

ДОГОВІР № 4FILM1-01851

про надання гранту

м. Київ

«14» *вересня* 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Товариство з обмеженою відповідальністю "КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ" (далі – Грантоотримувач), в особі директора Пузько Миколи Миколайовича, 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 «Анімаційний серіал "Чарівний світ"» (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 15 листопада 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) та інші документи щодо реалізації Проєкту.

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 486 000 грн. 96 коп. (чотириста вісімдесят шість тисяч гривень 96 копійок) без ПДВ.

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

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

4. У разі затримки бюджетного фінансування Фонд перераховує кошти гранту протягом 15 (п'ятнадцяти) банківських днів з дати стримання Фондом бюджетного призначення на фінансування витрат на надання гранту. Будь-які штрафні санкції у цьому випадку до Фонду не застосовуються.

5. 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 Проекту відповідно до умов цього Договору.

2. Грантоотримувач зобов'язується:

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

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

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

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

5) у разі, якщо реалізацію Проекту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з дати настання таких обставин, повернути Фонду суму перерахованих частин (траншів) гранту;

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

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

8) відповідно до чинного законодавства України не допускати наявності у Проекті (продукті Проекту) пропаганди війни, насильства, жорстокості, фашизму і неонацизму, закликів, спрямованих на ліквідацію незалежності України, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, приниження нації, неповаги до національних і релігійних святинь, а також пропаганди

наркоманії, токсикоманії, алкоголізму та інших шкідливих звичок, виготовлення та розповсюдження матеріалів порнографічного характеру;

9) не здійснювати 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).

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;

5) виключно з метою популяризації української культури та мистецтв, формування позитивного іміджу України у світі, без дозволу Грантоотримувача використовувати матеріали, створені в результаті реалізації Проєкту, у тому числі але не обмежуючись цими – дані, праці, звіти, тези, фотосграфії, рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації, будь-які інші матеріали або документи (далі – матеріали), що передані Грантоотримувачем Фонду, та щодо яких Грантоотримувачем не надано Фонду застереження про використання таких матеріалів з дотриманням вимог законодавства про захист права на промислову та/або інтелектуальну власність.

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 понесені Грантоотримувачем збитки, а також збитки, спричинені Грантоотримувачем третім особам.

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

4. Якщо Грантоотримувач не виконав зобов'язання щодо реалізації Проєкту та надання Фонду пакету звітної документації у строк, зазначений у пункті 1 розділу II цього Договору, то в такому випадку сума перерахованих частин (траншів) гранту підлягає поверненню до Фонду відповідно до діючого законодавства протягом 10 календарних днів з дати отримання вимоги Фонду.

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 користуватися безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформація (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 коштами гранту. 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 (крім проєктів, пов'язаних із кіновиробництвом);

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, в результаті курсових різниць;

інші витрати, здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

2. На вимогу Фонду Грантоотримувач зобов'язаний надати всі необхідні документи щодо реалізації 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 торговель-промислові палати в Україні".

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

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

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

XII. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до 31 грудня 2021 року. Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

2. У разі зміни уповноваженої особи Сторони невідкладно повідомляють одна одну.

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

4. Електронне повідомлення вважається стриманим Стороною-одержувачем в день його успішного відправлення. Відправлення вважається неуспішним, якщо Сторона, яка його направляє, отримує повідомлення про те, що воно не було стримано. 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. 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).

7. 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.

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

9. 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.

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

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

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 - проектна заявка;

додаток 2 - кошторис Проекту;

додаток 3 - змістовий звіт про виконання Проекту;

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

додаток 5 - графік платежів.

ХІV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

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



В.Г. Берковський

Грантоотримувач

ТОВ "КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ"

Юридична адреса:
01103, м. Київ, вул. Михайла Бойчука,
(вул. Кіквідзе), б. 41, Літера А, офіс 40
Адреса для листування:
01103, м. Київ, вул. Михайла Бойчука
(вул. Кіквідзе), буд. 41, Літера А, офіс 40
ЄДРПОУ: 38812792
Банківські реквізити:
Назва банку/філії: АТ КБ "Приватбанк"
Р/р: UA923052990000026007026220417
Тел.: +380672982428



М.М. Пузько

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4FILM1-01851
від «14» ВЕРЕСНЯ 2021 р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Розвиток кінопроєкту

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4FILM1-01851

Назва проєкту: Анімаційний серіал “Чарівний світ”

Візитна картка

Конкурсна програма
Розвиток кінопроєкту

Тип проєкту
Індивідуальний

Назва проєкту
Анімаційний серіал “Чарівний світ”

Назва проєкту англійською мовою
“Magic World” animated series

Географія реалізації проєкту

Населений пункт
Київ

Населений пункт
Львів

Початок проєкту
2021-09

Кінець проєкту (включно із фінальним звітуванням)
2021-11-15

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



Тривалість проекту в місяцях

2.5

Формат проекту

онлайн

Пріоритетний сектор

аудіовізуальне мистецтво

Основний продукт

Презентаційний пакет

Ключові слова за напрямками

анімаційний фільм

серіал

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Пузько Микола Миколайович

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

Продюсер (автор та керівник проекту), сценарист

Загальна інформація про проект

Коротка інформація про проект

“Чарівний світ” - анімаційний серіал в жанрі едьютейнмент та фентезі, який познайомить дітей молодшого шкільного віку з захоплюючим світом українських міфів та легенд, а також народними традиціями, історією, культурою. Проект є органічним кроком у розвитку ініціативи “Чарівний світ UA”, спрямованої на збереження та популяризацію української міфології, яка отримала підтримку УКФ у 2020 році. Метою проекту є створення презентаційного пакету анімаційного серіалу для збільшення виступів на

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



створення першого сезону серіалу.

Коротка інформація про проект англійською мовою

"Magic World" - an edutainment fantasy animated series, which will present the fascinating world of Ukrainian myths and legends, as well as folk traditions, history and culture, to the children of primary school age. The project is an organic step in the development of the "Magic World UA" initiative, aimed at preserving and promoting Ukrainian mythology, which received the support of the UCF in 2020. The aim of the project is to attract investment to create the first season of the series. The result of the project will be a developed high-quality presentation package of the series, which will allow the effective fundraising.

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

486000.96

Загальний бюджет проекту

501000.96

Сума співфінансування

15000

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Джерело співфінансування та сума

15000. Власні кошти організації-заявника

Сума реінвестиції

0

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

**ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.**



Інформація про організацію-заявника

Повне найменування організації-заявника

Товариство з обмеженою відповідальністю «КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ»

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

CONTENT MARKETING LLC

Організаційно-правова форма

Товариство з обмеженою відповідальністю

Код ЄДРПОУ

38812792

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

36103347707

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

59.11 Виробництво кіно- та відеофільмів, телевізійних програм;

Дата реєстрації організації

2013-07-04

Юридична адреса організації

м. Київ, вул. Михайла Бойчука, буд.41. Літера А, офіс 40;

Поштова адреса організації

м. Київ, вул. Михайла Бойчука, буд.41. Літера А, офіс 40, С1103

Область (відповідно до юридичної адреси)

Київська

Тип населеного пункту

Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)

Київ

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах
<https://magicworld.com.ua/>; <https://www.facebook.com/charivnyjsvit/>; <https://contentmarketing.com.ua/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Пузько Микола Миколайович

Телефон керівника організації

Електронна пошта керівника організації

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності?

Ні

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

Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-заявника із вказанням громадянства

Пузько Микола Миколайович, українець

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

Ні

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

Ні

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

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



Команда ТОВ «Контент-Маркетинг» має всі необхідні інструменти для створення проекту: професійну комп'ютерну техніку, серверне обладнання та програмне забезпечення, які необхідні для розробки презентаційного пакету анімаційного серіалу, а також необхідних дій для регуляризації проекту.

Основні засоби - Персональні комп'ютери (4 шт.)
Нематеріальні активи - Ліцензії на програмне забезпечення, необхідне для розробку проекту та створення текстового і графічного контенту
Трудові ресурси - Власних працівників - 2, Залучених - 12
Матеріальних ресурсів - немає
Фінансові ресурси - наявні в розмірі 77 тис.грн

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

Так. Так, у 2019 та 2020 році у якості заявника

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

Так. Цей проект не є прямим продовженням проекту підтриманого УКФ, проте ґрунтується на результатах та наративах проекту Чарівний світ. UA, який було реалізовано заявником за підтримки УКФ у 2020 році.

Інформація про проект в ЗМІ:

<https://ukurier.gov.ua/uk/articles/yak-cur-i-pek-potrapili-v-telefon/>

<https://life.pravda.com.ua/culture/2020/08/10/241927/>

<https://osvitoria.media/news/charivnyj-svit-ua-ukrayinski-mifologichni-geroyi-z-yavlyatsya-v-mobilnomu-dodatku-dlya-ditej/>

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. Так, у 2020 році реалізовували проект Чарівний світ. UA (ZAVS51-1851), конкурсна програма Аудіовізуальне мистецтво, у ролі заявника. Сума гранту 4 337 383,06 грн.

