

ДОГОВІР № 4ICP22-03556
про надання гранту

м. Київ

«30» червня 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Громадська організація "Фестиваль "Файне місто" (далі – Грантоотримувач), в особі Голови Ергешова Рустама Султанбековича, 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 «Мобільний промотур молодих виконавців жанру від фестивалю Файне Місто» (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 1 жовтня 2021 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.

2. Проєкт реалізується згідно з робочим планом реалізації Проєкту, визначеним у розділі XI проєктної заявки.

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

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

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 798 500 грн. 00 коп. (сімсот дев'яносто вісім тисяч п'ятсот гривень 00 копійок) без ПДВ.

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

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

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

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, пскладеними на нього цим Договором;

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

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

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

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

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

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

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

4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проекту, 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 Проекту, 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 Проекту;

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

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

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

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

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

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

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

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

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

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

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

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

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

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

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

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

XII. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до «31» грудня 2021 року, але у будь-якому випадку до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань.

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

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

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

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

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Проектний відділ Українського культурного фонду
01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12
+38 044 504-22-56
programa.cult@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Плахцінський Ростислав Ришардович;

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

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

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

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

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

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

ХІІІ. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проектна заявка;

додаток 2 – кошторис Проекту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;

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

додаток 5 – графік платежів.

ХІV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Громадська організація "Фестиваль
"Файне місто"

Юридична адреса:

46013, Тернопільська обл., м. Тернопіль,
вул. Протосевича, буд. 4, кв. 212

Адреса для листування:

46013, Тернопільська обл., м. Тернопіль,
вул. Протосевича, буд. 4, кв. 212

ЄДРПОУ: 39215950

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ

"ПРИВАТБАНК"

Р/р: UA053387830000026001055126021

Тел.: +38 (067) 477 04 24

Виконавчий директор




В.Г. Берковський

Голова




Р.С.Ергешов

Формат проекту
наживо та онлайн

Пріоритетний сектор
аудіальне мистецтво

Основний продукт
Гастролі

Ключові слова за напрямками
популярна музика
фестиваль

Конкурсна програма
Інноваційний культурний продукт

Лот
ЛОТ 2. Музика

Тип проекту
Національний

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Плахцінський Ростислав Ришардович

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
Керівник проекту

Загальна інформація про проект

Коротка інформація про проект
Мобільний тур-промоція молодих митців аудіального сектору від

Голова



Ростислав Ришардович Плахцінський

фестивалю «Файне місто» під час карантинних обмежень. Нова інноваційна форма, яка надасть можливість виконавцям показати свій культурний продукт під час пандемії та карантинних обмежень, слухачам долучитись до перегляду музичної події, а організаторам працювати в новому пристосованому до нових реалій форматі. В результаті туру 17 містами України 40 музичних колективів зможуть долучитись до проєкту, біля 5000 слухачів відвідати заходи проєкту та 1000000 охоплення цільової аудиторії проєкту в онлайн.

Коротка інформація про проєкт англійською мовою

Mobile Promo Tour of young artists of the audial sector from the festival «Faine Mssto» during quarantine. A new innovative form that will allow performers to showcase their cultural product during a pandemic and quarantine, participants to participate in watching the music event, and organizers to work in a new format adapted to the new realities. As a result of the tour by 17 cities of Ukraine, 40 music groups will be able to participate in the project, about 5,000 participants will attend the project events and 1,000,000 target audience will be reached online.

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

798500.00

Загальний бюджет проєкту

1333500.00

Сума співфінансування

0.00

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Сума реінвестиції

535000.00

Партнери проєкту

Партнер

ГО ХОМГО "Територія" фестиваль "Respublica"

Чи використовуються у проєкті результати/об'єкти інтелектуальної

Господар  *Господар*

діяльності?

Так

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

Так

Інформація про організацію-заявника

Повне найменування організації-заявника

Громадська організація "Фестиваль "Файне місто"

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

NGO "Faine misto festival"

Код ЄДРПОУ

39215950

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

<https://drive.google.com/drive/folders/1GohVmUwd-HaFGFnTa12SIDagKgsXBjkm?usp=sharing>

Організаційно-правова форма

Громадська організація або об'єднання

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

Організація не займається економічною діяльністю

Дата реєстрації організації

2014-05-16

Юридична адреса організації

46013, Тернопільська обл., місто Тернопіль, ВУЛИЦЯ ПРОТОСЕВИЧА , будинок 4, квартира 212

Поштова адреса організації

Господар

15.09.2014

46000, м. Тернопіль, вул. Кульчицької, 2а каб. 17

Область (відповідно до юридичної адреси)

Тернопільська

Тип населеного пункту

Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)

Тернопіль

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

<https://fainemisto.com.ua>, <https://www.facebook.com/fainemisto>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Ергешов Рустам Султанбекович

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

Ергешов Р.С., Плахцінський Р.Р., Пасяка В.В. - усі Україна

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

Ні


Гослова Р.В. Ергешов Р.С.

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

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту

Немає

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

Так. Грантовий сезон 2020

Практичний посібник з організації доступних масових заходів у громадах України "ДоступNO/YES" 3INC21-3556. Проект зайняв 6-те місце у рейтингу. Фестивальна асоціація України (ФАУ) 3NET11-3556. Проект зайняв 3-тє місце у рейтингу.

Файна місія - неси культуру! 3EVE11-3556

Культура в часи кризи: інституційна підтримка 3INST81-03556

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

Ні

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

Ні

Чи реалізовували проекти за підтримки Фонду у попередні роки?

Так. Культура в часи кризи: інституційна підтримка 3INST81-03556 (2020)

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

Проект

Проект: 2017р. – Популяризація німецької культури на фестивалі. Спільно з Посольством ФРН в Україні.

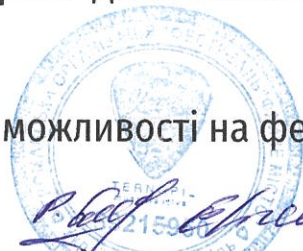
Проект

2018 - "Рівні можливості на фестивалі Файне місто" спільно з PACT\USAID в рамках програми ДОЛУЧАЙСЯ!

Проект

2019р. - "Рівні можливості на фестивалі Файне місто" спільно з PACT

Гослова



Людмила Євгенівна

\USAID в рамках програми ДОЛУЧАЙСЯ! Через Всеукраїнську асоціацію масових заходів.

Інформація про діяльність організації-партнера

Додати партнера

Повне найменування організації-партнера

Громадська Організація "Хмельницьке Обласне Молодіжне Громадське Об'єднання "Територія"

Повне найменування організації-партнера англійською мовою

NGO "Khmelnyskyi regional youth public association "Territory"

Організаційно-правова форма

Громадська організація або об'єднання

Код ЄДРПОУ

37920799

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

Реєстраційний номер справи: 1_673_008112_39 Код: 441327707983

Посилання на статут в PDF: <https://drive.google.com/file/d/19p7a4ldmV57iwsJmSF0k-EHmEvXdhbRa/view?fbclid=IwAR1jda-jLhTSXahJxRN-Yaj0d70-4kSp4NZ7DK0rpAqE-eTW6efNzLnPVxc>

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

94.99

Дата реєстрації організації-партнера

2011-09-21

Область партнера (відповідно до юридичної адреси)

Хмельницька

Тип населеного пункту організації-партнера (відповідно до юридичної адреси)

Місто

Господар *Роза* *Евросеть АС*



Назва населеного пункту організації-партнера (відповідно до юридичної адреси)

Хмельницький

Фактична адреса організації-партнера

29000, Хмельницька обл., м. Хмельницький, вул.Перемоги 8/2, кв 60

Поштова адреса організації-партнера

29000, Хмельницька обл., м. Хмельницький, вул.Перемоги 8/2, кв 60

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

<https://www.facebook.com/territoryNGO/> / <https://respublicafest.com/>

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

Захарко Андрій Олександрович

Телефон керівника організації-партнера

+38 (098) 492-01-22

Електронна пошта керівника організації-партнера

a.zaharko@gmail.com

Чи притягався керівник організації-партнера до кримінальної відповідальності?

Ні

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

Ні

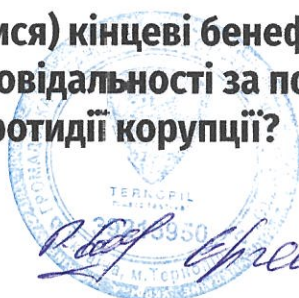
Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-партнера

Відсутній, не передбачено законодавством

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

Ні

Гасова Надія Євгенівна Р.С.



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

Ні

Основні / стратегічні напрями діяльності організації-партнера

- сприяння творчому розвитку та створенню умов для творчої праці, підвищення професійного, наукового та загальнокультурного рівня своїх членів, творчих спільнот і громад;
- сприяння відродженню українського національного мистецтва, поширенню української культури, мови і духовних цінностей, а також книжкової, друкованої, звукової, візуальної та іншої продукції українською мовою;
- сприяння обміну культурним досвідом, розвитку співробітництва між діячами культури різних країн, національними і міжнародними організаціями культури;
- сприяння практичному здійсненню загальнодержавних, регіональних, місцевих та міжнародних програм в області розвитку культури та культурної співпраці;
- організація та проведення різноманітних фестивалів, концертів, турів, форумів, конгресів, конференцій, лекцій, семінарів, тренінгів, клубів, виставок, конкурсів, круглих столів, проектів мобільності, розповсюдження інформаційних матеріалів щодо заходів та напрямків діяльності Організації;
- сприяння формуванню екологічної свідомості громади;
- співпраця з українськими та закордонними культурними операторами, митцями, діячами культури, іншими компаніями, організаціями та установами задля реалізації мети Організації

Наявність матеріально-технічної бази для виконання Проєкту

Організація має 10 працівників, 20 працівників фестивалю "Respublica", 150 волонтерів. Маємо матеріальні ресурси: фарба, комутація для сценічного обладнання, проектор, ноутбуки, автомобіль.

