

ДОГОВІР № 4EVE41-28594
про надання гранту

м. Київ

«30» серпня 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Товариство з обмеженою відповідальністю «ХАВАС ПР КИЇВ» (далі – Грантоотримувач), в особі директора Андрікевич Тетяни Василівни, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

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

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проєкт до 30 жовтня 2021 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.
2. Проєкт реалізується згідно з робочим планом реалізації Проєкту, визначеним у розділі XI проєктної заявки.
3. Для підтвердження реалізації Проєкту Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт про виконання Проєкту (додаток 3), звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проєкту (додаток 4) з копіями первинних бухгалтерських документів.
4. Датою завершення реалізації Проєкту є день підписання Фондом акта про виконання Проєкту.

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 1 299 995 грн. 00 коп. (один мільйон двісті дев'яносто дев'ять тисяч дев'ятсот дев'яносто п'ять гривень 00 копійок) без ПДВ.

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

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

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

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

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

2. Грантоотримувач зобов'язується:

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

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

3) реалізувати Проєкт у строки, визначені у пункті 1 розділу II цього Договору;

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

5) у разі якщо реалізацію Проєкту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання таких обставин, документально підтвердити всі витрати, здійснені за рахунок суми гранту, та повернути Фонду невикористану частину суми гранту;

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

2. Фонд не несе відповідальності за завдані Грантоотримувачем збитки, а також збитки, спричинені третім особам.

3. Фонд не несе відповідальності за невиконання Грантоотримувачем своїх зобов'язань перед третіми особами.

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

1. Право власності, майнові права, права на промислову та інтелектуальну власність, що виникають в результаті реалізації Проєкту, належать Грантоотримувачу, якщо інше не визначено Грантоотримувачем або чинним законодавством.

2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію (результати досліджень), отримані в процесі реалізації Проєкту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.

3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проєкту, який фінансується за підтримки Фонду. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проєкту, мають містити інформацію про те, що Проєкт реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.

4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проєкту, у будь-якій формі та в будь-який спосіб (включаючи мережу Інтернет) мають містити застереження про те, що їх зміст не є офіційною позицією Фонду.

VII. ДОПУСТИМИ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

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

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 (за винятком витрат на оплату винагороди членів команди);

інші витрати, 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 Проєкту в порядку, передбаченому цим Договором.

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

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

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

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

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

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

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

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

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

2. Усі спори або розбіжності, що випливають із умов цього Договору або пов'язані з цим Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або його розірванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, визначеному чинним законодавством України.

XII. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до «31» грудня 2021 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 повідомляють одна одну.

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

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

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Проектний відділ Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.znak@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Пухова Марина Олегівна;

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

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

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

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

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

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

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – 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.

ХІV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Виконавчий директор



В.Г. Берковський

Грантоотримувач

ТОВ «ХАВАС ПР КИЇВ»

Юридична адреса:

04071, м. Київ, вул. Воздвиженська, 41

Адреса для листування:

04071, м. Київ, вул. Воздвиженська, 41

ЄДРПОУ: 34288406

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ "Укресімбанк"

Р/р: UA333223130000026009000000581

Тел.: 0444518406

Директор



Т.В. Андрікевич

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4EVE41-28594
від «30» серпня 2021р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Знакові події

Лот: ЛОТ 4. Знакові події історії України

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4EVE41-28594

Назва проекту: Дивомандри. Україна — легенд та міфів країна

Візитна картка

Конкурсна програма
Знакові події

Лот
ЛОТ 4. Знакові події історії України

Тип проекту
Індивідуальний

Назва проекту
Дивомандри. Україна — легенд та міфів країна

Назва проекту англійською мовою
Dyvomandry. Ukraine - the land of myths and legends

Географія реалізації проекту

Населений пункт
Україна

Початок проекту
2021-06



Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)
2021-10-30

Тривалість проекту в місяцях
5

Формат проекту
онлайн

Пріоритетний сектор
культурна спадщина

Ключові слова за напрямками
фольклор

Основний продукт
Інше

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Пухова Марина Олегівна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
Старший менеджер проекту

Загальна інформація про проект

Коротка інформація про проект

Омніканальний проект, що покликаний достукатись до найглибиннішої міфосвідомості українців шляхом звернення до культурно-історичних витоків. В основі проекту фольклорні форми міфу та легенди, які розраховані не тільки на раціональне сприйняття, а й на емоційне, які можуть зачепити найглибинніші струни людської душі. Проект сприяє



Андрій Коваленко
Дієктор м.кр.

переосмисленню українських міфів та легенд у сучасному контексті через: створену онлайн-платформу з інтерактивною мапою міфів та легенд України, проведений національний конкурс для дітей віком 6-12 років на відтворення міфу чи легенди малої Батьківщини, авторську серію мультфільмів "Дивомандри", що присвячені міфам та легендам України та створюються телеканалом ПЛЮСПЛЮС до 30-ї річниці незалежності нашої держави

Коротка інформація про проект англійською мовою

Omnichannel project aimed to reach Ukrainians` myth consciousness by addressing cultural and historical origins. The project is based on folklore forms of myths/legends, which are perceived not only rationally, but also emotionally and can touch the deepest strings of the human soul. Project helps reinterpret Ukrainian myths/legends in a modern context via: online platform with interactive map of Ukrainian myths/legends, national competition for children aged 6-12 aimed to recreate myth/legend of their small Motherland, exclusive cartoon series "Dyvomandry", dedicated to Ukrainian myths/legends and created by TV channel PLUSPLUS to the 30th anniversary of independence

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

1299995

Загальний бюджет проекту

1299995

Сума співфінансування

0

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Сума реінвестиції

0

Партнери проекту

Партнер

Телеканал "Плюс Плюс" (Товариство з обмеженою відповідальністю "УНІАН ТБ")



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

Так

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»?

Так

Інформація про організацію-заявника

Повне найменування організації-заявника

ТОВ "ХАВАС ПР КИЇВ"

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

Limited Liability Company "HAVAS PR KIEV"

Код ЄДРПОУ

34288406

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

<https://usr.minjust.gov.ua/content/get-documents> (Код: 31318980006)

Організаційно-правова форма

Товариство з обмеженою відповідальністю

Вид діяльності організації-заявника за КВЕД, що відповідає напряму програми/ЛОТ-у

73.11 Рекламні агентства

Дата реєстрації організації

2006-04-18

Юридична адреса організації

вул.Воздвиженська, 41, м. Київ, 04071

Поштова адреса організації

вул.Воздвиженська, 41, м. Київ, 04071



Область (відповідно до юридичної адреси)

Київська

Тип населеного пункту

Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)

Київ

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

<https://www.facebook.com/havasprkyiv>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Андрікевич Тетяна Василівна

Телефон керівника організації

Електронна пошта керівника організації

Чи притягався керівник організації коли-небудь 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 із вказанням громадянства

Клименко Катерина Олександрівна

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

Ні

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



Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту

Наявність офісного приміщення для співробітників із необхідними технічними та санітарними приміщеннями, доступом до мережі Інтернет, обладнанням, а саме комп'ютерами та ноутбуками, телефонією для організації робочого процесу

Чи подавалася Ваша організація на конкурси Фонду в попередні роки у ролі заявника?

Ні

Чи є цей проект продовженням або наступним етапом проекту, реалізованого за підтримки УКФ?

Ні

Чи цей проект (повністю чи частково) подавався на інші конкурси підтримки з коштів державного чи місцевих бюджетів?

Ні

Чи реалізовували проекти за підтримки Фонду у попередні роки?