<https://magicworld.com.ua/>

<https://facebook.com/charivnyjsvit/>

<https://ukurier.gov.ua/uk/articles/yak-cur-i-pek-potrapili-v-telefon/>

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



<https://life.pravda.com.ua/culture/2020/08/10/241927/>

<https://osvitoria.media/news/charivnyj-svit-ua-ukrayinski-mifologichni-geroyi-z-yavlyatsya-v-mobilnomu-dodatku-dlya-ditej/>

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

Проект

Не було проектів, профінансованих за кошти інших донорів

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття
У 2020 році, за підтримки УКФ, ми розпочали проект збереження та популяризації української міфології “Чарівний світ UA”. Створивши аудіовізуальні продукти та мобільну платформу з доповненою реальністю, ми почали знайомити зростаюче покоління з багатством української міфології. За цей час ми отримали тисячі позитивних відгуків та повідомлень про те, що Чарівний світ.UA, мотивував не лише дітей, а й дорослих дізнатися більше про українську міфологію та усвідомити наскільки багатою та цікавою вона є.

Міфологія - основа національної свідомості та культури. Міфічні персонажі - є архетипами, через які людина з дитинства усвідомлює національну ідентичність. Українська ж міфологія є однією з найбагатших у світі, пантеон міфічних божеств та створінь налічує понад сто персонажів з унікальними історіями та образами. При цьому вона найменш візуалізована і вкрай рідко використовується у створенні культурних, зокрема аудіовізуальних продуктів.

В той же час, існує великий суспільний інтерес до міфологічної тематики, що підтверджується не лише нашим досвідом, а і, наприклад, анімаційним фільмом. “Мавка”, який викликав резонанс та став популярним задовго до релізу.

Тобто проблема формулюється наступним чином: на даний момент в Україні є значний рівень незадоволеного попиту на сучасні аудіовізуальні продукти міфологічної тематики. Аудиторія хоче дивитися контент з власними, автентичними героями, сюжетами і наративами.

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



створюється надзвичайно мало.

Крім того, є і проблема навчально-виховного характеру: оскільки запит на "супергероїв" у аудиторії залишається стабільно високим, а українських супергероїв в дитячому культурному продукті бракує, заговнення ніші відбувається за рахунок більш розкрученого західного продукту. У результаті як діти, так і дорослі краще знають героїв всесвіту Marvel, аніж рідних, українських.

Тому створення анімаційного серіалу який в легкій, розважальній формі познайомить дітей з захоплюючим світом українських міфів та легенд є надзвичайно актуальним, адже таким чином збільшиться кількість дитячого україномовного контенту, побудованого на аутентичних наративах, буде здійснена популяризація української міфології та культурних традицій, діти отримають власних (а не запозичених) героїв.

Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТУ?

Реалізація проекту анімаційний серіал "Чарівний світ" відбувається у площині одразу кількох пріоритетів Українського культурного фонду та програми "Розвиток кінопроекту": 1) Створення суспільно значущого контенту, що сприятиме відчуттю громадянами своєї приналежності до України змалечку, адже проект буде зацікавлювати дітей та залюблювати в українську культуру, сприяти їх патріотичному вихованню та самоідентифікації через знайомство з національною культурною спадщиною та міфічними героями; 2) Візуалізація міфічних персонажів - забезпечить збереження важливої частини культурної спадщини, а використання при цьому сучасних стилів та технік зводить традиційну культуру в сучасний загальносвітовий культурний контекст; 3) Використання методології едьютеймента - є інноваційним підходом в освіті підростаючого покоління (з використанням цифрових технологій та аудіовізуального контенту); 4) Втілення традиційних персонажів за допомогою сучасних творчих інструментів та технічних інновацій - забезпечить створення конкурентноспроможного культурного продукту, який зможе не лише задовольнити культурні потреби цільової аудиторії в Україні, а представляти українську культуру на міжнародному рівні. 5) Герої анімаційного серіалу будуть озвучені українською мовою, голосами відомих акторів, що сприятиме забезпеченню всебічного розвитку і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на території України.

Реалізація проекту, а саме - створення презентації оригінального продукту анімаційного

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



серіалу також повністю відповідає завданням програми “Розвиток кінопроєкту”, оскільки сприятиме ефективному пошуку інвестиційних коштів на виробництво кінопродукту, а в перспективі забезпечить збільшення кількості конкурентоспроможних кінспроєктів та збільшення кількості якісних українських анімаційних фільмів та сільмів для дітей.

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

Проєкт “Чарівний світ UA”, який наша команда розпочала у 2020 році завдяки підтримці УКФ є стратегічною ініціативою зі збереження, візуалізації та популяризації української міфології в Україні та за кордоном.

Ми планували його як довгостроковий проєкт, в рамках якого будуть реалізовуватися різні продукти та заходи, адже усвідомлювали, що місія і задачі зі збереження та популяризації української міфології – справа не на один рік.

На першому етапі проєкту у 2020 році було створено мобільний едьютейнмент додаток з технологією доповненої реальності для дітей 8-13 років, а також сайт та комунікаційну платформу в соціальних мережах, яка налічує понад 10 000 учасників.

Над проєктом працювали талановиті прод-осери, ілюстратори, копірайтери, спеціалісти з комунікацій, до озвучування персонажів були залучені відомі актори, а в якості експертів - етнографи, педагоги та дитячі психологи. Проєкт отримав багато тисячну аудиторію прихильників та сотні повідомлень зі словами підтримки і проханнями продовжувати далі (серед яких лунали і заклики створити анімаційний фільм).

Тож команда проєкту прагне і надалі розвивати проєкт та використовувати для цього свій багатий досвід. Адже проєкт став для нашої організації одним з основних напрямів діяльності, адже тепер ми не лише реалізуємо стратегічну для української культури місію, а й несемо моральну відповідальність перед аудиторією проєкту за його подальшу долю.

В рамках стратегічної задачі - включити українську міфологію в сучасний культурний контекст та популяризувати міфічні персонажів, анімаційні сільми є основним форматом, який допоможе познакомити нашу аудиторію з нашою міфологією в легкій та

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



цікавий спосіб.

Тож створення анімаційного серіалу є цілком логічним і важливим кроком у рамках загальної місії проекту, та його подальшого розвитку відповіддю на запит нашої аудиторії.

Чому проект є унікальним?

Анімаційний серіал “Чарівний світ” є унікальним проектом перш за все тому, що це перший анімаційний серіал в жанрі едьютеймент, який знайомитиме дитячу аудиторію з українською міфологією, традиціями, історією, культурою та світом довкола.

Крім того, унікальним для українського ринку є формат серіалу, адже ми вперше створюємо кіновсесвіт з автентичними персонажами, героями, які стануть дитячими улюбленцями та можуть покласти початок цілсму культурному сегменту.

На сьогодні, діти в Україні дивляться переважно іноземні анімаційні серіали: “Маша та ведмідь”, “Фіксики”, “Смурфики” (і т.д), які стали брэндами. Унікальність нашого проекту полягає в тому, що ми створіємо продукт, який складе гідну конкуренцію іноземним кіновсесвітам та брэндам.

Чому проект є інноваційним?

Інноваційність проекту полягає у застосуванні методології едьютейменту для знайомства дитячої та підліткової аудиторії з українською міфологією, культурою та традиціями.

“Навчання через розваги” - сучасна інноваційна методологія, яка дозволяє передавати знання в легкий та цікавий спосіб, коли дитина дізнається нову інформацію через розважальні, ігрові, сюжети, від фентезійних героїв, в сучасні візуалізації. За допомогою гейміфікації, інформація засвоюється значно швидше та ефективніше.

В результаті поєднання жанрів фентезі та едьютейменту буде створено захоплюючу історію, яка буде розважати навчаючи та навчати розважаючи.

Ми вже застосували такий підхід при створенні діджитал продукту: мобільного додатку “Чарівний світ UA”, який ми розробили за підтримки УКФ у 2020 році. Додаток отримав дуже позитивні відгуки від аудиторії, зокрема дитячої та сімейної (батьків).

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



Тепер ми плануємо застосувати інноваційну методологію едьютейнменту для анмаційного серіалу, що дозволить ще більше популяризувати українську міфологію, традиції та культуру, серед дітей та сімейної аудиторії в цілому.

З технічної точки зору, проект буде реалізовано з використанням сучасної візуальної стилістики та технологій: CGI, 3D-анімації та спецефектів (VFX), що в поєднанні з автентичною тематикою та атмосферою дозволить створити якісно новий кінопродукт, який зацікавить не лише українську, а й закордонну аудиторію, сприятиме інтернаціоналізації української культури та позитивно вплине на розвиток української анімації в цілому.

Основна мета проекту

Мета проекту - створення презентаційного пакету анімаційного серіалу "Чарівний світ" для залучення інвестицій на створення першого сезону серіалу.

Цілі проекту

Ціль

Отримати сценарії першого сезону серіалу, на основі яких буде здійснюватися виробництво серіалу (створення анімації) та детальний сторіборд пілотної серії.

Завдання

Створити сценарії 10 серій анімаційного серіалу, що відповідають концепції серіалу, критеріям та вимогам програми "Розвиток кінопроєкту", та сторіборд першої серії.

Результат 1

Розроблена "Біблія персонажів" з детальними описами всіх персонажів серіалу.

Результат 2

Створені сценарії 10 серій та сторіборд пілотної серії.

