактор журналу «PR менеджер» (2003-2004 рр), редактор та керівник відділу PR інформагентства ForUm (2004-2005), автор публікацій в друкованих ЗМІ та на Фраза, ОБОЗ, співвласник та редактор ІА «Айсбергінформ» та ІА «ЦК» (2008-2011 рр)

2006-2010 роки – прес-секретар адвокатського об'єднання «Бріарей» - судовий PR, корпоративний PR, антикризовий PR (економічна сфера)

В 2010-2013 роках навчалась в Київському університеті права Національної академії наук України, отримала повну вищу освіту за спеціальністю «Правознавство» та здобула кваліфікацію юрист.

В 2011 році закінчила школу сценаристів ММЦ СТБ та працювала штатним сценаристом телеканалу.

З 2011 року по теперішній час є сценаристом, яка співпрацює з просвітними кіновиробниками та виробниками телевізійного контенту як приватний тідпринимець (ФОП).

СПІВПРАЦЮВАЛА З продакшенами 1+1, Фільм UA, СтарМедіа, Марс Медіа
Отримувач грантів Держкіно, УКФ, музею Майдану.

В 2016 – 2017 роках займала посаду сценариста ТОВ «Формат Фільм», була головним редактором та автором ідеї телепроекту «PRO кіно UA» на каналі Еспресс.

В 2016 дебютувала як письменниця, видано книгу «Полон» («Кальварія», тир. 3000 екз)

З 2017 співпрацює з івент-агентствами та вітчизняними рекламними

(Б.П.) / Моніч ОТ
Гербівська

агентствами як сценарист масових заходів та рекламного відео (кінопрем'єри, вручення нагороди «Телетріумф 2018», корпоративні заходи, благодійні компанії тощо).

В 2019 році була членом експертної комісії 12 пітчингу Держкіно. Є атестованим експертом комісії 2019-2020 років.

ВИБРАНА ФІЛЬМСГРАФІЯ:

«Периметр» (документальний, 2004, Україна, НТН)

«Моя сім'я – твоя сім'я» (серіал, адаптація 2013, РФ «Марс Медіа»)

«Суддя» пілотна серія (серіал, адаптація, 2013, РФ – Україна, «Марс Медіа»)

«Qarakoz» (певнометражний художній, 2018, Казахстан)

«Мама поспішає додому» та «Веселі зайці» (серіал, анімація, 2018-2019, Україна)

«Як твоє ім'я?» (документальний, 2018, Україна, Фільм УА на замовлення ЮНІСЕФ)

«Ментовські війни. Харків» 1, 2 (серіал, детектив, 2018-2019, Україна, 2+2)

«Адвокатська таємниця» - у виробництві (серіал, детектив, 2020-2021, Україна)

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

ФОП

ПІБ члена команди

Шатц Тетяна Анатоліївна

Роль у проекті

менеджер з освітньої програми

Перелік основних обов'язків

розробка курсу освітніх матеріалів та супровідних до них матеріалів, презентація освітнього курсу

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)

90%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Мистецтвознавець, арт-консультант, засновник проекту для школярів ORMAN (Пре мистецтв простими словами).

(Б.Н) Михайло
Сербченко
ЖЖ

Освіта: Закінчила у 2011 році Національну академію керівних кадрів культури і мистецтв за напрямом підготовки «Образотворче мистецтво» та здобула кваліфікацію бакалавра з мистецтвознавства та експертної діяльності.

Закінчила у 2013 році Львівську національну академію мистецтва і отримала повну вищу освіту за спеціальністю «Культурологія» та здобула кваліфікацію мистецтвознавця, дослідника, викладача.

Останні три роки більшу частину часу займається культурно-освітнім проектом ORMAN.

В рамках проекту ORMAN реалізовано (вибірково):

3 2017 року (по сьогодні) - Розроблення довгострокової освітньої програми «Про ART» для учнів (1-9 клас) приватної школи Britannica School, Віта-Поштова.

2017 - «Автопортрет» майстер-клас з художником Борисом Егіазаряном.

2017 - Artist talk. Життя художника. Зустріч з художником Антоном Логовим.

2018 рік - Створення розвивачих майстер-класів «Кольори та настрій», Міжнародний ліцей МАУП, Київ.

2018-2019 рік - П'ятиденний літній курс LAND-ART, Віта-Поштова.

2020 - розробка, запуск та кураторство над онлайн- навчальною програмою ART- вівторок.

Розроблення, організація та проведення інтерактивних виїздних занять до галерей:

2017 - Карась Галерея, виставка Василя Бажая, м. Київ.

2017 - Тріптих ART, виставка живопису Ганни Гідори, м. Київ.

2017 - Аукційний будинок «Золотое сечение», передаукційний показ творів мистецтва, м. Київ.

Участь у конференціях пов'язаних з проектом ORMAN:

4-й міжнародний освітній форум-практикум, м. Київ, 20 жовтня, 2018.

Доповідь «Нові уроки мистецтва для Нових школярів».

Участь у круглому столі в рамках Українського Форуму Управління Приватним Капіталом, Міжнародного Форуму Адама Сміта. Доповідь на тему «Інвестування в освітні культурні проекти», 6 листопада 2018 рік. Організація та проведення всеукраїнського семінару для викладачів та директорів шкіл «Нові уроки мистецтва для Нових школярів», - 10

(Б.Н./ Менет ОТ
хрестина
ЗМІД)

травня, 2018 року, Віта-Поштова.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
ФОП

ПІБ члена команди
Побережа Інна Миколаївна

Роль у проекті
Бухгалтер

Перелік основних обов'язків
Бугалтерський облік проекту

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
50

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Ірина працює на посаді бухгалтера більше 15 років у айті сегменті і має усі необхідні відповідні навички

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
За дсговорами ЦПХ

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

Основний внутрішній ризик – це жорсткі дедлайни і послідовність роботи кожного учасника команди. Процес розробки мобільного додатку у багатьох місцях унеможливлює одночасну роботу команди над проектом і потребує завершення етапу «а» для переходу до етапу «б». Мінімізація ризиків – це чітке дотримання дедлайнів і намагання їх випередити на випадок виникнення технічних затримок.