Ні

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття
Кількість інформації, яка оточує сучасну людину щодня, та відповідно кількість каналів, через які ця інформація адресується, складає не просто десятки, а тисячі. Як в таких умовах достукатися не тільки до розуму українців, а до їхнього серця? Як нагадати, що 2021 рік є особливим для України? Що це рік, в якому нашої незалежній державі виповнюється ювілейні 30 років. Це точка в історії, коли можна зупинитись та оглянути досягнення народу в ретроспективі. Це нагода нагадати українцям про роль здобутків та напрацювань їхніх предків. І особливо важливим це нагадування стане для покоління, що підростає, адже від них фактично залежить майбутнє країни, збереження та подальша передача ДНК нації. Як зачепити простір їхньої уваги, який сьогодні масово заповнюється іноземним контентом? Ми вважаємо, що одним із надзвичайно вдалих і ефективних інструментів такого впливу й інструментом створення



можливостей для саморозвитку та рефлексії дитини й людини може бути звернення до найглибиннішого шару людської свідомості — міфосвідомості, яка виливається у фольклорні форми та існує дуже давно, фактично супроводжуючи людину протягом всього її життя. Міфосвідомість — це історично перший тип свідомості, найдавніший, найглибинніший, а це означає, що міф розрахований не тільки на раціональне, а й на емоційне. Саме тому використовуючи звернення до витоків, ми хочемо цілісно достукатися до людини, перевантаженої інформацією, і через такий вплив допомогти формувати єдину українську культурну ідентичність

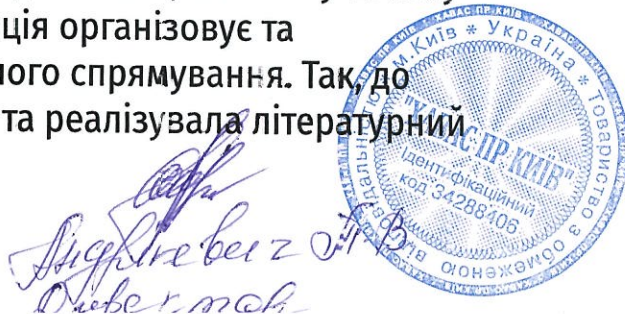
Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?

Проект сприяє формуванню об'єднаної української ідентичності через переосмислення єдиної національної культурної спадщини, а саме українських міфів та легенд. Проект стимулює інтерес до вивчення та дослідження українського культурно-мистецького процесу та знакових подій в історії України. Проект залучає аудиторію на національному рівні, а також на локальному, чим робить кожного активним учасником і цим мотивує особисто поринути в культурно-історичний контекст як на рівні країни, так і на рівні окремого населеного пункту — великого міста-мільйонника, невеличкого містечка-статисячника, чи навіть крихітного селища із кількома сотнями жителів

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

Navas PR Kyiv — PR-агенція повного циклу, яка є частиною міжнародного холдингу Navas. Загалом мережу Navas представлено в більш, ніж 100 країнах світу. В Україні до складу холдингу входить 6 агенцій — PR, digital, media, btl, creative, design. Navas PR Kyiv спеціалізується на побудові комунікацій різного рівня складності, а також створенні та реалізації інтегрованих комунікаційних проектів та кампаній. Наша мета — створювати суспільно-значимі та важливі комунікаційні продукти, які даватимуть імпульс якісним змінам для того, щоб привести Україну до кращого сталого майбутнього. Серед пріоритетних сфер, в яких агенція створює комунікаційні проекти — зокрема, public health & well-being, art & culture, ecology, а також social sector issues.

В рамках своєї корпоративно-соціальної відповідальності, а також у зв'язку із свідомою соціальною позицією команди агенція організовує та реалізовує авторські pro bono проекти соціального спрямування. Так, до прикладу, восени 2020 року, агенція розробила та реалізувала літературний



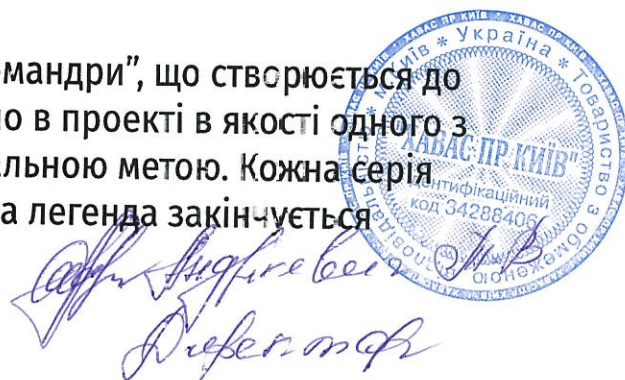
проект ЛітДвіж, основна мета якого — змінити ставлення українських школярів до вивчення української літератури. Для цього агенцією було переосмислено портрети українських класиків і в результаті створено 12 яскравих двіжових портретів, де українські автори посміхаються. За перший тиждень проекту агенція отримала більше 800 заявок від учителів на отримання портретів для їхніх шкіл. 650 друкованих комплектів уже відправлено у школи. Наразі агенція шукає потенційних партнерів для того, щоб продовжити проект і забезпечити комплектами усі 16 тис. шкіл України (більше інформації про проект можна знайти на сайті litdvizh.com).

Крім того, проект “Дивомандри. Україна — легенд та міфів країна” є важливою складовою співпраці агенції з українським телеканалом ПЛЮСПЛЮС (з телеканалом підписано відповідний меморандум про співпрацю та використання їх авторських матеріалів у проекті). ПЛЮСПЛЮС — український анімаційний розважально-пізнавальний телеканал для сімей з дітьми дошкільного та шкільного віку. Це продукти власного виробництва, найкраще зі світової та вітчизняної анімації, а також розвиваючі та пізнавальні мультфільми. В соціальну місію каналу закладено навчати розважаючи і це яскравою лінією проходить через всі проекти власного виробництва каналу. Останні завжди проходять попередню експертизу дитячого та сімейного психолога Світлани Ройз, щоб сприяти щастю дітей у сім’ї та країні загалом.

В основі цінностей каналу знаходяться такі важливі соціальні потреби, як сім’я, дружба, щирість та доброта оточуючих, оптимізм до життя, унікальність кожного, а також відкритість та допитливість у вивченні нового і постійний розвиток. Мета всіх головних героїв каналу — демонструвати унікальність та різний характер і здібності кожного і цим допомагати дітям ставитися до своїх друзів і однокласників з повагою та цікавістю, розуміючи, що кожен може мати свої бачення та поведінку.

Проекти ПЛЮСПЛЮС офіційно рекомендовані МОН України до включення в навчальну програму початкової школи. Крім того, телеканал в цілому активно співпрацює зі школами та допомагає вчителям зробити навчання інтерактивним та сучаснішим за допомогою інтеграції мультфільмів власного виробництва телеканалу у підручники для 1, 2 та 3 класів.

Авторську серію мультфільмів телеканалу “Дивомандри”, що створюється до 30-річчя незалежності України, буде використано в проекті в якості одного з інструментів комунікації з освітньою та розважальною метою. Кожна серія мультфільму включає в себе одну легенду. Кожна легенда закінчується



висновком, який підкреслює риси, притаманні українцям. Таким чином цикл мультфільмів вимальовує образ цілого народу – працюючого, сильного, кмітливого, патріотичного, готового в будь-якій ситуації відстоювати свою гідність, свободу, і боротися за справедливість. Серед героїв, зокрема:

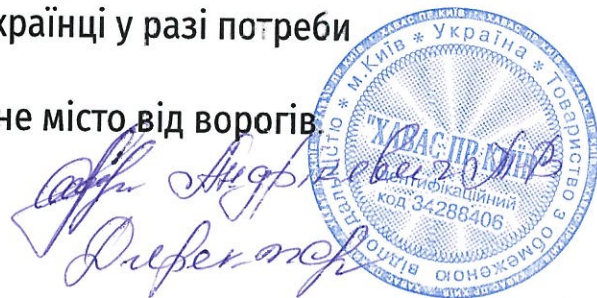
Ведмідь та Айше. Айше — кримсько-татарська дівчина, років 12-ти, яка знайомить дітей з однією з найкрасивіших легенд Криму. Вона є символом спорідненості народів, які століттями живуть на одній землі, мають спільну історію, розділяють схожі цінності і складають єдиний портрет української нації. Ведмідь — величезний, грізний, дикий звір, якого бояться усі звірі в лісі. Але, не дивлячись на весь свій образ, він здатен врятувати беззахисне людське дитинча від смерті й дати маленькій дівчинці прихисток. А згодом знаходить у собі сили зрозуміти й відпустити її з коханим – до людей. Ведмідь є символом не тільки батьківської любові й доброти, а й мудрості, притаманній українцям і великого серця, до якого ми завжди дослухаємось у виборі життєвого шляху.

