

ДОГОВІР № 4EVE43-03466
про надання гранту

м. Київ

«08» листопада 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Тсвариство з обмеженою відповідальністю "ВЕРТИГОЕФІКС" (далі – Грантоотримувач), в особі Генерального директора Лук'янця Гліба Ігоровича, 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 «Україна X/Y/Z: звички, смаки, побут» (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 31 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 2 421 270 грн. 00 коп. (два мільйона чотириста двадцять одна тисяча двісті сімдесят 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'язаною з реалізацією Проєкту;

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

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

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

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

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

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 программам та витрати здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

ХІІ. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до «31» грудня 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 утсвноваженої особи Сторони незідкладно 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:

П.І.Б. особи Лук'янець Гліб Ігорович

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 Проекту, які стали відомі під час виконання цього Договору.

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

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

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

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проєктна заявка;

додаток 2 – кошторис Проєкту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;

додаток 4 – звіт про надходження та використання коштів для реалізації

Проєкту;

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

М.П.

Грантоотримувач

ТОВ "ВЕРТИГОЕФІКС"

Юридична адреса: 03057, м. Київ, вул.

Олександра Довженка, 18

Адреса для листування: 03057, м. Київ,

вул. Олександра Довженка, 18

ЄДРПОУ: 39600229

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ "Райффайзен Банк

Аваль"

Р/р: UA623808050000000026003701508

Тел.: +38 (050) 312 95 32

Генеральний директор



Г.І. Лук'янець

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4EVE43-03466
від «08» листопада 2021р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Знакові події

Лот: ЛОТ 4. Знакові події історії України

Конкурс: Міжнародної співпраці

Заявка: 4EVE43-03466

Назва проекту: Україна X/Y/Z: звички, смаки, побут

Візитна картка

Конкурсна програма
Знакові події

Лот
ЛОТ 4. Знакові події історії України

Тип проекту
Міжнародний

Назва проекту
Україна X/Y/Z: звички, смаки, побут

Назва проекту англійською мовою
Ukraine X/Y/Z: Way of Living

Географія реалізації проекту

Населений пункт
Україна

Початок проекту
2021-07

Генеральний директор  Пук'янець І.І.

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2021-10-31

Тривалість проекту в місяцях

4

Формат проекту

наживо та онлайн

Пріоритетний сектор

культурна спадщина

Ключові слова за напрямками

документальний фільм

книговидання

Основний продукт

Форум

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

ЛУК'ЯНЕЦЬ ГЛІБ ІГОРОВИЧ

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

грантовий та фінансовий менеджер

Загальна інформація про проект

Коротка інформація про проект

Мультидисциплінарний проект, що пов'язує у цілісний наратив феномен побутової культури часів незалежності. Роки 1991–2021 – молодість трьох поколінь: X, Y, Z. Ми покажемо становлення незалежності через побут, як спосіб існування суспільства. Зберемо спогади, фото, відео з архівів та

Генеральний директор



Лук'янець Г. І.

приватних колекцій. Посилимо зібраний контент експертними поглядами та приватними світлинами, долучивши велику кількість українців, щоб разом переосмислити 30 років незалежності через емоційне й особисте. Формат форуму поєднає двомовні (українська, англійська) документальний фільм "Українці X/Y/Z" та друковане художнє видання "Українці X/Y/Z: звички, смаки. побут", дискусію фахівців "Особливості світогляду трьох десятиліть" та майданчик для взаємодії з широким загалом – цифровий музей "Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут." (всі назви робочі).

Коротка інформація про проект англійською мовою

"Ukraine X/Y/Z: Way of Living" is a multidisciplinary project that connects the phenomenon of everyday culture of the time of independence into a coherent narrative. The years 1991–2021 are the youth of three generations: X, Y, Z. We will show the formation of independence through everyday life as a way of society. We will collect memories, photos, videos from archives and private collections. We will strengthen the collected content with expert views and private photos, involving a large number of Ukrainians to rethink together 30 years of independence through emotional and personal. The format of the forum will combine a bilingual (Ukrainian, English) documentary "Ukrainians X/Y/Z" and a printed art publication "Ukrainians X/Y/Z", a discussion of experts "Ukrainians X/Y/Z: values and features of the worldview of three decades" and a platform for interaction with the general public - the digital museum "Ukrainians X/Y/Z: Way of Living" (all names are working).

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

2421270

Загальний бюджет проекту

2571270

Сума співфінансування

0

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Джерело співфінансування та сума

150000. низове фінансування (краудфандинг) проекту на платформі "Спільнокошт" виражено як сума реінвестиції, оскільки формат кампанії краудфандингу передбачає також передпродаж книги та сувенірної продукції

Генеральний директор  *Лук'яненко Т.Т.*

Сума реінвестиції

150000

Партнери проекту**Партнер**

Національна Спілка Журналістів України (НСЖУ)

Партнер

Креативна агенція GRAPE

Партнер

Видавництво "Майстер книг"

Партнер

Громадська організація "Боротьба за права"

Партнер

Гоголь Фундація (Нідерланди)

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**

Товариство з обмеженою відповідальністю "ВЕРТИГОЕФІКС"

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

Limited Liability Company «VertigoFX»

Код ЄДРПОУ

39600229



Генеральний директор *Григорук ? Т*

Активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше) на вебсайті Міністерства юстиції України або на іншому вебресурсі
https://drive.google.com/file/d/1fG6oHyAQm5_-y80-2_yfIKf7Bnp71Yg/view?usp=sharing

Організаційно-правова форма

Товариство з обмеженою відповідальністю

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

59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм

Дата реєстрації організації

2015-01-26

Юридична адреса організації

м. Київ, вул. Олександра Довженка, 18

Поштова адреса організації

03057, м. Київ, вул. Олександра Довженка, 18

Область (відповідно до юридичної адреси)

м. Київ

Тип населеного пункту

Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)

м. Київ

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

<http://vertigofx.com.ua>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Лук'янець Гліб Ігорович

Телефон керівника організації

Електронна пошта керівника організації

Генеральний директор  *Директор 2.7*

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

Лук'янець Наталія Петрівна, громадянка України

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?

немає

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту власні та залучені кошти

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

Так. 2020, Культура в часи кризи: інституційна, ЛОТ 1. Аудіовізуальне мистецтво, заявка: 3INST11-03466

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?

Так. 2020, Культура в часи кризи: інституційна, ЛОТ 1. Аудіовізуальне мистецтво, заявка: 3INST11-03466, сума підтримки: 283 981.80

Генеральний директор  *Дмитро І. І.*

Приклади успішно реалізованих проектів за підтримки інших донорів протягом останніх трьох років

Проект

"Leon is Missing" (2019-2021), х/ф спільного вир-ва Ізраїль-Польща-Україна, реж. Ітай Лев - роль: партнер, заявник, донори: Israel Film Fund, УКФ (в рамках інституційної підтримки), загальна сума підтримки 1 144 452 грн <http://a7c.pl>

Проект

"Dog Days" (2019) - фільм отримав 3 номінації, роль: партнер, донори: Державна кіношкола в Лодзі (Польща), Гоголь Фундація (Нідерланди), сума гранту 27067,15 грн https://www.imdb.com/title/tt10626830/?ref_=nm_knf_i1

Проект

"Відбиття" (2018), роль: партнер, донори: Державна кіношкола в Лодзі (Польща), Гоголь Фундація (Нідерланди), сума гранту 10416,08 грн <https://www.filmweb.pl/film/Zwierciadło-2018-836185>

Проект

"Саша" (2018) - фільм отримав 1 номінацію, роль: партнер, донори: Державна кіношкола в Лодзі (Польща), Гоголь Фундація (Нідерланди), сума гранту 25086,62 грн <https://www.filmweb.pl/film/Sasza-2018-839975>

Проект

"Райський дім" (2020), роль: партнер, донори: Варшавська кіношкола (Польща), Гоголь Фундація (Нідерланди), сума гранту 113912,89 грн

Проект

"Paciorki" (2019) - фільм стримав 1 номінацію, роль: партнер, донори: Державна кіношкола в Лодзі (Польща), Гоголь Фундація (Нідерланди), сума гранту 58315,40 грн <https://www.filmweb.pl/film/Paciorki-2019-854089>

Інформація про діяльність організації-партнера

Додати партнера

Повне найменування організації-партнера
Національна Спілка Журналістів України (НСЖУ)

Генеральний директор



Генеральний директор

Повне найменування організації-партнера англійською мовою
National Union of Journalists of Ukraine

Організаційно-правова форма
творча спілка

Державний реєстраційний номер
00027140

Активне посилання на установчий документ організації-партнера (Статут, Положення, інше)
<http://nsju.org/spilka/dokumenti/>

Вид діяльності організації-партнера
94.12 Діяльність професійних громадських організацій

Дата реєстрації організації-партнера
1992-06-09

Фактична адреса організації-партнера
м. Київ, вул. Хрещатик, 27А

Поштова адреса організації-партнера
01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 27А

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації-партнера
<http://nsju.org/>

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

Телефон керівника організації-партнера
+38 (044) 234-52-09

Електронна пошта керівника організації-партнера
stomilenko@gmail.com

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-партнера
не передбачений

Генеральний директор  *Дир'яченко Т.Т.*

Основні / стратегічні напрями діяльності організації-партнера

Національна спілка журналістів України (НСЖУ), згідно з її Статутом, є національною всеукраїнською творчою спілкою, що об'єднує журналістів та інших працівників засобів масової інформації, які професійно займаються журналістською, публіцистичною діяльністю. Спілка є суб'єктом творчої діяльності, незалежною громадською неприбутковою позапартійною організацією. Мета Спілки – сприяти розвитку журналістики в Україні та захищати соціальні, економічні, творчі інтереси журналістів.

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проєкту

Мережа філіалів спілки у всіх регіонах України

Обґрунтуйте, чому саме цей партнер був обраний для реалізації спільного проєкту? Чи співпрацювали з ним раніше?

Через НСЖУ ми плануємо залучення до проєкту журналістської спільноти з різних регіонів України, регіональні і місцеві видання. НСЖУ має регіональні організації в усіх областях України та в Автономній Республіці Крим. Спілка нараховує понад 19 000 членів (станом на 1 січня 2018 року).

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

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

Сприяння висвітленню проєкту серед членів НСЖУ та контактних аудиторій.

Повне найменування організації-партнера

Товариство з обмеженою відповідальністю "АКР ГРЕЙП" (раніше "ГРЕЙП ДИДЖИТАЛ")

Повне найменування організації-партнера англійською мовою

Limited Liability Company "ACR GRAPE" (ex. "GRAPE DIGITAL")

Організаційно-правова форма

товариство з обмеженою відповідальністю

Державний реєстраційний номер

43494653



Генеральний директор *Диджалець ? ?*

**Активне посилання на установчий документ організації-партнера
(Статут, Положення, інше)**

http://a7c.pl/files/statut_grape.pdf

Вид діяльності організації-партнера

73.11 Рекламні агентства (основний)

Дата реєстрації організації-партнера

2017-10-06

Фактична адреса організації-партнера

м. Київ, вул. Верхній Вал, буд. 2А, офіс 2

Поштова адреса організації-партнера

04071, м. Київ, вул. Верхній Вал, буд. 2А, офіс 2

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

<https://grape.ua>

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

Головченко Олександр Вікторович

Телефон керівника організації-партнера

+380 (44) 383-84-33

Електронна пошта керівника організації-партнера

nb@grape.ua

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-партнера

Головченко Олександр Вікторович, громадянин України

Основні / стратегічні напрями діяльності організації-партнера

Розробка креативних матеріалів для ведучих торговельних марок та інституцій, впровадження нових підходів в комунікаціях, підвищення загальної культури та етики українського рекламного ринку, впровадження цінностей толерантності в масовій естетичній культурі.

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проєкту

Штат з 50 високопрофесійних спеціалістів з креативу, неймінгу та

Генеральний директор Олександр Головченко



комунікацій, система налагоджених зв'язків з підрядниками та лояльними контактними аудиторіями, обладнені сучасні офіси в Києві та Лондоні.

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

Запуск кампаній Фонду Tabletochki, підтримка проєктів Elena Pinchuk Foundation та Міжнародного фонду "Відродження", розробка та проведення брендингу й рекламної кампанії Harry Row для Фонду допомоги безпритульним тваринам, ребрендинг Київського національного економічного університету <https://grape.ua/portfolio/rebranding-kneu>

Обґрунтуйте, чому саме цей партнер був обраний для реалізації спільного проєкту? Чи співпрацювали з ним раніше?

З 2011 року агентство Grape розробляє стратегії та налагоджує комунікації. І з найкреативнішого діджитал-агентства України розширилося до креативного агентства повного циклу. Саме такий партнер необхідний нам, щоб за короткий термін якісно розробити концепцію, айдентику та інтерактивну стратегію цифрового музею, важливої складової проєкту. Команда Grape у свою чергу зацікавлена долучитись до проєкту, бо бачить у нашій ідеї актуальність, потенціал і важливу соціальну складову. Для Grape участь у нашому проєкті – цікавий досвід і посилення репутційних показників. Для нас співпраця з Grape – це професійна партнерська розробка унікального інтернет-майданчику – цифрового музею культури та побуту незалежної України.

Ідея співпраці народилась під час радіоефіру програми "Нічна вахта" UA: Українське радіо, коли кураторка та авторка нашого проєкту Марта Мольфар обговорювала з керівником компанії Grape тему "Україна, як бренд". Ефір можна послухати за посиланням <https://fb.watch/31LjCYZB9S/> <http://www.nrcu.gov.ua/schedule/play-archive.html?periodItemID=2683756> (безпосередньо про "Бренд України" у другій частині ефіру)

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

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

Розробка компанією Grape креативної концепції, айдентику та стратегії інтерактивних можливостей музею-архіву "Україна X-Y-Z. Звички. Смаки.

Генеральний директор  *Світлана Пилипенко*

Побут." (робоча назва), в т.ч. позиціонування, фінальний неймінг, складові, комунікаційну стратегію та ключові рекламні матеріали.

Повне найменування організації-партнера

Товариство з обмеженою відповідальністю "Майстер Книг"

Повне найменування організації-партнера англійською мовою

Limited Liability Company "Book Master"

Організаційно-правова форма

товариство з обмеженою відповідальністю

Державний реєстраційний номер

37201663

Активне посилання на установчий документ організації-партнера (Статут, Положення, інше)

http://a7c.pl/files/statut_mk.pdf

Вид діяльності організації-партнера

58.11 Видання книг (основний)

Дата реєстрації організації-партнера

2010-07-08

Фактична адреса організації-партнера

м. Київ, вул. Максима Кривоноса, буд. 2Б

Поштова адреса організації-партнера

03037, м. Київ, вул. Максима Кривоноса, буд. 2Б

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

<http://www.masterknyg.com.ua>

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

Сачек Павло Володимирович

Телефон керівника організації-партнера

+380 (44) 209-24-70

Генеральний директор  *Павло Сачек*

Електронна пошта керівника організації-партнера
pv@masterknyg.com.ua

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-партнера

Манджуло Маріанна Юріївна, громадянка України

Основні / стратегічні напрями діяльності організації-партнера

Майстер Книг – це видавництво з власною типографією та більш ніж 20-тирічним досвідом. Удосконалена та відпрацьована технологія, професійне обладнання, висококваліфіковані працівники – усе це є основою нашої роботи. Основними стратегічними напрямками діяльності є видання книг, журналів і періодичних видань спрямоване на досягнення економічного та соціально-культурного ефекту.

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проєкту

ТОВ «МАЙСТЕР КНИГ» орендує приміщення для офісу та спеціальне приміщення для друкарського виробництва загальною площею 813 кв. м., яке знаходиться за адресою: м. Київ, вул. М. Кривоноса, 2Б та має у власності: друкарські машини – 2 шт, паперорізальна машина – 1 шт, картонорізальна машина – 1 шт, трьохножова машина для обрізки блоку книги – 1 шт, термобіндер – 2 шт, поліграфічна ниткошвейна машина – 1 шт, станок для виготовлення твердої палітурки – 1шт, станок для вставки книжкового блоку в палітурну кришку – 1шт, станок для штриховки та пресування книг – 1шт, станок для закруглення корінця блоку книги – 1 шт, станок для тиснення – 1 шт, станок для ламінації – 1 шт, поліграфічний прес – 2 шт, станок для кріплення скобою – 1шт, бігувальний станок – 1 шт, фальцувальна машина – 1шт, кришкоробна напівавтоматична машина – 1шт. ТОВ «МАЙСТЕР КНИГ» має в штаті 21 працівника відповідної кваліфікації, які мають необхідні знання та досвід для повного циклу додрукарських, друкарських та післядрукарських робіт та інших поліграфічних послуг.