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

У весь проект – це діджитал продукт, для реалізації якого немає жодних

(Б.Н.) Помог ФТ
пер. вик
АМД

реалістичних зовнішніх ризиків.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Тайм- та таскменеджмент та виконання завдань у повному обсязі відповідно до робочого плану. Для цього використовуватиметься функціонал Google Suite. Анкетування фокус групи, фідбек сесії та А/В тестування на усіх етапах розробки продукту.

Згоди та декларації

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

Так

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

Так

В розрізі та з урахуванням норм Закону України «Про санкції» та рішень Ради національної безпеки і оборони України щодо застосування і скасування персональних спеціальних, економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій) відносно громадян та юридичних осіб та з метою отримання гранту інституційної підтримки, цим гарантійним листом, шляхом підписання проектної заявки, підтверджую відсутність прямих та опосередкованих контактів із представниками (юридичними та фізичними

(Б.П.) *Мошко ОТ
Гербінськ
М.М.Д.*

особами) держави-агресора Російською Федерацією з 2014 року до цього часу.

Так

(5.1.) *Момот ОТ
Артемік
ММ*

Декларація добroчесности

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 зимоги 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 герсональних даних.

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

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

Дата заповнення

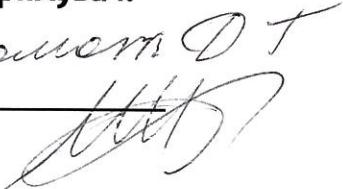
(5.11.) Мамет ФТ



Фонд:



Грантоотримувач:

(5.11.) Мамет ФТ


Додаток 1

Додаток 1: РОБОЧИЙ ПЛАН ТА ТЕРМІНИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

Cittart

Заді, видавальності <i>(заповнюється відповідно до потреб проекту)</i>	1	1	0	0	0	0	1	Відповіда- льний член команди	Показники перевірки виконання захеду	Бюджет заходу (грн)
1 1 2 1 2 3 4	5			
2 2 2 2 2 2 2	2	2	2	2	2	2	2			
0 0 0 0 0 0 0	0	0	0	0	0	0	0			
2 2 2 2 2 2 2	2	2	2	2	2	2	2			
0 0 1 1 1 1 1	0	0	1	1	1	1	1			
0. Оформлення договірних відносин з членами команди										
1. Розробка стратегії проекту, управління, синхронізація команди										
2. Розробка маркетингових матеріалів – відео блог										
3. Розробка мобільного додатку										
3.1 Збір статистики — метрики поведінки користувача при роботі з контентом, кліхи, перегляди та час перегляду										
3.2 Аналітика та рекомендації для користувачів — аналіз статистики та формування користувальників переваг з використанням технологій машинного навчання (ML, AI)										
3.3 Система рейтингів — формуючи рейтінг картин, виходячи з переглядів із уподобань користувачів										
3.4 Обране — можливість додавати картини в персональний розділ "обране"										
3.5 Підписка — можливість підписатися на обліковий запис артиста, художника, скульптора, колекціонера "запиши се".										
3.6 Верифікація користувача й отримання електронних сертифікатів, які підтверджують авторство та пра гроцажу переходять до нового власника Артб'єгу.										
3.7 Make an offer — можливість запропонувати іншу вартість артоб'єкту.										
4. Реліз мобільного додатку, опублікований на сайті та на AppStore або PlayMarket										
5. Інформаційний кампанія										
5.1 ЗМІ Написання статей, релізів та публікація матеріалів у ЗМІ										
5.2 Онлайн: - Запуск онлайн кампанії на побудову зна-ня Google GDN, YouTube TrueView In-Stream - Запуск крос-серйсової онлайн кампанії Google Ads Search, Google GSP, Facebook & Instagram CPA, Facebook & Instagram Remarketing (lookalike TA).										
5.3 Поширення інформації через соціальні мережі та стрімінгові платформи Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube, TikTok, Twitter та інші										
5.4 Розробка навчальних матеріалів для художників										
6. Підготовка звітності										
6.1. Підготовка фінансового звіту										
6.2 Підготовка змістового звіту										
6.3 Підготовка висновку аудитора										
6.4 Ведення бухгалтерії										

Інструкція для заявника:

1. Робочий план та термін реалізації проекту є обов'язковим Додатком до заявки програми «Аудіовізуальне мистецтво».
2. Заповненостіся відповідно до потреб проекту.
3. Заповненостіся відповідно до потреб проекту.

Момот ОТ
квітень
(5.11.)

ЗРАЗОК

Додаток 2:

Концепція проекту, опис партнерства та портфоліо спільногого досвіду команди проекту

Інструкція для заявника:

1. Концепція проекту. Опис партнерства та портфоліо спільногого досвіду команди проекту є обов'язковим додатком до заяви програми «Культура плюс».
2. Заповнюється відповідно до потреб проекту, що подається на грант від УКФ

1. Концепція майбутнього проекту

Cittart - це інноваційний маркетплейс, розроблений як мобільний додаток з веб-версією. У Cittart будь-який митець зможе легко розмістити свій арт-об'єкт для продажу: популяризувати, а покупець зможе просто оформити замовлення.

Поседнання технології Інтернет магазину і динамічного оновлення стрічки в онгайн режимі дозволяє розкрити бекграунд (історію) арт-об'єкту, створити глибокий емоційний контент, залучаючи значно вищий відсоток користувачів, підвищити рівень довіри до ціноутворення. Cittart – це перший додаток, що розкриває бекграунд арт-об'єкту. Користувачі напряму взаємодіятимуть з авторами, спідкуватимуть за їх творчістю, купуватимуть та перепродаватимуть арт-об'єкти за вигідними умовами.