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

Так. 2018 у ролі заявника, (програма Інноваційний продукт) проєкт "Республіка Інкубатор"

2019 у ролі партнера, (програма Інноваційний продукт) проєкт "Голос нової української хвилі"

2020 у ролі заявника, (програма Знакові події) проєкт "Онлайн-фестиваль «Respublica» 2020 - взаємодія мистецтва та сучасних

Голосова *Людмила Євгенівна* *Р.С.*

цифрових технологій".

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

Так. 2018 у ролі заявника (програма Інноваційний продукт) проєкт "Республіка Інкубатор"

2019 у ролі партнера (програма Інноваційний продукт) проєкт "Голос нової української хвилі"

2020 у ролі заявника (програма Знакові події) проєкт "Онлайн-фестиваль «Respublica» 2020 - взаємодія мистецтва та сучасних цифрових технологій"

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

проєкт "Республіка Інкубатор"

<https://www.youtube.com/watch?v=kBKcDg6rdnQ&t=6s>

проєкт "Голос нової української хвилі"

<https://www.youtube.com/watch?v=Fx4eZyWiaxU>

проєкт "Онлайн-фестиваль «Respublica» 2020 - взаємодія мистецтва та сучасних цифрових технологій"

<https://ucf.in.ua/archive/5fa578361e15cf051656bda6>

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

Фестиваль моди і музики MO/DNI, громадський бюджет Хмельницького

https://www.youtube.com/watch?v=_Uobms9NAO0

RespublicaFEST Conference (August 2018) <https://www.youtube.com/watch?v=Lfj7rswAhzc&t=14s>

RespublicaFEST Conference & Showcase 2017 https://www.youtube.com/watch?v=Y_Imq7qjdU8&t=3s

Фестиваль "Respublica" в грі Minecraft, 2020 рік, партнер USAID. 10000 євро <https://www.unian.ua/games/respublica-2020-festival-proyshov-u-gri-minecraft-igri-11165819.html>

Голова Раді ЕРСАМВ РС



2018 Проект: Tandem Frysland Project (The Netherlands) Розвиток локальних спільнот через мистецькі проєкти, MeetUp, (EVZ) (Берлін, Німеччина) 7000 євро
<https://youtu.be/НКdygnp-0nA>

Music Factory in Dresden EVZ Fund (Germany) (німецько - українські обміни молодими музикантами <https://www.youtube.com/watch?v=LLPMZBuASZI> заявник, 2018 рік, 6000 євро.

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

Ми знаємо цю організацію, як ту, що створює мистецькі події та фестивалі в різних регіонах України. Ця організація вже 10 років створює музичні та мистецькі проєкти, які популяризують молодих митців, залучають різні сектори до проведення своїх подій та нові інноваційні формати вираження. Одним з ярих прикладів роботи цієї організації є музично-мистецький фестиваль «Respublica», який має цінність для ринку креативних індустрій країни, як інструмент розвитку молодих музикантів, вуличних художників та регіону загалом. Ми маємо низьку спільних партнерських мистецьких співпраць, в яких ця організація проявила себе, як надійний партнер та з серйозністю підходила до виконання проєктів та звітів. У 2020 році фестиваль "Respublica" став єдиним великим музичним фестивалем, який відбувся та залучив нові інноваційні методи проведення, які дозволяють митцям демонструвати свою творчість в умовах пандемії. У цьому році ми хочемо перейняти досвід партнера та залучити його до проведення нашої події задля діджиталізації проєкту та розширення його в онлайн-формат.

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

Фестиваль Файне Місто є організатором проєкту та відповідає за його повну реалізацію, моніторинг та звіт. Фестиваль залучений у всі етапи проєкту - промоція, відбір артистів, пошук підрядників та партнерів, проведення проєкту в 17 регіонах України, моніторинг, звіт. Залучення в проєкт: 80%

Фестиваль «Республіка» відповідає за онлайн-частину, цифрові технології, відеозйомку виступів учасників проєкту, організацію турів гідів-"аватарів" в містах проведення проєкту, промоцію фестивалю та виступи учасників на майданчиках фестивалю «Respublica» після

Тарасів  *Левченко Р С*

завершення туру. Залучення в проєкт: 20%

Детальний опис проєкту

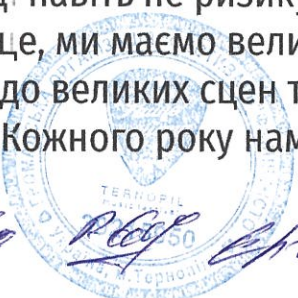
Обґрунтуйте актуальність проєкту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття

Під час всесвітньої пандемії Covid-19 у 2020 році фестиваль Файне місто, який є одним з наймасштабніших фестивалів в Україні, не мав шансів відбутися за аналогією і з більшістю інших великих фестивалів. Це змусило нас активно розпочати думати про нові альтернативні формати, які змогли б влаштувати всіх (артистів, організаторів, партнерів, слухачів) та надати змогу працювати великій команді за фахом. У 2020 році ми спробували тестовий альтернативний фестивалю формат та провели тестовий музичний тур великими містами України. Цього року ми плануємо 2 формати: провести фестиваль, надавши сцени популярним українським та іноземним гуртам, та провести всеукраїнський промотур для молодих виконавців та надати наш ресурс та досвід для промоції молодих виконавців.

Вже 8 років ми є агенцією, яка робить не тільки великий музичний фестиваль у своєму регіоні, а й створює всеукраїнські тури як для українських музикантів, так і для іноземних. За цей час ми дослідили концертний ринок України, протестували різні концертні майданчики України, працювали з більшістю підрядників та організаторів, створили мережу та набули досвіду, який дозволяє нам бути одними з лідерів на українському музичному ринку. Маючи вагу, статус та ресурси ми відчуваємо у собі потребу працювати не тільки з популярними музичними гуртами, а й популяризувати творчість менш відомих виконавців. Оскільки надавати всі сцени фестивалю лише молодим музичним гуртам економічно є не вигідним, то ми можемо використати свій час та ресурси на промоцію цих гуртів по всіх регіонах України й таким чином зростити 20 нових імен, які зможуть надалі виступати й на великих сценах як нашого, так і інших фестивалів України.

Музична індустрія зараз переживає стагнацію нових імен – пандемія заважає розвитку навіть популярних виконавців, великі гурти розпадаються, а молоді іноді навіть не ризикують починати свій творчий шлях. Але, не дивлячись на це, ми маємо великий прошарок нових імен, які не можуть отримати доступ до великих сцен та охоплення, оскільки не мають ресурсу для своєї промоції. Кожного року нам приходиться величезна

Томас Річард Ерссон П.С.



кількість заявок від перспективних молодих гуртів, які ми поки не можемо взяти на головну сцену фестивалю. Але, ми можемо взяти на себе менторство та підтримати їх на етапі професійного становлення для того, щоб вже наступного року взяти їх на головні сцени фестивалю.

Ми проводимо онлайн-конкурс для відбору молодих учасників проєкту. Так як промотур охоплює 17 міст з різних областей України, то ми зацікавлені, щоб в кожному місті брали участь локальні молоді виконавці з цього міста або області. Завдяки цьому критерію до проєкту долучиться велика кількість локальних гуртів з всіх областей в яких пройде наш тур. Серед інших критеріїв відбору учасників: оригінальність репертуара, майстерність виконання, рівень підготовки та загальне художнє враження. Конкурс буде відкритим, а його результати будуть фіксуватись та оприлюднені в соціальних мережах проєкту. Ми очікуємо попередню кількість учасників не менше 100, в результаті чого буде відібрано 40 учасників.

Окрім цього, ми хочемо розвивати різні музичні стилі та поступово змінювати тенденцію домінування попсегменту в Україні. Українська музика стає предметом інтересу у всьому світі та має всі шанси для існування на світовій музичній сцені. Ми прагнемо розкрити її потенціал у різних жанрах та напрямках, що сприятиме позитивному іміджу України та українців у світі.

Наш проєкт це мобільний тур українських молодих виконавців, який підтримає митців аудіального сектору мистецтва та послугує промоцією та стимулом для їх подальшого професійного становлення. В рамках нашого проєкту ми залучимо трьох хедлайнерів, які будуть слугувати магнітом для аудиторії виступаючи у кожному місті туру, решта гуртів це молоді представники локальної сцени які будуть виступати в кожному із 17 міст туру (по 3 на своє місто). Завдяки цільовій аудиторії хедлайнерів та ресурсу двох великих музичних фестивалів локальні молоді гурти зможуть отримати доступ до широкої слухацької аудиторії. Для додаткової промоції та залучення нових інноваційних технологій ми об'єднаємось з нашим партнером - фестивалем «Respublica», який у 2020 році зміг відбутись у новому онлайн-форматі, залучивши інноваційні форми вираження. Ми об'єднаємо дві аудиторії, що посилить промоцію молодим гуртам, а також використаємо досвід колег по адаптуванню музичної події до нових форматів. Ми залучимо нові інноваційні формати, такі як керування гідом-«аватаром» через онлайн-платформу фестивалю «Respublica», завдяки чому людина знаходячись вдома зможе перенестись в будь-яке місто туру та покерувати артистом/блогером/волонтером. Кожен гурт

Голова Республіки Артисом



Р. С. Артисом

отримає якісний запис свого виступу, який зможе використовувати для промо після проєкту і який залишиться у вільному доступі на різних платформах, а весь цей досвід задокументуємо у фільмі, який буде у вільному доступі та стане посібником та прикладом для інших організацій та гуртів по промоції їх культурного продукту.