Обґрунтуйте, чому саме цей партнер був обраний для реалізації спільного проєкту? Чи співпрацювали з ним раніше?

Кураторка нашого проєкту та авторка ідеї Марта Мольфар мала успішний досвід співпраці з “Майстер книг” у своєму авторському проєкті 2020 року. Це книга “Україна 1997–2020. Дивись, згадуй, відчувай”, у якій в неформальній формі через події та їх сприйняття українцями висвітлюється історія незалежної України. Книгу було видано за підтримки компанії “Київстар”. Робота над книгою велася в партнерстві з

Генеральний директор



Виконав 2.9

видавництвом "Майстер книг" (посилання на книгу додається).
<http://test.glukov.net.ua/>

Крім того видавництво «Майстер книг» має 20 років досвіду та спеціалізується саме на мистецьких виданнях та альбомах. Серед найбільш відомих проектів – цикл мистецько-видавничих альбомів «Україна та українці», «Культур-ліга "Художній авангард"», подарункове видання «Кобзаря», «Єврейська цивілізація», «Реалізм» Волобуєва, «100 лет отечественного самолетостроения в фотографиях», «Золоті та срібні прикраси України-Руси» та інші. Стародруки віддруковані в "Майстер Книг" є у бібліотеці Константинопольського патріарха Варфоломія."

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

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

Видання, контроль якості та розсилка книги.

Повне найменування організації-партнера

Громадська організація "Боротьба за права"

Повне найменування організації-партнера англійською мовою

Fight For Right NGO

Організаційно-правова форма

громадська організація

Державний реєстраційний номер

41343784

Активне посилання на установчий документ організації-партнера (Статут, Положення, інше)

http://a7c.pl/files/statut_goffr.pdf

Вид діяльності організації-партнера

94.99 Діяльність інших громадських організацій, н.в.і.у.

Дата реєстрації організації-партнера

2017-05-18

Фактична адреса організації-партнера

Генеральний директор  *Директор* *З.Т.*

м. Київ, вул. Вавілових 13. кв. 7

Поштова адреса організації-партнера

С4060, м. Київ, вул. Вавілових 18, кв. 7

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

<https://ffr.org.ua> <https://www.facebook.com/fightforright.ua>

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

Сачук Юлія Миколаївна

Телефон керівника організації-партнера

+38 (063) 443-29-32

Електронна пошта керівника організації-партнера

sachuk@ffr.org.ua

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-партнера

не передбачений

Основні / стратегічні напрями діяльності організації-партнера

Адвокація удосконалення законодавства у сфері захисту прав людей з інвалідністю, просвітництво у сфері аналітики, навчальна діяльність у сфері прав людей

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проєкту

Наявність офісного приміщення, певної комп'ютерної техніки, працівники ГО та волонтери

Надайте активні посилання на успішно реалізовані проєкти у якості партнера за підтримки Фонду, якщо такі були

2019 - "Скарби культури для всіх людей"

<https://ffr.org.ua/projects/skarbi-kulturi-dlya-vsikh>

2020 - "Доступне кіно для незрячих людей"

<https://ucf.in.ua/archive/5f0a32cbfb714a6b615b5155>

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

Проект: Проект «Fight For Right: Зміцнення захисту прав людей з

Генеральний директор  Пушкінська І. І.

інвалідністю», який виконується ГО «Боротьба за права» за підтримки Фонду прав людини Посольства Королівства Нідерландів в Україні. Метою проекту є посилення можливостей людей, правозахисників/иць, активістів/ок, самих людей з інвалідністю, які борються з порушеннями прав і за дотримання прав людей з інвалідністю, шляхом забезпечення їх необхідними освітніми інструментами задля підвищення спільної спроможності у впровадження підходу прав людини у діяльності.:// www.ffr.org.ua/projects/zmicnennya-zakhistu-prav-lyudey-z-invalidnistyu
Проект: У 2019 році було реалізовано проект "Моя участь важлива" за підтримки Фонду сприяння демократії U.S. Embassy Kyiv Ukraine. У 2020 році реалізується проект "Разом за доступні вибори" за підтримки Міжнародна фундація виборчих систем (IFES), Агентство США з міжнародного розвитку (USAID), Міністерство міжнародних справ Канади та британська допомога від уряду Великої Британії. <https://ffr.org.ua/projects/viborchi-prava-lyudey-z-invalidnistyu>
Проект: Проект "Школа політичної участі для дівчат та жінок з інвалідністю "ЛІДЕРКА" створений з метою навчити жінок та дівчат з інвалідністю відстоювати свої права та світогляди, використовуючи інструменти політичної участі, та мотивувати брати активну участь в політичному житті країни. Проект реалізується за підтримки Міжнародної фундації виборчих систем (IFES), Агентства США з міжнародного розвитку (USAID), Міністерства міжнародних справ Канади та британської допомоги від уряду Великої Британії.://www.ffr.org.ua/projects/shkola-politichnoi-uchasti-dlya-divchat-ta-zhinok-z-invalidnistyu-liderka
Проект: Проект "Доступне кіно для незрячих і нечуючих людей", реалізується в 2020 році за підтримки Європейського Союзу за програмою House of Europe. <https://ffr.org.ua/projects/dostupne-kino>
Проект: ВЕЛОПРОБІГ "БАЧУ МОЖУ ДОПОМОЖУ" - інклюзивний веломарафон Україною і Європою на велосипедах-тандемах за участю незрячих і зрячих людей. В 2019 році - за підтримки EVZ / EUROPEANS FOR PEACE, Auswärtiges Amt, Polsko-Niemiecka Współpraca Młodzieży <https://ffr.org.ua/projects/veloprobig-bachu-mozhu-dopomozhu-2019>

Обґрунтуйте, чому саме цей партнер був обраний для реалізації спільного проекту? Чи співпрацювали з ним раніше?

Кураторка нашого проекту Марта Мольфар вже мала досвід співпраці з ГО Боротьба за права при створенні інклюзивного культурного продукту – у проєкті "Доступне кіно" (звукоопис фільму "Сафо" для людей з вадами зору).

Наше партнерство буде пов'язано з ініціативою ГО Боротьба за права

Генеральний секретар  *Світлана Кучменук*

"Доступне Кіно". "Доступне Кіно" – це не тільки команда експертів та експерток з адаптації фільмів для глядачів з інвалідністю, а також і майданчик для показу фільмів для людей з порушеннями зору та слуху.

Один з продуктів нашого мультидисциплінарного проєкту – документальний фільм до тридцятиріччя України. За консультаційної підтримки даного партнера ми створимо звукоопис для незрячих людей і розгорнуті субтитри для нечуючих людей. Також ГО Боротьба за права організує інклюзивні кінопокази нашого фільму.

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

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

Консультаційна підтримка при створенні інклюзивного культурного продукту (інклюзивна версія документального фільму в рамках проєкту) та його показ в на майдацику "Доступного кіно".

Повне найменування організації-партнера

Гоголь Фундація (Нідерланди)

Повне найменування організації-партнера англійською мовою

Gogol Foundation

Організаційно-правова форма

сундація (stichting)

Державний реєстраційний номер

71457291

Активне посилання на установчий документ організації-партнера (Статут, Положення, інше)

<http://gogol.foundation/documents/foundation-deed-ukr.pdf>

Вид діяльності організації-партнера

Код SBI: 94997 - Інша адвокація (пропаганда)

Дата реєстрації організації-партнера

2018-04-18

Фактична адреса організації-партнера

Генеральний директор  *Григорук*

Mauritskade 55c, 1092 Амстердам, Нідерланди

Поштова адреса організації-партнера

Piotrkowska 189/191, 90-447 Лодзь, Польща

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

<http://gogol.foundation>

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

Лук'янець Гліб Ігорович

Телефон керівника організації-партнера

+48 787 411 681

Електронна пошта керівника організації-партнера

secretary@gogol.foundation

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-партнера

не передбачається

Основні / стратегічні напрями діяльності організації-партнера

Просування українського культурного надбання та сучасних творів мистецтва українських авторів в європейському культурному просторі (відповідно до програми "Ukraine Here"). Підвищення обізнаності людей про їх спільні культурні цінності та подолання обмежень міжкультурної співпраці між художниками, професіоналами та організаціями в усьому світі, передусім Східної Європи, у їх глобальній перспективі для створення загальнолюдських культурних цінностей краси, знання та досконалості (відповідно до статуту).

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проєкту

Налагоджений дистанційний офіс, керівництво фонду та волонтери

Обґрунтуйте, чому саме цей партнер був обраний для реалізації спільного проєкту? Чи співпрацювали з ним раніше?

Гоголь Фондація протягом останніх двох років була постійним партнером ТОВ "Вертігоєфікс" у якості фасилітатора більшості фільмів на етапі виробництва, в яких ТОВ "Вертігоєфікс" виступав ко-виробником/підрядником з пост-продукції (див. приклади успішних проєктів в розділі

Генеральний директор  *Лук'янець Г.І.*

"Інформація про заявника"). Також Гоголь Фундація здійснювала некомерційну фестивальну дистрибуцію двох фільмів, в яких ТОВ "Вертігоефікс" приймав участь ("Саша" та "Відбиття"). Член правління фундації Пан Адріан Куйда має великий досвід у гостпродукції та фестивальному менеджменті (в тому числі в якості програмного директора Montaż Film Festiwal), та надасть консультації для оптимального формування портфелю фестивальних заявок фільму зробленого в рамках проєкту. Таким чином географія проєкту буде охоплювати не тільки аудиторію в Україні але й в Європі та світі.

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

Гоголь Фундація допоможе сформувати оптимальний портфель фестивальних заявок фільму, а після завершення проєкту і звітування перед УКФ візьме на себе обов'язок його некомерційної дистрибуції. Таким чином проєкт не обмежиться короткостроковими результатами, але продовжить своє життя. В той самий час на етапі звітування вже буде відома фестивальна стратегія та здійснені всі необхідні практичні кроки з її реалізації.

Детальний опис проєкту

Обґрунтуйте актуальність проєкту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття
Актуальність даного проєкту насамперед в прагненні висвітлити зміни, які сталися з Україною й українцями за період з 1991 по 2021. Показати наше ментальне дорослішання, відхід від радянських звичок та впливу Росії, становлення свободи, впевненості та незалежності. І зробити це ми плануємо через емоційно-особистий підхід, через персональні спогади. Бо окремі події, уподобання, смаки, повторюючись, набувають загального характеру, формують структуру та картину часу. Ви пам'ятаєте, яку музику слухали в юності? Як одягалися? Якими плакатами прикрашали свою кімнату? У які комп'ютерні ігри грали? Чим тоді захоплювалися ви та вся наша країна? Що вас тривожило, що радувало? Саме з таких дрібниць ми хочемо викласти мозаїку буття України за 30 років її незалежності. Адже наш побут є особистою, приватною частиною життя та одночасно дзеркалом життя країни. Наше спільне минуле за ці 30 років – це наше набуття, яким би воно не було. І ювілей – це завжди привід для систематизації, підсумків,

Генеральний директор  *Володимир І. І.*

СКЛАДОВІ ПРОЄКТУ: Перший крок – створення культурологічного контенту – двомовних книги та фільму, які мають стати самодостатніми мистецькими дослідницькими проєктами. Вони мають доповнювати один одне і надати змістовну картину побутової культури трьох поколінь Незалежної України. В книзі і у фільмі різними шляхами творчі представники різних поколінь досліджуватимуть зміни в ментальності українців через їхні смаки та вподобання. Обидва продукти будуть двомовними (українська, англійська). Фільм також буде доступний у версії з українським аудіоописом для людей з вадами зору та розширеними субтитрами для людей з вадами слуху. Це необхідно, щоб безпосередньо розповісти світу про нас і про нашу історію. Щоб популяризувати Україну, роблячи акцент на її становленні та незалежності.

Круглий стіл “Українці X/Y/Z: цінності та особливості світогляду трьох десятиліть” (робоча назва) представлятиме дискусію фахівців галузі культури та мистецтва різних поколінь. Такий вид комунікації має стати платформою для переосмислення, критичного погляду, аналітики особливостей і змін менталітету українців років незалежності. За допомогою включень в рамках круглого столу ми плануємо надати слово культурним експертам з різних регіонів України та представникам сфери культури з Європи. Також кожен охочий зможе залишити свої коментарі і

Генеральный директор *С.В. Дубочев* ? Т

таким чином долучитися до професійної дискусії.

Цифровий музей “Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут.” (робоча назва) – додатковий загальнодоступний майданчик, основу експонатів якого складатиме контент наших книги та фільму. У форматі цифрового музею-архіву будуть систематизовано та експертно висвітлені становлення незалежності і розвиток українського суспільства через побутову культуру. Цей цифровий музей-архів відкриє вікно можливостей для кожного українця долучитись до створення загальнонаціонального продукту. Ми запропонуємо всім охочим поповнити контент цифрового музею особистими світлинами зі своїх сімейних архівів. Професійно створене архівне художнє наповнення “музею” стане орієнтиром, який саме контент є очікуваним і доречним. Таким чином ми заохочемо додавати в цифровий архів не хаотичний набір особистих світлин, а дійсно ті фото, які передають атмосферу і побут трьох десятиліть і стануть гідною частиною цифрового культурно-історичного музею-альманаху. Важливий бонус – сприяння зацікавленості нашою країною. Враховуючи, що цифровий музей “Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут.” (робоча назва) буде двомовним (українська, англійська), ми ще більше сприятимемо формуванню позитивного іміджу України в міжнародному середовищі.

Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?

Пріоритет номер один – посилення об’єднаної української ідентичності. Важливою складовою нашого проекту є Цифровий музей “Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут.” (робоча назва) як неформальний підхід до вивчення історії незалежної України. Інтеракція аудиторії проекту з нашим спільним побутом трьох десятиліть викликатиме одночасно й особисті, і спільні спогади, демонструватиме наявність спільної пам’яті, спільних проблем, і таким чином сприятиме посиленню об’єднаної української ідентичності.

Також проект покликаний висвітлювати становлення незалежності та розвиток українського суспільства через культуру та побут, адже вони чітко відбивають світогляд і пріоритети суспільства. Проект є мультидисциплінарним, тому процес “дорослішання” незалежних українців ми плануємо показати за допомогою різних заходів та продуктів. Через архівні фото і відео, а також через пасивні прояви культурної спадщини (які зберігаються у пам’яті старшого покоління) – інтерв’ю під час створення фільму, опитування в соціальних мережах, дискусія сучасців в рамках круглого столу тощо.

Формування позитивного іміджу України не тільки всередині країни, а й на

Генеральний директор  *Григоруканська І.І.*

світовій культурній арені через просування двомовної (українська, англійська) книги та фільму як матеріальної фіксації нашої нематеріальної спадщини. Сьогодні Україна потужно представлена в міжнародному культурному контексті, але так було не завжди, тому позиції треба постійно зміцнювати. Результати нашого проекту мають стати надійним документальним джерелом незаангажованої інформації про цей період нашої історії.

Формат просування проекту орієнтований на залучення участі в формуванні історичного культурного контексту такої аудиторії яка цього досвіду раніше не мала. Завдяки наданій можливості кожному українцю поповнити особистими світлинами загальнонаціональний цифровий музей-архів “Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут.” (робоча назва) ми прибираємо “поріг входу”, “поріг компетенції” для активної участі в культурному проекті, і хочемо створити для учасників такий досвід, що мотивуватиме їх подальшу зацікавленість та участь в культурних ініціативах. В той самий час, інша складова проекту – дискусія фахівців дозволить визначити критерії для такого формату, забезпечуючи репрезентативність зібраного матеріалу.

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)

Для ТОВ “Вертігоефікс” цей проект є можливістю застосувати власний досвід у виробництві кіно з досвідом провідних представників індустрії книговидавання (видавництво “Майстер книг”), та реклами (креативна агенція Grape) і синергією створити резонансний для країни мультидисциплінарний культурний проект з метою єднання країни з нагоди 30-ї річниці незалежності.

Моє переконання, як продюсера, що сучасна Україна потребує внутрішніх взаємних інтеграцій у сфері культури, тільки так можна чинити опір як російській пропаганді, так і гегемонії європейських партнерств, в яких Україні завжди відводиться недостатня роль для виразу її ідентичності та будування справжньої самосвідомості. Важливим є створення власного документального контенту побудованого на якісному матеріалі, таким матеріалом для нас має стати органічна вибірка звичок та смаків українців протягом останніх 30 років.