2. Технічні характеристики

Результати опитування за якими були визначені основні потреби користувачів:

Група 1 ті, хто купують мистецтво. Отримано 80 відповідей

за статтю: жінки – 71%, чоловіки – 28%, утримались – 1%;

за віком: менше 30 років – 31%, від 30 до 39 років – 41%, від 40 до 49 років – 20%, від 50 до 59 років – 6%, старше 60 років – 1%;

Безпека проведення платежів, наявність сертифікатів та зручний пошук – основні фактори, які потрібні користувачам

Відсоток респондентів, які обрали кожну опцію

Складання weighted average

	Дуже важливо	Важливо	Майже не важливо	Не має значення	
Безпека проведення платежів та гарантовання коштів у разі необхідності	42%	22%	29%	6%	1%
Наяність сертифікатів передачі прав власності та підтвердження авторства роботи	28%	25%	38%	9%	1%
Зручний пошук мистецтва за різними критеріями	19%	30%	38%	12%	1%
Наяність веб-версії платформи	13%	28%	33%	22%	4%
Відмінність, що це є справедливісні	10%	23%	31%	9%	7%
Наяність мобільної версії платформи	13%	23%	33%	23%	7%
Швидкість доставки	3%	25%	49%	23%	-
Можливість отримати персональну консультацію з експертом	9%	20%	38%	23%	10%
Рейтинг арт-об'єктів на основі рекомендацій експертів	7%	19%	38%	28%	9%
Рейтинг арт-об'єктів на основі відгуків користувачів	1%	10%	28%	39%	22%

іменем Д.Т керівника
(Б.П.)

Група 2: художники. Отримано 106 відповідей

за статтю: жінки – 50%, чоловіки – 47%, утримались – 3%;

за віком: менше 30 років – 25%, від 30 до 39 років – 48%, від 40 до 49 років – 14%, від 50 до 59 років – 10%, старше 60 років – 2%;

за медіумами, в яких працюють митці (респонденти могли обирати декілька варіантів): живопис – 60%, графіка – 51%, інсталяція – 27%, фотографія – 25%, скульптура – 24%, калаж – 18%, інше – 19% ;

Безпека проведення платежів, оперативний зв'язок з представником платформи та відкрита статистика продажів – основні фактори, які потрібні художникам, щоб продавати онлайн

В той час як активна комунікаційна діяльність платформи (організація лекцій/вебінарів тощо) та коментарі, лайки, інші реакції на мої роботи залишилися серед найменш важливих факторів.

Спадщина важливості факторів (weighted average)	Надважливо	Дуже важливо	Важливо	Майже не важливе	Не має значення	
Безпечна система платежів	26%	34%	31%	5%	4%	2.29
Оперативний зв'язок з представником платформи	16%	36%	39%	6%	2%	2.43
Відкрита статистика щодо вже існуючих продажів платформи	16%	20%	50%	11%	3%	2.65
Рист кола моїх підтримувачів	12%	24%	45%	10%	9%	2.79
Відсутність "заторів" на платформі	23%	16%	28%	18%	15%	2.85
Понадчутість топових художників на платформі	13%	16%	47%	15%	10%	2.93
Активна комунікаційна діяльність платформи (організація лекцій/вебінарів тощо)	7%	18%	45%	24%	5%	3.02
Коментарі, лайки та інші реакції на мої роботи	6%	14%	42%	20%	14%	3.21

Cittart поєднує C2C систему продажів та оновлення у реальному часі. Таким чином Cittart є першим маркетплейсом, що розкриває бекграунд (провенанс) кожного арт-об'єкту, що з'являється у вигляді окремих постів у стрічці новин, через які користувачі можуть переходити у профіль арт-об'єкту і бачити усі публікації пов'язані з ним, а також матимуть можливість його придбати.

Суть інновації – це поєднання стрічки новин з магазином. Таким чином ми стимуємо арт-об'єкти (картини, скульптури, тощо), про які у реальному часі можна додавати оновлення у стрічку новин (наприклад, картина приймає участь у міжнародній виставці, або хтось сфотографувався з нею, або процес створення, фрагменти, цікаві роздуми автора про ідею твору). Будь-яке оновлення у стрічці новин пов'язане з лотом, що виставлений на продаж. Таким чином, у один клік, користувач може перейти зі стрічки новин у профіль арт-об'єкту (до якого ця новина прив'язана) та подивитися усю історію цього об'єкта та придбати його.

Також, це інструмент промоції арт-творів за рахунок якісного контенту та можливість постійної поглядозації та розкриття контексту певного арт-об'єкту. Для користувачів подібна інформація стане додатковим фактором довіри до ціни, адже непрозоре ціноутворення – це одна з найголовніших проблем з якою стикаються маркетплейси для арту.

Cittart взяв найкраще у найкращих: C2C систему продажів та попередню авторизацію коштів з Airbnb та фокус на візуальному контенті та оновлення у реальному часі з Instagram. Таким чином Cittart є першим маркетплейсом, що розкриває бекграунд (провенанс) кожного арт-об'єкту. Це з'являється у вигляді окремих постів у стрічці новин, через які користувачі можуть

(Б. П.) Малют РТ АБ
Керівник

переходити у профиль арт-об'єкту і бачити усі публікації пов'язані з ним, а також матимуть можливість його придбати.

Наразі люди використовують соціальні мережі для пошуку та фоловінгу художників. Процедура придбання мистецтва здійснюється або через повідомлення що не є зручним та безпечним шляхом або через спеціалізовані платформи, які не маючи оновлень у реальному часі не можуть виконувати функцію соц. мереж.

Художники уникають просування себе через спеціалізовані маркетплейси через високу комісію, надаючи перевагу іншим каналам, що не мають платіжних систем і інтерфейсу, що продає таким чином втрачаючи частку покупців.