Як проєкт реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?

Наш проєкт співвідноситься з усіма пріоритетами даного ЛОТу:

- ми проведемо всеукраїнський онлайн-конкурс, який не матиме жанрових обмежень, приділимо увагу всім сучасним музичним стилям, жанрам та напрямам, зможемо прослухати широкий пласт різноманітної музики та обрати найцікавіших учасників для участі у проєкті, які будуть задовольняти інтереси та потреби різних аудиторій;
- ми підтримаємо молодих українських виконавців на етапі професійного становлення, надамо для цього ресурс 2-х фестивалів, час і місце для виступу, а також нову аудиторію;
- ми створюємо промоцію українських виконавців, гуртів, композиторів в Україні, роблячи промотур по 17 містах України;
- ми підтримуємо якісний контент сучасних українських виконавців, який сприятиме формуванню української ідентичності та створенню позитивного іміджу України та українців у світі, оскільки створюємо відеозаписи виступів, які будуть у вільному доступу для прослуховування у всьому світі;
- ЛОТ підтримує розвиток інституту незалежних музичних продюсерів та музичних продюсерських центрів, ким ми в даному проєкті являємось. Свій досвід ми задокументуємо у фільм, який буде у вільному доступі та слугуватиме посібником для всіх охочих і додатково стимулюватиме розвиток інших продюсерів, організаторів та музичних агентів.

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)

ГО «Файне місто» та фестиваль «Файне місто» вже 8 років поспіль займається популяризацією української сучасної музики, водночас розвиваючи завдяки фестивалю і регіон і місто. Щороку завдяки фестивалю біля 20.000 людей в режимі офлайн дізнаються про нову українську музику та біля 500.000 завдяки соціальним мережам можуть долучитись до прослуховування музики та новин української сцени. Наша організація багато часу приділяє створенню освітніх проєктів для молодих представників різних секторів мистецтва. Один із вдалих прикладів це проєкт за підтримки УКФ «Менеджмент 24/7». В 2020 році під час пандемії та

Госетва



Р. Гоф Ерсеєв АС

карантину ми почали розробляти інноваційні методи, які дозволять працювати представникам музичної індустрії в умовах карантину - проекти, завдяки яким можна популяризувати та монетизувати свою творчість молодим представникам аудіального сектору. Тому, проект є цілком закономірним для нас та актуальним. Ми популяризуємо нову українську музику, надаючи майданчики свого фестивалю в якості нового мобільного формату. Для нашої організації робота над вирішенням цих питань є одним із пріоритетних напрямків.

За останні 10 років до пандемії в Україні був чітко налагоджений механізм проведення всеукраїнських турів як для українських, так і для закордонних митців. Пандемія внесла свої корективи і зупинила цей процес, відкинувши індустрію на декілька років назад.

Нашим проектом ми можемо знов налагодити цей механізм. Наш проект доповнює як нашу діяльність по організації турів та фестивалів за останні 10 років, так і діяльність організації-партнера. Фестивалі «Файне Місто» і «Respublica» вже 10 років займаються промоцією як відомих, так і маловідомих молодих гуртів. Зазвичай молоді гурти не можуть дозволити собі поїхати в тур і їх контактів не вистачає для того, щоб якісно організувати цей процес та зібрати аудиторію. Ми візьмемо цю частину на себе і можемо гарантувати якісне промо кожному з обраних виконавців та базу власних контактів, а також цільову аудиторію двох фестивалів. В Україні більшість турів складають тури відомих гуртів з аудиторією, тому ми можемо доповнити цей процес, зробивши промотур для молодих виконавців і дати стимул та аудиторію для подальшого розвитку. Також наш проект це спроба віднайти дієвий механізм для роботи музичної індустрії в нових реаліях, коли великі фестивалі на паузі, ми створимо мобільний пересуваний фестиваль, який не збирає натовпи слухачів натомість виконує свої задачі та популяризує українську музику, надає виконавцям час місце та ресурс для популяризації свого культурного продукту.

Чому проект є унікальним?

Унікальність нашого проекту в тому, що ми знайшли формат проведення музичної події, завдяки якому гравці індустрії отримують роботу, організатори фестивалів - тяглість своїх фестивалів, а слухачі - можливість відвідати музичних виконавців в режимі офлайн у своєму місті. Відповідно, наш проект відповідає вимогам часу та новим реаліям.

Наш проект це мобільний тур українських виконавців в 17 містах України - частина нашого великого фестивалю, яка разом з мобільною сценою та


Тетяна Р. С.

артистами подорожує та доносить культурний продукт до цільової аудиторії в містах її проживання, збираючи дозволена карантинними обмеженнями кількість глядачів просто неба в кожному місті.

Також ми вважаємо свій проєкт унікальним, оскільки це єдиний промотур, який охоплює 17 регіонів України - майже всю країну. Завдяки механіці туру під час якого в кожному місті додаються нові локальні гурти, ми зможемо показати багатогранність та різноманітність української музичної культури з кожного регіону, отримати всеукраїнське охоплення проєкту та створити якісне промо для обраних музичних гуртів.

Ми створимо документальний фільм, де експонуємо наш досвід проведення всеукраїнського туру та поділимось його результатами у вільному доступі, що стане єдиним наразі фільмом про організацію музичного туру під час пандемії в Україні.

Це перший в Україні проєкт, коли фестивалі об'єднуються для того, щоб надати музичним гуртам можливість виступити в 17 містах України. Через карантинні обмеження люди не можуть потрапити на фестивалі й фестивалі не можуть відбутись. Такий змішаний формат дає можливість фестивалям у їх зменшеній версії дістатись в кожний куточок України, що створить додаткову промоцію фестивалям та гуртам в цей складний для музичної індустрії час. В результаті проєкт має всі шанси перетворитись на сталий та має очевидні довгострокові результати.

Чому проєкт є інноваційним?

Наш проєкт є інноваційним тому що:

- в складних умовах карантинних обмежень, ми знайшли механізм який надає можливість працювати представникам музичної індустрії: гуртам, організаторам фестивалів, прокатникам звуку, ведучим, автоперевізникам;
- це перший випадок партнерства двох українських музичних фестивалів для організації промотуру молодих виконавців;
- ми використовуємо онлайн-платформу фестивалю «Respublica» створену у партнерстві з Українським Культурним Фондом, де був впроваджений новий унікальний механізм знаходження на події. Завдяки цифровій платформі кожен може потрапити на територію події, знаходячись хоч за 1000 км від неї. Через онлайн-платформу можна керувати

Голова Ред. Колегії
Александр Руссєв РС



гідом-«аватаром», який може бути ким завгодно – артистом/блогером/ волонтером. Він, знаходячись на події, може провести людину по території події і йому можна давати завдання: піти вправо-вліво, підбігти до сцени, зайти в гримерку до артиста, спитати у людини справа який час тощо. Таким чином, людина отримує враження знаходження на події та позитивні емоції завдяки елементу гейміфікації;

- ми створюємо перший документальний фільм про організацію музичних турів в Україні в складних умовах карантинних обмежень;

- діджиталізуємо подію та створюємо новий культурний продукт, якісно записуючи виступ для кожного з гуртів проєкту, який буде у вільному доступі на всіх онлайн-платформах популяризувати культурний продукт гуртів і після проєкту;

- наш проєкт надає можливість глядачу відвідати копію фестивалю у своєму місті не порушуючи карантинних вимог

Основна мета проєкту

Основна мета проєкту – створити дієвий механізм промоції українських молодих виконавців аудіального жанру в складних карантинних умовах та надати можливість розвитку українському музичному культурному продукту за допомогою нового фестивального формату - мобільного промотуру.

Цілі проєкту

Ціль

Створення всеукраїнського промотуру молодих митців аудіального сектору

Завдання

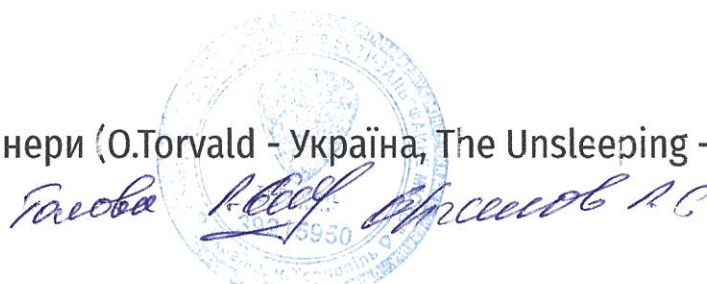
Провести промотур молодих гуртів в різних регіонах України

Результат 1

- Проведено всеукраїнський онлайн-конкурс, завдяки якому відібрані молоді гурти-учасники проєкту. Створена гугл-форма конкурсу, в якій взяло участь 100 митців аудіального сектору, 40 учасників відібрано для проєкту.