Іван Сірко. Легендарний кошовий отаман Запорозької Січі. Сильний, сміливий, небагатослівний, людина дії. Талановитий полководець, який з більше ніж півсотні битв не програв жодної. Саме тому йому приписували надздібності, про які розповідають багато українських пісень, казок і легенд. Перемагаючи самого чорта, Сірко стає символом не тільки неймовірної сили, а ще й розуму й кмітливості, які притаманні українцям, і які завжди допомагали нам здобувати перемоги над ворогом.

Карпо. Звичайний український наймит, років 20-ти, скромний, чесний, працюючий. Довгі роки чесно й сумлінно працював на свого господаря. Але коли зрозумів, що не отримає за свою роботу ані грошей, ані волі, не побоявся повстати проти несправедливості, вступити в чесний бій з кривдником і перемогти його. Таким чином наймит добився свободи не тільки для себе, а й для інших працівників. Карпо – символ не тільки працюючості українців, але й готовності завжди боротися за свої права, відстоювати власну гідність і свободу.

Кирило Кожум'яка – богатир. Дуже сильний, працюючий, але нелюдимий, з крутим норовом. Проте коли постає питання захисту міста й усіх людей від нападників, виходить зі своєї майстерні та вступає в двобій зі змій-люджером – символом кочовиків, ворогів Русі. Кожум'яка – символ сміливості й неймовірної сили, якої набувають українці у разі потреби боротися навіть з найстрашнішим ворогом.

Іван. Сильний і сміливий воїн, який охороняє рідне місто від ворогів.



Паралельно – звичайний закоханий парубок, який відкладає усе, що заробляє, на своє весілля. Але коли на місто нападає ворог, він опиняється перед вибором: особисте щастя чи батьківщина. Не роздумуючи, він віддає усе, що має, заради порятунку рідного міста. І стає символом патрістизму, відданості своїй країні, розуміння того, що жодні гроші не варті рідної землі, дому й благополуччя близьких людей.

Під час підготовки мультиплікаційної серії були задіяні експерти:

- 1) Галайчук Володимир Васильович, етнолог, фольклорист. Кандидат філологічних наук. Доцент кафедри етнології Львівського Національного університету ім. І. Франка. Автор книги «Українська міфологія»
- 2) Наумовська Олеся Владиславівна. Кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри фольклористики. Інститут філології Київського національного університету ім. Т.Шевченка
- 3) Александр Бондар, кандидат історичних наук, головний спеціаліст відділу туризму та промоції міста Управління культури та туризму Чернігівської міської ради

Чому проект є унікальним?

Проект є мультиплатформеним та включає в себе створення інтерактивної мапи міфів та легенд України, подальше використання мапи для подорожування Україною, а також трансляцію авторської серії мультфільмів телеканалу ПЛЮСПЛЮС на телебаченні. Проект дозволяє створити унікальну екосистему, в якій органічно переплетені культурно-історичне надбання, а саме український міф та легенда, та сучасний підхід до їхньої інтерпретації. Таке середовище є оптимальним для переосмислення національної міфології та національної історії та створення українцями власного культурного продукту, що слугуватиме формуванню єдиної національної ідентичності

Чому проект є інноваційним?

Проект є омніканальним, спрямований на залучення різних за віком та напрямом діяльності цільових аудиторій та заохочення взаємодії між ними в єдиній екосистемі. При цьому використовувані інструменти є максимально сучасними та зрозумілими для користувача і дозволяють поглянути на культурно-історичний контекст під якісно новим кутом. Інноваційність проекту проявляється також у тому, що українці разом створюють переосмислену мапу міфів та легенд — кожен, надсилаючи історію, прив'язану до свого краю. Таким чином із елементів різного культурно-географічного контексту формується єдине національне полотно



Основна мета проекту

Достукатися до найглибиннішої свідомості українців — міфосвідомості через емоційно-раціональне звернення до витоків та культурно-історичної спадщини, чим заохотити українську громадськість цінувати, цікавитися, досліджувати та пишатися українським міфом та легендою

Цілі проекту

Ціль

Створити віртуальне середовище, що дозволить емоційно досліджувати культурний контекст України в цілому та регіону проживання — малої Батьківщини

Завдання

Розробити онлайн платформу з інтерактивною мапою легенд та міфів країни для збору та публікації історій, надання доступу до знань у форматі довідкових статей, графічних ілюстрацій тощо, а також для розміщення повної інформації про проект, його мету та цінності

Результат 1

Актуальне та корисне для дітей та батьків середовище (онлайн платформа з інтерактивною мапою легенд та міфів України) для отримання нових знань, дослідження культурної спадщини кожного окремого регіону, яка в тому числі створена за рахунок спільних зусиль громадськості (колективно надіслані та опубліковані переосмислені історії учасників)

Індикатори досягнення результатів

Створено 1 інтерактивну мапу легенд та міфів України

Ціль

Заохотити дітей віком 6-12 років бути залученими у процес культурного розвитку та досліджувати культурно-історичну спадщину нації як в цілому, так і з прив'язкою до власного регіону проживання

Завдання

Провести національний конкурс серед дітей віком 6-12 років, спрямований на дослідження культурно-історичного контексту власного місця та регіону проживання та Надати інтерактивний освітньо-розважальний інструмент, а саме авторську серію мультфільмів телеканалу ПЛЮСПЛЮС для організації дитячого навчального процесу, а



також дитячого та сімейного дозвілля

Результат 1

Переосмислені дітьми віком 6-12 років міфи та легенди про географічний об'єкт свого регіону або своє місцепроживання в цілому

Результат 2

Організовано уроки в початкових школах та перших класах середньої школи із використанням простого та робочого інструменту, а саме авторської серії мультфільмів для знайомства дітей віком 6-12 років з українським міфом та легендою

Індикатори досягнення результатів

Зібрано та опубліковано не менше 50 переосмислених історій дітей віком 6-12 років

Залучено до співпраці не менше 1 освітньої організації (МОН, МАН, Освіторія тощо) та проведено уроки із використанням серії мультфільмів

Ціль

Проінформувати прямі та непрямі цільові аудиторії про запуск, перебіг та результати проекту, привернути до нього увагу в цілому

Завдання

Розробити та реалізувати комунікаційну кампанію на підтримку проекту

Результат 1

Проведено комунікаційну кампанію із залученням медіа, телебачення, лідерів думок, блогерів та фахових інфлуенсерів

Індикатори досягнення результатів

Отримано 40+ публікацій в медіа, 20+ у соціальних мережах, включаючи публікації 5+ лідерів думок, блогерів та фахових інфлуенсерів, а також 3+ ефіри на ТВ

Виведено загальне охоплення проекту не менше 10 млн за рахунок вищезазначених публікацій та ефірів

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

1) Діти віком 6-12 років, школярі початкової та перших класів середньої школи. Це 3 290 135 дітей.

2) Батьки та опікуни дітей 6-12 років. Це близько 5,3 млн осіб.



Вчителі: класні керівники початкових класів, вчителі української мови та літератури 5-6 класів, вчителі історії 5-6 класів. Близько 200 тис. спеціалістів (з розрахунку на 14 758 шкіл України).

3) Вихователі дитбудинків та спеціалізованих закладів, у яких перебувають діти (сироти, діти з обмеженими можливостями тощо) віком 6-12 років.

Близько 2,5 тис. спеціалістів у 1180 закладах сімейного типу.