Про існуючий функціонал (основне):

- Зручна та швидка реєстрація (за номером телефона, Apple ID, Facebook, Google);
- «Стрічка» картин на домашньому екрані, де можна побачити найновіші картини, що з'являються у додатку;
- Фільтри, за якими можна знайти будь-що за ціною, категоріями, розміром, стилями, місцем знаходження, доступністю та іншими критеріями;
- Пошук: можна ввести будь-яке слово чи ім'я і воно буде знайдено, якщо існує у додатку;
- Безпекна система платежів: оплата здійснюється при оформленні замовлення та утримується платформою, поки замовник не підтвердить, що отримав арт-об'єкт і він повністю відповідає очікуванням;
- Профіль користувача: більше про художника або колекціонера, який цікавить, можна дізнатися перейшовши в профіль, де зібрані всі його/її арт-об'єкти;
- Сертифікати що підтверджують авторство та право власності, які автоматично будуть передані художнику на підпис у разі продажу.

Про функціонал, який заплановано у версії 1.2:

1. Збір статистики — метрики поведінки користувача при роботі з контентом, кліки перегляди та час перегляду
2. Аналтика та рекомендації для користувачів — аналіз статистики та формування користувальських переваг з використанням технологій машинного навчання (ML / AI)
3. Система рейтингів — формуємо рейтинг картин, виходячи з переглядів та уподобань користувачів
4. Обране — можливість додавати картини в персональний розділ "сформоване"
5. Підписка — можливість підписатися на обліковий запис артиста, художника, скульптора, колекціонера, галериста.
6. Верифікація користувача та формування електронних сертифікатів, які підтверджують авторство та при продажу переходят до нового власника арт-об'єкту.
7. Make an offer — можливість запропонувати іншу вартість арт-об'єкту.

(Б.Н.)
Іванна Денисова

Стек технологій:

- Python 3.6 - основна мова розробки
- Django 3.1 / Django Rest Framework - основні framework-i
- PostgreSQL - основна база даних
- Redis - основна NoSQL для кешування і т.д.
- Gitlab pipeline - CI/CD
- AWS
- Swift - основна мова для iOS
- Kotlin - основна мова для Adroid
- ELK або Log \Grafana - збор статистики
- TensorFlow - для ML

Суть новизни Cittart – у новому підході до процесу придбання та якості маркетплейсу, орієнтоване на X та Y покоління, які споживають більш свідомо та потребують розкриття цінності пропонованого товару. Запропоноване рішення створює глибокий емсійний контент, здатне розкрити сутність вартості арт-об'єкту, а не просто надати його фізичні характеристики.

Наразі не існує подібних маркетплейсів, що поєднують оновлення у реальному часі про товар, які б з'являлися стрічці новин та в той же самий час були б представлені у профайлі товару.

Аналіз ринку (стисліше адже вивчення ринку та детальний аналіз конкурентів було проведено на етапі розробки версії 1.0):

Основні конкуренти:

Instagram – найулюбленіший канал пошуку та фолловінгу за художниками серед колекціонерів. Простий у використанні, сфокусований на візуальному контенті, має потік оновлень у реальному часі, зручна система пошуку за #. Недоліки: відсутня платіжна система, багато сторінкової інформації та відсутність можливості надання специфічних даних про арт-об'єкт.

SaatchiArt – найпопулярніший онлайн маркетплейс для мистецтва. Має найбільшу базу арт-об'єктів по усьому світу, відізнаваний бренд та безкоштовний сервіс з арт-консалтингу. Недоліки: не гарантує якість, не розкриває бекграунду арт-об'єкта, не має оновлень у реальному часі та інструментів просування всередині платформи, дизайн та структура не відповідають сучасним тенденціям, висока комісія – 35%.

Artsy – як синій контент – розгалужена система партнерства, у тому числі і з арт-ярмарками – найвідвідуваніші мистецькі заходи. Але не співгає з приватними особами (митцями), лише з інституціями. Має високу вартість абонентської підписки.

Серед українських конкурентів, розглянутих детальніше в заявці, фейсбук-групи Сіль-Соль та інші, менш масштабні майданчики в фейсбуці. Також були проведені детальні консультації та вивчені кейсів мобільного додатку для продажів мистецтв аукціонного будинку «Золотое сечение» Олексієм Василенко та Євгеном Карасем, власником arts:ore.pro

3. Огіс партнерської діяльності

ФОП Варданян Георгій Іванович

(Б.І.) *менеджер DT
керівник АІТ*

Над проектом працюють вже майже рік разом ФОП Момот Дарина Тарасівна (арт менеджмент) та ФОГ Варданян Георгій Іванович (СТО, технічний директор розробки мобільного додатку). Протягом останніх 10-и років Георгій Варданян працює у сфері інформаційних технологій та завжди намагається бути причетним до розвитку мистецтва і культури. В останні 5 років, як приватний підприємець надавав послуги з IT послуг та обслуговування проектів "Мистецькому арсеналу", "Київському міжнародному скульптурному симпозіуму" і багатьом іншим організаціям в тому числі і на волонтерських засадах.

створюючи web і mobile продукти. Для Георгія, як для керівника провідної компанії з web і mobile розробки (fitel.io), можливість створити унікальний сервіс, мобільний додаток, що поєднує мистецтво і технології, є пріоритетним завданням, як для освітнього розвитку, так і для портфоліо компанії, яке повинниться унікальним сервісом, що здатен допомогти тисячам талановитих митців популяризувати свою творчість.