Результат 2

Залучено 3 хедлайнери (O.Torvald - Україна, The Unsleping - Україна,



Denoi - Чехія), разом з якими проведено промотур молодих гуртів в 17 містах України (Київ, ЮБК; Луцьк, tba; Рівне, двір пабу Сталева Гора; Львів, Ennio Event Square; Тернопіль, двір ресторану Пролісок; Івано-Франківськ, палац Потоцьких; Чернівці, Фан-парк в парку ім. Ю. Федьковича; Хмельницький, пивний ресторан Хміль; Вінниця, tba; Одеса, True Man Hot Boat; Херсон, Urban CAD; Миколаїв, бар Мертвий Кролик; Запоріжжя, двір ресторану Мануфактура Розенталь; Дніпро, tba; Харків, клуб Жара; Полтава, concert hall Villa Крокодила; Черкаси, tba)

Індикатори досягнення результатів

- 40 молодих гуртів аудіального сектору взяли участь у проєкті;
- 3 хедлайнери залучено для додаткової популяризації події;
- 100 митців аудіального сектору взяли участь в онлайн-конкурсі;
- в 17 регіонах України проведені промоконцерти в рамках проєкту;
- 5000 відвідувачів змогли прийти на подію;
- 100000 переглядів результатів проєкту

Ціль

Діджиталізація проєкту та залучення інноваційних форм до його реалізації

Завдання

Залучити нові інноваційні методи для проведення події та збільшити цільову аудиторію проєкту завдяки діджиталізації

Результат 1

Відзнято та змонтовано виступ кожного гурту, створено документальний фільм про реалізацію промотуру в Україні, всі матеріали викладені у вільному доступі

Результат 2

Розширена цільова аудиторія, яка отримала доступ до події завдяки онлайн-платформі та гейміфікованій технології гідів-«аватарів»

Індикатори досягнення результатів

- не менше 40 відеозаписів гуртів викладено у вільний доступ на Youtube-каналі фестивалю Файне Місто;
- створено 2 аудіоролики для промоції проєкту на радіо;
- 1 документальний фільм створений та викладений у вільний доступ на Youtube-каналі фестивалю Файне Місто після закінчення промотуру;
- У всіх містах туру (17 міст України) відбулись онлайн-трансляції

Господар
Анна
Кресиво Р С



гідів-«аватарів» з кожної локації, які транслювались на онлайн-платформі партнера фестивалю «Respublica»;

- 17 відеозаписів гідів-«аватарів» викладені у вільний доступ після завершення промотуру на Youtube-каналі фестивалю Файне Місто

Ціль

Створення всеукраїнської промокампанії туру

Завдання

Залучити всі ресурси фестивалів для створення якісної промокомпанії туру

Результат 1

До промокампанії залучені ресурси 2-х фестивалів, 3-х хедлайнерів, молодих гуртів учасників проєкту, регіональні та всеукраїнські ЗМІ;

Результат 2

Розроблені візуальні фото- та відеоматеріали для промоції та реклами проєкту в соц.мережах.

Індикатори досягнення результатів

- 1000000 охоплення проєкту в соц.мережах;
- не менше 80 публікацій в ЗМІ про проєкт;
- не менше 50 публікацій про проєкт на ресурсах фестивалів;
- не менше 2 промороликів створено для промоції проєкту;
- 1 документальний фільм вийшов після закінчення промотуру.
- про проєкт написали локальні ЗМІ з кожного міста учасника події

Ціль

Створити додаткову промоцію молодим гуртам після завершення проєкту

Завдання

Надати молодим гуртам фестивальні ресурси та нові можливості для подальшої популяризації свого культурного продукту під час та після промотуру

Голова *Ігор Герасимов Р.С.*



Результат 1

Найкращі гурти отримали можливість виступити на великих сценах фестивалів «Файне Місто» та «Respublica»

Результат 2

Змонтовані відеозаписи учасників проєкту знаходяться у вільному доступу на сайтах та в соціальних мережах фестивалів

Індикатори досягнення результатів

- 6 гуртів учасників проєкту виступили на фестивалях «Файне місто» та «Respublica» після завершення проєкту
- 40 відеовиступів молодих гуртів розміщені на офіційних сторінках та сайтах фестивалів

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проєкту

- Аудиторія фестивалів «Файне місто» та «Respublica» 18-45 років (1.000.000 осіб)
- Професіонали музичної індустрії, організатори концертів та фестивалів, музичні ЗМІ (1000 осіб)
- Представники креативних індустрій (100 осіб)
- Митці аудіального жанру, учасники проєкту (1000 осіб)
- Відвідувачі концертів та фестивалів (100.000 осіб)
- Представники всеукраїнських та регіональних ЗМІ (500 осіб)
- Молодь, яка цікавиться новітніми технологіями (5000 осіб)
- Молодь, яка вважає себе причетною до культурного середовища (10000 осіб)
- Активна молодь, учні старших класів, студенти 16-25 років (10000 осіб)

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

- Родичі учасників проєкту (500 осіб)
- Влада міст учасників проєкту (500 осіб)
- Туристи (1000 осіб)
- Любителі активного відпочинку та музичних заходів (5000 осіб)
- Представники бізнесу (1000 осіб)
- Аудиторія партнерів проєкту (5000 осіб)
- Підрядники проєкту (500 осіб)
- Локальна спільнота міст учасників, яка дізнається про проєкт через ЗМІ (1000000 осіб)

Босова Р.В. Шенцов Р.С.



Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Культурні інтереси цільових аудиторій були визначені завдяки:

- досвіду організації фестивалів та промотурів 8 років;
- аналізу соціальних мереж фестивалю та актуальних світових новин;
- організації стратегічних сесій з іншими організаторами фестивалю та представниками влади;
- опитуванням відвідувачів фестивалів, концертів та інших культурних подій;
- регулярному моніторингу ЗМІ та наявних культурних подій та новин;
- регулярній участі у галузевих панельних дискусіях;
- освітнім галузевим проєктам, які ми створюємо та в яких беремо участь

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

Кінцеві результати проєкту будуть задовольняти культурні потреби професійної цільової аудиторії тому, що завдяки проєкту митці аудіального сектору отримають місце, час та ресурс для виступів. Вони отримають увагу широкої цільової аудиторії, великі охоплення та увагу ЗМІ, що в свою чергу може бути детонатором в їх творчій кар'єрі та допомогти їм монетизувати в майбутньому свій культурний доробок.

Непрофесійна цільова аудиторія завдяки проєкту зможе дізнатися про проєкт та молодих виконавців. Також ми вважаємо, що для локальної спільноти проєкт несе культурно-просвітницьку складову.

Представники музичної індустрії та підрядники отримають можливість роботи в складних умовах пандемії, коли понад рік всі музичні події стоять на паузі.

Аудиторія зможе долучитись до проєкту офлайн в 17 регіонах проєкту в залежності від актуальних карантинних обмежень, а також в режимі онлайн: всі результати проєкту будуть задокументовані у фільмі про проєкт та відзнятим відеовиступам всіх учасників проєкту у вільному доступі.

Аудиторія також зможе долучитись до проєкту завдяки онлайн-платформі з

Росета *Росета* *Експерт РС*




Методи комунікації:

- Email розсилки по підписниках фестивалів та партнерів проєкту;
- Email розсилки по всеукраїнських ЗМІ;
- Прес анонси та пресрелізи з подальшим розповсюдженням на власних і партнерських ресурсах;
- Промокампанії в соц.мережах;
- Інтерв'ю з організаторами та учасниками проєкту;
- Відеоконтент – проморолики на власних ресурсах Facebook, YouTube тощо;
- Зовнішня реклама та реклама в інтернет
- Проведення теле- та радіоефірів, аудіоролики на радіо, пресбрифінги
- Аудіоролики на радіо Рок-радіо, Радіо Рокс, Люкс ФМ (2 шт)

Канали комунікації

1. Офіційний сайт фестивалю «Файне Місто»
2. Офіційний сайт фестивалю «Respublica»
3. Офіційні сайти та соц.мережі партнерів проєкту
4. Соціальні мережі фестивалів у Facebook, Instagram, Telegram, Youtube та TikTok.
5. Сторінки подій проєкту у Facebook
6. Лідери думок: блогери, професіонали індустрії, представники медіа
7. Амбасадори та учасники проєкту
8. ЗМІ та медіапартнери: радіо, телебачення, друковані видання.


Генерал Рокс Ереншот Р.С.

На даних каналах будуть поширюватись новини про проєкт, новини про конкурси в рамках проєкту, інтерв'ю з учасниками проєкту, новини про найближчі події в рамках проєкту, проморолики, інтерактиви, анонси, фото та відео музичних виконавців, найцікавіші події у секторі та культурні новини.

В рамках проєкту планується залучення таких лідерів думок:

Євгеній Галіч – лідер гурту O.Torvald;

Олександр Санченко – голова Всеукраїнської Асоціації Музичних Подій;

Іван Семесюк – фронтмен гурту Пирятин;

Сергій Присяжний – лідер гурту Моторолла;

Мяч Дредбол – ведучій фестивалів;

Анна Салата – блогерка м.Київ;

Сергій Надал – мер м.Тернопіль;

Михайло Посітко – мер м.Кам'янець-Подільський;

Юлія Федів – виконавча директорка УКФ;

Андрій Каплун – організатор Impulse FEST;

Альберт Цукренко – журналіст, ведучий;

Павло Нечитайло – лідер гурту Zapaska;

Олег Каданов – культурний діяч, учасник гурту Оркестр Че;

Максим Сердюк – головник редактор медіа СЛУХ;

Алекс Бондаренко – засновник медіа LiRoom;

Слексій Ярош - лідер гурту KARNA;

Олег Михайлюта - лідер гурту ТНМК.