Індикатори досягнення результатів

1) Створено документ "Біблія персонажів", який містить не менше 17 персонажів (2 головні герої та 15 міфічних персонажів) та включає детальні описи, передісторії, характери, характеристики та атрибути;

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



- 2) Розроблено структуру сезону, що містить короткий сгис теми, сюжету та героїв кожної серії;
- 3) Відповідно до структури сезону, для кожної серії зібрані матеріали освітньо-пізнавального характеру та отримано рекомендації та консультації від експерта етнографа (10 документів);
- 4) Створено 10 сценаріїв, які відповідають концепції серіалу, "Біблії персонажів", критеріям та вимогам програми "Розвиток кінопроєкту", Обсяг кожного сценарію відповідає 6 хвилинам екранного часу;
- 5) Створено скетчі головних героїв та сеттінгу пілотної серії;
- 6) Створено 1 сторіборд пілотної серії з покадровою візуалізацією всіх сцен.

Ціль

Отримати готовий презентаційний пакет анімаційного серіалу для подальшого залучення інвестицій на створення першого сезону серіалу

Завдання

Створити повноцінний, якісний презентаційний пакет анімаційного серіалу, який відповідатиме меті проєкту та вимогам програми "Розвиток кінопроєкту".

Результат 1

Розроблено пакет текстових та візуальних матеріалів, що включає логлайн, синопсис, режисерське бачення, тизер та презентацію візуального стилю

Результат 2

Розроблено деталізовану стратегію просування анімаційного серіалу

Індикатори досягнення результатів

- 1) Вдосконалений логлайн чітко та лаконічно (до 25 слів) передає суть, ідею та драматичну колізію серіалу;
- 2) У вдосконаленому синопсисі викладено концепцію сценарію серіалу, та кожної з 10 серій;
- 3) Створено документ "Режисерське бачення", в якому детально описано стилістику, засоби, техніки та технології анімації сценарію;
- 4) Вдосконалена стратегія просування містить детальні характеристики цільових аудиторій, ключові меседжі, канали та способи комунікації, а також планові коротко- та довгострокові показники. Горизонт планування - 3 роки.
- 5) Створено анімований історичний матеріал тривалістю не менше 130 сек. в форматі .mov або .mp4,

ДИРЕКТОР
ДУЗЬКО М.М.



б) Створено презентацію візуального стилю, обсягом до 7 аркушів, яка містить кольорову гаму та стилістику серіалу, зображення персонажів та елементів сеттінгу.

Ціль

Сформувати у цільових аудиторій “відкладений попит” на проєкт

Завдання

Інформувати цільові аудиторії про старт проєкту та залучити їх до взаємодії з проєктом

Результат 1

Пряма цільова аудиторія поінформована про існування проєкту, його плани, перспективи та сильні сторони

Результат 2

Існуюча аудиторія проєкту Чарівний світ UA збільшилася за рахунок притоку представників широкої цільової аудиторії та зацікавлених сторін

Індикатори досягнення результатів

- 1) Не менше 10 публікацій в ЗМІ та соціальних медіа, в тому числі тематичних (профільних);
- 2) На сайті проєкту створено окремий розділ та розміщено не менше 10 інформаційних матеріалів про проєкт
- 3) На сторінці "Чарівний світ UA" у Facebook опубліковано не менше 20 постів про проєкт, хід роботи.
- 4) Зростання кількості підписників сторінки Чарівний світ UA у Facebook не менше ніж на 20%;

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проєкту

Враховуючи, що продуктом проєкту є презентаційний пакет анімаційного серіалу, ми визначаємо чотири категорії прямої цільової аудиторії:

- 1) Кіно- та телепродюсери, учасники експертного середовища української кіноіндустрії - особи які мають вплив або приймають рішення щодо фінансування кінопроєктів. До цієї категорії належать представники медіагруп (1+1 Media, StarLightMedia, Медіа Група Україна), студій (95 Animation Studio, Film.ua Group), незалежних продюсери, представники профільних асоціацій, члени Ради з державної підтримки кінематографії та експерти Держкіно. Орієнтовний розмір цієї категорії - 200-400 осіб.

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



2) Представники бізнесу та приватних організацій. Зокрема директори, маркетинг та PR-директори великих та середніх компаній. Ми розглядаємо цю категорію цільової аудиторії, як можливих інвесторів, спонсорів та партнерів проекту. Кейс анімаційного фільму "Мавка" показує, що ліцензування персонажів та прояви в ритейлі та маркетингу брендів можливі ще до виходу фільму на екрани. Тому ми плануємо піти за схожою схемою і таким чином залучити фінансування для створення анімації. Орієнтовний розмір цієї категорії - 300-500 осіб.

3) Приватні інвестори - широка аудиторія, спільнокошт. Наша команда вже має успішний досвід проведення краудфіндингової кампанії для створення настільної гри (на платформі "Велика Ідея") і сформовану цільову аудиторію в соціальних мережах, тож у якості одного з джерел інвестицій ми також розглядаємо широку аудиторію приватних інвесторів. Орієнтовний розмір цієї категорії - понад 10 000 осіб.

4) ЗМІ та блогери - важлива категорія цільової аудиторії, адже від того, наскільки активно буде з'являтися інформація про проект в медіа-просторі буде залежати і залучення фінансування для створення анімаційного серіалу, і його популярність в майбутньому. Ми вже маємо налагоджені контакти з багатьма представниками ЗМІ та блогерами, які позитивно ставляться до ініціативи Чарівний світ UA та підтримують її. Під час реалізації проекту ми плануємо розширити ці контакти та постійно інформувати цю групу ЦА про хід проекту. Орієнтовний розмір цієї категорії - 200-500 осіб.

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

Опосередкована аудиторія проекту на даному етапі - це споживачі культурного продукту, глядачі. Її також можна розподілити на кілька категорій.

1) Широка сімейна аудиторія, сім'ї з дітьми до 12 років. Ядро аудиторії - діти 6-12 років. Ця аудиторія зацікавлена у сучасному, якісному україномовному контенті, зокрема у навчально-розважальному контенті, який допоможе розширити кругозір дитини та у цікавій формі познайомити її з історією, культурою, ентографією України. Ця аудиторія має інтерес до україномовного контенту та української культури, а також має бути якісним та стильним, виконаним на світовому рівні. Загальний обсяг сімейної аудиторії в Україні (батьки дітей віком до 40 років) становить приблизно 10 мільйонів користувачів.

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



мобільних девайсів) складає понад 6 000 000 осіб (ця аудиторія може бути охоплена в рамках комплексної довгострокової комунікаційної кампанії).

2) Сімейна аудиторія з української діаспори англосмовних країн. Українська діаспора - за різними даними складає від 11 до 13 мільйонів. Під час реалізації проекту Чарівний світ UA у 2020 році ми відчули високий інтерес цієї аудиторії до української міфології, навіть потри те, що комунікаційна кампанія були орієнтована лише на територію України. Українська діаспора не лише цікавиться українською культурою і потребує цікавого контенту, але й виступає її амбасадором.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Потреба у якісних анімаційних фільмах та українськомовному контенті для дітей є в цілому актуальною для українського суспільства. Її наявність підтверджується зокрема наявністю програми УКО "Розвиток кінопрсекту" та одним з завдань програми: збільшення кількості якісних українських анімаційних фільмів та фільмів для дітей.

В результаті реалізації проекту у 2020 році, команда Чарівний світ-UA створила комунікаційну платформу та налагодила двосторонній зв'язок з цільовою аудиторією. Ми постійно аналізуємо дані про аудиторію платформи, її інтереси та потреби, використовуючи такі інструменти як аналітичні дані соціальних мереж та веб-сайту і зворотній зв'язок від користувачів (електронне листування, повідомлення та коментарі в соціальних мережах).

Ідея створення анімаційного серіалу виникла саме з комунікації з цільовою аудиторією, яка включає батьків, вчителів, молоді, та широкого кола осіб які цікавляться українською культурою (в соціальних мережах - понад 10 000 учасників). Анімаційний серіал з українськими міфічними героями допоможе, зокрема, задовольнити потребу цільовсі аудиторії у новому цікавому україномовному контенті, що дасть можливість більше дізнатися про українську міфологію.

Що стосується прямої цільової аудиторії, то потреба в створенні анімаційного фільму з всесвітом українських міфічних героїв була нами визначена в ході безпосереднього спілкування з експертами. Записи деяких зустрічей (інтерв'ю) можна переглянути на нашому YouTube-каналі Чарівний світ TV. Також, ми провели попередні переговори про співпрацю зі студією 95 Animation Studio ("Квартал 95"), представники якої зацікавилися ініціативою Чарівний світ UA.

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



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

Чарівний світ - унікальний проект, адже ми створюємо сучасний кіновсесвіт українських міфічних персонажів, які до цього знаходилися лише у колективній свідомості або на сторінках старих книг. Завдяки сучасній анімації та 3D-візуалізації ми зробимо їх доступними для сприйняття широкою дитячою аудиторією.

В ході реалізації проекту ми створюємо доступний для всіх представників цільових груп безкоштовний україномовний контент про нашу нематеріальну культурну спадщину, який можна вільно використовувати на всій території України та за кордоном.

Проект задовольняє потребу у аутентичному навчально-розважальному контенті для дітей та школярів, який допоможе глибше та легше пізнати українську культурну спадщину;

Крім того, проект сприятиме самоідентифікації підрастаючого покоління та задовольнить потребу у нових, рідних, героях (дітям легше дізнатися про Зевса і Тора, ніж про Перуна і Велеса, і ми виправляємо цю ситуацію). Діти отримають стимул для власної творчості в контексті української культури та міфології: анімаційний серіал сприятиме розвитку творчої фантазії, в основі якої буде важлива частина нашої нематеріальної культурної спадщини.