Компанія Fitel.io - українська компанія з розробки програмного забезпечення. Компанія працює з 2010 року і постачає тільки найкращі рішення для клієнтів. За багато років в роботі у айті індустрії Георгій Варданян співпрацював з Dominos' Pizza, BASF, FMC Miniso Standard One і багатьма іншими. Георгій має багатий досвід у наступних галузях: - Python/Django; - PostgreSQL, MongoDB, MySQL; - Javascript; - Vue.js; - React.js; - UI/UX Design; - Figma; - Native iOS/Android development; - QA Engineering; - Project Management; - DevOps; - System Administration. Основні галузі - Food Delivery Systems; - Agriculture Services; - Real estate.

В рамках гранту планується залучення ще двох партнерів:

ФОП Балюк Олеся Анатоліївна (sensters.com) – орієнтовані на результат діджитал експерти, які розробляють ефективні маркетингові рішення. Розвиток онлайн сервісів – це один із ключових векторів розвитку компанії. Sensters.com розробили стратегію для діджитал просування Cittart враховуючи останні тренди у сфері розвитку та просування онлайн сервісів. Саме це надасть перевагу у взаємодії з потенційною аудиторією.

Компанія партнера була визнана однією з топ діджитал маркетингових агенцій на міжнародному ринку, одним з найбільших бізнес медіа-ресурсів в США Yahoo Finance: <https://finance.yahoo.com/news/top-digital-marketing-companies-august-111500703.html>

Партнер ФОП Балюк Олеся Анатоліївна буде відповідальним за побудову діджитал стратегії просування проекту, допомогу у розробці та тестуванні контенту, оптимізації рекламних бюджетів в Інтернеті, діджитал просування, розміщення реклами онлайн. Партнер є відповідальним за усю діджитал просування проекту.

Для партнера робота над проектом Cittart є пріоритетною у напрямі власного розвитку та підтримки українських культурних індустрій.

ФОП Лесков Олексій Юрійович – відеопродакш в рамках проекту, консультування та підтримка проектної роботи в частині створення візуального ряду, створення відео контенту.

Досвід роботи у сфері відеопродакшн більше 5 років. 500 проектів+ зроблено командою партнера. Серед клієнтів, для яких створені відео, такі бренди як Mazda, Volkswagen, Shell, Українська Кінокадемія, Сльпо, Playboy, Marie Claire, Prozorro, Electrolux, Karcher, Козирна Карта, Vogue, lifecell та ін.

З ФОП Лесков Олексій Юрійович є успішний досвід співпраці в рамках проекту національної співпраці "Снлайн мала культурного маршруту народних ремесел Гуцульщини" (донор: Culture Bridges) у 2018 році, а також відбувалася неоднократна співпраця по створенню рекламних відео для різних культурних проектів, над якими працювала Момст Дарина (серед останніх – рекламний ролик до онлайн виставки Accommodation, створений разом з Avangarden gallery).

(Б.Н.) *Момст DT
Коф босис*

Олексій Лесков глибоко задіяний у культурних проектах аудіовізуального та візуального сегментів, що видно з його портфоліо та займає активну позицію у розвитку української культури.

4. Портфоліс - посилання на творчий доробок

Момот Дарина Тарасівна

Виставковий снайпінг проект <https://avangarden.gallery/?fbclid=IwAR3p7zl9-7qLDnXk:3N4-As3E5fmhkmd5q-3ZixZ0z6imMq-DS4uY2yWfc>

Куратор Українського павільйону на NordArt 2020 (Німеччина) <http://nordartukraine.com/>

Співзасновник та куратор Київського міжнародного скульптурного симпозіуму 2018 – Present <https://kyivsculpture.com/> <https://www.facebook.com/KyivSculpture/>

Посилання на творчий доробок, як художника <http://momot.co/>

Співзасновник ГС "PAG" <https://www.facebook.com/Perfectartgroup/>

ОСВІТА:

PhD Researcher 2018 – Present Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, Україна «Financial an economic security of investment strategies on art market»

Master of Economics & Management 2015 – 2017 Харківський національний університет міського господарства імені С. М. Бекетова, Україна;

Master of Arts 2014 – 2016 Trier University of Applied Sciences, Німеччина;

ПУБЛІКАЦІЇ (ВИБРАНИ):

ART MARKET INVESTMENT SECURITY MODELLING AND BLOCKCHAIN TECHNOLOGIES PERSPECTIVES 2019, International Scientific and Practical Conference «Problems of Infocommunications. Science and Technology» INNOVATIVE TECHNOLOGIES AND SCIENTIFIC SOLUTIONS FOR INDUSTRIES Dec 17, 2018, The Journal “Innovative technologies and scientific solutions for industries” ACCESS TO FINANCE AND FINANCING FOR BUSINESS START-UP AND EXPANSIONS: LESSONS FROM SWEDEN “BUSINESS EDUCATION IN THE 21ST CENTURY” May 25, 2018, Conference Proceedings of the second International Scientific Conference on Business and Economics ІНФРАСТРУКТУРА РИНКУ АРТ-ІНДУСТРІЇ: АНАЛІЗ СУЧASНОЇ СТРУКТУРИ ТА ФУНКЦІЙ May 3, 2018, The Journal “Innovative technologies and scientific solutions for industry RISK ASSESSMENT OF INVESTMENTS IN THE ART-INDUSTRY MARKET: SYSTEMATIZATION OF THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES 2018, The Journal “Innovative technologies and scientific solutions for industries” MODERN FORM OF MARKETING INTELLIGENT 2016, Informatization of Economic and Management Processes: Book of Conference Proceedings. Czech Republic, Brno.

Варданян Георгій Іванович

Генеральний директор компанії Fitel.io - українська компанія з розробки програмного забезпечення. Компанія працює з 2010 року і постачає тільки найкращі рішення для клієнтів. За багато років роботи у сфері індустрії Георгій співпрацював з Dominos Pizza, BASF, FMC, Miniso, Standard One та багатьма іншими. Георгій має багатий досвід у наступних галузях: - Python/Django; - PostgreSQL, MongoDB, MySQL; - Javascript; - Vue.js; - React.js - UI/UX Design; - Figma; - Native iOS/Android development; - QA Engineering; - Project Management; -

(Б.І.) Момот DT
Дарина
Керівник

DevOps; - System Administration. Основні галузі: - Food Delivery Systems; - Agriculture Services; - Real estate.