Ми переконані, що завдяки синергії проекту та натурального діалогу зі звичайними українцями через цифровий музей із можливістю поповнювати його архіви, і фахівцями - через круглий стіл, ми переосмислимо період

Генеральний директор  *СВ-Музвсесу 2.7*

незалежності. А наші книга і фільм, як мистецькі дослідницькі твори з переосмисленням змін у ментальності українців за роки незалежності, для ТОВ “Вертігоефікс” і для партнерів проєкту мають стати позитивним некомерційним культурним кейсом.

Чому проєкт є унікальним?

Заплановане нами дослідження української ментальності через новітню побутову культуру є унікальним з трьох причин:

- по-перше, немає прикладів систематизації саме побутових візуальних архівів за весь період незалежності й зведення їх в цілісний наратив;
- по-друге, крім експертного збору контенту фахівцями, ми надаємо можливість кожному українцю внести свій особистий вклад у створення єдиного всеукраїнського цифрового музею історії побуту, долучитися до збереження нематеріальної культурної спадщини новітньої України. Мінімум обмежень для географії учасників та компетенції – надати особисті архівні матеріали можуть і професійні фотографи, і звичайні українці;
- по-третє, зібраний архів стане результатом унікальної творчої синергії – ми поєднаємо суто “народні” спогади, експертний аналіз (дискусія фахівців за круглим столом) та професійну творчу працю представників різних культурних дисциплін (кінематограф, література) єднаючи всі складові в єдиний наратив.

Чому проєкт є інноваційним?

По-перше, наш мультидисциплінарний форум передбачає залучення широкої аудиторії не тільки до його результатів, а й до самого процесу створення кінцевого продукту. Ми плануємо залучити масову аудиторію. Можливість додати особисті фото з власних сімейних архівів дає можливість кожному відчувати себе частиною історії країни. Це буде новий досвід суспільного створення культурологічного контенту фахівцями у сфері культури та мистецтва і широким загалом.

По-друге, ми прагнемо не просто зібрати набір фотофактів та спогадів з побутової культури часів незалежності, а й отримати переосмислення, аналіз і експертну оцінку фахівців за допомогою круглого столу “Українці X/Y/Z: цінності та особливості світогляду трьох десятиліть” (робоча назва). Долучитися до дискусії в коментарях зможе кожний охочий. Таким чином ми поєднаємо професійний і “народний” погляди на дозвілля та побут українців трьох поколінь. Дискусія буде відбуватися одночасно офлайн та

Генеральний директор  *Григорук І. І.*

онлайн з використанням технологій відеоконференції та live-трансляцій.

По-третє, це буде новий і цікавий творчий експеримент для нашої компанії, враховуючи досвід залучених у проєкт спеціалістів. Зберегти новітню пасивну культурну спадщину в документальному фільмі (звичайна та інклюзивні версії для людей з вадами зору та слуху) і друкованому мистецькому виданні, в якому будуть представлені як статичні світлини, так і відео за допомогою інтеграції гіперпосилань у вигляді художньо оформлених QR-кодів.

Основна мета проєкту

Короткострокова – сприяти формуванню та посиленню об'єднаної української ідентичності, в першу чергу через створення цифрового музею з можливістю для кожного додати свої особисті “експонати”, який пасивно залучить мільйони учасників, впливаючи емоційно через особисті спогади;

довгострокова – висвітлити становлення незалежності та розвиток українського суспільства через масову культуру та побут, зберегти цілісну картину історичної повсякденності перших трьох десятиліть, щоб дати можливість молодому поколінню і майбутнім дослідникам наблизитися до минулого, адекватно оцінити його, краще через нього вжитися в сьогодення, а також щоб показати світовій спільноті якими насправді були українці в роках 1991-2021, можливо, дуже подібними до інших європейських націй в сучасному глобалізованому світі.

Цілі проєкту

Ціль

Посилити культурну ідентичність українського народу та об'єднати покоління

Завдання

Створити загальнонаціональний цифровий музей побутової культури незалежної України, головним чином для трьох поколінь цільових аудиторій, спрямований на емоційне усвідомлення кожним учасником себе частиною тридцятирічної історії єдиної незалежної України

Результат 1

Залучення до проєкту активної аудиторії з усіх регіонів, яка безпосередньо візьме участь в поповненні музею власними світлинами

Генеральний директор  *Світлана Василівна Г.Г.*

Результат 2

Залучення до проекту пасивної аудиторії з усіх регіонів, яка відвідає цифровий музей

Індикатори досягнення результатів

Кількість присланих світлин до музею (не менше 100 в перші два тижні), кількість реакцій в соціальних мережах (перегляди, лайки, коментарі, перепости) їх географія та демографічна структура (більше 200 тис з різномірною географії регіонів України та віковою структурою всіх трьох поколінь)

Ціль

Дати можливість експертам та зацікавленим сторінам вести предметну дискусію

Завдання

Провести круглий стіл “Українці X/Y/Z: цінності та особливості світогляду трьох десятиліть” (робоча назва) в рамках цифрового музею

Результат 1

Створене дискусійне поле для експертів та зацікавлених сторін та передумови для продовження діалогу поза рамками проекту

Результат 2

Дискусія охопила не тільки спеціалістів а й громадськість через висвітлення у медіах, відбувається синергія з офлайн складовими проекту (книга, фільм)

Індикатори досягнення результатів

Кількість учасників круглого столу (не менше 50 осіб), кількість залучених фахових представників (культурологи, діячі мистецтва, історики, не менше 20 осіб), кількість залучених іноземних гостей (для можливості масштабування українського культурного контексту під час дискусії, не менше 5 осіб). кількість висвітлень в медіах, кількість згадувань в соціальних мережах (20 тис висвітлень)

Ціль

Засіксувати нематеріальну побутову культурну спадщину українців періоду незалежності та показати її українцям та світовій спільноті (в тому числі для людей з вадами слуху та зору)

Генеральний директор  *Генеральний директор*

Завдання

Результати проекту представити у вигляді документальних творів

Результат 1

Видана книга-альбом "Українці X/Y/Z. Звички. Смаки. Побут." та розіслана до контактних аудиторій проекту

Результат 2

Створений документальний фільм "Українці X/Y/Z", відбулися його покази в рамках проекту (в т. ч. інклюзивні) та сформовано фестивальний портфель подальшої світової некомерційної дистрибуції

Індикатори досягнення результатів

Якість та відповідність поставленій концепції виданої книги-альбому та документального фільму, кількість висланих примірників книги до учасників низового фінансування проекту (500 шт), кількість висланих примірників до інституцій культури в Україні (500 шт), кількість висланих примірників до інституцій культури в Європі та світі (200 шт), кількість показів фільму, кількість інклюзивних показів фільму, кількість та структура фестивальних заявок фільму

Ціль

Створити позитивний резонанс навколо тридцятиріччя незалежної України об'єднуючи покління та регіони

Завдання

Інтегрувати всі заходи в рамках проекту під єдиний ключ "Україна X/Y/Z" та збільшити охоплення аудиторії за рахунок синергії

Результат 1

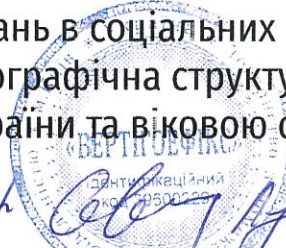
Українці асоціюють 30-ту річницю Незалежності України з проектом "Україна X/Y/Z" та їх особистими приємними емоційними спогадами

Результат 2

Аудиторія кожної складової проекту збільшується за рахунок аудиторії іншої складової

Індикатори досягнення результатів

Кількість згадувань в медіа, кількість згадувань в соціальних мережах проекту "Україна X/Y/Z" їх географія та демографічна структура (більше 200 тис з різномірною географією регіонів України та віковою структурою

Генеральний директор  *Григорук*

всіх трьох поколінь), наявність похідних проектів та ініціатив (в майбутньому)

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

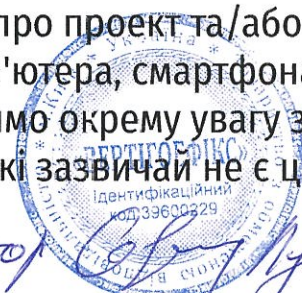
Пряма аудиторія проекту – українці старші 18 років, усвідомлено чи неусвідомлено зацікавлені в опрацюванні колективного та власного досвіду життя в роки незалежності України, та/або опрацюванні фрустрації, пов'язані з окремими аспектами такого життя. Це люди, які народились і живуть в Україні або поїхали з неї. Вони включені в культурний контекст країни, але переважно пасивно. Як для виконання мети проекту, особливо в частині щодо посилення ідентичності, так і для загальнокультурного розвитку аудиторії, нам важливо залучити саме таку аудиторію, яку можна ще умовно назвати “непрофесійними споживачами культурного продукту”. Ми бачимо великий потенціал роботи саме з такою аудиторією завдяки доступності сприйняття теми (досвід життя в окреслений період є в кожного) та відсутності бар'єру для участі усім охочим подати особисті світлини у якості “експонатів” цифрового музею.

Всю аудиторію можна розділити на окремі групи за досвідом участі або споживання культурного продукту:

“широкий загал”, пасивні спостерігачі або споживачі лише масової культурної продукції, “непрофесійні споживачі культурного продукту”, окремою метою розробки такої аудиторії є переміщення таких людей ближче до групи “досвідчених споживачів культурного продукту”, включення їх до контексту, де вони раніше не були присутні, та забезпечення позитивного нового досвіду участі в культурному проекті; “наявні споживачі культурного продукту”, в тому числі продукту, створеного за підтримки Фонду.

Формальніші ознаки цільової аудиторії такі: жителі міст України з населенням від 50 тис, у віці 18-65 років, зі статевим співвідношенням, що відповідає загальнодемографічному для країни. Номінальний обсяг такої аудиторії становить близько 20 млн осіб, з них доступними для нас є 7% - цей показник відповідає середній кількості “новаторів”, людей, схильних до сприйняття нової інформації та отриманні нового досвіду, в т.ч. культурного. Таким чином, первинна цільова аудиторія проекту становить 1 млн 400 тис осіб. Достатнім охопленням ми вважаємо 75% від доступної аудиторії, з них 55% на частоті контакту 3+.

Технічним обмеженням для отримання знання про проект та/або участі в ньому є доступ в Інтернет та до пристроїв (комп'ютера, смартфона тощо), необхідних для подання матеріалів. Ми приділимо окрему увагу залученню до участі в проекті окремим групам аудиторії, які зазвичай не є цільовими

Генеральний директор  *Григорук 27*

для масових культурних подій:

- жителі населених пунктів на 50-150 тис людей;
- люди, які визначають власний матеріальний стан як “незадовільний”.

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

Непряму аудиторію проекту також варто розділити за значущою ознакою, в цьому випадку – за географічною:

- міжнародна аудиторія за виключенням української діаспори (яка входить до первинної аудиторії). Матеріальні результати проекту (книга, фільм, підсумки круглого столу) буде перекладено щонайменше англійською мовою. Примірники книги ми розповсюджуємо першочергово по освітніх бібліотеках Європи, США та Канади для використання в наукових дослідженнях та загальноосвітньому знайомстві аматорської та професійної аудиторії з історією незалежної України. Важливим наслідком такого кроку буде наявність багатьох додаткових свідоцтв, які витікають з матеріалів книги, про історичну належність Криму та окремих територій Донецької та Луганської областей до незалежної України. Загальна кількість потенційної аудиторії згортається на кількість випускників профільних спеціальностей в навчальних закладах країн Європи та Північної Америки, та кількість спеціалістів з цих країн, задіяних в дослідженнях історії, культури та побуту пострадянського простору. Пропонуючи книгу саме для освітніх бібліотек, ми сподіваємось отримати посилання на неї та/або інші матеріали проекту в наукових роботах, в тому числі успішних світових вчених, що безумовно сприятиме глобальним та культурним цілям України. Але такі процеси не можуть бути керованими з нашого боку, тож натомість ми визначаємо кількість екземплярів книги на таку міжнародну аудиторію (від 400) і гарантуємо якісний відбір бібліотек чи освітніх закладів-отримувачів;
- українська аудиторія, а саме – “референтне коло” (члени родини, друзі, коло спілкування) прямої аудиторії та учасників проекту. В механіку реалізації та в стратегію комунікацій ми заклали низку інструментів, що сприятимуть розповсюдженню інформації про проект та спонукатимуть до принаймні побутового діалогу щодо спільного досвіду. Таке відкрите переживання спільного минулого є важливим фактором для посилення спільної ідентичності українців. Реалістична оцінка обсягу такої аудиторії – подвійний обсяг первинної аудиторії, тобто 2 млн 800 тис осіб.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Культурні потреби та інтереси аудиторії було визначено аналітично, з огляду на наступні фактори:

- наочне зростання популярності масових та вузьких культурних проектів,

Генеральний директор  *Михайло Пружанець 2.7*

пов'язаних з наративом минулого, спільним проживанням власного та художнього досвіду часів незалежності. Це є однозначним індикатором затребуваності теми та готовності аудиторії до подальшої участі в опрацюванні відповідного контексту;

- велика кількість відсилок та пряме копіювання проектів з рекламної та модної сфери естетики дев'яностих і нульових років, що, з одного боку, актуалізує потребу повторного переживання суб'єктивно гриємного досвіду відповідних часів; з іншого -- відкриває можливості для поглиблення такого переживання і переведення його в відкриту площину;
- наявність фактичного релевантного досвіду в абсолютній більшості населення України вкупі з відсутністю культури свідомого переживання власного досвіду та недостатньою (суб'єктивна оцінка) кількістю саме інтерактивних проектів, пов'язаних з таким досвідом;
- прямі підтвердження наявності подібних культурних потреб під час професійного спілкування та/або особистих опитувань в колі учасників, партнерів, потенційних волонтерів та експертів проекту;
- підтвердження наявності подібних культурних потреб від досвідчених культурних діячів України;
- схвальні, позитивні відгуки про суть і механіку проекту від експертів культурної сфери, митців, журналістів, отримані на пітчінгах.

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

- 1) усвідомлення власного наративу шляхом (пере)осмислення досвіду минулого;
- 2) створення або поглиблення відчуття єдності серед українців за рахунок розуміння спільності такого досвіду;
- 3) пропозиція спільного досвіду як ще одного фактору національної ідентичності;
- 4) позитивний -- за рахунок перемоги, участі, або відчуття дотичності -- досвід власної участі в культурному проекті (шляхом надання матеріалів або участі в краудфандингу), який може стати механізмом подолання "бар'єру компетентності", важливим кроком для подальшої участі в наступних проектах;
- 5) можливість отримати визнання шляхом публікації власних робіт;
- 6) побудова ком'юніті учасників, дотичних до реалізації проекту, відчуття належності;
- 7) формування горизонтальних зв'язків між учасниками, партнерами, референтними колами для отримання синергії
- 8) популяризація наративу, естетики, ідей, які впливали і продовжують впливати на українську культуру, спроби деконструкції та реконструкції

Генеральний директор  Луцишинська Т.І.

пам'яті для усвідомлення наслідків цього періоду для аудиторії;
9) зменшення фрустрації, деталювання переживань аудиторії через усвідомлення спільності досвіду, який може сприйматися як неприємний;
10) здорове переживання ностальгічних, сентиментальних відчуттів, викликаних поверненням до спогадів;
11) відновлення, укріплення особистих зв'язків учасників проекту з власними родинними чи колом спілкування попередніх часів за рахунок звернення до спогадів та їхнього (пере)осмислення.

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

1) команда проекту; 2) партнери проекту, окрім перелічених в даній заявці партнерів, ми маємо попередні домовленості з медійними агенціями та операторами (сейлсхаузами), власниками приватних архівів і колекцій, майданчиками для проведення лекцій та кінопоказів, експертами з історії та культури, ЗМІ, ІТ-компаніями, та з партнерами в інших сферах. Ми готові організувати співпрацю таким чином, щоб отримувати від партнерів максимально корисний для успіху проекту внесок; 3) аудиторія проекту, в тому числі учасники шляхом краудсорсингу та краудфандингу; 4) Фонд як донор проекту; 5) підрядники (в т.ч. видавництво, знімальна група, виробники рекламних матеріалів) та волонтери; 6) окремі українські інституції (бібліотеки, посольства України за кордоном, профільні спілки), які отримують матеріали проекту; 7) окремі закордонні інституції (навчальні заклади, бібліотеки), які отримують матеріали проекту; 8) існуючі та майбутні українські спеціалісти з дослідження культури, історії, побуту (шляхом доступу до матеріалів); 9) вторинна цільова аудиторія (за механізмами, окресленими в її описі). Важливо зазначити, що бюджет і план проекту побудовано таким чином, щоб всі критичні для реалізації та успіху проекту активності було проведено на умовах оплати і в логіці взаємодії "замовник-підрядник", яка є найбезпечнішою з точки зору можливих конфліктів сторін. Тому ми маємо можливість будувати взаємини з партнерами та волонтерами на наших умовах, і відмовлятися від будь-якого партнерства та інших видів взаємодій, які не є корисними для проекту або містять конфлікт інтересів. Такі умови гарантують повну концентрацію впливу на кінцевий результат в руках команди проекту, і ми не вбачаємо негативних наслідків від дій зацікавлених сторін -- за єдиним виключенням. Механіка відкритого для всіх охочих архіву цифрового музею, яка передбачає надання матеріалів їх особистих архівів користувачів, є вразливою до атак з боку негативно налаштованих сторін. В даному

Генеральний директор  *Олександр Р.Г.*

випадку, пропагандистські та інші організації на боці Російської Федерації можуть створити нездорове навантаження шляхом масового надсилання нерелевантних матеріалів, які потребуватимуть відбраковки. Ми від початку забезпечимо технічну безпеку всіх цифрових рішень проекту, щоб унеможливити хакерські та "інфраструктурні" атаки на проект, і обговоримо зі спеціалістами механізм автоматичної відбраковки нерелевантного контенту, однак, за попереднім висновком, в разі атаки за описаною механікою, простішим рішенням буде залучення додаткових волонтерів для відбраковки нерелевантних матеріалів.