Для прямої цільової аудиторії проекту на етапі пре-продакшну проект задовольняє потребу у нових конкурентоспроможних кінопроектах (зокрема, якісних українських анімаційних фільмах), а також нових талановитих командах, які здатні втілювати та розвивати такі проекти.

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

До зацікавлених сторін належать різні групи, які можуть виступати як користувачами (глядачами) проекту, так і амбасадорами, партнерами, а також особи та інституції, які можуть використовувати натрапляння проекту для створення власних культурних продуктів та ініціатив: 1) Культурні та освітні інституції (вчителі середніх шкіл мають потребу у цифровому контенті з української міфології для використання в своїй діяльності (зокрема у навчальному процесі). Вчителі середніх шкіл вже

**ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.**



стали дуже активними учасниками спільноти і амбасадорами, як популяризуючи і використовуючи напрацювання проєкту Чарівний світ UA, так і втілюючи власні ініціативи з популяризації української міфології.

2) Представники Міністерства культури України, Міністерства освіти України, Інституту книги, Українського інституту. Чарівний світ UA, як проєкт, що включає візуалізацію та діджиталізацію важливих частини культурної спадщини, є важливою складовою збереження та розвитку української культури. А отже співробітники Міністерства культури України, як головного виконавчого органу у сфері культури, є важливою групою цільової аудиторії. Міністерство освіти, як головний виконавчий орган у сфері освіти, також є важливою групою цільової аудиторії. Команда проєкту Чарівний світ UA вже звернулася до Міністерства, ініціювала обговорення важливості збільшення обсягів вивчення міфології та включення її у навчальний процес і отримала повну підтримку та розуміння проблеми у представників Міністерства.

3) Розробники комп'ютерних ігор. Міфічні персонажі та легенди часто використовуються в сюжетах комп'ютерних ігор, серед яких і одні з найпопулярніших у світі: “Heroes of Might and Magic”, “Warcraft”, “Diablo”. Враховуючи, що конкуренція за увагу користувача у цьому сегменті висока, розробники завжди у пошуках нових ідей та підходів. В Україні понад 70 компаній працюють у сфері геймдеву (розробки ігор), найбільші серед них Parium, Ubisoft и Wargaming.

4) Виробники сувенірної продукції. У країнах з багатою міфологією, фігурки та іграшки міфічних персонажів є чи не головним елементом всіх сувенірних крамниць - тролі в Норвегії, леприкони в Ірландії, Ганеш та багато інших в Індії тощо. В Україні візуалізація міфічних персонажів відсутня, а для окремого виробника - це занадто дорога і нерентабельна задача. Тож для громадян та виробників сувенірної продукції наш проєкт може стати потужним інструментом для створення цікавих українських сувенірів та розвитку бізнесу.

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

Для поширення інформації про проєкт ми з першу чергу будемо комунікувати повідомлення про сам факт появи анімаційного серіалу з усього світу героїв української міфології. Крім того, ми будемо комунікувати повідомлення про те, що для цільової глядацької аудиторії цей серіал може стати гідною заміною іноземним продуктам. Тобто, що замість “Фіксиків”, “Смурфиків” та “Маші і ведмеда”, українські діти зможуть дивитися анімаційний серіал з аутентичними героями. Також ми будемо комунікувати про те, що створений у серіалі весь світ міфічних героїв матиме потенціал для розвитку та виходу на іноземні ринки, оскільки є нозим та інструментом для нас, ми також

**ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.**



комунікуватимемо меседж про такий потенціал. а) Зустрічайте героїв української міфології в анімаційному серіалі "Чарівний світ". б) Відкрий для себе Чарівний світ української міфології! в) Шукаєте анімаційний серіал для своєї дитини? Покажіть їй "Чарівний світ"! г) Третій український анімаційний серіал з рідними героями! д) Герої української міфології створять конкуренцію для Marvel та DC! Основними спікерами проекту виступлять автори проекту: письменник і продюсер Миксга Пузько (ака Нік Лисицький) та народний артист України, відомий поет, драматург та режисер Петро Мага. Також, до комунікації проекту буде залучено лідерів думок та відомих акторів. Серед них: Михайло Войчук, Тетяна Злосва, Ольга Радчук, Євген Клопотенко, Любомир Левицький, Руслана Лижичкс, Павло Зібров.

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

Методи та канали комунікації включатимуть як такі, що дозволяють досягти охоплення цільових аудиторій, інформувати про проект та сформувати "відкладений попит" вже на етапі пре-продакшну:

Канали комунікації:

- 1) офіційний промо-сайт проекту (детальна інформація про проект, хід роботи, персонажів, плани);
- 2) Сторінки проекту в соціальних мережах: Facebook, Instagram, YouTube (сумарно - понад 10 000 підписників);
- 3) Онлайн-ЗМІ, блоги, телеканали та радіо.

Методи комунікації:

- 1) Публікації в соціальних мережах - постійна комунікація з аудиторією (SMM);
- 2) Публікації лідерів думок та амбасадорів проекту у соціальних мережах;
- 3) Публікації в ЗМІ - новини, інтерв'ю.

Комунікаційна кампанія, орієнтована на цільову аудиторію проекту, зокрема включатиме:

- 1) інформаційні публікації що висвітлюватимуть інформацію про проект, хід роботи над проектом, плани команди;
- 2) Зустрічі з лідерами думок, представниками цільової аудиторії, інституціями та організаціями;

Які засоби масової інформації будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту (вказіть назви засобів масової інформації та кількість)

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



публікацій/матеріалів, які заплановані)?

В результаті комунікації зі ЗМІ ми плануємо отримати не менше 10 публікацій в ЗМІ та блогах, у яких буде висвітлено ідею та хід реалізації проекту.

Зокрема до висвітлення планується залучити такі ЗМІ:

ukrinfcrm.ua,

platfor.ma,

hromadske.ua,

UA:Культура,

Твоя Підпільна Гуманітарка,

“Загін Кіноманів”,

relax.com.ua,

Na Chasi та інші

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

В результаті реалізації комунікаційного плану планується забезпечити високий рівень знання про проект серед існуючої аудиторії Чарівний світ UA та поінформувати представників цільової аудиторії через ЗМІ.

Зокрема планується досягти таких кількісних показників:

- 1) Не менше 10 публікацій в ЗМІ та соціальних медіа, в тому числі тематичних (профільних);
- 2) На сайті проекту створено окремий розділ та розміщено не менше 10 інформаційних матеріалів про проект
- 3) На сторінці "Чарівний світ UA" у Facebook опубліковано не менше 20 постів про проект, хід роботи.
- 4) Зростання кількості підписників сторінки Чарівний світ UA у Facebook не менше ніж на 20%;

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

Підтвердженням досягнення мети проекту буде отримання фінансування на створення анімаційного серіалу “Чарівний світ” та його подальша дистрибуція.

В нашій стратегії ми орієнтуємося на диверсифіковані джерела інвестицій: підтримка Держкінс, партнерство з однією з медіа груп та приватні кошти і плануємо здійснити виробництво першого сезону серіалу в бюджету після закінчення періоду пре-продакшну.

**ДИРЕКТОР
ВУЗЬКО М.М.**



В подальшому, ми глануємо, що у перспективі кількох років "Чарівний світ" вийде в ТОП-3 популярних анімаційних серіалів серед дитячої аудиторії в Україні та буде продовжений на наступні сезони. Крім того, ми розраховуємо, що серіал приверне увагу до міфології, як значної частини культурної спадщини і дасть поштовх використанню міфічних персонажів в різних секторах культури та мистецтва.

Ми хочемо щоб в Україні Тур і Чугайстер були популярнішими за Людину Павука, Халка та Дедпула, замість Кена та Барбі малеча гралася з Ладом та Ладною, а туристи везли з собою сувенірні статуетки Купала та Корса (як везуть тролів з Норвегії та леприконів з Ірландії).

В довгостроковому періоді результатом проекту буде сприяння самоідентифікації молоді, як української нації, на всій території України. Адже нам є чим пишатися - зокрема і найдревнішою міфологією, персонажі якої багатогранніші, ніж герої Марвел чи "Три престолів". Їх сучасне втілення (як візуальне, так і ідейне), сприятиме тому, що дитяча аудиторія зможе ідентифікувати себе з ними (а, не з умовною Людиною Пазуксм). А оскільки міфічні герої є архетипами, і ця їх особливість буде збережена при реалізації проекту, вони будуть зберігатися в підсвідомості дитячої аудиторії, яка згодом передаватиме їх наступним поколінням.

Ще одним довгостроковим результатом буде залучення іноземних партнерів та вихід на ринки інших країн.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проекту

Соціальна цінність результатів проекту полягає у кількох важливих аспектах для суспільства:

- 1) Збереження української міфології для майбутніх поколінь, включення українських міфічних персонажів, символіки та сюжетів в національний та міжнародний культурний контекст.
- 2) Сприяння ідеологічному об'єднанню суспільства, нагадування про спільне древнє коріння для дорослих та створення для дітей єдиної парадигми світосприйняття через призму співпереживання та наслідування спільних для різних куточків держави міфічних героїв.
- 3) Підтримка української мови, шляхом створення сучасного українськомовного аудіовізуального контенту.
- 4) Донесення до дитячої та підліткової аудиторії важливих суспільних цінностей у ненав'язливій формі, формування і наслідування позитивних поведінкових паттернів через архетипи та казкові образи (наприклад

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



міфічні персонажі, які пов'язані з природою, виконують функції охоронців своїх сфер і оберігають природу, а ті, що живуть горуч з людьми - приходять на допомогу у скрутних ситуаціях; таким чином ми транслюємо важливість піклування про екологію та допомоги ближнім, які опинилися у скрутному становищі через зовнішні обставини).