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

Профільні музичні медіа: СЛУХ, LiRoom, Neformat, Comma.

Всеукраїнські медіа: The Village, Платформа, Sostav.UA, 112, ZN UA, Hromadske, Unian, Fest Survivor, Шпальта, YeUa, MoeMisto, Telegraf Design, NaChasi, BZH, NashKiev, NV, Maximum, SKO4, Новий Канал, Канал Україна, bit.ua.

Місцеві медіа: Vezha, Подолянин, Vdalo.info, ZahidNet, ТРК 33й канал, ТРК 7+, ТРК Місто, ТРК Поділля центр, Nagolos, Тернопіль 1, Всім». «Подолянин», «Проскурів», «Подільські Вісті», «Є».

Радіо: Radio ROKCS, Радіо Аристократи, Hromadske радіо, Львівська хвиля, ТРК Поділля, ТРК Місто, ТРК Поділля Центр, ФМ Галичина, Люкс FM, Рок Радіо


Галичина *Людмила* *Ерещак А.*

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

Кількісні показники:

- 5000 молодих митців дізнались про конкурси проекту
- 1000 молодих митців долучились до конкурсу проекту
- 40 молодих гуртів взяли участь у проекті
- 10000 представників професійної спільноти дізнались про проект
- 80 ЗМІ долучились до промокампанії проекту
- 80 акредитованих представників ЗМІ на проекті
- 3.000.000 медійне охоплення цільової аудиторії під час рекламної кампанії проекту
- на 1000 нової аудиторії долучилось до молодих гуртів учасників проекту
- 200000 нової аудиторії дізналось про проект завдяки аудіороликам на радіо

Якісні показники:

- Розширення аудиторії учасників проекту
- Розширення аудиторії фестивалів
- Підвищення рівню обізнаності про український музичний культурний продукт в регіонах
- Професійна спільнота України дізналась про проект та прийняла участь в його реалізації та конкурсах
- Організатори та представники музичної індустрії дізнались про нові форми проведення туру та промоції
- Промокампанія проекту охопила не тільки регіони України, а й найближчого закордону
- В проекті взяли участь різножанрові та конкурентоспроможні гурти аудіального сектору
- Підвищено конкурентоспроможність молодих гуртів, які прийняли участь в проекті
- Документальний фільм про проект стимулює молодих митців та професіоналів музичної індустрії до нових підходів промоції культурного продукту
- Промотур отримав всеукраїнське охоплення в рамках промокампанії та конкурсів проекту
- Всі учасники проекту отримали готові відеозаписи своїх виступів, які використовують для подальшої промоції свого матеріалу
- Локальні спільноти в регіонах проекту дізнались про існування нових музичних проектів в Україні
- Молоді гурти отримали нову аудиторію та слухачів
- Проект отримав всеукраїнське охоплення завдяки комунікаційній стратегії проекту


Горелко Р. Іванівна
Горелко Р. Іванівна

- [Проект змогли відвідати всі охочі завдяки онлайн-платформі з технологією гідів-«аватарів»

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

Досягненням мети проекту будуть довгострокові якісні та кількісні результати. Якісні:

- Відбуваються всеукраїнські та міжнародні тури молодих гуртів
- Підвищення інтересу українських ЗМІ до молодих митців
- Збільшення кількості нових музичних проєктів в Україні
- Підвищено імідж українського культурного продукту серед широкої аудиторії
- Підвищено рівень відвідування різножанрових музичних заходів
- Відбувається розвиток інституту продюсерів та продюсерських центрів
- Розбудова культурної екосистеми в Україні
- Зростання споживачів культурного продукту в регіонах
- Популяризація українського культурного продукту в Україні та за кордоном

Кількісні:

- Збільшення кількості нових гуртів в Україні (100)
- Збільшення аудиторії гуртів-учасників проєкту (10000)
- Збільшення кількості відвідувачів локальних подій в регіонах (10000)
- Збільшення кількості відвідувачів фестивалей «Файне Місто» та «Respublica» (3000)
- Збільшення кількості промотурів в Україні (50)
- Збільшення кількості освітніх матеріалів та курсів по промоції культурного продукту (5)

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проекту

Основна соціальна місія нашого проєкту це об'єднати ресурс професіоналів музичної сфери та надати його для промоції молодих гуртів та їх культурного продукту. Це те, чого не вистачає молодим гуртам на етапі їх професійного становлення: контакти, аудиторія, місце, час та можливість бути почутими. За короткий строк молоді гурти зможуть подолати прірву між своєю творчістю та глядачем та зможуть продемонструвати свій культурний продукт одразу на теплу аудиторію, яку ми роками збирали проводячи регулярні концерти та фестивалі. А ми зможемо створити дієвий механізм промоції українських молодих виконавців аудіального жанру в складних карантинних умовах та надати можливість розвитку українському музичному культурному продукту за допомогою нового фестивального


Григорів Р.А. Еренков Р.А.

формату - мобільного промотуру.

Окрім цього, завдяки нашому проєкту зможуть отримати роботу та зайнятість підрядники та організатори одразу в 17 містах України, які під час пандемії залишились без можливості продовжувати свою справу та чії сім'ї лишились без доходу внаслідок цього.

Наш проєкт має ще одну соціальну складову - на всі заходи туру ми передбачили вільний вхід для таких незахищених категорій аудиторії як: внутрішньо переміщені особи, учасники АТО, діти сироти та діти з багатодітних сімей. Для інших категорій ми передбачили продаж квитків задля регулювання дозволеної кількості людей на заході з метою запобігання коронавірусної інфекції (згідно нормативам МОЗ на дати проведення туру). Всі гроші з проданих квитків підуть як реінвестиція в проєкт, що передбачено в кошторисі.

Наш проєкт передбачає залучення різних груп волонтерів у кожному місці: окрема увага буде приділена ековолонтерам та волонтерам, які працюють з маломобільними групами населення.

Наш проєкт має й освітню функцію, оскільки слухачі зможуть почути новий культурний продукт та розширити свої знання про наявний музичний ринок в Україні. Своїм проєктом ми спростуємо стереотип про домінування попмузики в Україні, як основної та підтримаємо інші сучасні напрями та жанри. Таким чином, ми підіймаємо культурний рівень відвідувачів концертів та фестивалів, в також всього суспільства в цілому. До того ж ми задокументуємо свій досвід у фільмі, який зможуть подивитись як професіонали музичної індустрії, так і інші гурті, які знаходяться у стані розгубленості й потребують нових знань про можливості промоції своєї творчості.

Проведення промотуру для молодих митців у вигляді мобільного фестивалю, стане корисним прикладом для інших організаторів, покаже їм нову дієву механіку проведення концертів та турів в нових умовах, що матиме вплив на всю музичну індустрію. Це стимулюватиме збільшення кількості всеукраїнських турів та покращення їх якості.

Розвиток молодих митців у довгостроковій перспективі створюватиме нові імена на українській великій сцені та за кордоном. Ми надамо старт молодим гуртам які в перспективі, можуть стати новими зірками українських фестивалів та новими переможцями музичних премій. Маючи широку слухацьку аудиторію та досвід промоції власного культурного

Голова  *Власов РС*

продукту обрані митці отримають змогу розвиватись надалі вже самостійно, розширять свої команди, робитимуть власні тури та створюватимуть нові проекти на базі вже існуючих. Це розширить кількість нових імен в музичній індустрії та у креативному секторі. Досвід нашого проекту надихатиме інших музикантів початківців розвивати свої проекти, наша спільна праця стане успішним кейсом та прикладом для інших музичних фестивалів України. Ми залучимо нові інноваційні форми до організації нашого туру, які можуть трансформувати подію в онлайн, офлайн або змішаний формат.

Ми вважаємо, що наш проект зфокусує увагу представників музичної індустрії та детонує їх креативність у пошуку нових інноваційних рішень та методів праці в цей складний час, що, безумовно, позитивно вплине на культурну та музичну індустрію країни.


Наш проект буде дієвим як під час карантинних обмежень так і після їх закінчення.

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

Всі напрацьовані результати промокампанії будуть знаходитись у вільному доступі на цифрових платформах фестивалів та учасників проекту після завершення промотуру: - Всі молоді гурти отримають готовий змонтований якісний відеозапис свого виступу, який буде викладений та доступний для поширення та перегляду онлайн на YouTube; - Документальний фільм про проект буде викладений та доступний для поширення та перегляду онлайн на YouTube; - Всі відеозаписи онлайн стрімів гідів-«аватарів» з місця події будуть збережені та доступні для перегляду на YouTube після завершення промотуру.

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)?