Цільові аудиторії залучатимуться різноманітними шляхами, а саме:

- комунікація через пости в соц.мережах на сторінках потенційних партнерів, а також рекламні пости, таргетовані на ЦА;
- комунікація через пости блогерів та лідерів думок;
- тематичні публікації у медіа та ефіри на ТВ;
- розсилки потенційних партнерів (Освіторія, МОН тощо);
- безпосереднє залучення на онлайн-платформі проекту.

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

1) Освітні організації національного та локального рівня — не менше 1 ключової організації національного рівня (наприклад, МАН, Освіторія, МОН), а також від 24 гуртків місцевого самоврядування

2) Широка громадськість у кількості від 10 млн та суспільство в цілому з урахуванням всіх жителів України

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Діти віком 6-12 років є основною цільовою аудиторією телеканалу ПЛЮСПЛЮС, а, отже, експерти каналу, які зі свого боку є консультантами в проекті, чудово розуміються на потребах дітей цього віку, їхніх інтересах, запиті на контент, в тому числі орієнтуються в контенті, якого на ринку наразі немає і він має потенціал бути корисним для аудиторії. Крім того, експерти телеканалу тісно взаємодіють із МОН та освітніми закладами, а тому мають розуміння інструментарію, яким можуть допомогти вчителям та сприяти гейміфікації та інтерактивізації навчального процесу. З боку агенції також було проведено загальне дослідження ринку на питання існування аналогічних проектів, що фокусуються на темі українського міфу та легенди, з інтерактивною онлайн платформою в основі та допоміжним мультиплікаційним інструментарієм.

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

Для дітей віком 6-12 років перше знайомство з українським міфом та легендою мають потенціал стати захоплюючою подорожжю, під час якої можна самостійно дослідити місцевість, в якій ти народився (лась).



заглибитися в книжки або простори мережі Інтернет, поспілкуватися із старшим поколінням (батьками, братами чи сестрами, тітками чи дядьками, бабусями і дідусями, старшими опікунами чи вихователями закладу постійного перебування тощо). Тим самим буде закладено фундамент для подальшого позитивного сприйняття українського культурного спадку, а отже, і формування єдиної національної ідентичності як довгострокового результату.

Батьки та опікуни дітей віком 6-12 років отримають корисний інструмент для ініціювання раннього, потенційно навіть дошкільного знайомства дітей з українськими міфом та легендою. Крім того, участь у конкурсі та мультиплікаційну складову проекту можна також розглядати з точки зору спільного проведення часу та організації корисного дитячого дозвілля, що сприятиме формуванню сильного інституту сім'ї та укорінення сімейних цінностей.

Вчителі та викладачі зі свого боку отримають корисний інтерактивний інструмент для організації навчального процесу, гейміфікації уроків, урізноманітненні домашніх завдань та покращенні сприйняття учнями навчального матеріалу в цілому. Опосередкована цільова аудиторія, як організації, що займаються питаннями освіти та науки, можуть додавати продукти конкурсу до списку рекомендованих інструментів навчального процесу, розширюючи бібліотеку знань та інструментарію, наявного у відкритому доступі для спеціалістів освітніх закладів

Хто є зацікавленою стороною (ами) проєкту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проєкт чи бути під впливом проєкту)? Зазначте, у який спосіб та використовуючи які інструменти будете працювати з ними

Безпосередньо зацікавленими сторонами у проєкті є наймолодші учасники конкурсу, для яких мотивацією є потенційна перемога у конкурсі та, як результат, згадування авторства в історіях-переможцях та розміщення героїв та/або пам'яток, описаних у цих історіях на інтерактивній мапі міфів та легенд. Другою безпосередньо зацікавленою стороною проєкту є батьки та опікуни дітей цільового віку, які зі свого боку можуть сприяти участі дітей у конкурсі, а також отримують додатковий варіант організації дитячого дозвілля. Зацікавленість вчителів, викладачів та вихователів спеціалізованих освітніх закладів може виражатися в полегшенні освітнього процесу завдяки використовуваному в проєкті інструментарію. Опосередковано зацікавленою стороною в даному випадку є інституції, що опікуються питаннями освіти, оскільки для них проєкт дає можливість в цілому позитивно впливати на сприйняття українськими учнями навчального матеріалу та, зокрема, національного культурного спадку. Крім



тогос, опосередковано зацікавленими сторонами є широка громадськість та суспільство в цілому, оскільки проект має на меті сприяти формуванню єдиної національної культурної ідентичності, а отже, сприяти формуванню позитивного культурного тла та контексту для подальшого мистецького розвитку нації та збереження культурного спадку та здобутків попередніх поколінь

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

Діти віком 6-12 років: Український міф та легенда захоплюючі, розмаїті, вони можуть розчулити, змусити замислитись, від них може перехопити подих. Вони справді варті твоєї уваги! Спікери / абмасадори / інфлуенсери: Пупсі Кіра, Артур та Давід (boysandtoystv), Міс Ніколь, Анастасія Доманська, Матвій Стар, Маша Шабанова та інші. Батьки / опікуни дітей віком 6-12 років: Український міф та легенда — фундамент для майбутнього світосприйняття та розуміння культурного контексту й формування національної свідомості твоєї дитини. Надихай цікавитись ними з самого дитинства! Спікери / абмасадори / інфлуенсери: Сабіна Мусіна (мати Пупсі Кіри, співвласниця G-Bar та OhMyLook), Лера Бородіна (мати Маші Шабанової, співвласниця G-Bar та OhMyLook), Алла Клименко (психолог, тренер зі щастя, мама 2 дітей), Тетяна Пренткович (власниця PR-агенції, має сина), Марія Єфросініна (телеведуча, має сина), Поліна Неня (журналістка, мати 3 дітей), Олена Мандзюк (мама-блогер), Олександр Педан (телеведучий, батько), Валентина Хамайко (ведуча "Сніданок.Вихідний", мати 4 дітей), Людмила Барбір (ведуча "Сніданок з 1+1", мати 1 дитини), Неля Шовкопляс (ведуча "Сніданок з 1+1", мати 1 дитини), Юрій Горбунов (телеведучий, шоумен, батько), Святослав Гринчук (ведучий ТСН, батько), Марічка Падалко (ведуча ТСН, мати 3 дітей), Лідія Таран (ведуча ТСН, мати) тощо. Класні керівники, вчителі початкових та середньої шкіл, викладачі спеціалізованих освітніх закладів: Український міф та легенду можна викладати цікаво, інтерактивно і цим надихати школярів цінувати українську культурну спадщину. Не змарнуй можливість закріпити фундамент для майбутнього світосприйняття та формування національної свідомості в школярів! Спікери / абмасадори / інфлуенсери: Наталя Кідалова (кращий вчитель 2019 року, викладає українську мову та літературу), Олеся Браташ (фіналістка Global Teachers Prize Ukraine, викладає українську мову та літературу), Юрій Гайдученко (фіналіст Global Teachers Prize Ukraine, викладає українську мову та літературу), Олександр Елькін (засновник EdCamp — найбільшої фестивальної платформи для вчителів) тощо. Освітні інституції: Український міф та легенда — інструмент для вчителів, за допомогою якого вони закладають фундамент майбутньої



самосвідомості та залученості школярів до культурного процесу. Комунікуйте спеціалістам освітньої сфери про важливість та методи інтерактивного викладання матеріалу, за допомогою якого школярів можна закохати в українську культурну спадщину! Широка громадськість та суспільство в цілому Український міф та легенда — це надбання твоїх предків, це основа твого світосприйняття та ключ до формування єдиної національної ідентичності. Не забувай про них! Збережи ДНК нації! Український міф та легенда — це ключ до формування єдиної національної ідентичності. Вони формують фундамент для укорінення та зміцнення залученості суспільства до культурного процесу, а отже є невід'ємними для виховання відчуття приналежності та національного патріотизму. Вкладайте та сприяйте їх збереженню!