На посаді СЕО компанії [file.io](#), під керівництвом Георгія Варданяна були створені програми та сервіси для компанії Domino's pizza, Basf, FMC та багато інших. Деякі приклади:

Мобільний додаток для компанії BASF:

iOS <https://apps.apple.com/us/app/bASF-ua/id1184239115>

Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.winnlab.basfc>

Були розроблені нативні мобільні додатки для платформ iOS і Android, що включають в себе:

- Адаптивність п.д візуальну комунікаційну кампанію 2020;
- Розділ новин;
- Push notifications;
- Каталог засобів захисту рослин;
- Каталог насіння;
- Системи захисту рослин (логіка і норми застосування препаратів в залежності від періоду зростання рослини);
- Калькулятор розрахунку норми витрати препарату (поки 1 тестово) - в залежності від параметрів саду погодних умов і фази зростання дерева;
- Контакти дистрибуторів і контакти регіональної команди.

Website і мобільний додаток для компанії FMC:

Були розроблені нативні мобільні додатки для платформ iOS і Android а також website, що містять у собі:

iOS <https://apps.apple.com/us/app/fmc-%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B7%D0%BC%D1%80/id1447890796>

Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=ua.com.fmc.android>

Website <https://fmc.com.ua/>

Website і мобільний додаток для компанії Dominos Pizza:

iOS <https://apps.apple.com/us/app/dominos-pizza-ukraine/id744229913>

Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=ua.com.coxo.dominos>

Website Dominos.ua

- Каталог продукції компанії
- Кarta посилля
- Програма лояльності Конструктор пицци
- Контактна інформація піцерій
- можливість замовляти online
- можливість відстежувати замовлення
- Особистий кабінет

Лесков Олексій Юрійович

Портфоліо: <https://fex.net/uk/s/dytnv28>

(Б.Н.) *Лесков ОТ
керівник IT*

Освіта:

КНУТКГ ім. Карпенка-Карого, спеціальність актор драматичного театру та кіно незакінчена вища

НАККІМ, спеціальність режисер масових заходів, театралізованих вистав та шоу-програм, повна вища (спеціаліст)

Film.ua UFS, кінорежисура, підвищення кваліфікації, 1 рік

Film.ua UFS, кінооператор, підвищення кваліфікації, 1 рік

FAMU, Чехія. Прага спеціальність filmmaking, підвищення кваліфікації.

Досвід роботи у сфері відеопродакшн більше 5 років.

500 проектів+ зроблено мною та моєю командою.

Працює над проектами в якості режисера/оператора/продюсера, в залежності від типу проектів, адже досвід дозволяє. Команда Лескова взаємодіє з аудіовізуальними творами, що створюються для клієнтів на усіх етапах: від брифу для сценарія до монтажу, пост-ефектів та адаптації роликів для усіх типів платформ.

Серед клієнтів такі бренди як Mazda, Volkswagen, Shell, Українська Кіноакадемія, С.Льпю, Playboy, Marie Claire, Prozorro, Electrolux, Karcher, Козирна Карта, Vodafone, lifecell та ін.

Нараз Лесков Олексій є засновником сучасного об'єднання фільммейкерів "the new cld" та працює над рядом короткометражних фільмів, один з яких вже отримує фестивальний досвід.

Також Лесков Олексій є сертифікованим партнером компанії Patriot Rental, що дає можливість мати повне технічне забезпечення для проектів будь-якої складності.

Балюк Олеся Анатоліївна

Засновниця та керуючий партнер в Sensters

ДОСВІД РОБОТЫ

SENSTERS – засновниця та керуючий партнер (2017 – сьогодні)

Заснувала та керує компанією, що спеціалізується та надає послуги в сфері діджитал маркетингу.

Ключові експертизи компанії:

- Маркетинг стратегія
- Онлайн реклама
- Просування веб-платформ
- Просування мобільних додатків

За три роки компанія реалізувала понад 60 проектів для міжнародних та локальних бізнесів, серед яких такі клієнти як Club Med, Viessmann, Forbes, Heinemann Duty Free, Boelsdorff Paris, Hansavest.

Компанія партнера була визнана однією з топ діджитал маркетингових агенцій на міжнародному ринку, одним з найбільших бізнес медіа-ресурсів в США Yahoo Finance: <https://finance.yahoo.com/news/top-digital-marketing-companies-august-111500703.html>

Кейси

1. Art Enthusiasts London – британська спільнота поціновувачів мистецтва.

(Б.Н.) *Молот ОТ
сербськ
А.Н.*

Просування навчальних арт вебінарів у Великій Британії. Розробка маркетингової стратегії для навчальних мистецьких програм для дітей в Британії. Онлайн реклама для навчальних арт вебінарів на ринку України та країнах СНД.

2. Club Med – міжнародний туристичний оператор та власники мережі готелів преміум класу в різних країнах світу.

Розробка маркетингової стратегії для просування на локальному ринку, розробка комунікаційної стратегії, річного медійного плану. Просування веб-платформи та продаж турів через онлайн рекламу. Ведення та просування соціальних мереж.

Розробка корпоративних дизайну матеріалів та темплейтів для медійних кампаній та розміщення в PR виданнях.

HENKEL – бранч менеджер (2015 – 2017)

Відповідала за преміальні бренди в категорії фарб для волосся – Schwarzkopf та Syoss.

Ключові обсяги язки:

- Запуск нових брендів
- Планування новинок
- Маркетинг стратегія
- Аналіз ринку
- Розробка бренд-планів
- Цінстворення
- Визначення метрик успішності бренду
- Розробка позиціонування
- Діджитал маркетинг
- Медійне просування брендів
- Управління бренд-сторінками в соціальних мережах

NESTLE – бренд спеціаліст (2014 – 2015)

Відповідала за маркетингові діджитал проекти брендів Мівіна та Торчин.