Так, наш проект є логічним продовженням нашої діяльності, яка складається зі створення концертів, турів, фестивалів, освітніх проектів тощо. Ми маємо широку мережу організаторів в музичній індустрії, яким пропонуватимемо підтримані музичні гурти в якості учасників на їх культурні заходи, концерти, фестивалі тощо. Окрім цього, ми продовжуватимемо співпрацювати з обраними нашими гуртами і популяризувати їх творчість на власних платформах та сценах фестивалів. Натомість музичні гурти зможуть довічно використовувати відеозаписи створені в рамках проекту для популяризації свого культурного продукту, участі у конкурсах тощо. Окрім цього, всі нові контакти, які отримають музичні гурти в рамках нашого


Голова Радіо Експерт РС

проекту допоможуть їм розвиватись і надалі як самостійні творчі одиниці на засадах залучених коштів спонсорів, грантової підтримки тощо. Найкращі гурти деякі з учасників команди зможуть очолити як продюсери, а також пропагувати їх творчість серед знайомих лейблів, менеджерів та організаторів концертів. З поверненням привозів закордонних гуртів учасники проекту будуть запропоновані на саппорт-підтримку цих гуртів в їх турах, що додатково створить умови для промоції українського культурного продукту не тільки в Україні, а й закордоном та вигідно представлятиме імідж України на всесвітньому рівні.

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

Ми регулярно беремо участь в профільних галузевих подіях, де обмінюємось досвідом з колегами та іншими організаціями. До того ж ми регулярно беремо участь і в онлайн-зустрічах по організації подій. Окрім цього ми беремо участь як лектори в освітніх лекціях та майстеркласах, а також створюємо освітні програми, такі як «Менеджмент 24/7» в Тернополі.

Ми плануємо створювати партнерства і надалі поза межами проекту. Ми створюємо партнерства з іншими фестивалями, такими як Respublica FEST, Bezviz, Atlas Weekend, Zaxidfest та іншими міжнародними, всеукраїнськими та регіональними фестивалями.

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Плахцінський Ростислав Ришардович

Роль у проекті

Керівник проекту

Перелік основних обов'язків

Створення концепції, пошук партнерів, координація проекту у всіх містах, пошук і відбір учасників проекту, перемовини з організаторами на містах, перемовини та підписання угод, керівник культурних проектів

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

100%



Тарас Рогов

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

Плахцінський Ростислав Ришардович. м.Тернопіль. Освіта: 2008–2013 Тернопільський національний педагогічний університет, фізико-математичний факультет, спеціальність – інформатика; 1998-2008 Тернопільська спеціалізована школа 1-3 ступенів №3 з поглибленим вивченням іноземних мов.Додаткова освіта: 2001 - 2006 Тернопільська дитяча музична школа №1, клас духових інструментів; 1998 - 2008 Тернопільський центр дитячої творчості, клас естрадного вокалу. Досвід роботи: травень 2013 - приватний підприємець. Організатор музичних фестивалів "Файне Місто", "Висадка", "Подільняни ОктоберФест", "Сто Пудів Фест" та інших масових культ-заходів. Досвід роботи з гуртами та виконавцями найвищого рівня популярності, з такими як Ляпис Трубецкой, ТІК, Бумбокс, Zdob si Zdob, Pianобой, Лама, Друга Ріка, С.К.А.Й., Антитіла, та інших. червень 2012 - червень 2016 - ТРЦ "Подільняни" (паб "Хмільне Щастя" та всі заклади РЦ). Посада: арт-директор, маркетолог. Знання мов: англійська, українська, російська. Професійні навички: досвідчений користувач: MS Office (Word, Excel, Access, Power Point, Outlook), навички роботи з Internet (MS Explorer, Mozilla Firefox, Opera, Safari) і E-mail (Outlook Express), графічними редакторами (PhotoShop 6), організація вечірок, весіль, корпоративів, концертів та фестивалів. Особисті якості: Комунікабельність, стресостійкість, креативність, відповідальність, пунктуальність.

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

волонтер

ПІБ члена команди

Кізлик Христина Володимирівна

Роль у проекті

Координація музичної частини туру

Перелік основних обов'язків

Координація музичної частини туру, відбір та комунікація з всіма гуртами учасниками проекту, забезпечення проживанням та побутовими райдерами музикантів

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



Handwritten signature: *Тарас Рад Кривонос Рад*

Blue circular stamp: **Університетський центр дитячої творчості**
Тернопільський національний педагогічний університет
Інститут інформатики

100%

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

Кізлик Христина Володимирівна. м.Тернопіль. Освіта: Бакалавр факультету міжнародних відносин, спеціальність: міжнародна інформація регіональні студії та комунікації 2016-2020 Львівський національний університет. Досвід роботи: продакт менеджер 2019 – до сьогодні. Edwe.co, Київ; Куала-Лумпур. Обов'язки: Проведення брифінгів. Управління обліковими записами в соціальних мережах. Визначення пріоритетів, оцінка, створення і розподіл завдань. Управління проектами за аджайл методологіями (планування спринтів, пріоритизація і оцінка завдань, тестування, демонстрація, ретроспектива, ведення дошки завдань). Підтримка щоденної роботи і вирішення проблем. Продакт менеджер - 09/2019 – до сьогодні. Файне Місто, Терногіль. Задачі: Стандартизація та структурування роботи. Організаційна робота команди під час заходу. Успішний запуск двох розважальних проектів на території фестивалю. Управління обліковими записами в соціальних мережах. Аналітична робота над всіма етапами підготовки та реалізації. Координація музичних сцен. Супровід музикантів та координатія турів. Професійні навички: досвід володіння ПК, кризовий менеджмент, моніторинг проекту, планування. Особисті якості: дисциплінованість, гнучкість, пунктуальність, уважність до деталей, креативність, стресостійкість. Знання мов: англійська, німецька, українська, російська.

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

волонтер

ПІБ члена команди

Драгомерецький Валентин Володимирович

Роль у проекті

Відповідальний за логістику та технічне забезпечення проекту

Перелік основних обов'язків

Координація логістичних процесів проекту, підготовка локацій, доїзд партнерів, підрядників, міських служб, необхідних для проведення проекту, організація технічного забезпечення майданчиків туру в інших містах



Валентин Драгомерецький

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

100%

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

Драгомерецький Валентин Володимирович. м. Кам'янець-Подільський. Освіта: у 1999 року закінчив Кам'янець-Подільську ЗОШ №2; у 2004 року закінчив фізико-математичний факультет Кам'янець-Подільського національного університету; у 2006 року отримав диплом про другу вищу освіту у Харківському національному економічному університеті (спеціальність "Економіка підприємства"). Досвід роботи: у 2004-2005 роках працював вчителем фізики та інформатики у Нефедівській ЗОШ Кам'янець-Подільського району; з 2005 - підприємницька діяльність у культурно-розважальній сфері (організація концертів, всеукраїнських турів, створення фестивалів у м. Кам'янець-Подільський (Respublica, ZagataFest), координація музичних майданчиків, технічне забезпечення сцен). Професійні навички: менеджмент, координація процесів у команді, вміння комунікувати з владою, організація та логістика подій. Особисті якості: уважність, стратегічне мислення, комунікабельність, стресостійкість. Знання мов: українська, російська, англійська.

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

волонтер

ПІБ члена команди

Коробкова Ольга Олегівна

Роль у проекті

Куратор цифрової частини проекту

Перелік основних обов'язків

Забезпечення проекту фото та відео-зйомкою, налаштування гідів-аватарів для онлайн-частини, координація роботи ЗМІ.

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)


Коробкова Ольга Олегівна

Коробкова Ольга Олегівна. м.Хмельницький Освіта вища, Харківська державна академія дизайну і мистецтв Фахівець з управління проектами та програмами, співзасновник фестивалю «Республіка» 2019 р.Школа культурного менеджменту та креативних індустрій (ШКУМ '19). Навчання навичкам проєктного менеджменту, основам фінансового планування, фандрейзингу, розбудови партнерств та підготовки комунікаційної стратегії. досвід роботи: 2017- 2019р.р.- івент менеджер мережі ТРЦ Екватор; 2018-2019р.р.- куратора сцени West stage фестивалю «Atlas Weekend»; 2012-2019 р.р.- кураторка фестивалів «Республіка»; 2010-2017 р.р.- тур-менеджер; створення айдентики фестивалю «Республіка» 2014-2018. створення дизайну поліграфічної продукції фестивалю «Rock&Bug» 2018, менеджер з маркетингу ТРЦ Екватор 2017-2019, учасник виставок Art-zavod Platforma 2018, Інститут проблем сучасного мистецтва України 2019. Останні реалізовані проекти: 2018 - Український Культурний Фонд:проект “Інкубатор РеспублікаFEST” 2019 - Pact USAID Engage (2018 - EVZ Fund (Germany): міжнародна програма обміну між музикантами та танцівниками із України та НімеччиниUSA): Грант для збільшення інклюзивності та екологічності українських фестивалів Управлінські навички: наявність критичного мислення; ефективність управління тимчасовими і трудовими ресурсами; навички мотивації персоналу; Особисті якості: організованість; орієнтація на результат; відповідальність; працьовитість; впевненість в собі; зміння адаптуватися до змін.