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

Методи комунікації: Візуальний, текстовий та мультиплікаційний контент на онлайн платформі проекту, промо кампанії в соціальних мережах, рекламні відеоролики-анонси мультиплікаційного продукту телеканалу ПЛЮСПЛЮС, публікації амбасадорів, блогерів та інфлуенсерів, публікації в медіа, внутрішні розсилки партнерів, з якими вже налаштована співпраця поза межами проекту та з якими запланована співпраця в рамках даного проекту (Освіторія, МОН, МАН тощо)

Канали комунікації: онлайн платформа проекту, соціальні мережі телеканалу ПЛЮСПЛЮС (Instagram, Facebook, YouTube), соціальні мережі 1+1 media (Instagram, Facebook, Telegram), власний ефір телеканалу ПЛЮСПЛЮС, партнерські ефіри ТСН, "Сніданок з 1+1" та "Сніданок. Вихідний", сторінки в соціальних мережах потенційних партнерів проекту (Освіторія, МОН, МАН тощо), національні та регіональні онлайн та друковані медіа, сторінки амбасадорів проекту, блогерів та інфлуенсерів в соц. мережах. Деталізація щодо каналів комунікації та інструментів відповідно до кожної цільової аудиторії наведена в Додатку 2.

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

Партнерські канали комунікації: tsn.ua, Главред, УНІАН, Освіторія медіа, ефіри телеканалу ПЛЮСПЛЮС та партнерські ефіри ТСН, "Сніданок з 1+1" та "Сніданок. Вихідний".

Національні суспільно-політичні ЗМІ: Сьогодні, Українська Правда, Громадське, 24 канал, Гордон, Газета по-українски, Голос, День, Дзеркало



тижня, Новое время, Обозреватель, Цензор тощо.

Інформаційні агенції: Інтерфакс, УНН, Українські новини, Укрінформ, РБК, Ліга.

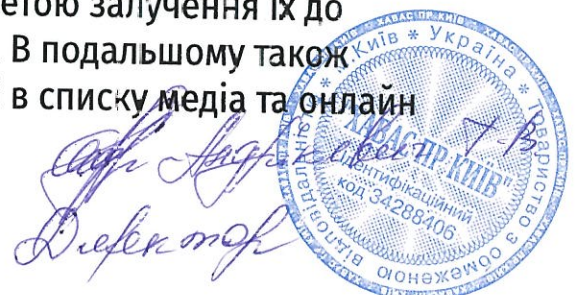
Lifestyle-видання та видання для жінок: Cosmo, Лиза, Украинки, bit, bazilik media, Хмарочос, тощо.

Спеціалізовані видання для батьків: Promum, Твой Малыш, Мой ребенок, тощо.

Регіональні суспільно-політичні ЗМІ:

20.ua, Вінниця інфо, Реал, Моя Вінниця (Вінниця);
056.ua, Міський сайт Дніпра, 34 канал, Событие, Информатор (Дніпро);
20 минут, Житомир інфо, Новости Житомира (Житомир);
061.ua, Голос Запорожья, МИГ, ТВ5, Местные вести (Запорожье);
Бліц, Фіртка, Курс, Галка, Місто (Івано-Франківськ);
0564.ua, Первый Криворожский, Первый Городской (Кривий Ріг);
Гречка, Утренний город, Точка доступа, Без купюр (Кропивницький);
Волинські новини, Волинь інфо, Буг, Вісник Луцьк (Луцьк);
Вголос, Високий замок, Експрес, Галнет, Захід (Львів);
0629, Сигма, Мариупольские новости (Маріуполь);
0512, Вечерний Николаев, Мой город, Никвести (Миколаїв);
048, Взгляд из Одессы, Волнорез, Думская, Одесская жизнь, Таймер (Одеса);
Коло, Полтавщина, Новини Полтавщини (Полтава);
Ого, Ракурс Рівне, Рівне Вечірнє, Ритм (Рівне);
Ваш шанс, Данкор, Любимые Сумы, Шостка інфо (Суми);
20 хвилин, Газета Місто, Погляд, Свобода (Тернопіль);
7 днів, Карпатський об'єктив, Ужгород інфо (Ужгород);
Вечерний Харьков, Восточный дозор, Мой Харьков, Весь Харьков (Харків);
Гривна, Новости Херсона, Типичный Херсон (Херсон);
0328, Всім, Є, Моя газета (Хмельницький);
0472, Вчасно, Провінція, Мої Черкаси (Черкаси);
Новини Чернигова, Портал Чернигова, Черниговская правда (Чернігів);
БукІнфо, Молодий Буковинець, Погляд (Чернівці) і т.д.

Загалом за результатами анонсування та повідомлення про переможців конкурсу, заплановано отримати не менше 40-50 публікацій на безоплатних умовах. Список видань є попереднім та не є вичерпним. Фінальний список ЗМІ формуватиметься на підготовчому етапі проекту і включатиме не менше 100 позицій у списку. З національними суспільно-політичними виданнями, а також з більшістю інформаційних агенцій, спеціалізованих видань для батьків вже проведено попередні переговори з метою залучення їх до інформаційної підтримки проекту в разі виграшу. В подальшому також планується долучити до проекту всі інші наведені в списку медіа та онлайн



майданчики

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

У результаті пресанонсування, роботи зі ЗМІ під час проекту та розміщенню постселізу з оголошенням переможців конкурсу плануємо отримати: не менше 40-50 публікацій в національних та регіональних онлайн та друкованих ЗМІ. При цьому кожна публікація міститиме як мінімум повну назву проекту (тобто проект може згадуватись епізодично, в рамках підбірки "Як провести з дітьми вихідні", наприклад). Як максимум, згадування проекту буде головним з ключовою не тільки назвою, а й наявними ключовими повідомленнями проекту.

Загалом ключова роль в публікаціях, а також наявність ключових повідомлень очікується в не менше 70% публікацій в медіа.

Плануємо отримати від 5 до 20+ публікацій в соц. мережах від амбасадорів, блогерів та інфлуенсерів.

Плануємо розмістити до 10 публікацій на сторінках телеканалу ПЛЮСПЛЮС в соціальних мережах

Плануємо розмістити до 10 публікацій на сторінках 1+1 media в соціальних мережах

Плануємо організувати не менше 3 партнерських ефірів (ТСН, "Сніданок з 1+1" та "Сніданок. Вихідний").

Плануємо розмістити до 10 публікацій на сторінках залучених партнерів (Освіторія, МОН, МАН тощо)

Плануємо ініціювати від 3 до 6 інформаційних розсилок по базі вчителів залучених до проекту партнерів (Освіторія, МОН, МАН, тощо)

Очікуване загальне охоплення від інформаційної складової проекту — не менше 10 млн людей.

Яких довгострокових результатів вдасться досягнути завдяки реалізації проекту? Що буде підтвердженням досягнення мети проекту?

Проект має на меті достукатися до найглибиннішої свідомості українців — міфосвідомості через емоційно-раціональне звернення до витоків та культурно-історичної спадщини. А тому ми сподіваємося, що завдяки реалізації проекту ми зможемо підштовхнути дітей, їхніх батьків, широку громадськість та суспільство в цілому до переосмислення важливості вивчення українського міфу та легенди в контексті формування свідомості нації та виховання сталої патріотичності. Підтвердженням досягнення мети буде створення діалогу довкола питання в різних його проявах і на різних рівнях суспільства — від активної участі школярів у конкурсі та активного відвідування українцями онлайн платформи з інтерактивною мапою до



подальшого запиту школярів на придбання книжок / перегляд мультфільмів про українські міфи та легенди, до коментарів з висловленням власних думок в соціальних мережах, до обговорення спеціалізованими інституціями питання інтеграції додаткових інструментів для вивчення українського міфу та легенд в навчальний процес

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проекту

Використовуючи звернення до витоків, ми сподіваємося, що нам вдасться цілісно достукатися до людини, перевантаженої інформацією, і через такий вплив сприяти формуванню єдиної української культурної ідентичності, починаючи з наймолодших українців, що будуть об'єднувати родини та країну. Ми хочемо допомагати виховувати суспільство, яке цікавиться своїм історично-культурним надбанням, пишається його різноманітністю, знає та може розповісти про культурно-історичні магніти в кожному з регіонів країни. Наше завдання — створити екосистему, де залученими будуть і ті громади, які мають обмежені можливості з точки зору пересування та подорожей країною. Це також така екосистема, яка в умовах децентралізації сприятиме формуванню свідомих громадян, а також потенційно і цілих свідомих громад на місцях, які з використанням створених в рамках проекту продуктів (онлайн платформа з інтерактивною мапою міфів та легенд України, національний конкурс) зможуть активніше займатися питанням наповнення культурного життя та дозвілля місцевого соціуму. Все це в довгостроковій перспективі закладатиме фундамент для сталого зміцнення любові до країни в цілому, а також любові до свого місця народження, тобто малої Батьківщини, особистого переосмислення культурно-історичного надбання та формування єдиної національної ідентичності.