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

Ключові повідомлення проекту в точних формулюваннях ми плануємо сформулювати на етапі підготовки із залученням креативної команди нашого партнера - креативної агенції GRAPE. Сміслові цілі таких повідомлень наступні: - інформування про проект та його суть; - заохочення до участі в цифровому музеї; - заохочення до участі в інших активностях проекту; Запрошення до діалогу та спільного осмислення надбань проекту. Серед лідерів думок ми плануємо залучити до проекту таких: Олег Скрипка, Джамала, Святослав Вакарчук, Віталій Кличко, Дмитро Розумков, Віталій Портников, Дмитро Чекалкін, Юрій Хусточка, Павло Гудімов, Андрій Шевченко, Соломія Вітвіцька, Віктор Ющенко, Оксана Линів, Даха Бреху, гурт «Казка», Дмитро Хоркін, Ірина Данилівська, Зоя Звіняцьковська, Костянтин Дорошенко, Сергій Танчинець, Влад Кириченко, Наталія Лігачова, Сергій Томіленко, Андрій Гончарук, Василь Вірастюк, Євген Хмара, Еліна Світоліна, Олег Пінчук, Андрій Курков, Римма Зюбіна, Ірма Вітовская, Жан Беленюк, Євген Клопотенко, В'ячеслав Дюденко, Любо Дереш. Згодом, а саме - після остаточного підтвердження чи скасування рішення цих учасників цей список буде доповнено діями актуальної культури, та збалансовано з огляду на рівну представленість гендерів.

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?

Наведена далі інформація також міститься в Додатку 2 (комунікаційна стратегія, технічне завдання). Також згаданий додаток включає додаткові пояснення і розширену інформацію.

В реалізації комунікаційної стратегії ми вбачаємо декілька обмежень, і будемо стратегію вже спираючись на них. Серед таких обмежень:

Генеральний директор  *Олександр Духнович*

складність повідомлення. Ми намагаємось інструментально привернути увагу до досвіду, який не є осмисленою частиною щоденного наративу аудиторії, та запропонувати перевести такий досвід в простір обговорення, осмислення, пропрацювання.

інтерактивність каналів інформування. Ставлячи за мету участь аудиторії в проекті, ми маємо одразу надати можливість такої участі, а це неможливо в більшості масових каналів. Саме тому для просування проекту ми обрали наступну логіку:

- пріоритетне використання каналів з високим рівнем інтерактивності (можливістю зворотнього зв'язку) для створення знання та донесення складних повідомлень. Серед таких каналів: соціальні мережі (просування сторінок проекту і активностей в рамках проекту, ком'юніті-менеджмент учасників, публікації авторських текстів, ілюстрацій, пряме розповсюдження ключових повідомлень); за можливості та з огляду на протиепідемічні заходи -- офлайн- чи онлайн-заходи для залучення аудиторії і трансляції ключових повідомлень; PR-заходи і співпраця зі ЗМІ для висвітлення проекту та окремих його активностей;

- використання масових каналів для закріплення знання. Серед масових каналів, які ми плануємо використати, є обов'язкові (із запланованим бюджетом на рекламу) та додаткові (які ми використовуємо лише за умови безкоштовного розміщення на умовах інформаційної підтримки). Основні канали: пряма реклама в соціальних мережах (платне просування постів); пряма реклама в інтернеті (контекстна реклама і ремаркетинг для залучення відвідувачів на сайт). Додаткові канали: cut-of-home реклама (зовнішня реклама, реклама в транспорті), реклама на радіо, розсилки та інші прояви по аудиторії партнерів;

- використання окремих активностей для залучення сегментів цільової аудиторії, які не показують планового рівня активності. Це -- інструмент ручного управління, до якого можуть належати всі перелічені вище канали.

Окремим інструментом просування в рамках цієї стратегії є проведення краудфандинг-кампанії для збору коштів на видання книги.

Така кампанія безпосередньо стосується саме просування, адже краудфандинг є потужним інструментом горизонтального розповсюдження інформації про проект серед приватних донорів. Краудфандинг дає можливість довгого і детального контакту з аудиторією, яку ми плануємо використати для просування. Адже учасники краудфандингу детально знайомляться з проектом, розглядаючи можливість його підтримки, і навіть не заохотивши проект фінансово, стають носіями інформації про нього. Для заохочення розповсюдження інформації про проект ми використовуємо механіку "пост в соцмережах дорівнює донації"

Генеральний директор  *Григорук 7.9*

Заплановані результати комунікаційної стратегії:

Кількісні: охоплення цільової аудиторії на рівні 70% (980000), забезпечення достатнього рівня конверсії знання в активну участь для отримання всіх краудсорсинг-матеріалів книги (конкретний показник конверсії може бути розрахований після початку просування); забезпечення відвідуваності онлайн-трансляції круглого столу на рівні від 300 глядачів онлайн і 1000+ переглядів згодом; загальна кількість учасників проекту (подання краудсорсинг-робіт, донації шляхом краудфандингу, перегляд круглого столу, участь в обговоренні, додаткових активностях з просування) не менша за 8000 осіб.

З огляду на велику кількість онлайн-активностей, пов'язаних з реалізацією проекту, і на пріоритетне використання саме онлайн-інструментів, ми можемо достатньо легко відслідковувати результати активностей наживо, а саме:

вимірювати трафік сайту і його характеристики (джерела, поведінку, демографію). Плановий показник трафіку -- від 15 тис користувачів.

вимірювати кількість підписників в соцмережах та їхній engagement.

Планова кількість підписників -- від 4 тис користувачів.

точно прогнозувати обсяг аудиторії рекламної кампанії із залученням інфлюенсерів через підрахунок їхньої аудиторії. Плановий обсяг сумарної аудиторії кампанії -- 650 тис користувачів.

планувати і дотримуватися планів з кількості рекламних проявів в соцмережах (пряма реклама). Планова кількість рекламних контактів -- 40 тис.

Таким чином, лише в контрольованих і запланованих в бюджеті джерелах прямої реклами ми отримаємо охоплення близько 700 тис контактів з планових 980 тис. Крім цих каналів, ми також будемо використовувати менш контрольовані канали (такі, де ми маємо лише опосередкований вплив на кінцеву кількість контактів, і не можемо прогнозувати їх за статтями). З них:

- просування в ЗМІ (детальніше далі в заявці);
 - інші піар-активності, в тому числі публікації, лекції, кінопокази;
 - партнерські активності: розсилки в інформаційних каналах партнерів, участь в подіях партнерів з метою презентації проекту і його частин, спецпроекти;
 - краудфандинг-кампанія як інструмент горизонтального розповсюдження інформації;
 - рсc бопо розміщення в каналах зовнішньої реклами та на радіо (на партнерських умовах, не можемо гарантувати до підтвердження проекту).
- Сумарне охоплення в таких каналах, включно зі ЗМІ, має значно перевищувати 300 тис контактів, необхідних для реалізації цілей в

Генеральний директор  *Григорук В.Г.*

охопленні.

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

Ми плануємо висвітлювати проект першочергово в суспільних ЗМІ "загального інтересу", і додатково - в ЗМІ культурної тематики.

Ми також вважаємо передчасним будь-який конкретний перелік ЗМІ, адже неможливо очікувати жодних гарантій публікації, яка має відбутися за 4-6 місяців від подання цієї заявки.

Водночас члени нашої команди та зокрема піар-директорка мають багатий позитивний досвід співпраці з всеукраїнськими ЗМІ з комерційними та соціально-важливими проектами на безкоштовній основі, і ми не вбачаємо перешкод в трансляції такого досвіду на майбутню співпрацю. Серед ЗМІ в "нашому пулі":

- друковані та онлайн: "Ліга.Net", "Цензор", "Сегодня", "Новое Время", "Уніан";

- телебачення: ТСН, "1+1" ("Сніданок"), Суспільне;

Це лише найбільші з доступних нам для просування проектів. Окрім того, ми маємо підтримку Національної спілки журналістів України, та безліч соціальних зв'язків членів команди завдяки історії роботи в ЗМІ. Серед ЗМІ культурної тематики ми плануємо залучити "Коридор", "MiTEC", "Pryvit", "Amnesia".

Окрім активного залучення ЗМІ (прямих домовленостей з редакціями, підготовки авторських матеріалів під потреби кожного видання, організації інтерв'ю спікерів), ми також плануємо видавати широкі пресрелізи (розсилкою по власній базі, а також публікацією найважливіших релізів в стрічці Уніан), приділити увагу реєстрації журналістів на події проекту, провести пресс-сніданок та іншим шляхом будувати взаємини зі ЗМІ на користь проекту.

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

Охоплення: 980000 контактів. Ефективне охоплення (3 контакти з інформацією про проект і більше): 530000. Енгейджмент: 8000 учасників (підписники сторінок, учасники краудсорсингу та краудфандингу, учасники аудиторії, які розповсюдили інформацію про проект). Якісні показники: успішне створення інтересу аудиторії до теми власного та колективного досвіду життя в окреслений період; отримання достатньої кількості відповідних темі матеріалів з особистих архівів аудиторії; успішне

Генеральний директор  *Васильченко Т.Г.*

проведення круглого столу, видання та розповсюдження книги, випуск та дистрибуція фільму.

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

1. Сприяти формуванню та посиленню об'єднаної української ідентичності. В першу чергу через створення загальнонаціонального цифрового музею "Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут." (робоча назва). Долучити величезну кількість учасників, надавши можливість додати свої приватні світлини до всеукраїнського архіву і впливаючи емоційно через особисті спогади (фото з сімейних архівів). Об'єднати учасників з усіх регіонів України. При формуванні контенту книги та фільму інтегрувати історію Донецька, Луганська та Криму в історію України, щоб підкреслити наше спільне минуле, єдину культуру і ще раз нагадати світові, що ми – єдина Україна. Створити простір, який об'єднає не тільки учасників з усієї України, а й представників різних поколінь.
2. Сформувати дискусійне поле для фахового огляду історичного процесу становлення незалежності за допомогою круглого столу "Українці XYZ. Цінності та особливості світогляду трьох десятиліть" (робоча назва), до якого долучити фахівців галузі культури та мистецтва з різних регіонів України.
3. Сформувати позитивний імідж України в міжнародному середовищі, сприяти більшій доступності інформації про Україну та українців за межами країни через англomовні книгу та фільм про незалежну Україну та українців, а також через двомовний цифровий музей.
4. Розширити доступ людей з інвалідністю до культурного продукту, присвяченого тридцятиріччю України та сприяти створенню інклюзивного культурного продукту (фільм передбачає звукопис для людей з вадами зору та розгорнуті українські субтитри для людей з вадами слуху).
5. Зберегти новітню нематеріальну культурну спадщину незалежної України у різних носіях, залучивши до цього процесу різних фахівців з культурних та креативних індустрій.
6. Висвітлити становлення незалежності й розвиток українського суспільства через масову культуру та побут. Зберегти цілісну картину історичної повсякденності перших трьох десятиліть у різних носіях (книга, фільм, цифровий музей-архів), щоб дати можливість молодому поколінню і

Генеральний директор *Олена Кушнір*



майбутнім дослідникам наблизитися до минулого, адекватно оцінити його, вжитися в нього.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проекту

Головна соціальна цінність проекту – сприяти посиленню об'єднаної української ідентичності. Висвітлити становлення незалежності та змін, які сталися з Україною і українцями за період з 1991 по 2021 через емоційно-особистий підхід і персональні спогади всіх учасників, глядачів і читачів. Продемонструвати наше ментальне дорослішання, відхід від радянських звичок та впливу Росії, становлення свободи, впевненості та незалежності. В контексті неформальної “побутової” історії України інтегрувати в контент проекту історію Донецька, Луганська та Криму, підкреслити наше спільне минуле і ще раз нагадати нам самим і усьому світу, що ми – єдина неподільна і незалежна Україна. Зберегти напрацьовані матеріали про новітню побутову культуру України за останні 30 років у різних виглядах: цифровий музей-архів, аудіовізуальний та друковане мистецьке видання. Розширити доступ людей з інвалідністю до фінальних суспільно важливих культурних продуктів нашого проекту та сприяти творенню інклюзивного культурного продукту.

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

Буде створено цифровий музей “Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут” (робоча назва) з фото архівом побутової культури різних поколінь українців за 30 років незалежності. Контент буде збережено у відкритому доступі й по закінченні проекту. Ми плануємо також відкрити дискусію фахівців галузі культури та мистецтва різних поколінь “Українці X/Y/Z: цінності та особливості світогляду трьох десятиліть” (робоча назва). Відео трансляцію також буде збережено для широкого загалу на онлайн-майданчиках. Зібраний експертами фото та відео контент, підсилений дослідницькою та аналітичною роботою, буде відображено в аудіовізуальному та друкованому продуктах. Документальний фільм і книга нададуть зібраним в єдиний наратив матеріалам силу “неформальної хрестоматії”. Для відкритого доступу частину екземплярів буде розповсюджено у тому числі через Український інститут, Український культурний фонд, Український інститут книги, а також по бібліотеках різних регіонів України. Для формування позитивного іміджу України не тільки в середині країни, а й на світовій культурній арені просування двомовного (українська, англійська) друкованого видання про Україну та українців планується також через Британську раду, Гете інститут, Польський інститут, Американський дім у Києві, по європейських бібліотеках та через

Генеральний директор



Вулиця 29

Український інститут. Показ фільму "Українці X/Y/Z" в рамках проєкту, зокрема інклюзивних версій на майданчику "Доступного кіно" та подальше просування документального фільму з англійськими субтитрами на міжнародних фестивалях за допомогою нашого міжнародного партнера культурного фонду "Гоголь Фундація" (Нідерланди).

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)?

Проект надалі існуватиме і функціонуватиме: 1) у вигляді цифрового музею "Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут" (робоча назва) з фото архівом побутової культури різних поколінь українців за 30 років незалежності; 2) як ілюстрована "хрестоматія побуту" українців перших трьох десятиліть незалежності (книга "Україна X/Y/Z. Звички. Смаки. Побут." (робоча назва); 3) як документальний фільм "Українці X/Y/Z." (робоча назва), який напряду розповість світу про нас і про нашу історію через суб'єктивний авторський аналіз трьох поколінь українців, чия молодість припала на 1991-2021. Фільм ми плануємо демонструвати на міжнародних майданчиках та фестивалях, а після некомерційної фестивальної дистрибуції розмістити на ютубі для загального доступу.

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

Компанія є відкритою до співпраці та готова ділитися досвідом, набутим при роботі над проєктом. Отримані навички по роботі з відео архівами та фотоматеріалами будуть використані командою проєкту для проведення відкритого майстер класу, аби підвищити професіоналізм діячів аудіовізуального сектору. Також ми плануємо поділитися напрацьованим досвідом у проєкті з усіма зацікавленими представниками креативних індустрій на конференціях та/або онлайн майданчиках. За допомогою нашого міжнародного партнера культурного фонду "Гоголь Фундація" (Нідерланди) планується обмін подібним досвідом з іноземними колегами, зокрема виступ членів команди перед студентами Державної вищої школи кіно, телебачення і театру імені Леона Шиллера в Лодзі (Польща).