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

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

Ризик: Невчасно надані послуги підрядниками

Можливість виникнення: Низька

Вплив: Відхід від таймінгу проекту

Стратегія уникнення: Чітко прописані таймінги у договорах з підрядниками, та моніторинг проекту від першого дня

Ризик: Хвороба когось з учасників проекту



Юлія Рибак

Можливість виникнення: Середня

Вплив: Менша кількість учасників проекту

Стратегія уникнення: Набір резервних гуртів зі списку

Ризик: Неякісне технічне забезпечення для відеозйомки

Можливість виникнення: Низька

Вплив: Зниження якості промоції гуртів

Стратегія уникнення: Підбір в команду лише перевірених підрядників, з якими вже працювали раніше

Ризик: Недостатнє охоплення проекту

Можливість виникнення: Низька

Вплив: Низькі кількісні показники

Стратегія уникнення: Скласти поетапну комунікаційну стратегію з можливістю коригування методів комунікації на кожному з етапів: підвищити кількість ЗМІ; залучити більшу кількість лідерів думок до комунікацій; посилити рекламу в соц.мережах; створити додаткові конкурси та інтерактиви для взаємодії з аудиторією

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

Ризик: Посилення карантинних обмежень

Можливість виникнення: Середня

Вплив: Неможливість проведення події у зазначеному форматі

Стратегія уникнення: Підбір партнера з досвідом переходу в онлайн та змішаний формат нівелює, ми маємо запасні варіанти та формати проведення проекту, мобільні до переходу в онлайн-режим

Ризик: Політичні умови, недостатнє фінансування

Голова Р.О.С. Служба АС



1

Кількість людей віком від 51 до 60

0

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту

0

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

170

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

350

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

170

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із малозабезпечених сімей, дітей-сиріт? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0

350

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

500

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

Голова  *Розділ Енергозбереження*

так

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

Так

Декларація доброчесності

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

Так

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

Так

В розрізі та з урахуванням норм Закону України «Про санкції» та рішень Ради національної безпеки і оборони України щодо застосування і скасування персональних спеціальних, економічних та інших 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


Голова Рад Експертів АС

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

Брессанов Руслан Сергійович



Грантоотримувач:



Назва конкурсної програми: Інноваційний культурний продукт
Назва ЛОТ-у: Музика
Назва Заявника: Громадська Організація "Фейне Місто"
Назва проекту: Мобільний промотур молодих виконавців від фестивалю Фейне Місто
Дата початку проекту: червень 2021
Дата завершення проекту: 30.10.2021

Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1. Український культурний фонд	59,88%	798 500,00
2. Співфінансування* :	0,00%	0,00
2.1. Кошти організації-партнерів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.2. Кошти державного та місцевих бюджетів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.3. Кошти інших донорів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.4. Кошти інших донорів (повна назва організації)	0,00%	0,00
2.5. Власні кошти організації-заявника	0,00%	0,00
3. Реннвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проекту)	40,12%	535 000,00
Всього по розділу І "Надходження"	100,00%	1 333 500,00

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

Голова ГО "Фестиваль "Фейне Місто"

(позач)

(підпис: Пестиний)

Ерешов Рустам Султанбекович

(ПІБ)



Пункт:	4.4.2	Оренда сценічного обладнання, звук 30 кат, світло, бекгайн відно тех.райдерам Перелік: Сценічний ліфтова конструкція 6м на 8 м. 30 кат звук JBL Підсилювачі типу • OSC PLX 3102 (2x1000W@4Ω) – 4 шт. Пульт мікшерний • Yamaha MG166SX (16 IN, 2 АУХ) Комплекти динамічних обробок та процесорів типу I.; Electronics, Yamaha Гитарні комбо типу • Mesa/Boogie (випиловка головки 1St, 100) (200W) 1 шт. Marshall (голова MG100HDFX) Vox Valvetronk ADV (100W) – 1 шт. Басові комбо типу • Ampeg SVT6 PRO + Ampeg SVT 810 E (800W) – 1 шт. Ударна установка типу • Yamaha Stage Custom; залізо Paiste-502 світло типу (Moving Heads 2 шт, HALO LED Pařed 18Q4 (RGBW, 108W) 10 шт., (Strobe) Technolight 2 шт, Blinderg 2 шт. в комплекті	шт.	17,00	12 000,00	204 000,00	0,00	204 000,00	12000	оренда на 1 місто* 17 міст. 17 днів оренди
Пункт:	4.4.3	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00	0,00	0,00		
Підстаття	4.5	Інші об'єкти оренди		18,00		58 000,00	0,00	58 000,00		
Пункт:	4.5.1	Оренда намету для грибок артистів 5 на 6 м	шт.	17,00	2 000,00	34 000,00	0,00	34 000,00	2000	оренда на 1 місто* 17 міст. 17 днів оренди
Пункт:	4.5.2	Оренда техніки для онгайн-трансляцій для використання гдами-аватарами (смартфон, мікрофон, стедакам) 17 днів	послуга	1,00	24 000,00	24 000,00	0,00	24 000,00		
Пункт:	4.5.3	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00	0,00	0,00		
Всього по статті 4 "Витрати пов'язані з орендою":				52,00		398 000,00	0,00	398 000,00		
Стаття:	5	Витрати учасників проекту, які беруть участь у заходах проекту та не отримують оплату праці та/або винагороду								
Підстаття	5.1	Послуги з харчування		0,00		0,00	17,00	6 000,00	102 000,00	102 000,00
Пункт:	5.1.1	Послуга кейтеринг, харчування	шт			0,00	17,00	6 000,00	102 000,00	102 000,00
Пункт:	5.1.2	Послуги з харчування	учасн.			0,00			0,00	0,00
Пункт:	5.1.3	Послуги з харчування	учасн.			0,00			0,00	0,00
Підстаття	5.2	Витрати на проїзд учасників заходів		9 000,00		180 000,00	0,00	180 000,00		
Пункт:	5.2.1	Автоперевезення пасажирські автобус на 30 осіб	км	4 500,00	20,00	90 000,00	0,00	90 000,00	4500км*20грн/км	
Пункт:	5.2.2	Автоперевезення вантажної спец. збук. світло, автомобіль MAN, Тент, довжина кузова 9 метрів.	км	4 500,00	20,00	90 000,00	0,00	90 000,00	4500км*20грн/км	
Пункт:	5.2.3	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт			0,00			0,00	0,00

Коробка 10

Штемпелі: [Blue circular stamp with text "НАЦІОНАЛЬНИЙ ЦЕНТРАЛЬНИЙ РЕГІСТР ПРАЦІ" and "МІНІСТЕРСТВО СОЦІАЛЬНОЇ ЗАХИСТУ ПРАЦІ УКРАЇНИ" and a signature]

Підстатті	5.3	Витрати на проживання учасників заходів		17,00		178 500,00	0,00	178 500,00			0,00	178 500,00	
Пункт:	5.3.1	Презентації в конітині місії (10500 в конітині)	доба	17,00	10 500,00	178 500,00	0,00	178 500,00			0,00	178 500,00	10 днів в турі по 150\удеба=10 500 *17 міст
Пункт:	5.3.2	Рахунки з готелів (з вказаними прізвищем)	доба			0,00	0,00	0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.3.3	Рахунки з готелів (з вказаними прізвищем)	доба			0,00	0,00	0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 5 "Витрати учасників проекту, які беруть участь у заходах проекту та не отримують оплати праці та/або винагороду"						358 500,00		102 000,00			460 500,00		

Стаття:	6	Матеріальні витрати											
Підстатті	6.1	Основні матеріали та сировина		0,00								18 000,00	18 000,00
Пункт:	6.1.1	Канделярські витрати (набір)	комплект			0,00	1,00	6 000,00			6 000,00	6 000,00	Заплановано придбати: Меркери 50 шт Стрчки для бейджів 200 шт Папір А4 2 пачки Скотч 500 20 шт Фліп-чарт 65х100 на підставці 1 шт Ватман А2, 10 шт Файл пакег/А4 Зошит на пружині 150 грн=17
Пункт:	6.1.2	Закупівля антисептиків	шт.			0,00	300,00	20,00			6 000,00	6 000,00	300шт*20 грн
Пункт:	6.1.3	Закупівля масок	шт.			0,00	1 200,00	5,00			6 000,00	6 000,00	1200шт*5грн
Стаття:	6.2	Носії, накопичувачі		2,00		6 000,00	0,00	0,00			6 000,00	6 000,00	
Пункт:	6.2.1	Носій-накопичувач для зберігання відео та фото матеріалів	шт.	2,00	3 000,00	6 000,00	0,00	0,00			6 000,00	6 000,00	Жорсткий диск Western Digital Blue 4TB 5400rpm 64MB WD40EZRZ 3.5 SATAIII (2 шт)
Пункт:	6.2.2	Найменування	шт.			0,00					0,00	0,00	
Пункт:	6.2.3	Найменування	шт.			0,00					0,00	0,00	
Стаття:	6.3	Інші матеріальні витрати		1,00		6 000,00	0,00	0,00			6 000,00	6 000,00	
Пункт:	6.3.1	Батарейки та крони для музикантів та відеооператора (набір)	комплект	1,00	6 000,00	6 000,00	0,00	0,00			6 000,00	6 000,00	Плановий розрахунок: Батарейка Varta CR 123A Lithium BLI 10 шт Акумулятор крона BESTON 9V L-лон 1000 mah 1 шт Акумуляторна батарея ZINTER USB 9В Крона Lpro S19 400mah (1003-248-00) 4шт X 344 Акумулятор Duracell Recharge AAA 750 мА·ч 4 шт
Пункт:	6.3.2	Найменування	шт.			0,00					0,00	0,00	
Пункт:	6.3.3	Найменування	шт.			0,00					0,00	0,00	
Всього по статті 6 "Матеріальні витрати"				3,00		12 000,00	1 501,00	18 000,00			30 000,00	30 000,00	