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

Всі продукти інтелектуальної власності, а саме онлайн платформа з інтерактивною мапою міфів та легенд України, серія мультфільмів телеканалу ПЛЮСПЛЮС, створені та використовувані в рамках проекту, будуть завантажені та опубліковані у відкритому доступі в мережі Інтернет. Для користування інтерактивною онлайн платформою чи для перегляду мультиплікаційної серії не потрібно мати жодних додаткових паролів, схем доступу, окрім як підключення до мережі Інтернет / достатнього для завантаження стільникового зв'язку та телевізора / ноутбуку / планшета / смартфона для організації перегляду

Чи передбачає діяльність за проектом подальший розвиток та



функціонування отриманих за результатами проекту продуктів та на яких засадах (самоокупності, фінансування з державного або місцевого бюджету, грантової чи спонсорської підтримки тощо)?

Створені в рамках проекту продукти (інформаційно-освітня онлайн платформа з інтерактивною мапою міфів та легенд України) залишаються у відкритому доступі для користування. Агенція бере на себе подальший хостинг сайту. Крім того, у відкритому доступі залишається мультиплікаційний продукт телеканалу ПЛЮСПЛЮС, включаючи його подальшу ротацію в ефірі телеканалу та на онлайн платформах. За рахунок місцевого бюджету надалі можуть самостійно організовуватись активності, в яких частково або повністю використовуються продукти проекту. Проект може мати продовження наступного року, коли найбільш популярні за кількістю переосмислених історій географічні пам'ятки будуть фізично переосмислені на місцях. Так, за рахунок грантової чи спонсорської підтримки, агенція може організувати "озвучку" географічних пам'яток — дати голос переосмисленим історіям. Разом із українськими акторами та професійними дикторами ми запишемо отримані про географічні пам'ятки переосмислені міфи та легенди. Біля кожної пам'ятки може бути встановлений спеціальний QR-код, який дозволить громадянам прослухати голосові студійні історії зі слів місцевих жителів. За допомогою цього можна формувати культурну туристичну екосистему, промотувати та сприяти внутрішньому дослідженню країни, комунікувати багатство та розмаїття кожного окремого регіону, спонукати громадськість пишатися своїм історично-культурним надбанням через призму його сучасного колективного переосмислення. Проект також має потенціал розвиватися в туристичному напрямку. В подальшому (орієнтовно в 2022 році) на основі переосмислених історій географічних об'єктів та локацій може бути створено туристичний маршрут (один або декілька), який може бути прокладений ближче до 2022 році, що додатково демонструє потенціал сталості розвитку та можливості його довготривалого існування

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

Створені в рамках проекту продукти знаходитимуться у відкритому доступі для кожного українця, в тому числі для зацікавлених організацій. Агенція також ділитиметься досвідом співпраці та спільної реалізації проекту з УКО у своїх соц. мережах, особистій комунікації з потенційними клієнтами під час презентації агенції та її успішних кейсів. Спікери агенції можуть використовувати здобутий досвід в особистих проектах (лекціях, курсах для студентів вищих навчальних закладів, стажерів тощо). Крім того, телеканал



ПЛЮСПЛЮС комунікуватиме про успішно реалізований кейс на своїх платформах в соц. мережах (Instagram, Facebook тощо). Використані в рамках проекту мультиплікації безстроково знаходитимуться у відкритому доступі на каналі ПЛЮСПЛЮС у YouTube, а також залишатимуться в ротатії на телеканалі навіть після завершення проекту. Крім того, агенція готова провести онлайн-конференцію для всіх, кому цікава українська культурна спадщина та фольклор, можливість їхнього переосмислення за допомогою нестандартних підходів та інструментів та поділитися здобутим в ході реалізації проекту досвідом. В разі успішної реалізації проекту ми плануємо ініціювати співпрацю з Українською Професійною Кіберспортивною Асоціацією (UPEA) з метою доповнення інтерактивної мапи місів та легенд України елементами геймінгу та подальшої популяризації серед молодшої аудиторії.

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Пухова Марина Олегівна

Роль у проекті

Старший менеджер проекту

Перелік основних обов'язків

Організація оформлення договірних відносин з членами команди та УКФ, Деталізація та фіналізація комунікаційної стратегії, меседжів та слоганів проекту, фіналізація та затвердження ТЗ для розробки платформи, участь у розробці та підготовці структурних блоків та логіки роботи платформи, фіналізація механіки проведення конкурсу, підготовка офіційних правил конкурсу, розробка критеріїв відбору історій та їх оцінювання, формування експертного журі, особиста комунікація з експертами з метою узгодження деталей їхньої участі, публікація результатів національного конкурсу та оголошення переможців, організація та контроль реалізації комунікаційного плану та комунікації з партнерами проекту, підготовка змістового звіту за результатами проекту, загальний менеджмент та контроль реалізації 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)

15.06.2020 - по сьогоднішній день - Navas PR Kyiv - Керівник напряму соціальних та іміджевих проєктів

Розробка комунікаційних і бренд стратегій, стратегічне консультування клієнтів, антикризове планування, розробка концепцій іміджевих інтегрованих проєктів та їхня реалізація

Клієнти/Проекти: UPEA (офіційна презентація Української Професійної Кіберспортивної Асоціації), beko (організація передачі ШВЛ-апаратів), UNICEF (комунікаційна кампанія, спрямована на підвищення знань щодо правил превенції COVID-19 серед підлітків), AVON (онлайн-марафон AVON Pink Hour, спрямований на підвищення знань про рак молочної залози)

17.10.2017 - 12.06.2020 - Newsfront PR Agency - Group Account Director
Розробка комунікаційних, антикризових стратегій, комунікаційних планів для клієнтів, PR-консалтинг. Підготовка, оформлення та захист презентацій-пропозицій для клієнтів. Розробка концепцій та проведення комплексних інтегрованих іміджевих проєктів, колаборацій з медіа, співробітництв з блогерами та лідерами думок. Організація різних видів прес-заходів: прес-конференцій, прес-турів, презентацій, офіційних відкриттів, іміджевих проєктів (наприклад, фотовиставок). Копірайтинг та редагування всіх видів PR-матеріалів (прес-релізи, новини на сайт, пости в соціальні мережі, інформаційні статті, експертні колонки і т.д.). Побудова стосунків із ЗМІ, особиста комунікація з журналістами, організація інтерв'ю, експертних колонок, коментарів. Ведення документації, контроль якості виконуваних робіт, Client-сервіс. Управління командою (5 осіб), навчання і розвиток співробітників.