Ключові обсяги язки:

- Діджитал стратегія та планування
- Управління брендами в онлайні
- Медіа продакшен
- Просування новинок онлайн

ОСВІТА

London School of Business and Finance, Лондон, Британія (2013 – 2015)

Спеціальність “Управління бізнесом, спеціалізація маркетинг”

Національний Університет “Києво-Могилянська Академія”, Київ, Україна (2009 – 2013) Спеціальність “Фінанси”

(Б. Н.) *Максим ДТ
керівник
МТГ*



Додаток № 2
до Документу про надання гранту
№ 3945-0000
від "26" липня
2020 року

Назва конкурсної програми: Культура та Культура +

Назва ЛСТ-у:

Назва Заявника: ФСП Момот Дарина Тарасівна

Назва проєкту: Cittart

Дата початку проєкту: 11.2020

Дата завершення проєкту: 01.06.2021

	Організація-донор	Фінансування проєкту, в %%	Фінансування проєкту, Сума в грн.
РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ			
1.	Український культурний фонд	100,00%	1 608 040,00
2.	Співфінансування* :	0,00%	0,00
2.1	Кошти організацій-партнерів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.2	Кошти державного та місцевих бюджетів (повна назва орга-нізації)	0,00%	0,00
2.3	Кошти інших донорів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.4	Кошти інших донорів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.5	Власні кошти організації-заявника	0,00%	0,00
3.	Реинвестиції (дохід отриманий від	0,00%	0,00
Всього по розділу I "Надходження"		100,00%	1 608 040,00

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

керівник проєкту ММ (Б.П.)
(посада) (підпис, печатка)

Момот ДТ
(ПІБ)

Кошторис витрат проєкту
Назва заявника: ФОП Момот Дарина Тарасівна
Назва проєкту: Cittart
Дата початку проєкту: 11.2020
Дата завершення проєкту: 01.06.2021

Розділ: Стаття: Підстать: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця вимірювання	Витрати за рахунок гранту УКФ			Витрати за рахунок Спільноти фінансуванні			Витрати за рахунок Рейнвестіції			Загальна планова сума витрат відповідно до проекту, грн. (=6+8+12)	Обґрунтування та деталізація витрат (створюється обов'язковий для заповнення)
				Планові витрати відповідно до заявки	Кількість/Період	Вартість за однину, грн.	Кількість/Період	Вартість за однину, грн.	Сума, грн. (=1*6)	Кількість/Період	Вартість за однину, грн.	Сума, грн. (=1*8)		
Підпункт:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Розділ: II ВИГРАДИ:														
Стаття:	1	Виготовлення інвенції		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстать: 1.1	Оплата праці штатних працівників (лише у випадку премій)	Лівнє 111, пос.Аль	Місяці	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	1.1.1	Повне під. посада												
Підстать: 1.2	За трудовими договарами													
Пункт:	1.2.1	Повне під. посада (роль у проєкті)												
Підстать: 1.3	За договорами ЦХ	Лівчуканівська ЦРМІ	Місяці	12,00		138 000,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	138 000,00	138 000,00
Пункт:	1.3.1	Лівчуканівська ЦРМІ		6,00		19 100,00	111 000,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	1.3.2	Побережець Інна Миколаївна	Ухвалений проекту	Місяці	6,00	4 000,00	24 000,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	24 000,00
Стаття:	1.4	Соціальні енергетики з оплати праці (нарахування ССВ)		138 000,00		30 360,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	30 360,00	30 360,00
Пункт:	1.4.1	Штатні працівники				0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	1.4.2	За строковими трудовими договорами				0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	1.4.3	За договорами ЦХ				138 000,00	0,22	30 360,00	0,00	0,22	0,00	0,00	30 360,00	30 360,00
Підстать: 1.5	За договорами з ФОП			15,00		252 000,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	252 000,00	252 000,00
Пункт:	1.5.1	Момот Дарина Тарасівна	керівник проєкту	Місяці	6,00	22 000,00	132 000,00		0,00	0,00	0,00	0,00	132 000,00	132 000,00
Пункт:	1.5.2	Сидорчук Марія контент менеджер		Місяці	4,00	5 000,00	20 000,00		0,00	0,00	0,00	0,00	20 000,00	20 000,00
Пункт:	1.5.3	Шапц Тетяна Анатоліївна	менеджер з формування освітніх програм	Місяці	5,00	20 000,00	100 000,00		0,00	0,00	0,00	0,00	100 000,00	100 000,00
Всього по статті 1 "Вигороди членам команди":				138 027,00		420 360,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	420 360,00	420 360,00
Стаття:	2	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)												
Підстать: 2.1	Відрістість проїздом (для штатних працівників)			0,00		0,00			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.1.1	Відрістість квитків (з деталізацією маршруту і привезем варіаційної особи)			Шт.				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстать: 2.2	Відрістість проживання (для штатних працівників)			0,00		0,00			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.2.1	Рахунок з готовки (з вказаним привезеним відрядженої особи)		Добра		0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстать: 2.3	Бебогі (для штатних працівників)			Лога		0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.3.1	Доброві вкладати ПБС розрахунків на відряджену особу				0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього по статті 2 "Витрати пов'язані з відрядженнями":				138 027,00		420 360,00	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	420 360,00	420 360,00
Стаття:	3	Облаштування і нематеріальні активи												
Підстать: 3.1	Облаштування, інструменти, інвентар, які надобідні для експлуатації проекту			0,00		0,00			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	3.1.1	Інструменти, обладнання (з деталізацією та характеристик)					Шт.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	3.1.2	Інструменти, інструменти (з деталізацією технічних характеристик)					Шт.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	3.1.3	Інструменти, інвентар (з деталізацією технічних характеристик)					Шт.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстать: 3.2	Нематеріальні активи, які необхідні до прибрання для зберігання (за рахунок спільноти проекту)								0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