Команда проєкту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Генеральний директор *С.Г. Пиріг*



Дубічева Олександра Олександрівна

Роль у проекті

координаторка проекту

Перелік основних обов'язків

налаштування системи управління, внутрішня комунікація, постановка завдань, внутрішній моніторинг, кризовий менеджмент

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)

В якості партнерки агенції маркетингового консалтингу Filberry та завдяки різноманітному портфолію попередніх комерційних проектів, Олександра має великий досвід створення та реалізації управлінських і маркетингових стратегій для всеукраїнських брендів. Досвід роботи в консалтингу, який завжди виступає "третьою стороною" в операційних процесах, дозволяє будувати ефективні процеси в проектах, які мають нетипову організаційну структуру, та/або декілька бенефіціарів. Олександра успішно керувала командами від 2 до 20 осіб, має досвід створення проектів у сфері соціальної відповідальності (в т.ч. корпоративних, наприклад для Prom.ua), краудфандингу (в ролі координаторки волонтерської організації "Народний госпіталь", яка залучила понад 1 млн грн особистих пожертв громадян за період 01-04.2014). Додатково стануть у нагоді вільна англійська та освіта за спеціальністю "Менеджмент ЗМІ, реклама і PR"

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

фізична особа-підприємець

ПІБ члена команди

Лук'янець Наталія Петрівна (псевдонім Марта Мольфар)

Роль у проекті

авторка ідеї, кураторка, авторка книги-альбому "українці X/Y/Z. Звички. Смаки. Побут."

Генеральний директор
*Лук'янець Н.П.*

Перелік основних обов'язків

Інтелектуальний та мистецький підтекст проєкту; адміністрування та координація; опікування митцями; створення концепції книги; пошук матеріалів для контенту книги, фільму, цифрового музею; дослідницька робота, інтерв'ю та опитування учасників подій і свідків становлення незалежності; систематизація зібраних матеріалів, аналітика, компаративний аналіз та написання текстів для книги та сайту; співпраця над сценарієм документального фільму, публічні виступи з метою привернути увагу до проєкту та долучити більшу аудиторію в ефірі Українського радіо, на офлайн та онлайн майданчиках; контроль за реалізацією проєкту; участь у створенні фінального звіту.

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

60%

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

Радіоведуча, журналістка, та сценаристка. Веде програми “Нічна вахта” в національному ефірі UA: Українське радіо та “3Х4” на телеканалі “Київ”, членкиня Спілки журналістів України, співзасновниця Київської творчої спілки акторів-дикторів.

Як журналістка друкувалась у виданнях “День” (1996), “Наш” (1998).

З 1997 по 2003 рік авторка та ведуча ранкових шоу на радіостанціях “Зет”, “Радіо Великого Міста”, “Наше радіо”.

З 2004 по 2013 очолювала радіостанції “Ретро ФМ” (Україна) та “Nostalgie”.

На посаді директорки радіостанції “Ретро ФМ” організовувала та проводила всеукраїнські акції та конкурси.

У 2019 році розробила ідею книги “Україна 1997–2020. Дивись, згадуй, відчувай.”, у якій в неформальній формі через події та їх сприйняття українцями висвітлюється історія незалежної України. Виступила авторкою та координаторкою проєкту. Книгу було видано за підтримки компанії “Київстар”. Робота над книгою велася в партнерстві з Павлом Сачеком та видавництвом “Майстер книг” (посилання на книгу додається).

Працюючи з архівними матеріалами над книгою “Україна 1997–2020. Дивись, згадуй, відчувай.”, задумала новий унікальний інноваційний проєкт “Україна X/Y/Z. Звички. Смаки. Побут.”, який пропонується в даній заявці.

<http://test.glukov.net.ua/>

Генеральний директор



Михайло І.Т.

<http://www.nrcu.gov.ua/prog-presenter.html?id=421>

http://vrkadry.rada.gov.ua/news/main_news/73323.html

https://stv.detector.media/reformuvannya/radio/marta_molfar_i_vyacheslav_solomka_nichniy_efir_nemov_kukhnya_de_vidbuvayutsya_nayvidvertishi_rozmovi/

<https://hromadske.radio/podcasts/40-novi-20/marta-molfar-te-shcho-vam-spravdi-podobayetsya-robyty-mozhna-monetyzuvaty>

<http://politanalitik.com/media-about-us/pratsiuvaty-z-ekspertom-biuro-analizu-polityky-lehko-ta-priyemno-marta-molfar-pro-znaiomstvo-z-viktorom-bobyrenkom.html>

<https://creativity.ua/useful-materials/holos-iak-unikalna-fishka-istorii-vidvertosti-ta-porady-vid-marty-molfar/>

https://projects.weekend.today/voice_marta

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

фізична особа-підприємець

ПІБ члена команди

Лук'янець Гліб Ігорович

Роль у проекті

грантовий та фінансовий менеджер, продюсер фільму "Українці X/Y/Z"

Перелік основних обов'язків

грантовий та фінансовий менеджмент, контроль над виробництвом та дистрибуцією фільму, звітування та комунікація з УКФ

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

40%

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

<https://www.imdb.com/name/nm10832212/>

Генеральний директор  *Лук'янець Г. І.*

Продюсер та фасилітатор культурних проєктів, засновник та член правління культурного фонду Гоголь Фундація (Нідерланди), генеральний продюсер ТОВ "Вертігоефікс" (організація-заявник), скарбник студентського товариства Державної кіношколи в Лодзі (Польща), призер 72-го МКФ UNICA (Швейцарія), делегат Державної кіношколи в Лодзі на 71-му Каннському кінофестивалі. Освіта: вища економічна з відзнакою (Київський національний економічний університет) та кінематографічна (Державна вища школа кіно, телебачення і театру імені Леона Шиллера в Лодзі).

ПОРТФОЛІО ЯК МЕНЕДЖЕРА КУЛЬТУРНИХ ПРОЕКТІВ (всі починаючи з 2018 року за участю державних фінансових підтримок):

2019–2021 копродюсер та виконавчий продюсер авторського худ. фільму "Leon is missing" (Ізраїль-Польща-Україна), реж. Ітай Лев, спільне виробництво за фінансування Ізраїльського фонду кіно та УКФ;

2020 копродюсер і співавтор сценарію дипломного фільму ""Райський дім" (Україна), реж. Аделіна Борець;

2019–2000 керівник виробництва дипломного фільму ""Візит на місце злочину", реж. Едгар Грицук (Польща);

2019 керівник виробництва документального фільму ""Quebonafide: Romantic Psycho Film", (Польща-Австрія) <https://www.redbull.com/int-en/films/quebonafide-romantic-psycho-film> ;

2019 керівник виробництва етюдів ""Шлях до...", реж. Олексій Менсон (Польща);

2019 керівник виробництва дипломного фільму "Месут", реж. Матеуш Ваховські (Польща);

2019 керівник виробництва етюдів "Перший", реж. Йоанна Руй (Польща);

2019 керівник виробництва етюдів ""Очі", реж. Йоанна Руй (Польща);

2019 керівник виробництва етюдів "Мелузіна", реж. Каміла Сервічка (Польща);

2018 керівник виробництва етюдів "2018 від Р.Х. ", реж. Ян Гроблінський (Польща);

2018 керівник виробництва фільму "Лука" (Польща-Україна), реж. Аделіна Борець;

2018 керівник виробництва короткого фільму ""Дні собаки", реж. Зузанна Грейцевич (Польща), фільм здобув номінації на Міжнародному кінофестивалі в Гдині, фестивалі "Трансатлантик", Варшавському міжнародному кінофестивалі та фестивалі "Нові горизонти" 

<https://wff.pl/pl/film/dog-days-35>

2018 керівник виробництва короткого фільму "Саша", реж. Олександр Цимбалюк;

2012 продюсер і режисер короткого фільму "Щоденник звуків" 

Генеральний директор  29.07.2029

https://kiev.vgorode.ua/event/klubnoe_kyno/190094-premernyi-pokaz-dnevnyk-zvukov

2009 продюсер і режисер короткого фільму ""Ілона"", медаль 72-го МКФ Unica;

2006–2012 співзасновник та ідейний лідер культурного руху Молодіжної організації сприяння кіно і телебаченню (МОСКІТ) за підтримки Національної спілки кінематографістів України.

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

трудоий договір (нарахування премії)

ПІБ члена команди

Достлєв Андрій Михайлович

Роль у проекті

арт-директор книги-альбому "Україна XYZ. Звички. Смаки. Побут."

Перелік основних обов'язків

Участь у першому етапі конкурсу в якості члена журі; відбір з матеріалів конкурсу фотоконтенту для основи книги; розробка візуальної концепції та дизайну книги; постановка та контроль виконання технічних завдань для команди підготовки книги (дизайнери, верстальники, фотокоректори); контроль дотримання кінцевих термінів створення та друку книги.

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)

Диплом бакалавра за фахом «Графічний дизайн/Візуальна комунікація» в School of Form (Познань, Польща, 2015 рік).

Стажування під керівництвом відомого польського дизайнера Едґара Бонка з дизайну онлайн книги ілюстрацій "Ze Lwowa do Liberii" в рамках стипендії Gaude Polonia (2017 рік).

Автор дизайну декількох власних фотокниг, зокрема видання "Мені досі соромно викидати їжу. Бабуся розповідала мені про Голодомор" (Родовід, 2019), яке отримало потрапило до шортлістів премії

Генеральний директор  *Сергій Рибаківський*

UNSEEN Dummy Award (2018) і конкурсу «Найкращий книжковий дизайн» фестивалю «Книжковий Арсенал» (2020), отримало першу нагороду Ukrainian Dummy Award (2018) і почесну відзнаку на форумі видавців у Львові.

Працював над підготовкою макетів друкованих та онлайн видань та візуальної ідентифікації з низкою художників та культурних організацій в Україні, Польщі та Австрії.

Також, протягом кількох років займається дослідженнями родинної та аматорської фотографії. В рамках цих досліджень співпрацював з Serlachius Museum (Мянтта, Фінляндія) та Institut für die Wissenschaften vom Menschen (Відень, Австрія). Публікує есеї з матеріалами своїх досліджень в виданнях Korydor, supportyourart, Eurozine, Baltic Worlds, Magazyn RTV та ін.

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

фізична особа-підприємець

ПІБ члена команди

Бондарук Олена Вікторівна

Роль у проекті

піар-менеджерка

Перелік основних обов'язків

забезпечення медіа-підтримки та висвітлення складових проекту; проведення заходів, спрямованих на інформування аудиторії та забезпечення виконання кількісних цілей конкурсу; створення та підтримка зв'язків з учасниками конкурсу; ком'юніті-менеджмент; участь в підготовці та проведенні кампанії з краудфандингу

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

60%

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

Поточні проекти: PR регіонального мовлення Суспільного, консультантка маркетингового агентства Filberry.

З 2010 року працює у маркетингу і комунікаціях. Брала участь у запуску національних кампаній українських брендів «Сніжна панда», «Коза

Генеральний директор  *В.В. Підприємство 9.7*

Ностра», «Хомка» в якості бренд-менеджера. Наразі працює у маркетинговому консалтингу в складі Filberry.

У 2014-2017 роках займалась аналітикою соціологічних досліджень та репутаційних ризиків у Адміністрації Президента України та потім у незалежній агенції Corestone.

З 2017 приєдналася до UA: Суспільне мовлення, що переживало трансформацію від розрізнених державних ТРК у кожній області у єдине медіа нового ґатунку. Основними задачами було вибудовування іміджу незалежного мовника, отримання підтримки реформи серед лідерів громадської думки.

Серед всеукраїнських проєктів, до яких була залучена, — Всеукраїнський радіодиктант національної єдності, програма співпраці «Створюй із Суспільним», прямоефірні дебати кандидатів у мери обласних центрів «Виборчий округ. Співбесіда», національні відбори до Євробачення і Дитячого Євробачення.

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

фізична особа-підприємець

ПІБ члена команди

Юлія Миколаївна Сачук

Роль у проєкті

менеджерка інкл-озивної частини проєкту

Перелік основних обов'язків

створення текстів для звукопису фільму та розгорнутих субтитрів, контроль якості інклюзивної частини фільму

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

25%

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

Правозахисниця і експертка з прав людей з інвалідністю.

Співзасновниця і керівниця громадської організації "Боротьба за права / Fight For Right", яка відстоює права людей з інвалідністю.

Навчалася на магістерській програмі з міжнародних відносин

Східноєвропейського університету імені Лесі Українки у Луцьку, а також –

Генеральною директоркою  *Сачук Юлія Миколаївна*

за програмою “Толерантність до різноманітності: розуміння та реалізація для політиків” у США. У 2007-2011 роках працювала асистенткою Amnesty International Україна.

Юлія відстоює правозахисний підхід у забезпеченні прав людей з інвалідністю. Авторка низки соціальних проектів та досліджень з тематики інвалідності. Координаторка таких проектів як “Школа політичної участі для дівчат та жінок з інвалідністю “ЛІДЕРКА”, створеного з метою навчити жінок та дівчат з інвалідністю відстоювати свої права та світогляди, використовуючи інструменти політичної участі; “Моя участь важлива” (2019) щодо сприяння участі у виборах людей з інвалідністю в Україні.

Співзасновниця проекту “Доступе Кіно”, метою якого є забезпечення доступності відеоконтенту (фільми, серіали, мультфільми) для незрячих та нечуючих людей. Співавторка курсу на Прометеусі “Захист прав людей з інвалідністю”. Співкоординаторка студії друку шрифтом Брайля для незрячих людей – Braille Studio. Це волонтерський проект, в межах якого друкуються книги шрифтом Брайля для дорослих і дітей, інформаційні матеріали, періодика, що розповсюджуються безкоштовно.

Авторка публікацій про проблеми людей з інвалідністю на “Українській правді”, коментує для “The Village Україна”. Гостює на програмах “UA: Культура”, зокрема, про інклюзивність у кіно.

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

фізична особа-підприємець

ПІБ члена команди

Гладкий Юрій Дмитрович

Роль у проекті

креативний директор конкурсу

Перелік основних обов’язків

розробка креативної концепції конкурсу та його комунікаційної стратегії

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

20%

Генеральний директор



Генеральний директор

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

Творчу кар'єру розпочав у 2001 році — став заступником головного редактора ігрового журналу «Шпиль». Працював менеджером у видавництві зі спеціалізацією: споживацька електроніка та нерухомість.

У 2004 році працював маркетинг-директором у холдингу «Prima Group». Зацікавився рекламним бізнесом у 2005 р. Пройшов шлях від менеджера з розвитку рекламного агентства «Marks Ukraine» до Директора зі стратегічного планування групи компаній «SantinoGroup».

У 2009 році разом із партнерами заснував свій перший бізнес — диджитал агентство «СОХО». Займав посаду CEO та Директора зі стратегії. Вийшов зі складу засновників, коли компанія входила до ТОП-10 диджитал агентств України з білінгу.

У 2011 запустив у Києві агентство Grape та зробив його «Найкреативнішим диджитал агентством України» у 2016 році за версією Всеукраїнської рекламної коаліції. З 2017 Grape стає комунікаційним агентством.

Юра входить до рейтингу «ТОП-50 підприємців року» за версією бізнес-медіа «МС Today» у 2017—2020 рр.

Навесні 2019 р. разом із Дар'єю Партаєв відкрив представницький офіс агентства Grape у Лондоні.

Автор лекцій про розвиток брендів у Lviv Business School (LvBS), постійний спікер міжнародних бізнес-конференцій.

Член журі міжнародних фестивалів Effie, КМФР, White Square, національної премії «HR-бренд».

Створив авторський курс «Креативний бізнес» про управління креативною компанією у 2019 р.

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

в рамках фінансових стосунків з організацією-партнером без безпосередніх фінансових стосунків з організацією-заявником

ПІБ члена команди

Сачек Павло Володимирович

Роль у проекті

зоордinator друкованого видання “Україна X/Y/Z. Звички. Смаки. Побут.”

Перелік основних обов'язків

Генеральний директор



Олександр Сачек

контроль підготовки книги до друку та безпосередньо друку

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

30%

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

Історик, директор видавництва «Майстер книг», яке спеціалізується саме на мистецьких виданнях та альбомах і має власну типографію.

Серед найбільш відомих проектів «Майстер книг» - цикл мистецько-видавничих альбомів «Україна та українці», «Культур-ліга ХУДОЖНІЙ АЗАНГАРД», подарункове видання «Кобзаря», «Єврейська цивілізація», «Реалізм» Волобуєва, «100 лет отечественного самолетостроения в фотографиях», «Лексикон інтимних міст» Андруховича та інші.

За ініціативи Павла Сачека було створено серію книжок

«Кримськотатарська проза українською».

Стародруки видрукувані в “Майстер Книг” вже є у бібліотеці

Константинопольського патріарха Варфоломія.”

Нещодавно побачили світ альбом «Золоті та срібні прикраси України-Руси» з серії «Українське народне мистецтво» та ще одне мистецьке видання – “Літопис” Самійла Величка.