Клієнти/Проекти: БХФЗ, Arterium (соціальний проєкт "Почни сьогодні"), BSH (Bosch, Siemens, Gaggenau), Takeda (абонентське обслуговування, соціальні кампанії до Всесвітнього дня гемофілії, Міжнародного дня рідкісних захворювань), БФ "Tabletochki", International Transit SAL, IWG (Regus, Spaces), Merck (соціальний проєкт "Почути "Мамо!"), Юрія-Фарм, CAPS, Servier

01.03.2016 - 16.10.2017 - JAMM - Менеджер з PR та комунікацій
Копірайтинг: написання текстів новин на сайт компанії, прес-релізів, текстів для інформаційних буклетів, підготовка партнерських матеріалів. Організація заходів: прес-конференцій, презентацій в навчальних закладах, проявів компанії на тематичних фестивалях і нішевих заходах. Взаємодія з лідерами думок, партнерами, зірковими гостями, а також



підтримання іміджу компанії в ЗМІ

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

ПІБ члена команди

Стрельников Ілля Олегович

Роль у проекті

Стратегічний консультант

Перелік основних обов'язків

Деталізація та фіналізація меседжів та слоганів проекту, фіналізація механіки проведення конкурсу, розробка критеріїв відбору історій та їх оцінювання, формування експертного журі, особиста комунікація з експертами з метою узгодження деталей їхньої участі, стратегічне консультування та контроль виконання KPI на кожному етапі проекту в цілому

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

15%

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

15.03.2020 - по сьогоднішній день - Havas PR Kyiv - CEO

Управління командою агенції (11 осіб), забезпечення прибутковості агенції, формування ціноутворення, розробка стратегії агенції, розробка та деталізація всіх процесів усередині агенції, розробка продуктів агенції, оцінка персоналу в агенції, стратегічна взаємодія з агенціями групи в Україні та агенціями глобальної мережі в США, Англії, Італії, Польщі.

Розробка комунікаційних і бренд стратегій, проведення медіа тренінгів, стратегічне консультування клієнтів, антикризове планування, розробка концепцій іміджевих інтегрованих проектів та їхня реалізація, створення особистого бренду

Клієнти: Nestle, Avon, MGID, Juul, Beko, Realme

Handwritten signature: Ilya Strelnikov



30.03.2016 - 01.03.2020 - Newsfront PR Agency - Операційний директор
Управління командою агенції (45 осіб), контроль якості послуг, розвиток
команди і профільних експертиз в агенції, формування послуг та їх
ціноутворення, пошук нових співробітників для зміцнення команди,
організація роботи бек-офісу.

Розробка комунікаційних стратегій і креативних концепцій іміджевих
проектів, контроль їх виконання і надання послуг на належному рівні,
розробка системи оцінки ефективності комунікацій.

Клієнти: Globallogic, Lenovo, Microsoft, SAS, Air Astana, Qatar Airlines, Нова
Пошта, Amway, Henkel, Philip Morris, Tedis, Fujifilm, Bosh, BMW, Peugeot,
Сільпо, EVA, Takeda, Merck, БФ "Tabletochki", Stada CIS, Посольство США

20.06.2014 - 30.03.2016 - Нова Пошта - Керівник благодійних та іміджевих
проектів

Розробка стратегії корпоративної соціальної відповідальності та її
реалізація. Розробка, реалізація і комунікаційна підтримка таких
проектів, як: "Гуманітарна пошта України", "Посилка добра" з БФ
"Tabletochki", Благодійний арт-проект. Розробка комунікаційної
платформи власних напівмарафонів Нова Пошта в регіонах, спонсорство
Київського напівмарафону, розробка і реалізація проекту "100 книг в
бібліотеки" з Фондацією Дарини Жолдак. Антикризові комунікації і
зовнішні комунікації компанії

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

ПІБ члена команди

Ваховський Даниїл Валерійович

Роль у проекті

Стратегічний консультант

Перелік основних обов'язків

Деталізація та фіналізація комунікаційної стратегії, підготовка офіційних
правил конкурсу, формування експертного журі, особиста комунікація з
експертами з метою узгодження деталей їхньої участі, стратегічне
консультування на кожному етапі проекту в цілому

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за

основним місцем роботи або у інших проектах)

15%

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

15 років досвіду у сфері зв'язків з громадськістю, комунікацій та медіа, включаючи громадські та політичні кампанії, найбільші корпорації та IT сектор. Колишній кращий корпоративний піарник (галузевий рейтинг 2016 року);

MBA Kyiv School of Economics.

Фаховий досвід

Березень 2020 – теперішній час: Navas PR Kyiv – Управляючий партнер

Листопад 2019 – теперішній час: MINTRANS Media – Засновник, ідеолог, менеджер

Жовтень 2016 – жовтень 2019: Uklon (одна з найуспішніших продуктових IT компаній, що розробляє перший український ride-sharing сервіс) –

Директор з маркетингу та PR

Січень 2016 – вересень 2016: ПАТ «Укрзалізниця» (найбільша корпорація України, понад 250 тис. працівників) – Начальник департаменту інформаційної політики і зв'язків з громадськістю

Липень 2015 – грудень 2016: Приватна консалтингова практика у сфері зв'язків з громадськістю та маркетингу

Серпень 2014 – липень 2015: Нова пошта (найуспішніша приватна поштова компанія в Україні) – Начальник відділу зв'язків з громадськістю

Лютий 2013 – серпень 2014: COMFY (один з найбільших рітейлерів електроніки в Україні) – Менеджер з комунікацій

Січень 2011 – жовтень 2012: UMN (на той час друга за розміром медіа корпорація в Україні, понад 50 медіа-брендів у 5 бізнес-юнітах) – PR директор

Липень 2010 – січень 2011: Pillar PR (PR агенція) – Виконавчий директор

Січень 2009 – червень 2010: Комунікаційна група «Нова концепція» – Менеджер проектів, консультант з PR

Травень 2005 – жовтень 2008: KEY Communications – PR менеджер

ОСВІТА

2020 – Kyiv School of Economics (KSE), MBA

2008 – Chartered Institute of Public Relations, Advanced Certificate in PR

2006 – Університет економіки та права "KROK", бакалавр міжнародних відносин



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

ПІБ члена команди
Романюк Павло Олександрович

Роль у проекті
Креативний директор, дизайнер

Перелік основних обов'язків
Розробка візуальної айдентики проекту, брендбуку та гайдлайнів з використання дизайнів та шрифтів, створення візуальних матеріалів для наповнення вебсайту

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
15%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Арт-директор та дизайнер з більш, ніж 6-річним досвідом роботи з брендингом та дизайном, а також з більш, ніж 4-річним досвідом роботи в рекламній сфері.

2016-2018 — Art Director / Graphic Designer — Vandog Agency
2018-2020 — Art Director / Partner — Yes But No Agency

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

ПІБ члена команди
Андрікевич Тетяна Василівна

Роль у проекті
Старший бухгалтер, генеральний директор Navas PR Kyiv

Перелік основних обов'язків
Підготовка фінансового звіту, фінансовий контроль, організація



документообігу

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

5%

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

Більше 10 років роботи в Navas PR Kyiv, контроль фінансових операцій, документообігу, бухгалтерська звітність

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

штатний працівник

ПІБ члена команди

Войтович Анна Юріївна

Роль у проекті

Молсдший помічник менеджера

Перелік основних обов'язків

Підготовка списків медіа, блогерів, інфлуенсерів, копірайтинг та підготовка текстів, пошук інформації, розсилка пресматеріалів та комунікація з медіа, блогерами, журналістами, інфлуенсерами, підготовка звітів

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)

3+ роки досвіду в сфері медіа та комунікацій,
в Navas PR - Senior Account Executive

Підготовка списків медіа, блогерів, інфлуенсерів, копірайтинг та підготовка текстів, пошук інформації, розсилка пресматеріалів та комунікація з медіа, блогерами, журналістами, інфлуенсерами, підготовка звітів, розробка та реалізація спецпроектів у медіа під ключ, комунікація з клієнтом, контроль підрядників, документообіг