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

В рамках комунікаційної кампанії проекту буде здійснюватися постійне представлення ходу проекту та результатів напрацювань для широкій аудиторії через веб-сайт проекту та сторінки в соціальних мережах. Також заплановано висвітлення проекту в ЗМІ, що забезпечить глибоке представлення результатів проекту. Представники прямої цільової аудиторії також отримають презентаційний пакет серіалу з ході безпосередньої комунікації.

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)?

Чарівний Світ.Ua - довгострокова ініціатива, місія-с яксі є збереження та популяризація української міфології. Ми бачимо своє стратегічне завдання в тому, щоб створити включити українську міфологію в сучасний культурний контекст та популяризувати її, як в Україні так і у всьому світі. Команда розробила "Стратегію 2030", що передбачає поступову реалізацію проектів, спрямованих на досягнення цього завдання.

Створення анімаційного серіалу є одним з проектів ініціативи. Його створення та дистрибуція заплановані на засадах диверсифікованих джерел фінансування. Одним з важливих елементів стратегії визначено спільні проекти та партнерства (на основі всесвіту персонажів Чарівного світу), що має сприяти самоокупності проекту.

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

Основна мета ініціативи Чарівний світ.UA - популяризація української міфології, зокрема серед молодого покоління, збереження цього важливого пласту культурної спадщини та включення у сучасний культурний контекст. В рамках досягнення цієї мети, наша організація докладає максимальних зусиль для широкого розголосу про проект, його результати та досягнення і

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



тісно співпрацює, як з Українським культурним фондом так і з іншими організаціями. Крім того, ми відкриті до того, щоб ділитися досвідом з учасниками культурних інституцій щодо реалізації технічної складової проекту та надавати консультації і рекомендації організаціям, які до нас звертаються.

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Пузько Микола Миколайович

Роль у проекті

Продюсер (автор та керівник проекту), сценарист

Перелік основних обов'язків

Загальне керівництво проектом. Створення сценаріїв, координація створення презентаційного пакету, створення стратегії просування та координація комунікації по проекту. Моніторинг реалізації проекту.

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)

Пузько Микола Миколайович (творчий псевдонім - Нік Лисицький) письменник, сценарист, digital-продюсер, спеціаліст з комунікацій.

Має понад 15 років досвід в галузі маркетингу та діджитал-комунікацій. Автор двох художніх книжок.

Кар'єру розпочав у якості спеціаліста з комунікацій та копірайтера кінопрокатних компаній (B&H, Kinomania, JRC Film). Згодом реалізував великі, в тому числі міжнародні проекти у якості digital-продюсера. Сьогодні - власник та директор агенції «Контент-маркетинг», глоба ГО "Чарівний Світ Юа".

У 2020, за підтримки УКФ, реалізував перший етап проекту збереження та популяризації української міфології "Чарівний світ ЦА"

Компетенції: копірайтинг, художня проза та сценарії, маркетинг, візуальні стратегії та кампанії, корпоративні комунікації, менеджмент в сфері творчих та ІТ

ДИРЕКТОР
ПУЗЬКО М.М.



команд, створення діджитал-контенту, запуск нових проєктів, запуск нового бізнесу, позиціонування продукту та брендинг, зв'язки із громадськістю та ЗМІ

Освіта: Національний технічний університет України «КПІ». Магістр з менеджменту та маркетингу

Досвід роботи за останні 10 років: ТОВ «Контент-Маркетинг». 2014 - до сьогодні. contentmarketing.com.ua CEO Стратегічне та операційне управління. Рекламні кампанії в Інтернет та розробка веб-сайтів та IT-проєктів. Клієнти: Bakcell (Азербайджан), Dr.Reddy's (Україна), HTC (Україна), Kiyavia (Україна), Miorre (Україна), Pessico (Україна), Watsons (Україна), Wigwam Telecom (Україна). Euromedia Company 2010 - 2014 Директор з діджитал-маркетингу <http://euromediacompany.com/en/> Керував міжнародними діджитал-кампаніями для Tour se Azerbaijan (2013), Baku 2020 Olympic bid (2012), Azerbaijan Travel promotion (2012), інтерактивним проєктом Огошоу для EURO 2012 (2012), промо-кампаніями в Інтернет для команд Євробачення від Азербайджану (з тому числі для команди, що перемогла на Євробаченні у 2011 році).

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

Штатний працівник

ПІБ члена команди

Мага Петро Петрович

Роль у проєкті

Співавтор проєкту, сценарист, креативний продюсер,

Перелік основних обов'язків

Керівник сценарної групи, головний сценарист, здійснює безпосередню участь у створенні "Біблії персонажів" та сценаріїв, участь у створенні презентаційного пакету, виступає основним спікером проєкту.

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

50%

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка не менше 500 знаків)

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



Народний артист України. Український поет-пісняр, актор, телеведучий, сценарист, режисер масових заходів, художній керівник театру "Особистості", продюсер.

Професор, викладач Факультету кіно і телебачення КНУКіМ

Освіта: КНУТКіТ ім. Карпенка-Карого за спеціальністю актор театру та кіно. З 1999 року — постійний режисер Театру гісні Павла Зіброва. Актор, сценарист і режисер багатьох концертних вистав у Національному палаці «Україна».

Є автором багатьох п'єс, в тому числі дитячих:

"Задумаєць за чорогом" — театральне товариство Бенюк-Хостікоєв.
"Лускунчик і чарівний кракатук" — театр "Особистості"; "Русалонька" — театр Спорту, "Новорічний детектив або крижана пісня Снігової Королеви" — театр "Особистості", "Жив собі Пес" — мюзикл для театру Опери та Балету, "Як ми врятуємо світ?!" — театр "Особистості", "Гном Джем і півкілограма цукру" — театр "Особистості".

Петро написав українські тексти до пісень з вистави "Пригоди Буратіно", наклавши їх на класичну музику

Також видав дві книги: збірку віршів разом з псеємю "Три подиви" та дитячу книжечку "Жив собі пес" (видавництво Самміт-Книга)

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

ЦПХ

ПІБ члена команди

Кучеренко Олесь Олександрович

Роль у проекті

Режисер проекту

Перелік основних обов'язків

Участь в створенні сторіборду, створення режисерського бачення та координація створення тизеру серіалу

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

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



50%

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

Учасник команди Чарівний світ UA у 2020 році. Успішний рекламник, стратег та креативний директор. Режисер рекламних відео.

Співзасновник та креативний директор студії "Бамбук". Куратор курсів у Projector - "Комерційна ілюстрація" та "Графічний дизайн. Айдентика"
Освіта НУ Львівська політехніка Кафедра АСУ - "Видавнича справа"
Пройшов серію тренінгів з маркетингу та реклами з KMBS та LvBS Досвід роботи з 2001 по 2013 працював в Концерн "Галнафтогаз"(мережа АЗК ОККО) керівником відділу реклами у департаменті маркетингу.
Організовував запуск та вивід на ринок таких брендів як Pulls, Fishka, Hot Safe та інші. Проводив візуальний ребрендинг мережі АЗК ОККО
Нагороди В рамках студійної роботи студії "Бамбук" команда отримала наступні нагороди ADC*UA AWARDS - національний конкурс клубу арт директорів Gold - Illustration Silver - Website Bronze - Branding КМОР - Київський міжнародний фестиваль реклами Bronze - Illustration & Photography Bronze - Digital design AD BLACK SEA - міжнародний фестиваль реклами (Грузія) Bronze - Illustration & Photography Bronze - Digital design

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

ФОП

ПІБ члена команди

Нестеренко Олександр Валерійович

Роль у проекті

Арт-директор, художник-постановник

Перелік основних обов'язків

Розробка візуального стилю серіалу та скетчів персонажів, створення сторіборду, участь в розробці презентаційного пакету, участь в створенні тизера серіалу

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

70%

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



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

Учасник команди Чарівний світ UA у 2020 році. Талановитий старший арт-директор та ілюстратор. Призер рекламних конкурсів та фестивалів. Співзасновник та арт-директор студії "Бамбук".

Куратор курсів у Projector - "Комерційна ілюстрація" та "Графічний дизайн. Айдентика". Освіта 1994 – 1998 Львівський коледж декоративного та ужиткового мистецтва ім. Івана Труша, відділ - графічний дизайн, спеціальність - «графічний дизайнер». 1998 - 2004 Львівська Національна Академія Мистецтв, відділ графічного дизайну, відділ - графічний дизайн, диплом старшого спеціаліста, спеціальність - «графічний дизайнер». 2004-2005 Львівська Національна Академія Мистецтв, відділ графічного дизайну, магістратура, захист диплому, спеціальність - «графічний дизайнер». Додаткові навчання 2008 – Тренінг «Портфель керівника», Львівська Бізнес Школа. 2015 – CGTarian онлайн курс «ілюстрація та дизайн персонажу» 2017 – www.guroes.com Роман Гуро онлайн курс «Концепт-арт» Нагороди В рамках студійної роботи команда отримала наступні нагороди: ADC*UA AWARDS - національний конкурс клубу арт директорів Gold - Illustration Silver - Website Bronze - Branding KMFP - Київський міжнародний фестиваль реклами Bronze - Illustration & Photography Bronze - Digital design AD BLACK SEA - міжнародний фестиваль реклами (Грузія) Bronze - Illustration & Photography Bronze - Digital design

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

ФОП

ПІБ члена команди

Романенко Світлана Анатоліївна

Роль у проекті

Сценарист, копірайтер проекту

Перелік основних обов'язків

Здійснює участь в написанні сценаріїв (учасник сценарист групи), а також копірайтинг для презентаційних та кому-каційних матеріалів проекту.