(Б.П. / А.І. Шапці) *Шапці Тетяна*

Пункт:	3.2.1	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)	послуга	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	3.2.2	Право використання (лицензія, роялті)	послуга	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	3.2.3	Інші матеріальні активи	послуга	0,00		0,00		0,00		0,00	
Всього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні відношення":				0,00		0,00		0,00		0,00	
Стаття: 4 Витрати по здані з орендо											
Підстать: 4.1 Оренда промислення				0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	4.1.1	Ліцензія використання (программного та іншого)	кв м (годин, дн)	0,00		0,00		0,00		0,00	
Підстать: 4.2 Оренда техніки, обладнання та інструменту				0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	4.2.1	Пільгований та непільгований (з автозапчастинами)	шт	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	4.2.2	Галіончопний обладнання (з лягушкою та іншими харчовими продуктами)	шт	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	4.2.3	Інженерні інструменти (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Підстать: 4.3 Оренда транспорту				0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	4.3.1	Оренда транспортного автомобіля (з залізничними кілометрами)	км (годин)	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	4.3.2	Оренда автомобіля для послуг (з залізничними кілометрами)	км (годин)	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	4.3.3	Оренда автомобіля з залізничними кілометрами	км (годин)	0,00		0,00		0,00		0,00	
Підстать: 4.4 Оренда сучасно-постановочних засобів				0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	4.4.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Підстать: 4.5 Інші обсяги оренди				0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	4.5.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Всього по статті 4 "Витрати по здані з орендою":				0,00		0,00		0,00		0,00	
Стаття: 5 Витрати учасників просту, які приймають участь у культивних, освітніх та інших заходах та не отримують оплату сплати то/або винаходу											
Підстать: 5.1 Послуги з харчування				0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	5.1.1	Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кафе/брейк)	учасн.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Підстать: 5.2 Витрати на проїзд учасників заходів				0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	5.2.1	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що піддається)	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Підстать: 5.3 Витрати на проживання учасників заходів				0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	5.3.1	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем особи) доб.		0,00		0,00		0,00		0,00	
Всього по статті 5 "Витрати учасників просту, які приймають участь у культивних, освітніх та інших заходах та не отримують оплату сплати то/або винаходу":				0,00		0,00		0,00		0,00	
Стаття: 6 Матеріальні витрати											
Підстать: 6.1 Основні матеріали та сировина				0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	6.1.1	Найменування	шт	0,00		0,00		0,00		0,00	
Стаття:	6.2	Насії, насіннєві культури	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	6.2.1	Найменування	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Стаття:	6.3	Інші матеріальні витрати	шт	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	6.3.1	Найменування	шт	0,00		0,00		0,00		0,00	
Всього по статті 6 "Матеріальні витрати":				0,00		0,00		0,00		0,00	
Стаття: 7 Попільчині послуги											
Пункт:	7.1	Виготовлення макетів	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	7.2	Нанесення логотипів	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	7.3	Друк брошуру	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	7.4	Друк буклетів	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	7.5	Друк постірок	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	7.6	Друк плакатів	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	7.7	Друк банерів	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	7.8	Друк інших роздаткових матеріалів	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	7.9	Поступок компантера	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	
Пункт:	7.10	Інші поліграфичні послуги	шт.	0,00		0,00		0,00		0,00	

(5.1.) 
Іванова Ольга

Пункт:	13.4.5	Розробка додатку Розділ Аналітика та рекомендації для користувальників — аналістики та формування технологічного машинного навчання (МЛ/АІ)	послуга	1,00	374 080,00	398 720,00		0,00		0,00	398 720,00	Детальніше повсякення вартості розробки наведено у додатку "Деталізація бюджету з розробки мобільного додатку Сітігі"
Пункт:	13.4.6	Розробка Логотипу, Розкладу інформації та обличчя імпринту в інтерпретації підприємства "обличчя"	послуга	1,00	61 000,00	61 000,00		0,00		0,00	61 000,00	Детальніше повсякення вартості розробки наведено у додатку "Деталізація бюджету з розробки мобільного додатку Сітігі"
Пункт:	13.4.7	Розробка додатку Розділ Підписка — можливість підписуватися на обліковій записі артиста, художника, скрипальства, концепції/са, галериста.	послуга	1,00	42 560,00	42 560,00		0,00		0,00	42 560,00	Детальніше повсякення вартості розробки наведено у додатку "Деталізація бюджету з розробки мобільного додатку Сітігі"
Пункт:	13.4.8	Розробка додатку Розділ Make an offer — можливість запропонувати іншу варіант артоб'єкту.	послуга	1,00	76 160,00	76 160,00		0,00		0,00	76 160,00	Детальніше повсякення вартості розробки наведено у додатку "Деталізація бюджету з розробки мобільного додатку Сітігі"
Пункт:	13.4.9	Створення відео-роликів для відео-блогу проєкту	послуга	1,00	126 000,00	126 000,00		0,00		0,00	126 000,00	Детальніше повсякення відео-роликів для відео-блогу "Створення відео-роликів для відео-блогу" проєкту"
Пункт:	13.4.10	Соціальні відношенні з договірними ЦПХ та підприємствами (ФСЧ) додатку "Наші прями партнери": Всього по розділу II "Виграти":	послуга	11,00	1 007 600,00	1 000 000,00		0,00		0,00	1 008 040,00	Детальніше повсякення вартості розробки наведено у додатку "Деталізація бюджету з розробки мобільного додатку Сітігі"
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ				0,00		0,00		0,00		0,00	0,00	

ст. 17 / Максим Астахов

(ініціал, післяквд)

Конкурс проводжу

(ініціал)

ст. 17 / Максим Астахов

(ініціал, післяквд)