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

в рамках фінансових стосунків з організацією-партнером без безпосередніх фінансових стосунків з організацією-заявником

ПІБ члена команди

Гольдштейн Ольга Євгеніївна

Роль у проекті

фоторедактор книги-альбому “Україна X/Y/Z. Звички. Смаки. Побут.”

Перелік основних обов’язків

участь у першому етапі конкурсу в якості члена журі; відбір з матеріалів конкурсу фотоконтенту для основи книги “Україна X/Y/Z. Звички. Смаки. Побут.” (робоча назва); відбір фотоматеріалу із приватних архівів для книги; із участь у розробці візуальної концепції та дизайну книги; контроль фотографічного матеріалу під час розробки книги (дизайнерів, верстальників, фотокоректорів тощо); консультації щодо формування

Генеральний директор  *Ольга Євгеніївна Гольдштейн*

єдиного наративу книги та проекту загалом

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

25%

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

Фоторедактор українського медіа про візуальну культуру Bird In Flight, кураторка більше двох десятків міжнародних та українських арт-проектів в тому числі в Литві в рамках головного східноєвропейського ярмарку сучасного мистецтва Artvilnius (2014) та у Польщі в рамках міжнародної резиденції BIRUCHIY art school (2017), у якості куратора член творчого об'єднання Українська фотографічна альтернатива UPNA (з 2012 до сьогодні), автор фотокниги про феномен Дніпропетровської школи фотографії «ДШФ» (2014), експерт з візуального мистецтва у якості відбірника Одеського міжнародного кінофестивалю (з 2017 і до сьогодні) – Board of directors програмного відділу, член журі підрозділу FK Prize фотофестивалю у Латвії Riga Photomonth 2020.

Має понад 10 років досвіду роботи у ЗМІ. Серед іншого – автор програм про культуру на радіо Вісті (2013-2016), контриб'ютор та автор Vogue Ukraine, L'Officiel Ukraine, «Коммерсантъ Украина». «ПЛ», LB.ua тощо. Також займається роботою з розвитку молодих художників та формуванням спільноти молодих колекціонерів (сформувала біля 10 невеликих приватних колекцій молодого українського мистецтва).

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

фізична особа-підприємець

ПІБ члена команди

Солоп Ярослав Петрович

Роль у проекті

консультант з питань фото та відео контенту, член журі

Перелік основних обов'язків

участь в якості члена журі; консультації з селекції конкурсних фотоматеріалів, відбір фотоконтенту для основи книги «Україна X/Y/Z. Звички. Смаки. Побут.»

Генеральний директор  9.7

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

25%

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

Куратор, дослідник фотографії, менеджер культурних проєктів, художник, автор дослідницьких матеріалів та публікацій у галузі мистецтва, живе та працює в Києві.

Має дев'ятирічний досвід в управлінні креативними командами та мистецькими подіями. Навчався на факультеті дизайну Львівської національної академії мистецтв (Львів, Україна) та Інституті FotoDepartament (Санкт-Петербург, Росія), де у 2012 році написав випускню роботу "Теорія і практика сучасної фотографії 2000-ті – 2010-ті рр".

З 2017 року координатор українського фотографічного об'єднання UPNA (Українська фотографічна альтернатива, до якого входить понад 150 авторів фотографії, мистецтвознавців, галеристів, дослідників, культурних менеджерів, кураторів та арткритиків). Співзасновник та головний редактор видавництва «BOOKSHA», співзасновник, куратор мистецьких проєктів в креативній студії Oagency.

З 2016 й до нині — ідеолог та дослідник архіву сучасного фотографічного доробку UkrainianPhotoFoundation (UPF).

2017–2021 — ідеолог, головний редактор книжкового проєкту «UPNA MADE IN UKRAINE», що вміщує 82 проєкти 57 членів об'єднання Українська фотографічна альтернатива (перша антологія сучасної української фотографії період 1980-2020 рр., 600 ст., видавництво «BOOKSHA», 2021 р.). Займався дослідженням, аналізом фотографічного доробку, написанням аналітичних текстів та відбором авторських проєктів до видання й промоцією книжкового проєкту.

2019–2020 — співкуратор (разом з Максимом Горбацьким, Вікторією Бавикіною та Мішею Букшею) фотографічної виставки «UPNA in da Office», приміщення медіахолдингу StarLightMedia, Київ, Україна, де було представлено 30 фотографічних проєктів. Займався відбором художніх робіт, мапінгом проєкту, плануванням експозиції та комунікацією із ЗМІ.

2019 — співкуратор (разом з Максимом Горбацьким, Вікторією Бавикіною, артдиректор — Міша Букша, консультант — Міша Педан) масштабної фотографічної виставки «UPNA Made in Ukraine» на якому були продемонстровані 40 фотографічних проєктів учасників об'єднання UPNA, виставковий простір АКТ, Київ, Україна, працював над створенням ідеї виставки, брав участь у плануванні експозиції виставкового

Генеральний директор  *Григоренко А.І.*

простору. відповідав за комунікацію із ЗМІ.

2016 — куратор освітньої програми «Архів фотофонд на пам'ять» (серія лекцій і дискусій присвячених необхідності формування українського фотофонду та механізму залучення приватних і державних інституцій до розв'язання проблем фотомистецтва в Україні, PinchukArtCentre, Київ, Україна).

2015 — куратор фотографічного проєкту «Boundaries of the possible», Muzeum Narodowe w Poznaniu, Познань, Польща.

2014 — куратор й організатор фотографічного проєкту «Boundaries of the possible», Національний культурно-мистецький та музейний комплекс «Мистецький арсенал», Київ, Україна.

2012 — співкуратор (разом з Катериною Радченко) фотографічної виставки «Нічого спільного», артпростір "57", Київ, Україна.

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

фізична особа-підприємець

ПІБ члена команди

Борець Аделіна Вікторівна

Роль у проєкті

режисерка фільму "Українці X/Y/Z"

Перелік основних обов'язків

написання та опрацювання сценарію у співавторстві з авторкою книги Мартою Мольфар, пошук та відбір героїв для документального фільму, робота з відеоматеріалом присланим на конкурс та архівами, постановка зйомок, участь у монтажі

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

80%

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

Бакалавр Варшавської Кіношколи кафедри кінорежисури. Керівниця Громадської організації "Сучасні Тенденції Розвитку Українського Мистецтва" (ГО "СТРУМ"). У доробку режисерки 15 художніх етюдів в рамках навчання у Варшавській Кіношколі, художні фільми (короткий та середній метр), музичні кліпи, фешн-відео.



Генеральний директор *[Signature]* 14.09.2014

У 2015 режисерка короткометражного художнього арт-фільму "Чорний квадрат".

У 2017 режисерка короткометражного художнього фільму "Ехо".

У 2018 режисерка документального фільму "Зірка полин", що отримав гран-прі та приз глядацьких симпатій на XV Інтернаціональному Екологічному Фестивалю в Новограді, Польща та зайняв I місце на VI Фестивалі "Золотий кадр" у Харкові.

У 2018 режисерка короткометражного художнього фільму "Відбиття".

У 2019 режисерка короткометражного художнього фільму "Дотик".

У 2020 режисерка художнього фільму "Райський дім".

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

фізична особа-підприємець

ПІБ члена команди

Зейналов Сергій Романович

Роль у проекті

режисер монтажу "Українці X/Y/Z"

Перелік основних обов'язків

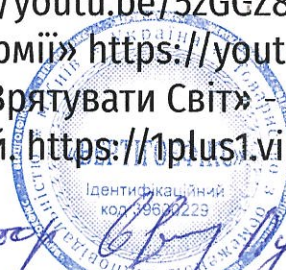
монтаж фільму, конформінг 1 та 2 всього архівного матеріалу, створення мастер-копії фільму основної та інклюзивної версії фільму, формування пакету метаданих та субтитрів

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

60%

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

2019 – Цикл документальних фільмів з реконструкціями подій про Другу Світову Війну. «Остання лицарська війна» - <https://youtu.be/Nfrwo3jh6C8> (режисер монтажу, гол.режисер) «Радіо «Афродита» <https://youtu.be/doNzRAVPAhk> (режисер монтажу, гол.режисер). «Бойові стихії Другої світової» <https://youtu.be/E8aMbklgShw> (режисер монтажу, гол.режисер), «Найкращий ворог Сталіна» https://youtu.be/5zGGZ88_uQ4 (режисер монтажу, гол.режисер), «Гібридні армії» <https://youtu.be/gdkmGvD12ew> (режисер монтажу, гол.режисер), «Врятувати Світ» - (Куратор проекту). «Ім'я за 100» Перший сезон, 12 серій. <https://1plus1.video/edim-za-100/1->

Генеральний директор  *Сергій Зейналов*

sezon#player (оєжисер).

«Життя Без Обману. Битва холодильників» (2017) 8 серій. «Життя Без Обману. Сімейний сезон» (2016) 8 серій. <https://1plus1.video/zhizn-bez-obmana/2-sezon#player>. «Життя Без Обману» 1й сезон, Со-Режисер.

«Хоробрі Серця» <https://1plus1.video/hrabrye-serdca/2014#player> (Режисер документальних сюжетів про героїв АТО).

Документальний фільм «Секрети Генія Шевченка» (2014).

«Українські Сенсації», (2013- 2014), «Джедаї» (2012-2014), «Гроші» (2012),

«Помста Природи» (2011). Студентські дипломні: «На чисту воду» (2016),

«Один із багатьох, Сергій Козак» <https://vimeo.com/124370538> (2015),

«Щастя» (2011). Кліпи: Сюзанна Абдулла - Ломанная (2014). Sender,

Sabreena, Alex Able - Holiday (2011). Антитіла- Шанхай (не вийшов),

Антитіла - Відкривав тебе (2011). Короткометражні/фестивальні: Мемуари (2010), Стріт бойз (2009).

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

фізична особа-підприємець

ПІБ члена команди

Боровик Тарас Юрійович

Роль у проекті

Проектний менеджер цифрового музею

Перелік основних обов'язків

Координація партнера креативної агенції Grape у розробці та реалізації цифрового музею; так як партнер Grape реалізує більшість роботи в проекті на засадах pro bono, для мінімізації наших власних ризиків необхідний внутрішній для проекту відповідальний координатор на всіх етапах віз розробки концепції цифрового музею до збору результатів його роботи після запуску для звітування — позицію додано після реформатування конкурсу в формат цифрового музею

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

60%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Креативний директор та куратор digital проєктів в медіа. Основний

Генеральний директор  *Підписець Г.Г.*

напрямок діяльності - інтерактивні спецпроекти та бренд контент. За 8 років кар'єри встиг поспівпрацювати с лідируючими українськими та міжнародними компаніями (Grape, 1+1 media, Hubert Burda media, UMN, Depositphotos) в своєму сегменті в якості digital продюсера та креативного директора. Загалом було розроблено більше 100 проєктів для глобальних брендів та компаній серед яких: Depositphotos, The Voice (Міжнародна франшиза телешоу Голос), UFD (ukrainian film distribution), Eucerin, Samsung, Miitsubishi, Toyota, Dtek, Rexona, Zubrowka, Lacoste, Puma, Jagermeister, Bayer та багато інших

Освіта: вища економічна за напрямком Маркетинг (Київський національний економічний університет)

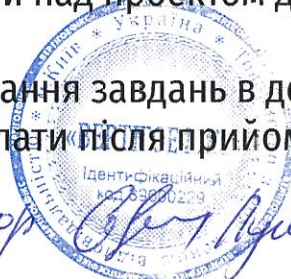
Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
фізична особа-підприємець

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

Важливою особливістю і, парадоксально, найбільшим ризиком проекту є залучення високопрофесійної команди. Ключові особи проекту мають поза його межами успішні кар'єри та/або зайняті у власному бізнесі. З одного боку, це забезпечує найвищий рівень професіоналізму в реалізації всіх пов'язаних з проектом планів та активностей за рахунок як профільного досвіду, так і широких професійних зв'язків учасників; з іншого - створює можливості для конфлікту пріоритетів і несвоєчасного виконання завдань. Реалізуватись такий ризик може на будь-якому етапі підготовки проекту. Індикатором реалізації є затримка виконання чергового етапу плану, та/або відсутність чіткої інформації про прогрес виконання, зв'язку з відповідальною особою тощо. Ми добре розуміємо цей ризик, але прийняли рішення про саме таку структуру команди через внутрішні високі вимоги до якості кінцевого продукту, що вимагає дуже професійного підходу. А для зниження як ймовірності, так і масштабу наслідків подібної ситуації плануємо наступні кроки:

1. Конкурентна оплата праці постійних членів команди на рівні комерційних проєктів. Такий хід підвищує пріоритет роботи над проєктом до рівня інших комерційних проєктів учасників.
2. Чітка фіксація обов'язків та термінів виконання завдань в договорах з учасниками проєкту з умовою отримання оплати після прийому робіт

Генеральний директор *В. В. Пилипчук*



замовником. Таким чином, у випадку раптового “випадіння” учасника організатори проекту зберігають виділені кошти і можуть пропонувати їх іншим спеціалістам “на заміну”.

3. Репутаційний відбір і репутаційний тиск. Постійні учасники проекту мають позитивні відгуки щодо участі в комерційних та некомерційних проектах, і добру репутацію, в тому числі -- щодо пунктуальності і дотримання домовленостей. У нас є підстави вважати, що саме успішні і дещо відомі спеціалісти, на відміну від початківців, не ризикуватимуть надбаною репутацією і тому будуть схильні провести проект відповідально.

4. Завчасний набір і синхронізація команди. Всі ключові учасники проекту не лише погодились на участь та умови, а й вже інвестували час та зусилля в його підготовку. Всі такі учасники вже розраховують власне навантаження на період реалізації з огляду на проект, він не стане “сюрпризом”, який потрібно штучно додавати до вже заповненого графіку.

5. Частина активностей, які партнери реалізують pro bono на основі рішення про участь в проекті, вони готові реалізувати до підтвердження проекту з боку УКФ. Так, з першого дня роботи проект вже матиме ескізи або затверджену версію графічного стилю, затверджене детальне технічне завдання на розробку сайту, обрану точну назву, слоган, інші креативні матеріали. Це розумно розподілить навантаження і дозволить готувати частину творчих матеріалів в робочому режимі.

6. Так само, команда проекту теж починає підготовчу роботу задовго до підтвердження проекту. Все, що можна зробити завчасно -- затвердження договорів з учасниками, налагодження системи моніторингу та синхронізації, підготовка текстових описів проекту для сайту і ЗМІ, технічні завдання на рекламні матеріали, пошук і вибір підрядників, точні прорахунки вартості і безліч інших організаційних завдань -- ми збираємось зробити завчасно, і реалізувати перші активності вже в тиждень отримання коштів. Це особисті ризики ключових членів команди, на які вони погодились. До того ж, така підготовка надасть можливість додатково перевірити рівень відповідальності учасників, і за необхідності провести заміни.

7. Холакратична система взаємодії між учасниками проекту та технічні інструменти колаборації (загальний доступ до робочих матеріалів) дозволять підключати додаткових внутрішніх чи зовнішніх учасників до будь-якого сектору роботи швидко та без перешкод.

8. Важливим фактором мінімізації таких ризиків є також закладена в кошторис проекту реальної ринкова вартість матеріалів та послуг, для отримання яких потрібно залучення підрядників. Команда проекту зможе отримувати від сторонніх підрядників необхідні інструменти та послуги в належній кількості та якості, що, в свою чергу, нівелює розповсюджену

Генеральний директор  1.7

проблему надмірних витрат часу на пошуки інструментів за ціною нижче ринкової чи безкоштовно, та/або розв'язання проблем, що виникають через недобросовісність "лівих" підрядників. Таким чином, учасники проекту витрачатимуть свій час раціонально та переважно на речі, які сприятимуть розвитку проекту, що суттєво сприятиме мотивації.

Таким чином, ми, з одного боку, організували команду і роботу таким чином, щоб забезпечити всі рівні мотивації учасників та можливість її реалізувати в прийнятному режимі та умовах; з іншого -- заклали операційні можливості перевірок, швидких замін та "підхоплення" роботи за проявів непунктуальності. Тож від початку наслідки можливої реалізації такого ризику ми оцінюємо як серйозні, і тому організували проект таким чином, щоб ймовірність ризику була лише низька.