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за

**ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.**



основним місцем роботи або у інших проектах)

80%

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

Дитяча письменниця та поетеса, фаховий філслог, копірайтер. Творчі досягнення (творчий псевдонім Світлана Дідух-Романенко): Гереможниця конкурсу патріотичної поезії, присвяченого пам'яті Василя Симоненка (1999 р.), міжвузівського конкурсу «Київ очима молодих» (2003р.). Міжнародного літературного конкурсу «Гранослов» (2004 р.), маю три бронзові, срібну та золоту статуетки Міжнародного конкурсу «Коронація слова» (2012, 2013, 2015, 2017 рр.). Лауреат Премії ім.Гавла Чубинського (2012 р.). «Молода людина року-2013» у м.Бористіль. З 2014 року — член Національної спілки письменників України. «Поет року- 2015» за версією журналу «Дніпро». У 2018 році отримала Відзнаку бористільського міського голови. 2019 р. – переможець рейтингу Простору української дитячої книги «БараБука» у номінації «Перша книжка малюка» (за книжку «Раз, два, спи»). Має чотири поетичні збірки та три книжки для дітей («Міняймося хвостами» та «Впізнай мене», вид-во «Маміно», 2018 р.; «Раз, два, спи», вид-во «Моя книжкова полиця», 2019 р.). Постійна авторка дитячого журналу «Пізнайко», авторка оповідань серій «Теплі історії про...» (вид-во «Брайт Букс») та «Дорожні історії» (вид-во «КМ-Букс»), та ін. Копірайтер та перекладач у PR-агенції SPN Communications (бренди Kyivstar, Goodyear, Procter & Gamble Ukraine, СанітБев Україна, Amadeus, PepsiCo, Elecrolux, LG, Huawei, Lexus, Canon, Watsors, Nestle та ін.); співпраця з PR-агенціями Engine та NSG; написання статей для сайту Lapset.

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

ФОП

ПІБ члена команди

Демедюк Марина Валентинівна

Роль у проекті

Консультант з етнографії

Перелік основних обов'язків

Надання матеріалів, рекомендацій та консультацій з української міфології та фольклору, збір даних з етнографії в рамках

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



ресерчу проекту.

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)

Кандидатка філологічних наук, співробітниця відділу фольклористики Інституту народознавства НАН України

Основні публікації:

Демедюк М. Національна специфіка традиційної формульності українських народних казок / Марина Демедюк // Мандрівець : всеукраїнський науковий журнал. Тернопіль, 2010. № 2 (86). Зсшиг 1-2. С. 58-64.

Демедюк М. Національне в українських народних казках: до постановки питання / Марина Демедюк // Література. Фольклор. Проблеми поетики : [зб. наук. пр. / редкол. : Семенюк Г. Ф., Снитко С. С., Івановська О. П. та ін.]. К., 2010. Вип. 34. С. 218-225.

Демедюк М. Національна специфіка жіночих персонажів українських народних казок // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Мовознавство, літературознавство. Харків, 2010. № 910. Ч. 2. С. 347-353.

Демедюк М. Образ жінки у казковій прозі Західної України кінця XIX – початку XX століття (за матеріалами «Галицьких народних казок» в упорядкуванні Івана Франка) // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. Львів, 2011. Вип. 55. С. 130-135.

Демедюк М. Етнопсихологічні константи українців у казковому наративі // Література. Фольклор. Проблеми поетики : [зб. наук. пр. / редкол. : Семенюк Г. Ф., Снитко С. С., Івановська О. П. та ін.]. К., 2012. Вип. 36. С. 92 – 99.

Демедюк М. Національна своєрідність міфологічних персонажів в українських чарівних казках / Марина Демедюк // Народознавчі зошити. Львів, 2014. № 4. С. 765 – 770.

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



Демедюк М. Етнічні гетеростереотипи українців у «Галицьких народних нсвелях» в упорядкуванні І. Франка / Марина Демедюк // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. 2015. Вип. 52. С. 293–297

Демедюк М. Етнокультурна специфіка тваринних образів в українських народних казках / Марина Демедюк // Народознавч зошити. Львів, 2015. № 3. – С. 655 – 559.

Демедюк М. Етноетикетні конструкції в структурі українськї народної казки / Марина Демедюк // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасна українська нація: мова, історія, культура» / Львівський національний медичний університет ім. Данила Галицького, кафедра українознавства. – Львів., 2016. С. 395–397

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

ЦПХ

ПІБ члена команди

Куровська Ганна Володимирівна

Роль у проєкті

Бухгалтер

Перелік основних обов'язків

Ведення бухгалтерської звітності та обліку, розрахунки з контрагентами.

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

30%

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

Загальний стаж роботи бухгалтером - більше 11 років. У 2009 році здобула вищу освіту за спеціальністю "Облік та аудит" у Кримському інженерно-педагогічному університеті. Працювала бухгалтером на підприємствах Автономної Республіки Крим до окупації (остання посада там - Заступник Головного бухгалтера ПАТ "Сімферопольський консервний завод". Після окупації Криму Російською федерацією переїхала до Києва, де почала надавати консалтингові послуги у сфері фінансів, оподаткування та бухгалтерського обліку. Послуги з :-

**ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.**



Ведення ТОВ та ФОП на загальній та спрощеній системах оподаткування, нарахування заробітної плати, подача всіх необхідних звітів в податкові органи і статистику, - Оформлення всієї первинної документації. - Ведення кадрів і заробітної плати, виплати по ЦПХ, складання звітів по ЄСВ, 1-ДФ. - Касові операції, авансові звіти, скисання ТМЦ, акдиз. - Управлінський облік, бюджетування, участь в підготовці тендерної документації. - Складання виробничих звітів по виробництву продукції. Консультує підприємців із таких сфер діяльності: - Туризм - Реклама та маркетинг - Виробництво, - Будівництво, - Торгівля, - Гослуги (консалтинг, салон краси, тощо).

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

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

Команда передбачає такі можливі ризики в ході реалізації проекту:

- 1) Ризик не встигнути втілити проект у рамках планових строків реалізації. Команда проекту має успішний досвід реалізації багатьох комплексних проектів, зокрема і грантового проекту за підтримки УКФ у 2020 році. Тому ми вміємо забезпечувати чітку організацію процесу, а також на практиці відпрацювали всі етапи реалізації грантового проекту (включно з наданням звітності). Ще до початку втілення проекту ми створюємо графік роботи кожного учасника із чітким зазначенням обсягів і термінів роботи. За виконанням цього графіку постійно слідкує керівник проекту.
- 2) Ризик фактологічних помилок та невідповідності даним етнографічних джерел. Команда проекту вже має досвід реалізації проекту з української міфології (мобільний додаток для дітей), а також випрацювану модель пошуку та верифікації етнографічних даних. Нами укладено Меморандум про співпрацю з Інститутом етнографії НАН України і для реалізації проекту ми будемо залучати експерта-етнографа - співробітника інституту. Тож ймовірність даного ризику низька.
- 3) Ризик хибних творчих або технічних рішень під час планування проекту, які будуть виявлені під час роботи над проектом, що вимагатиме необхідності його переробки. Планування є дуже важливим етапом проекту. Тому керівник команди приділяє плануванню максимум уваги та здійснює

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



управління проектом за методологією SCRUM, яка допомагає розділити великий проект та малі, чітко вимірювані етапи, та здійснювати швидкий моніторинг і (за потреби) зміни. Планування та робота над проектом будуть здійснюватися таким чином, що всі рішення будуть перевіритися заздалегідь, що мінімізує ризики виявити помилки на пізніх стадіях.

4) Ризик відсутності у учасників проекту мотивації до його реалізації. Для творчих проектів відсутність мотивації та натхнення - важливий фактор ризику, адже від результатів роботи творчих одиниць (сценаристів, ілюстраторів, аніматорів) залежатиме якість проекту. Цей ризик є мінімальним, оскільки в команді проекту - перевірені на першому етапі проекту висококласні спеціалісти з високим рівнем внутрішньої мотивації, самоорганізації та зацікавленості в результатах. Ми плануємо підтримувати високий командний дух та мотивувати учасників проекту протягом всього періоду його реалізації, забезпечивши сприятливі умови роботи, активну комунікацію та самореалізацію.

5) Ризик затримки проекту через затримку роботи з боку підрядників. Недотримання термінів підрядниками. Для усунення цього ризику буде проведено попередні переговори та заключено договори із чітким зазначенням кінцевого терміну виконання робіт. В усіх договорах будуть закладені жорсткі умови щодо надання послуг, а там де це неможливо у разі настання ризику будемо шукати альтернативні шляхи для досягнення індикаторів проекту, заявлених показників та виконання намічених завдань.