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа



- підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
штатний працівник

ПІБ члена команди
Бедій Назар Ігорович

Роль у проекті
Помічник менеджера

Перелік основних обов'язків

Підготовка потижневого таймінгу проекту з деталізацією задач, підзадач та дедлайнів виконання, підготовка комунікаційного плану, фіналізація та затвердження ТЗ для розробки платформи, контроль підготовки структурних блоків, логіки роботи та "дерева" інтерактивної платформи з переліком усіх сторінок та взаємозв'язків між ними, контроль підготовки мудборду майбутньої платформи, референсів з прикладами релевантних рішень, контроль підготовки макетів із зовнішнім виглядом майбутніх сторінок платформи, копірайтинг та вчитка матеріалів для платформи, контрол технічної розробки платформи, організація тестування та перевірки коректності роботи логіки, взаємозв'язків між сторінками, правильності відображення всіх сторінок та зображень, організація домену та хостингу онлайн платформи, прийом заявок, їхній відбір відповідно до критеріїв, організація оцінки експертами, публікація результатів національного конкурсу та оголошення переможців, реалізація комунікаційного плану на всіх етапах, переговори з партнерами, комунікація з журналістами, лідерами думок, блогерами, загальний мікроменеджмент 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)
3+ років досвіду у сфері журналістики, зв'язків з громадськістю та пресою, бренд-менеджменті

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



ПІБ члена команди

Пухов Богдан Олегович

Роль у проекті

UX/UI дизайнер, консультант з розробки онлайн-платформи

Перелік основних обов'язків

Координація розробки веб-інтерфейсу онлайн-платформи, технічної розробки та підтримки платформи на всіх етапах

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

70%

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

7+ років досвіду у сфері UX/UI дизайну, дизайн-мислення, валідної верстки, розробки платформ на базі Wordpress, Tilda.

Розробка платформ для ООН Жінки, БФ "Орфанні синиці", Спілки національних виробників меду України, БФ "Одна надія", фармацевтичної компанії Merck KgAa та ін.

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

ФОП

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

Зміна складу проектної команди та необхідність оперативного залучення додаткових спеціалістів у зв'язку зі змінами в особистому житті, за станом здоров'я, або через непередбачувані зовнішні обставини (пандемія, стихійне лихо тощо) — в цьому випадку в резерві маємо список спеціалістів, які за попередніми домовленостями (переговори будуть проведені на перших етапах проекту паралельно із підписанням Договору з УКФ на реалізацію проекту) будуть готові оперативно підключитись до процесу виконання завдань

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

Передбачаємо ситуацію, коли кількість учасників і відповідно кількість поданих заявок у конкурсі нерівномірно розподілиться між регіонами



Handwritten signature: *Богдан Пухов*
Blue circular official stamp of the Karagach Foundation, Kyiv, Ukraine. The stamp contains the text: "Фонд Карач", "Київ * Україна", "Ідентифікаційний номер: 4280405", and "Оноженое".

країни. В такому випадку в одному регіоні можемо мати з десяток історій, а в іншому — не мати взагалі. На цей випадок заздалегідь готуємо інформацію про міфи та легенди пов'язані із пам'ятками кожного регіону для публікації на сайті у форматі освітньо-розважального контенту, а також будемо готові до оперативного перерозподілу рекламного бюджету з посиленням таргетингом на регіон, що “просідає” за активністю.

Передбачаємо ризик отримання негативу після оголошення переможців з боку учасників, чії роботи не вийдуть у фінал. Для попередження цього перед виходом в публічний простір готуємо офіційні правила конкурсу, яких вказуємо умови участі, критерії відбору номінантів на виграш, а також критерії оцінювання переможців. Попереджаємо про те, що організатори залишають за собою право публікувати чи не публікувати отриманий матеріал. В офіційних правилах конкурсу також передбачаємо процедуру оскарження рішення експертного журі щодо переможців. Крім того, в правилах чітко зазначаємо умови відхилення заявки (невідповідність технічним вимогам, наявність нецензурної лексики тощо).

Щоб передбачити флуктуацію вартостей, які прив'язані до курсу валют, зокрема мова про розробку онлайн платформи з інтерактивною мапою міфів та легенд, вартості послуг фіксуємо виключно в грн

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Створення деталізованого таймінгу проекту у форматі наочної діаграми Ганта із зазначенням задач, відповідальних за них осіб та дедлайнів виконання

Щотижневі робочі статуси з проектною командою з метою покрокового моніторингу виконання мікро задач, планування та рівномірного розподілу завантаження членів команди, оперативного коригування напряму та плану дій у випадку необхідності.

Щоденний моніторинг та збір публікацій в ЗМІ, включаючи особисте відслідковування сторінок амбасадорів, інфлуенсерів та блогерів з моменту виходу проекту в публічну площину

Щомісячний загальний статус виконання проекту

Використання цифрових систем постановки задач та контролю їхнього виконання, а саме середовища asana, в якому систематично працює агенція та середовища Google drive для збереження всіх розроблених матеріалів)

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

Andriy Koval
Dmytro M...



5

Кількість жінок у команді проекту

3

Кількість людей віком від 17 до 34

6

Кількість людей віком від 35 до 50

2

Кількість людей віком від 51 до 60

0

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту

0

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників ветеранів АТО? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників тимчасово переміщених осіб? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із малозабезпечених сімей, дітей-сиріт? Напишіть кількість, якщо ні або не



впевнені – поставте 0

0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії людей з інвалідністю? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

так

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

Так

Декларація доброчесності

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.

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

Андрій Коваленко
Директор



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

Так

Т. Р.
Директор



Декларація доброчесності

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

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

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

ПІБ Грантоотримувача

Андрікевич Т.В.

Підпис



Дата заповнення

Грантоотримувач:



УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Додаток № 2
до Договору про надання гранту № 4151541-28504
від "30" серпня 2021 року

Назва конкурсної програми: Знакові події
Назва ЛОТ-у: Знакові події історії України
Назва Заявника: ТОВ "ХАВАС ПР КИЇВ"
Назва проєкту: Дивомандри. Україна — легенда та міфів країна
Дата початку проєкту: червень 2021 року
Дата завершення проєкту: 30 жовтня 2021 року

Організація-донор	Фінансування проєкту, в %	Фінансування проєкту, Сума в грн.
РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1. Український культурний фонд	100,00%	1 299 995,00
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 організації)	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. Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проєкту)	0,00%	0,00
Всього по розділу І "Надходження":	100,00%	1 299 995,00

* За наявності співфінансування Грантоотримувач самостійно вирішує, на які статті витрат іде співфінансування.

Дубровський
(посада)

Дубровський
(підпис, печатка)

Дубровський
(п.п.с)

4/2



Signature
Deborah

Пункт:	13.2.4	Судовий внесок за доповідями ЦПХ з підписанням (ССД) розліку "Послуги контролює обробку, моніторингу, завантаження"									
Підсумок:	13.3	Виплати на послуги страхування									
Пункт:	13.3.1	Виплати послуги страхування	0,00								
Пункт:	13.3.2	Виплати послуги страхування		0,00							
Пункт:	13.3.3	Виплати послуги страхування		0,00							
Підсумок:	13.4	Інші гроші виплати	0,00								
Пункт:	13.4.1	Послуги інженер-проектиста (виплати послуги надання послуг)		0,00							
Пункт:	13.4.2	Бюджетна комісія за перевезення (виплати до тарифів обслуговування банків)		0,00							
Пункт:	13.4.3	Розрахунково-наслідок обслуговування (виплати до тарифів обслуговування банків)		0,00							
Пункт:	13.4.4	Інші послуги банків (виплати до тарифів обслуговування банків)		0,00							
Пункт:	13.4.5	Інші гроші виплати (виплати до тарифів обслуговування банків)		0,00							
Пункт:	13.4.6	Інші гроші виплати (виплати до тарифів обслуговування банків)		0,00							
Пункт:	13.4.7	Інші гроші виплати (виплати до тарифів обслуговування банків)		0,00							
Пункт:	13.4.8	Судовий внесок за доповідями ЦПХ з підписанням (ССД) розліку "Інші гроші виплати"	0,22	0,00							
Всього по статті 13 "Інші гроші виплати":			0,22	0,00							
Всього по розліку 8 "Виплати":			0,00	1 299 995,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

Дубовик



М. Д. Дубовик