Іншим суттєвим ризиком є некоректне планування. Наразі проект має жорсткі обмеження часу, зумовлені виробничим циклом книги та фільму. При цьому, такі виробничі цикли не мають широкого "вікна можливостей", тобто, умовно, затримка з передачею матеріалів в типографію на тиждень може призвести до затримки друку на місяць, адже доведеться наново чекати "своїх черг". Навіть за умови початку підготовки до отримання підтвердження проекту, графік проекту лишається крихким (випадіння окремих активностей приведе до ситуації "сніжного кому") і дуже щільним (все залежить одне від одного і тому все має бути реалізовано вчасно). Це несприятливе для масштабних проектів поєднання, адже розраховувати на ідеально відповідний попередньому плану хід робіт, з багаторічного досвіду, нераціонально. Індикатором реалізації такого ризику буде необхідність переносу майлстоунів чи граничний термінів будь-якої частини проекту. Це ще один внутрішній ризик, наслідки якого можуть бути серйозними, і тому ми зосереджуємося на тому, щоб від початку їх унеможливити наступними шляхами:

1. Побудова ще на етапі попередньої підготовки індивідуальних планів роботи ключових учасників проекту, об'єднання їх до діаграми Ганта, пошук точок крихкості, перепланування -- і повторення цього циклу до отримання достатньо сталого плану з резервами часу та ресурсів.
2. Щомісячний перегляд такого плану і повторення циклу за умови роботи "в штатному режимі", тобто без виникнення проблемних ситуацій (адже з розвитком проекту збільшиться кількість вхідних даних, інформації для аналізу та рішень щодо сталості плану).
3. Моментальний перегляд та гнучкі зміни до плану в разі реалізації якогось із сценаріїв ризику. Такий підхід щонайменше унеможливить "сніжний ком",

Генеральний директор  2.7

тобто непропорційно великі наслідки рішення, яке під час винесення здається дрібним, у майбутньому -- адже ми зможемо такі наслідки побачити і спрогнозувати, а тому і упередити (завчасно попередити підрядників, запланувати залучити на майбутньому етапі додаткові ресурси тощо).

4. Створення, обговорення і одностайне прийняття "Конституції проекту" -- набору чітко зафіксованих повноважень та відповідальностей ключових учасників. Фіксація такої інформації, погодженою з усіма учасниками, дозволить кожному з членів команди приймати рішення по відповідних проблемах на місці, не перетворюючи термінове "гасіння пожежі на проекті" в низку Zoom-зустрічей -- або одразу звертатись саме до людини, яка може прийняти таке рішення. Також серед відповідальностей має бути зафіксована і необхідність повідомити відповідне коло учасників про своє рішення та прогноз його наслідків. Загалом, закріплення повноважень, з одного боку, пришвидшує роботу кожного з професіоналів в нашій команді, з іншого -- означає, що кожне колективне обговорення дійсно важливе, і варто приділити йому достатню увагу і час. Два цих фактори мають забезпечити високу ефективність співпраці і, відповідно, полегшити дотримання термінів.

5. Також на ефективність роботи і полегшення дотримання планів, яке впливає з неї, вагомо впливають фактори, окреслені в інших частинах заявки: система управління і моніторингу, достатній для реалізації проекту та залучення професійних підрядників бюджет, завчасна підготовка.

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

1. Найбільший ризик ми вбачаємо в затриманні підписання договору з Фондом та затримці в отриманні коштів на розрахунковий рахунок. Нами вже було повністю реорганізовано проект так як випав травень і початок червня. Подальші затримки ставлять під сумнів якість виконання поставлених завдань. Домовленості з деякими виконавцями на постоплату дозволяють нам почати роботу одразу після підписання договору, але деякі процеси потребують вчасних розрахунків. В раз чого планується скорочення або виключення деяких складових проекту задля можливості його реалізації в цілому.

2. Наступний за рівнем наслідків та ймовірністю ризик - агресивні дії з боку структур проросійської пропаганди (хакерські атаки, спам-атаки шляхом надсилання надвеликої кількості невідповідних матеріалів тощо). Для зниження ймовірності таких ризиків, ми одразу будуватимемо IT-інфраструктуру проекту з огляду на можливі атаки, відстежуватимемо

Генеральний директор



Володимир Р. І.

інтенсивність трафіку та будемо технічно готові до раптового збільшення навантаження.

Для унеможливлення "спам-атаки" великим обсягом нерелевантного матеріалу, при зміні динаміки показників "отримано -- технічно відібрано", про які йдеться вище, ми запровадимо додаткову ідентифікацію за номером телефону при поданні матеріалу (наразі ми розглядаємо запровадження такої ідентифікації від початку, але це створює поки що непотрібний крок, який може знизити конверсію при поданні матеріалів).

З огляду на вже закладені в план дії для зниження такого ризику, ми оцінюємо його як середній, але його наслідки як незначущі для реалізації проекту.

3. Проблеми з відчуженням інтелектуальної власності. Подання матеріалів до цифрового музею з можливістю подальшого використання буде технічно неможливе без ознайомлення та погодження з офертою і правилами, де буде описано механізм використання таких матеріалів і розподіл майнових та немайнових прав, що виникає у випадку згоди учасника з офертою та правилами. Водночас ми розуміємо, що багато людей сприймають такі оферти і правила як чисту формальність і можуть забажати відкликати згоду на будь-якому етапі. Індикатором реалізації цього ризику буде звернення учасника до команди проекту у вільній формі (наприклад, повідомлення в соцмережах, лист, коментар і тд).

Ми плануємо використати два шляхи захисту на такий випадок, а саме:

- ком'юніті-менеджмент і проактивну роботу з учасниками в доступних каналах, з додатковими роз'ясненнями і некомерційної суті проекту, і деталей використання прав (як публічно, так і в особистому спілкуванні з конкретним незадоволеним учасником). Завданням цього інструменту є "заспокоєння" марно схвильованих учасників, гасіння негативних реакцій, упередження репутаційних втрат;

- професійну підтримку від юристів у сфері інтелектуального права на випадок, якщо учасник розпочне спір (в юридичному розумінні) та/або потребуватиме додаткових роз'яснень

До моменту передачі книги в друк та фільму на монтаж, всі спірні ситуації ми вирішуватимемо на користь учасника і не будемо використовувати матеріали, дозвіл на використання яких учасник бажає відкликати.

Після публікації та в інших ситуаціях, коли заміна матеріалу вже неможлива, ми надаватимемо чітке роз'яснення неправомірності відкликання разом із "пробачте-пакетом" з вибачень команди та сувенірних матеріалів проекту.

Варто зауважити, що передача прав на використання є невід'ємною частиною та умовою подання матеріалів, тож права сторін повністю

Генеральний директор  *Президент* 2.7

захищені законом, і юридично ми матимемо всі необхідні для використання права. Цей ризик - не юридичний, а репутаційний, і найгіршим його наслідком може бути окремі негативні пости в соціальних мережах.

Таким чином за рахунок обізнаності у власних ризиках та чіткого розуміння як їх нейтралізовувати, загальний рівень ризику проекту ми оцінюємо як низький, і рівень наслідків так само як малозначущі для успішної реалізації проекту з уваги на ступінь його охоплення та мультидисциплінарність.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Завдяки можливості задіяти в команді проекту професіоналів з великим досвідом у відповідних сферах, ми плануємо використовувати холакратичні практики в управлінні проектом. Таким чином, кожен з учасників відповідатиме за своє коло питань і дотримання ключових показників, і працюватиме в полі власної компетенції. Це забезпечить найвищу компетенцію в прийнятті рішень щодо кожної зі складових проекту. Також в такій схемі ми зможемо за необхідності залучати до кін по завданням додаткові ресурси від членів команди та волонтерів без великих витрат часу на повну інтеграцію в проект.

Ключові показники в кількості отриманого та опрацьованого матеріалу, комунікаційній стратегії тощо ми збираємо і оцінюємо по окремих механізмах, які описані в відповідних розділах заявки та додатків.

Дотримання термінів проходження майлстоунів проекту ми забезпечимо завдяки синхронізації роботи команди на щотижневих загальних зустрічах онлайн та щоденних статусах по робочих групах. Для організації відстеження прогресу та доступу всіх учасників до різноманітної потрібної інформації, ми використаємо базову систему менеджменту завдань (Trello, Asana, Google Calendar за погодженням команди).

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

6

Кількість жінок у команді проекту

6

Кількість людей віком від 17 до 34

5

Генеральний директор  *Григорук І. І.*

Кількість людей віком від 35 до 50

6

Кількість людей віком від 51 до 60

1

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

1

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту

1

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

1

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

1500

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи

Генеральний директор СВ Рудикевич І.Т.



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-VI 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 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

Генеральний директор  *В. В. Данилюк*

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

Лук'янець 2.Т

Підпис



Дата заповнення

Грантоотримувач:





Додаток № 2

до Додатку про надання гранту
№ 4543-03466
від "08" липня 2021 року

Назва конкурсної програми: Знакові події
Назва ЛОТ-у: ЛОТ 4: Знакові події історії України
Назва Заявника: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ВЕРТИГОБІКС"
Назва проєкту: «УКРАЇНА ХУЗ: ЗВИЧКИ, СМАКИ, ПОВУТ»
Дата початку проєкту: липень 2021
Дата завершення проєкту: жовтень 2021

Організація-донор	Фінансування проєкту, в %	Фінансування проєкту, Сума в грн.
РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1. Український культурний фонд	94,17%	2 421 270,00
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)	6,83%	160 000,00
Всього по розділу І "Надходження":	100,00%	2 571 270,00

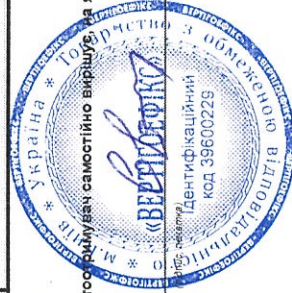
"За наявності співфінансування Грантосудувач самостійно вирішує, які статті витрат іде співфінансування.

Генеральний директор

Лук'янець Г.І.

(позаду)

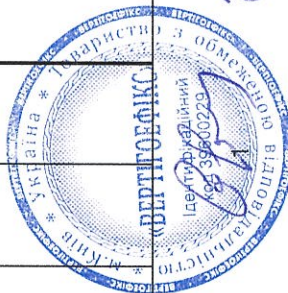
(підв)



Кошторис витрат проекту
Назва Заявника: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ВЕРТЛОБЕКС"
Назва проекту: «УКРАЇНА ХУТ-ЗВІЧКИ, СМАКИ ПОБУТ»
Дата початку проекту: липень 2021
Дата завершення проекту: жовтень 2021

Розділ: Стаття: Підстаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УДФ			Витрати за рахунок співфінансування			Витрати за рахунок реінвестицій			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=7+10+13)	Обґрунтування та деталізація витрат (колонка обов'язова для заповнення)
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки				
				Кількість/ Період	Вартість за одиночку, грн.	Загальна сума, грн. (=6+7)	Кількість з/п/одиницю, грн.	Вартість за одиночку, грн.	Загальна сума, грн. (=8+9)	Кількість з/п/одиницю, грн.	Вартість за одиночку, грн.	Загальна сума, грн. (=11+12)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Розділ: II ВИТРАТИ:														
Стаття:	1	Винагорода членам команди проекту												
Підстаття:	1.1	Оплата праці штатних працівників організації/заявника (поше у вигляді премії)		4,00		72 000,00	0,00		0,00	0,00		0,00	72 000,00	Грантовий та фінансовий менеджмент проекту на всіх етапах його реалізації та ведення комунікації з УДФ (8000 грн/міс), просування фільму створеного в рамках проекту (10000 грн/міс), формування пакету запитів на всіх етапах реалізації проекту (4000 грн/міс). Розмір винагороди (премії) обґрунтовано уникненням головного ризику проекту, який полягає у залученні високопрофесійної команди (ключові особи проекту мають поза його межами успішні кар'єри та/або зайняті у власному бізнесі) що створює неможливість для конфлікту пріоритетів і несовчасного виконання завдань, недоотримання винагороди на ринковому рівні для ключових осіб ставить під загрозу їх концентрацію на проекті, а отже і реалізацію всього проекту загалом, тому економія на цих статтях недопустима.
Пункт:	1.1.1	Лук'янець Гліб порочин (грантовий та фінансовий менеджер проекту, професор)	місяць	4,00	18 000,00	72 000,00			0,00			0,00	72 000,00	
Підстаття:	1.2	За трудовими договорами		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	1.2.1	-												
Підстаття:	1.3	За договорами ЦПХ		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	1.3.1		місяць						0,00			0,00	0,00	
Стаття:	1.4	Соціальні внески з оплати праці (врахування ЄСВ)		72 000,00		15 840,00	0,00		0,00	0,00		0,00	15 840,00	
Пункт:	1.4.1	Штатні працівники		72 000,00	0,22	15 840,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	15 840,00	
Пункт:	1.4.2	За строковими трудовими договорами		0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	
Пункт:	1.4.3	За договорами ЦПХ		0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	
Підстаття:	1.5	За договорами з ФОП		21,00		642 200,00	0,00		0,00	0,00		0,00	642 200,00	Координація проекту на всіх етапах його реалізації, налаштування системи управління, внутрішня комунікація, постановка завдань — 15000 грн/міс; внутрішній моніторинг та кризовий менеджмент — 12000 грн/міс. Розмір винагороди обґрунтовано уникненням головного ризику проекту, який полягає у залученні високопрофесійної команди (ключові особи проекту мають поза його межами успішні кар'єри та/або зайняті у власному бізнесі) що створює неможливість для конфлікту пріоритетів і несовчасного виконання завдань, недоотримання винагороди на ринковому рівні для ключових осіб ставить під загрозу їх концентрацію на проекті, а отже і реалізацію всього проекту загалом, тому економія на цих статтях недопустима.
Пункт:	1.5.1	Дубчева Олександра Олександрівна, послуги координаторки проекту	місяць	4,00	27 000,00	108 000,00			0,00			0,00	108 000,00	

Генеральний директор
Директор 2.7



Пункт:	1.5.2	Лук'янець Наталя Петрівна (псевдонім Марта Мольфар), послуги кураторки проєкту, авторки книги-альбому та співавторки сценарію фільму	місяць	4,00	28 500,00	114 000,00	0,00	0,00	0,00	114 000,00	Інформаційний та мистецький підтекст проєкту, розробка концепції книги, опитування митців їх координація, контроль за творчою реалізацією проєкту — 10500 грн/міс, пошук матеріалів для книги, фільму та цифрового музею — 6000 грн/міс; дослідницька робота, інтерв'ю та літатурна уявлення події і евристична південна історія. 2000 грн/міс, систематизація зібраних матеріалів, аналітика, компаративний аналіз та написання текстів для книги та сайту підготовки та проведення фільму. 3500 грн/міс, співпраця над щоденним документальним фільмом. 3000 грн/міс, публікації в ефірі Українського радіо, на проєкті та додати фільму аудиторію в ефірі Українського радіо, на обранні та онлайн майданчиків — 2500 грн/міс. Участь у створенні звіту на всіх етапах — 1000 грн/міс. Розмір винагороди об'єднано уникненням головного ризику проєкту, який полягає у залученні високопрофесійної команди (ключові особи проєкту мають поза його межами утілювати пар трі та/або зайняти у власному бізнесі) що створює можливість для конфлікту пріоритетів і несовісного виконання завдань; недоотримання винагороди на ринковому рівні для ключових осіб ставлять під загрозу їх концентрацію на проєкті, а отже і реалізацію всього проєкту загалом, тому економія на цих статтях недопустима.
Пункт:	1.5.3	Голдштейн Ольга Євгенівна, фоторедакторка книги-альбому	місяць	2,00	12 000,00	24 000,00	0,00	0,00	0,00	24 000,00	Пошук фотоматеріалів та відбір фотоконтенту для книги "Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут." (робоча назва) та основи цифрового музею "Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут." (робоча назва); участь у розробці візуальної концепції та дизайну книги; консультування щодо формування єдиного наративу книги та проєкту загалом
Пункт:	1.5.4	Білашук Олена Вікторівна, психолог психологічного менеджера	місяць	4,00	20 000,00	80 000,00	0,00	0,00	0,00	80 000,00	Забезпечення медіа підтримки та висвітлення ініціативи проєкту; проведення заходів, спрямованих на інформування, створення підтримки зв'язків з контактними аудиторіями; ком'юніті-менеджмент; участь в підготовці та проведенні кампанії з краудфандингу
Пункт:	1.5.5	Зейналов Сергій Романович, послуги режисера монтажу фільму	місяць	3,00	13 400,00	40 200,00	0,00	0,00	0,00	40 200,00	Монтаж фільму "Україна X-Y-Z. Конформінг 1 та 2" всього архівного матеріалу, створення мастер-копі фільму основної та інклюзивної версії фільму, формування пакету метаданих та субтитрів
Пункт:	1.5.6	Сачук Юлія Миколаївна, консультантка з питань створення інклюзивного контенту	місяць	1,00	24 000,00	24 000,00	0,00	0,00	0,00	24 000,00	Створення текстів для інклюзивного звукоопову фільму та розгорнутих субтитрів, контроль якості інклюзивної частини фільму
Пункт:	1.5.7	Боровик Тарас Юрійович, проєктний менеджер створення цифрового музею	місяць	3,00	17 000,00	51 000,00	0,00	0,00	0,00	51 000,00	Координація партнера креативної агенції Старе у розробці та реалізації цифрового музею, так як партнер Старе реалізує більшість роботи в проєкті на засадах рю болю, для мінімізації наших власних ризиків необхідний внутрішній для проєкту відповідальний координатор на всіх етапах від розробки концепції цифрового музею до збору результатів його роботи після запуску для запуску
Пункт:	1.5.8	Достлев Андрій Михайлович, арт-директор книги-альбому	місяць	3,00	28 000,00	84 000,00	0,00	0,00	0,00	84 000,00	Відбір фотоконтенту для основи книги "Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут." (робоча назва) та основи цифрового музею "Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут." (робоча назва) — 10000 грн/міс; розробка візуальної концепції та дизайну книги — 9000 грн/міс; контроль фотографічного матеріалу під час розробки книги (дизайнерів, верстальників, фотокоректорів тощо) — 9000 грн/міс. Розмір винагороди об'єднано уникненням головного ризику проєкту, який полягає у залученні високопрофесійної команди (ключові особи проєкту мають поза його межами утілювати пар трі та/або зайняти у власному бізнесі) що створює можливість для конфлікту пріоритетів і несовісного виконання завдань; недоотримання винагороди на ринковому рівні для ключових осіб ставлять під загрозу їх концентрацію на проєкті, а отже і реалізацію всього проєкту загалом, тому економія на цих статтях недопустима.
Пункт:	1.5.9	Солоп Ярослав Петрович, фоторедактор книги-альбому	місяць	3,00	15 000,00	45 000,00	0,00	0,00	0,00	45 000,00	Пошук фотоматеріалів та відбір фотоконтенту для книги "Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут." (робоча назва) та основи цифрового музею "Україна X-Y-Z. Звички. Смаки. Побут." (робоча назва)
Пункт:	1.5.10	Борещь Ареліна Вікторівна, режисер та співавторка сценарію фільму	місяць	4,00	18 000,00	72 000,00	0,00	0,00	0,00	72 000,00	Написання та опрацювання сценарію у співтворстві з авторкою книги Мартою Мольфар, пошук та відбір героїв для документального фільму, робота з архівами, постановка зйомок, участь у монтажі
Всього по статті 1 "Винагорода членам команди":											730 040,00
Стаття:	2	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)									0,00
Підстаття:	2.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)									0,00