6) Ризик втрати частини результатів проекту внаслідок форс-мажору або інших обставин. Для уникнення ризику повної або часткової втрати результатів проекту, ми зберігаємо дані в "хмарному середовищі" (на серверах, які знаходяться в великих міжнародних дата-центрах);

7) Ризик перевищення вартості розробки проекту від заявленої. Перевищення заявленої вартості розробки - важливий фактор ризику, проте заявник усвідомлює свою повну відповідальність за досягнення результатів проекту, тому будуть вживатися відповідні організаційні та моніторингові заходи для недопущення настання такого ризику.

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

Команда проекту виділяє наступні зовнішні ризики, як можуть виникнути, та шляхи їх мінімізації:

ДИРЕКТОР
ДУЗЬКО М.М.



1) Ситуація в країні щодо поширення COVID-19

Під час реалізації проекту будуть дотримані всі необхідні заходи безпеки для мінімізації впливу COVID-19. Більшість заходів з розробки та створення презентаційного пакету будуть відбуватися в режимі онлайн, а ті, які потребують безпосереднього контакту учасників - з використанням захисних засобів та дотриманням норм фізичного дистанціювання. При плануванні реалізації проекту враховано ризики COVID-19, робочий план побудований з урахуванням цих ризиків. Проект не передбачає масових заходів та залучення багаточисельної аудиторії, тож у разі продовження карантину чи заборони проведення заходів ризик для його реалізації мінімальний - проект буде реалізований в повній мірі та з досягненням усіх запланованих показників.

2) Політичний, військовий стан в державі

Стан в державі має дуже важливе значення для суспільства, його діяльності та його готовності сприймати культурну інформацію. Ми не можемо забувати про факт, що Україна досі знаходиться в стані збройного конфлікту, тому розглядаємо цей ризик, як один з важливих зовнішніх факторів. Втім, на даний момент ситуацію можна оцінювати як стабільну.

3) Соціально-економічні ризики - різке погіршення економічної ситуації в державі, різке знецінення національної валюти

Погіршення економічної ситуації в державі, зокрема різке знецінення національної валюти може вплинути на кошторис проекту (вартість паперу, послуг). Для мінімізації таких ризиків в усіх договорах будуть закладені жорсткі умови щодо надання послуг, а там де це неможливо у разі настання ризику будемо шукати альтернативні шляхи для досягнення індикаторів проекту, заявлених показників та виконання намічених завдань.

4) Протидія або несприяття реалізації проекту з боку сторонніх осіб та інституцій

Враховуючи культурну та суспільну цінність проекту, ми розраховуємо та позитивно сприйняття та підтримку проекту. Проте у разі настання ризику будемо шукати альтернативні способи для реалізації намічених цілей. Якісна реалізація проекту в цілому, не залежить від сприяння чи несприяння сторонніх осіб чи інституцій.

5) Порушення авторських прав сторонніх осіб або

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



Для мінімізації ризиків порушення авторських прав сторонніх осіб або інституцій, до роботи з проектом буде залучено фахового юриста в сфері інтелектуальної власності, завданням якого буде перевірка всіх можливих елементів проекту на предмет порушення прав третіх осіб, а також розробка юридичної документації по проекту для захисту авторських прав.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Моніторинг своєчасної реалізації проекту здійснюється керівником проекту відповідно до часових та якісних показників виконання завдань проекту, чітко розписаних у графіку робіт, який складається у перші дні реалізації проекту. Для комунікації будуть залучені інструменти планування та месенджери.

Управління проектом здійснюватиметься за методологією SCRUM. SCRUM - допомагає розділити великий проект на малі, чітко вимірювані етапи (спринти), та здійснювати швидкий моніторинг і (за потреби) зміни.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

4

Кількість жінок у команді проекту

3

Кількість людей віком від 17 до 34

1

Кількість людей віком від 35 до 50

6

Кількість людей віком від 51 до 60

0

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком старше 71

0

**ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.**



Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту

0

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

0

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

1

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

1

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

1

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

так

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

Так

Декларація доброчесності

Я, шляхом підписання проектної заявки, відповідно до Закону України «Про захист персональних даних» від 1 червня 2010 р. № 2357-У, надаю згоду

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



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

Я підтверджую, що поданий проєкт не містить продуктів, що були вже створені, в тому числі доопрацьовані, вдосконалені, перероблені, брали участь у конкурсах УКФ, пітчінгах (творчих конкурсах) державних та приватних інституцій, міжнародних та приватних донорів, телеканалів (на етапі подання проектної заявки та реалізації проекту). У разі виявлення порушень цієї умови, зобов'язуюся припинити участь на будь-якому етапі конкурсного відбору чи реалізації проекту та зобов'язується повернути всю суму отриманих грантових коштів відповідно до підписаного Договору про надання гранту. Я гарантую, що створені продукти в процесі реалізації проекту не містять закликів до насильства, жорстокості, шовінізму і неофашизму, закликів, спрямованих на ліквідацію незалежності України, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі та ворожнечі.

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М.М.



нації, неповаги до національних і релігійних святинь, а також пропаганди наркоманії, токсикоманії, алкоголізму та інших шкідливих звичок; не містять матеріалів порнографічного характеру. Вся діяльність в рамках проекту та його результати узгоджуються із Законом України «Про кінематографію».

Так

ДИРЕКТОР
ЛУЗЬКО М. М.



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

Підпис

Дата заповнення

Гулько М.М.

[Підпис]

Грантоотримувач:

Директор



Гулько М.М.

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток № 4
до Договору про надання гранту № УНІМ-2021
від "14" Вороніж 2021 року

Назва конкурсного проєкту: "Культурні проєкти"
Назва Заявника: ТОВ "Контакт-маркетинг"
Назва проєкту: Алімаційний серіал "Чарівний світ"
Дата початку проєкту: вересень 2021
Дата завершення проєкту: 15.11.2021

| Організація-донор | Фінансування проєкту, в % | Фінансування проєкту, Сума в грн. |
|---|---------------------------|-----------------------------------|
| РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ | | |
| 1. Український культурний фонд | 97,01% | 486 000,96 |
| 2. Співфінансування: | | |
| 2.1. Кошти організацій-партнерів (повна назва організації) | 2,99% | 15000,00 |
| 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) | 2,99% | 0,00 |
| 2.5. Власні кошти організації-заявника | 2,99% | 15000,00 |
| 3. Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проєкту) | 0,00% | 0,00 |
| Всього по розділу I "Надходження": | 100,00% | 501 000,96 |

* За наявності співфінансування Грант отримано в повній сумі, на які статті витрат іде співфінансування.



Директор
(підпис)

Трубаєва Д.В.
(підпис)

| | | | | | | | | | | |
|---|-------|---------------------------------------|----|------|----------|----------|------|------|----------|---|
| Пункт: | 6.1.1 | Папір офісний А4, 80 г/м ² | шт | 5 00 | 99 00 | 495 00 | 0 00 | 0 00 | 495 00 | Папір офісний "гібрид" вагетаростом по мрізі необхідності. Використовується для розподілу проекту. З дисків, роздрукованих у вигляді паперу, використано 10 упаковок паперу. Дані про проект передає за порівняно менш обсягом, тому планується використання 5 упаковок паперу. |
| Пункт: | 6.1.2 | Папір офісний А4, 80 г/м ² | шт | 1 00 | 700 00 | 700 00 | 0 00 | 0 00 | 700 00 | Печатні матеріали для складання матеріалів проекту. Для друку потрібні роботи виконувати папір Рішалою драмату. |
| Пункт: | 6.1.3 | Наклеювання | шт | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Стаття: | 6.2 | Інші матеріали/услуги | | 1,00 | | 2 299,00 | 0,00 | | 2 299,00 | |
| Пункт: | 6.2.1 | Жорстка диск Transcend 2ТБ | шт | 1 00 | 2 299 00 | 2 299 00 | 0 00 | 0 00 | 2 299 00 | Жорсткий диск вагетаростом по мрізі необхідності як рішення для мінімального паперу. За укладі деп деп А4 м |
| Пункт: | 6.2.2 | Наклеювання | шт | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | Матеріали для вагетаростом по мрізі необхідності як рішення для мінімального паперу. За укладі деп деп А4 м |
| Пункт: | 6.2.3 | Наклеювання | шт | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | Матеріали для вагетаростом по мрізі необхідності як рішення для мінімального паперу. За укладі деп деп А4 м |
| Стаття: | 6.3 | Інші матеріали/услуги | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 6.3.1 | Наклеювання | шт | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 6.3.2 | Наклеювання | шт | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 6.3.3 | Наклеювання | шт | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Всього по статті 6 "Матеріальні витрати": | | | | 7 00 | | 1 084 00 | 0 00 | | 3 004 00 | |

| | | | | | | | | | | |
|--|------|---|----|--|------|------|------|------|------|--|
| Стаття: | 7 | Рекламні послуги | | | | | | | | |
| Пункт: | 7.1 | Дизайн/шаблон макета | шт | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 7.2 | Навесення поштової | шт | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 7.3 | Друк буклетів | шт | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 7.4 | Друк буклетів | шт | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 7.5 | Друк листівок | шт | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 7.6 | Друк плакатів | шт | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 7.7 | Друк банерів | шт | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 7.8 | Друк інших рекламних матеріалів | шт | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 7.9 | Послуги копірайтера | шт | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 7.10 | Інші рекламні послуги | шт | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 7.11 | Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами (СОВ) | шт | | 0 22 | 0 00 | 0 00 | 0 22 | 0 00 | |
| Всього по статті 7 "Рекламні послуги": | | | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |

| | | | | | | | | | | |
|---|-----|--|-----------|------|----------|-----------|------|------|-----------|--|
| Стаття: | 8 | Видаткові послуги | | | | | | | | |
| Пункт: | 8.1 | Послуги користувача | сторінка | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 8.2 | Послуги верстки | сторінка | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 8.3 | Друк книг | екземпляр | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 8.4 | Друк журналів | екземпляр | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 8.5 | Інші витрати (казати назву послуги) | екземпляр | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 8.6 | Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами (СОВ) | | | 0 22 | 0 00 | 0 22 | 0 00 | 0 00 | |
| Всього по статті 8 "Видаткові послуги": | | | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Стаття: | 9 | Послуги з просування | | | | | | | | |
| Пункт: | 9.1 | Фотофіксація | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 9.2 | Дифузійна реклама | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 9.3 | Рекламні банери (зазначити конкретну назву рекламних послуг) | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | |
| Пункт: | 9.4 | SMM - рекламна діяльність проекту в соціальних мережах | місяць | 2 50 | 5 040 00 | 12 500 00 | 0 00 | 0 00 | 12 600 00 | |