Генеральний директор

Підписав 2.5



Пункт:	4.2.3	Група відеонаблюдіння Maripatio 755XK або подібний, Easy rig Vario 5, slider varaton slidescam 25mm, 45mm, 80mm, або подібний	д/б	18,00	540,00	9 720,00	0,00	0,00	9 720,00	Поручити оренду мінімального освітлювача та звукового обладнання для проведення зйомки матеріалу для документального фільму "Україна ХУ 2" (робоча назва) зйомки відбуватимуться в ілюмінованій кімнаті
Пункт:	4.2.4	Комплект об'єктивів Carl Zeiss COMPACT PRIME, 25mm, 45mm, 80mm, або подібний	д/б	18,00	3 600,00	64 800,00	0,00	0,00	64 800,00	
Пункт:	4.2.5	Комп'ютер із фільмом (відеореєстратор у відшкодування до календарно поставленого плану деталізація специфікація буде надана на етапі реалізації проекту)	д/б	18,00	800,00	10 800,00	0,00	0,00	10 800,00	
Пункт:	4.2.6	Комплект базового освітлення для документального зйомки (включає оператор у відшкодування до календарно поставленого плану деталізація специфікація буде надана на етапі реалізації проекту)	д/б	18,00	2 660,00	46 110,00	0,00	0,00	46 110,00	
Пункт:	4.2.7	Комплект звукозаписуючого обладнання (2 дальнобійні петлички, радіонадавачі та приймачі)	д/б	18,00	1 250,00	22 500,00	0,00	0,00	22 500,00	
Підстаття:	4.3	Оренда транспорту		0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	4.3.1	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням маршруту, кілометражу/кількості годин)	км (годин)			0,00		0,00	0,00	
Підстаття:	4.4	Оренда сценічно-постановочних засобів		0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	4.4.1	Наймування (з деталізацією технічних умов/артистів)	шт.			0,00		0,00	0,00	
Підстаття:	4.5	Інші об'єкти оренди		0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	4.5.1	Наймування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00		0,00	0,00	
Всього по статті 4 "Витрати пов'язані з орендою":				166,00		232 980,00	0,00	0,00	232 980,00	
Стаття:	5	Витрати учасників проекту, які беруть участь у заходах проекту та не отримують оплату праці та/або винагороду								
Підстаття:	5.1	Послуги з харчування		0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	5.1.1		учасн.				0,00	0,00	0,00	
Пункт:	5.1.2		учасн.				0,00	0,00	0,00	
Підстаття:	5.2	Витрати на проїзд учасників заходів		0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	5.2.1	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи (що відраховується))	шт.			0,00		0,00	0,00	
Підстаття:	5.3	Витрати на проживання учасників заходів		0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	5.3.1	Рахунки з готелів (з вказаними прізвищем відвіденої особи)	доба			0,00		0,00	0,00	
Всього по статті 5 "Витрати учасників проекту, які беруть участь у заходах проекту та не отримують оплату праці та/або винагороду":						0,00		0,00	0,00	
Стаття:	6	Матеріальні витрати								
Підстаття:	6.1	Основні матеріали та сировина		38 200,00		98 484,00	0,00	0,00	98 484,00	
Пункт:	6.1.1		шт.					0,00	0,00	
Пункт:	6.1.2	Папір для виробництва книг	лист	38 200,00	2,72	98 484,00		0,00	98 484,00	Формат книги-альбому 64x90/8 (210x280 мм) 320 стор. кольоровий друк 4+4, папір Volcorte 130 гр/м2, блок заштити ініціалами, м'яка палітурка з ініціалами
Стаття:	6.2	Носії, накопичувачі		4,00		14 116,00	0,00	0,00	14 116,00	
Пункт:	6.2.1	Жорсткий диск WD Elements 4 тб або відповідний масив SSD	шт.	4,00	3 528,00	14 116,00		0,00	14 116,00	Жорсткі диски для роботи з відеоматеріалами для фільму
Стаття:	6.3	Інші матеріальні витрати		0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	6.3.1	Наймування	шт.			0,00		0,00	0,00	

Генеральний директор

4

Андрій Кучерук



Всього по статті 6 "Матеріальні витрати":									
Стаття:	7	Поліграфічні послуги							
Пункт:	7.2	Шт.							112 880,00
Пункт:	7.3	Друк брошур	шт.						0,00
Пункт:	7.4	Друк буклетів	шт.						0,00
Пункт:	7.7	Друк банерів	шт.						0,00
Пункт:	7.8	Друк інших роздаткових матеріалів (бейджі на фірмових стрічках)	шт.						0,00
Пункт:	7.11	Соціальні внески за дотворами ЦПХ з підрядниками (ССВ) розділу "Поліграфічні послуги"		0,22	0,00			0,22	0,00
Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги":									
Стаття:	8	Видавничі послуги							0,00
Пункт:	8.1	Послуги літературного редактора книги-альбому	тис. знаків	400,00	30,00	12 000,00			0,00
Пункт:	8.2	Послуги коректора книги-альбому	тис. знаків	400,00	30,00	12 000,00			0,00
Пункт:	8.3	Послуги фотокоректора книги-альбому	фото	250,00	180,00	45 000,00			0,00
Пункт:	8.4	Послуги верстки книги-альбому	сторінка	320,00	166,00	53 120,00			0,00
Пункт:	8.5	Виготовлення друкарських форм для книги-альбому	послуга	1,00	48 000,00	48 000,00			0,00
Пункт:	8.6	Друк книги-альбому	екз.	1 500,00	33,20	49 800,00			0,00
Пункт:	8.7	Вартість виготовлення обкладинки	екз.	1 500,00	8,53	12 795,00			0,00
Пункт:	8.8	Брошування роботи	екз.	1 500,00	32,26	48 390,00			0,00
Пункт:	8.9	Зшивання книжкових блоків на нитку	екз.	1 500,00	12,33	18 495,00			0,00
Пункт:	8.10	Соціальні внески за дотворами ЦПХ з підрядниками (ССВ) розділу "Видавничі послуги"			0,22	0,00		0,22	0,00
Всього по статті 8 "Видавничі послуги":									
Стаття:	9	Послуги з просування							0,00
Пункт:	9.1	Розробка медіа-комунікаційної стратегії просування проєкту	Послуга	1,00	11 500,00	11 500,00			0,00
Пункт:	9.2	Проведення інформаційної кампанії в соціальних мережах із залученням лідерів думок - Facebook	Контакт, тис. од.	10,00	1 036,00	10 360,00			0,00
Пункт:	9.3	Проведення інформаційної кампанії в соціальних мережах із залученням лідерів думок - Instagram	Контакт, тис. од.	10,00	924,00	9 240,00			0,00
Пункт:	9.4	Проведення інформаційної кампанії в соціальних мережах із залученням лідерів думок - TikTok	Контакт, тис. од.	10,00	910,00	9 100,00			0,00



Генеральний директор

Директор

Пункт:	9.5	Розробка рекламних матеріалів для просування проекту	Послуга	1,00	48 000,00	48 000,00	0,00	0,00	0,00	48 000,00	Лізинг банерів, інформатик для онлайн-реклами (на основі дизайну-коду від Google), оформлення постів для інфосервісу, дизайн ілюстрацій та інформації для сайту і соцмереж, дизайн зовнішньої реклами (у вигляді підтвердження партнёрства), дизайн розкладів, дизайн матеріалів форуму, оформлення презентацій, прес-релізів, логотипів, створення відеороликів, відео за необхідності – створення анімаційних відеороликів
Пункт:	9.6	Послуги з налаштування рекламних кампаній в Google та соціальних мережах	Послуга	1,00	13 000,00	13 000,00	0,00	0,00	0,00	13 000,00	Налаштування алгоритмів каналів залучення аудиторії, аналітики на сайті, рекламних банерів та соціальних мереж. Створення автоматизованих кампаній за цільовими показниками (на основі аналізу поведінки на вебсайті з дописами). Встановлення розрахункових порогових бюджетів на автоматичне наповнення
Пункт:	9.7	Контекстна реклама в Google	Рекл. бюджет	1,00	30 000,00	30 000,00	0,00	0,00	0,00	30 000,00	Брендовий пошук (доступність сайту при неточному пошуку в Google), малоконкурентні пошуки запити, аспіране залучення по пошуках запитів на період запуску цифрового музею. Це технічний інструмент, який має дозволити нам не губити аудиторію, яка має первинне знання про проєкт і хоче з ним взаємодіяти, але не пригадує точної назви і шукає по пов'язаних записах.
Пункт:	9.8	Просування сторінок проекту в соціальних мережах (пряма реклама)	Рекл. бюджет	1,00	30 000,00	30 000,00	0,00	0,00	0,00	30 000,00	Забезпечення видимості сторінок для алгоритмів видачі соціальних мереж, залучення первинної аудиторії сторінок проекту, підтримка присутності в Інфотопі
Пункт:	9.9	Реклама і просування круглого столу для забезпечення широкого охоплення (послуги з організації та проведення прес-сіданку)	Послуга	1,00	30 000,00	30 000,00	0,00	0,00	0,00	30 000,00	Проведення прес-сіданку з селебрітами залученими до проекту, залучення аудиторії (20 журналістів) для охоплення з матеріалами форуму та результатами проекту загалом
Пункт:	9.10	Просування фільму на міжнародних фестивалах (аплікація на фестивалі та submission fee)	Послуга	1,00	30 000,00	30 000,00	0,00	0,00	0,00	30 000,00	Подання фільму з найменше на 10 міжнародних фестивалів для максимального охоплення української та іноземної громадськості а також створення інфопостів для подальшого життя проекту у разі резонансу при здобутті фестивальных нагород
Пункт:	9.11	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами (ЕСВ) розділу "Послуги з просування"			0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього по статті 9 "Послуги з просування":				38,00	221 200,00	221 200,00	0,00	0,00	0,00	221 200,00	
Стаття: 10 Створення веб-ресурсу											
Пункт:	10.1	Витрати зі створення сайту (Цифрового музею)	Послуга	1,00	270 000,00	270 000,00	0,00	0,00	0,00	270 000,00	Часткова реалізація концепції цифрового музею який розроблятиметься партнером креативної агенцією Glare (частково тому що значну частину з розробки сайту партнер реалізує на безоплатних умовах його боку). Сума буде сплачена організацією підряднику, яка займатиметься створенням сайту.
Пункт:	10.2	Витрати з обслуговування сайту	Послуга	1,00	18 540,00	18 540,00	0,00	0,00	0,00	18 540,00	Сайт має витримувати навантаження при пікових завантаженнях контенту – оплата хостингу, домену та підтримки працездатності сайту після його запуску в рамках проєкту (включає акумуляцію наповнення, захист від DDoS-атак, сервісне обслуговування та оптимізацію).
Пункт:	10.3	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами (ЕСВ) розділу "Створення веб-ресурсу"			0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього по статті 10 "Створення веб-ресурсу":				2,00	288 540,00	288 540,00	0,00	0,00	0,00	288 540,00	
Стаття: 11 Придбання методичних, навчальних, інформаційних носіїв інформації											
Пункт:	11.1	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт.		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Генеральний директор 6 Андрійчук 2.7



Всього по статті 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":										
Стаття:	12	Послуги з перекладу								
Пункт:	12.1	Письмовий переклад (взагалом), з урахуванням на англійську	400,00	80,00	32 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	12.2	Рекламування (взагалом)	400,00	60,00	24 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	12.3	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами (СВВ) розділу "Послуги з перекладу"	56 000,00	0,22	12 320,00	0,00	0,00	0,22	0,00	1,2 320,00
Всього по статті 12 "Послуги з перекладу":			800,00		68 320,00	0,00	0,00	0,00	0,00	68 320,00
Стаття:	13	Інші прямі витрати								
Підстаття:	13.2	Адміністративні витрати	5,00		51 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	51 000,00
Пункт:	13.1.1	Бухгалтерські послуги	4,00	5 250,00	21 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	21 000,00
Пункт:	13.1.2	Юридичні послуги	1,00	30 000,00	30 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30 000,00
Пункт:	13.1.3	Аудиторські послуги			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	13.1.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами (СВВ) розділу "Адміністративні витрати"		0,22	0,00	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00
Підстаття:	13.2	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення	2,00		54 100,00	0,00	0,00	0,00	0,00	54 100,00
Пункт:	13.2.1	Послуги колоризації фільму	1,00	20 000,00	20 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	20 000,00
Пункт:	13.2.2	Послуги створення 2D графіки для фільму	1,00	5 000,00	5 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5 000,00
Пункт:	13.2.3	Послуги зведення звуку для фільму	1,00	28 000,00	28 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	28 000,00
Пункт:	13.2.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами (СВВ) розділу "Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення"	5 000,00	0,22	1 100,00	0,00	0,00	0,22	0,00	1 100,00
Підстаття:	13.3	Витрати на послуги страхування	0,00		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	13.3.1	Вказати предмет страхування			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстаття:	13.4	Інші прямі витрати	2,00		302 910,00	0,00	0,00	0,00	0,00	302 910,00
Пункт:	13.4.1	Забезпечення цифрової комунікації круглого столу	1,00	16 150,00	16 150,00	0,00	0,00	0,00	0,00	16 150,00
Пункт:	13.4.2	Послуги роботи матеріалами фільму (Digital Image Technician)	1,00	8 000,00	8 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	8 000,00
Пункт:	13.4.3	Послуги лінійного продюсера фільму	3,00	19 300,00	57 900,00	0,00	0,00	0,00	0,00	57 900,00
Пункт:	13.4.4	Послуги оператора фільму	18,00	3 800,00	68 400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	68 400,00
Пункт:	13.4.5	Послуги гасфера, другого оператора на знімальному майданчику фільму	18,00	3 800,00	68 400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	68 400,00
Пункт:	13.4.6	Послуги звукожисера на знімальному майданчику фільму	18,00	2 200,00	39 600,00	0,00	0,00	0,00	0,00	39 600,00

Генеральний директор

Підпис: [Підпис]

7