Директор



Sy/bas d.d.

Для забезпечення ефективного комунікації в соціальних мережах та досягнення комунікаційних цілей проекту необхідно здійснювати рекламні активності протягом всього періоду комунікації. У якості надання буде використано служби сторони проекту в соціальних мережах. Для налаштування та проведення рекламних кампаній залучається SMM-агенція. Передаються цільові рекламні активності в період комунікаційної кампанії. Детальний розподіл витрат є предметом роботи керівника проекту у співпраці з фахівцями агенції та відбувається в процесі налаштування рекламних кампаній, таргетинга, просування рекламних повідомлень. Рекламна активність в соціальних мережах є надзвичайно важливою для комунікації з цільовою аудиторією, оскільки алгоритми Facebook не дозволяють здійснювати ефективне оцінювання виконано-рекламних методик.

| Пункт: | Назва послуги | Місяць | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030 | 2031 | 2032 | 2033 | 2034 | 2035 | 2036 | 2037 | 2038 | 2039 | 2040 |
|--|---------------|--|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Пункт: | 9.6 | Послуги консультативного характеру (РР-стратегія) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 9.6 | Соціальні внески за договором ЦПХ з підприємствами (ЄСВ) розділу "Послуги з просування" | | | 0.22 | 0.00 | 0.22 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| Всього по статті 9 "Послуги з просування": | | | | | 0.22 | 0.00 | 0.22 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | |
| Категорія: | 10 | Культурні заходи | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 10.1 | Витрати зі створення сайту (визначити конкретну назву послуги) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 10.2 | Витрати зі створення сайту (визначити конкретну назву послуги) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 10.3 | Витрати зі створення сайту (визначити конкретну назву послуги) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 10.4 | Витрати з обслуговування сайту | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 10.5 | Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами (ЄСВ) розділу "Соціальні внески" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Всього по статті 10 "Соціальні внески": | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Стаття: | 11 | Трибунальні матеріали, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 11.1 | Надання матеріалів, навчальних, інформаційних матеріалів | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 11.2 | Надання матеріалів, навчальних, інформаційних матеріалів | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 11.3 | Надання матеріалів, навчальних, інформаційних матеріалів | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Всього по статті 11 "Надання матеріалів, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації": | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Стаття: | 12 | Послуги з перевезення | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 12.1 | Услуги перевозки (визначити конкретну назву послуги) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 12.2 | Письмовий переїзд (визначити з якою на яку мову) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 12.3 | Рядування письмового переїзду | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 12.4 | Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами (ЄСВ) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Всього по статті 12 "Послуги з перевезення": | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Стаття: | 13 | Інші прями витрати | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Стаття: | 13.2 | Адміністративні витрати | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.1.1 | Бухгалтерські послуги | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.1.2 | Юридичні послуги | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.1.3 | Аудиторські послуги | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.1.4 | Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами (ЄСВ) розділу "Адміністративні витрати" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.2 | Послуги комп'ютерної обробки, монтаж, завантаження | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.2.1 | Послуги з амбаси, тверду, анімаційного сервісу | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.2.2 | Послуги з розробки контенту (графіка для тижневика, анімаційного сервісу) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.2.3 | Послуги з розробки візуальних спеціалізованих тижневиків анімаційного сервісу | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.2.4 | Соціально-педагогічний тижневик анімаційного сервісу | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.2.5 | Соціальні внески за договорами ЦПХ з підприємствами (ЄСВ) розділу "Послуги комп'ютерної обробки, монтаж, завантаження" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.3 | Витрати на послуги страхування | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.3.1 | Витрати на страхування | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.3.2 | Витрати на страхування | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.3.3 | Витрати на страхування | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Директор
Дулубов Д.В.



Комплексний експерт з маркетингу, консультант з питань просування, стратегічного маркетингу, бренд-менеджменту, маркетингових досліджень, аналізу ринку, конкурентного аналізу, розробки маркетингових стратегій, планування маркетингових кампаній, управління маркетинговими ресурсами, моніторингу маркетингових показників, оцінки ефективності маркетингових заходів, розробки маркетингових бюджетів, управління маркетинговими ризиками, проведення маркетингових досліджень, розробки маркетингових звітів, управління маркетинговими процесами, проведення маркетингових тренінгів, управління маркетинговими проектами, розробки маркетингових стратегій, управління маркетинговими ресурсами, моніторингу маркетингових показників, оцінки ефективності маркетингових заходів, розробки маркетингових бюджетів, управління маркетинговими ризиками, проведення маркетингових досліджень, розробки маркетингових звітів, управління маркетинговими процесами, проведення маркетингових тренінгів, управління маркетинговими проектами.

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------|--|---------|------|------------|------------|------|------|------|-----------|------------|------------|-----------|------|-----------|------|------|-----------|------|
| Пункт: | 13.4 | Інші прями витрати | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Пункт: | 13.4.1 | Послуги сценарного диктора | місяці | 2 00 | 22 600 00 | 45 600 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 45 600 00 | 0 00 | 0 00 | 45 600 00 | 0 00 | 45 600 00 | 0 00 | 0 00 | 45 600 00 | 0 00 |
| Пункт: | 13.4.2 | Послуги професійного відеорежисера для виготовлення презентацій | послуга | 1 00 | 4 800 00 | 4 800 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 4 800 00 | 0 00 | 0 00 | 4 800 00 | 0 00 | 4 800 00 | 0 00 | 0 00 | 4 800 00 | 0 00 |
| Пункт: | 13.4.3 | Послуги Дизайнера (контент для соціальних мереж та візуальні матеріали для презентаційного пакету) | місяці | 7 50 | 3 600 00 | 0 000 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 5 000 00 | 0 00 | 0 00 | 5 000 00 | 0 00 | 5 000 00 | 0 00 | 0 00 | 5 000 00 | 0 00 |
| Пункт: | 13.4.4 | Послуги проєктора для створення презентаційного пакету та мейру) | місяці | 1 00 | 19 200 00 | 19 200 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 19 200 00 | 0 00 | 0 00 | 19 200 00 | 0 00 | 19 200 00 | 0 00 | 0 00 | 19 200 00 | 0 00 |
| Пункт: | 13.4.5 | Послуги звуко-оператора та звукооператора | послуга | 1 00 | 2 200 00 | 2 200 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 3 200 00 | 0 00 | 0 00 | 3 200 00 | 0 00 | 3 200 00 | 0 00 | 0 00 | 3 200 00 | 0 00 |
| Пункт: | 13.4.6 | Послуги диктора | послуга | 1 00 | 2 000 00 | 2 000 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 2 000 00 | 0 00 | 0 00 | 2 000 00 | 0 00 | 2 000 00 | 0 00 | 0 00 | 2 000 00 | 0 00 |
| Пункт: | 13.4.2 | Банківська комісія на переказі (відповідно до тарифів банків/фінансової установи) | місяці | 7 50 | 180 00 | 4 75 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 4 75 00 | 0 00 | 0 00 | 4 75 00 | 0 00 | 4 75 00 | 0 00 | 0 00 | 4 75 00 | 0 00 |
| Пункт: | 13.4.3 | Розрахунково-касове обслуговування (відповідно до тарифів обслуговуючого банку) | місяці | 7 50 | 180 00 | 4 75 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 4 75 00 | 0 00 | 0 00 | 4 75 00 | 0 00 | 4 75 00 | 0 00 | 0 00 | 4 75 00 | 0 00 |
| Пункт: | 13.4.4 | Інші неключові витрати (включая, але не обмежуючись, витрати на доставку) | місяці | 0 22 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 |
| Пункт: | 13.4.8 | Соціальні внески за договорами (ІТХ з підприємствами (ЄСР) розділу "Інші прями витрати" | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Кей екс на етапі 13 "Інші прями витрати" | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Всього по розділу II "Витрати" | | | | | 488 000 96 | 172 86 100 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 15 000 00 | 107 80 100 | 501 000 96 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 |
| РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ | | | | | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 | 0 00 |



Директор

Сулесо Д. Д.