Стаття:	7	Поліграфічні послуги											
Пункт:	7.1	Друк футболки	шт.			0,00	200,00	200,00			40 000,00	40 000,00	200шт*200 грн/шт
Пункт:	7.2	Друк сумок	шт.			0,00	200,00	100,00			20 000,00	20 000,00	200шт*100грн
Пункт:	7.3	Друк бейджів	шт.			0,00	200,00	15,00			3 000,00	3 000,00	15грн/шт*200 шт
Пункт:	7.4	Друк афіш	шт.			0,00	2 000,00	7,50			15 000,00	15 000,00	2000шт*7,5шт



Горбань АС

Пункт:	7.5	Друк банерів для сцен	м2	0,00	50,00	200,00	10 000,00	10 000,00	50м2*200грн/м2
Пункт:	7.6	Друк фотозони	шт.	0,00	1,00	5 000,00	5 000,00	5 000,00	1шт*5000грн (банерна тканина на дерев'яному каркасі)
Пункт:	7.7	Друк буклетів з інформацією про проект та учасників (формат А5)	шт.	0,00	5 000,00	1,40	7 000,00	7 000,00	1,4шт*5000
Пункт:	7.8	Друк входних бракетів	шт.	0,00	5 000,00	5,00	25 000,00	25 000,00	Брн/шт*5000шт
Пункт:	7.9		послуга	0,00	1,00	35 000,00	35 000,00	35 000,00	Розробка фірмового стилю проекту, оформлення сторінок в соціальних мережах (фейсбук, інстаграм), об'єднання профілю та події аватар, підготовка світлин в фірмовим дизайном та дв вимогами стандартних розмірів (фейсбук, інстаграм), 1/0 шт та фото з проекту 1/00 шт банер проекту для пресконференції дизайн фотозони, афіш, буклету дизайн принтів футболок та сумок. Фестиваль файне Місто має логотип, але як і всі великі фестивалі України та світу ми шороку створюємо дизайн та фірмовий стиль тоді відповідно до цього шороку проекту та нових тенденцій в світовому дизайні - змінюємо кольорову гаму, візуальні маркери, шрифти, анімалістичні роликки, меседжі, які змінюються шороку. Дизайн це один зі способів комунікації з аудиторією і завдяки новому та сучасному дизайну, який відтворює тренди, прискідам ефективніше робити поліграфічну продукцію, постери та афіші для соціальних мереж - з актуальним дизайном вони більш помітні, більш сучасні та більш цікаві аудиторії. Це підтверджує і досвід інших українських та міжнародних фестивалів та проектів - якщо прослідкувати за такими проектами як Atlas Weekend, Doudays, Respublika FEST, Zakifest тощо, то ми помітимо, що їх дизайн змінюється шороку, оскільки це звичайна практика в створенні візуального стилю для таких подій і це є елементом комунікаційної стратегії, завдяки якій можна простіше привернути увагу цільової аудиторії. Створення нового дизайну замовлено також тим, що фокус шороку змінюється. Візуальний стиль цього року передбачає зміну кольорової гамми, візуальних маркерів, шрифтів, елементів проекту. Дизайн проекту також передбачає створення постерів-анонсів всіх учасників туру для різних соціальних мереж, тобто кожний учасник буде оподшуватись окремо, власним логотипом виконаним у візуальному стилі цього шороку туру
Пункт:	7.10	Дизайн проекту (айдентика, фірмовий стиль)	шт.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	7.11	Соціальні внески за договорами ЦПХ з		0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги":									
				0,00	12 652,00		160 000,00	160 000,00	

Стаття:	8	Видавничі послуги							
Пункт:	8.1	Послуги коректора	сторінка	0,00			0,00	0,00	0,00
Пункт:	8.2	Послуги верстки	сторінка	0,00			0,00	0,00	0,00
Пункт:	8.3	Друк книг	кземпляр	0,00			0,00	0,00	0,00
Пункт:	8.4	Друк журналів	кземпляр	0,00			0,00	0,00	0,00
Пункт:	8.5	Інші витрати (вказати надану послугу)	кземпляр	0,00			0,00	0,00	0,00
Пункт:	8.6	Соціальні внески за договорами ЦПХ з		0,22		0,22	0,00	0,00	0,00
Всього по статті 8 "Видавничі послуги":									
				0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00

Стаття:	9	Послуги з просування							
Пункт:	9.1	Фото і відеофіксація проекту (1 камера+ квадрокоптер) виготовлення, монтаж відеороликів	послуга	0,00	1,00	40 000,00	40 000,00	40 000,00	1 проморолик до проекту (60 сек); 1 про перебіг проекту (180 сек); 1 звітний (180 сек); 1700 фото з проекту (по 100 з кожного міста, фотографування, обробка)



Пункт:	9.2	Відеозапис всіх виступів учасників проекту в кожному місті та виготовлення роликів з виступами всіх учасників проекту	послуга			0,00	1,00	35 000,00	35 000,00		35 000,00	35 000,00		37 роликів на 3 камери + квадрокоптер + монтаж, дизайн відео та викладка на сторінки проекту та фестивалів в соціальних мережах					
Пункт:	9.3	СММ, СЕО	послуга			0,00	1,00	60 000,00	60 000,00		60 000,00	60 000,00		Стратегічне планування, кпірайтинг, аналіз соц. мереж, просування, ведення соц. мереж проекту протягом 90 днів, таргетинг					
Пункт:	9.4	Оплата Zoom безліміт	послуга			0,00	1,00	3 000,00	3 000,00		3 000,00	3 000,00		Оплата Zoom для створення турів підв "аватарів" проекту					
Пункт:	9.5	Аудіоролики на радіо (створення та розміщення)	послуга			0,00	1,00	27 000,00	27 000,00		27 000,00	27 000,00		Аудіоролики на радіо створення 2 роликів по 1000 грн (хронометраж 35 сек) = 2000 грн Розміщення на радіостанціях Гок радіо, Радіо Гоце, Люкс ФМ на 14 днів = 25 000 грн					
Пункт:	9.6	Соціальні внески на договори ЦПХ з			0,22	0,00		0,22	0,00		0,00	0,00							
Всього по статті 9 "Послуги з просування":																			
													0,00	5,00		165 000,00	165 000,00		
Стаття:	10	Створення веб-ресурсу											0,00						
Пункт:	10.1	Витрати зі створення сайту (зазначити)				0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	10.2	Витрати зі створення сайту (зазначити)				0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	10.3	Витрати зі створення сайту (зазначити)				0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	10.4	Витрати з обслуговування сайту	місяць			0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	10.5	Соціальні внески за договорами ЦПХ з			0,22	0,00		0,22	0,00		0,00	0,00		0,00					
Всього по статті 10 "Створення веб-ресурсу":													0,00	0,00		0,00	0,00		
Стаття:	11	Приймання матеріалів, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації											0,00						
Пункт:	11.1	Наймювання методичних, навчальних	шт.			0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	11.2	Наймювання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів в т.ч. на електронних носіях	шт.			0,00					0,00	0,00		0,00					
Всього по статті 11 "Приймання матеріалів, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях":													0,00	0,00		0,00	0,00		
Стаття:	12	Послуги з переказу											0,00						
Пункт:	12.1	Усні переказ (синхронний) послідовний, з	година			0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	12.2	Письмовий переказ (зазначити, з якої на яку сторінка)	сторінка			0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	12.3	Редагування письмового переказу	сторінка			0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	12.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з			0,22	0,00		0,22	0,00		0,00	0,00		0,00					
Всього по статті 12 "Послуги з переказу":													0,00	0,00		0,00	0,00		
Стаття:	13	Інші прямі витрати											0,00						
Підстаття:	13.2	Адміністративні витрати											2,00			30 000,00	0,00		
Пункт:	13.1.1	Бухгалтерські послуги	послуга			1,00		30 000,00	30 000,00		0,00	0,00		30 000,00					
Пункт:	13.1.2	Юридичні послуги	послуга			1,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00					
Пункт:	13.1.3	Аудиторські послуги	послуга			0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00					
Пункт:	13.1.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з			0,22	0,00		0,22	0,00		0,00	0,00		0,00					
Підстаття:	13.2	Послуги ком'ютерної обробки,											0,00			0,00			
Пункт:	13.2.1	Зазначити конкретну назву послуги відповідно				0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	13.2.2	Зазначити конкретну назву послуги відповідно				0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	13.2.3	Зазначити конкретну назву послуги відповідно				0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	13.2.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з			0,22	0,00		0,22	0,00		0,00	0,00		0,00					
Підстаття:	13.3	Витрати на послуги страхування											0,00			0,00			
Пункт:	13.3.1	Вказати предмет страхування				0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	13.3.2	Вказати предмет страхування				0,00					0,00	0,00		0,00					
Пункт:	13.3.3	Вказати предмет страхування				0,00					0,00	0,00		0,00					

Губернатор

Губернатор

Підстатті	13.4	Інші прямі витрати		0,00		0,00	2,00		90 000,00	90 000,00	
Пункт:	13.4.1	Надання послуг з організації виступу музичних гуртів на фестивалі «Кеспрібса»		0,00		1,00	45 000,00		45 000,00	45 000,00	3 гурти, перелік заvardь: повна комунікація із гуртами; виконання райдерів (технічний, гонорар), координація безпеки їдижу, комунікація із режисерами заходу; трансфер гурту до - та з - міста проведення фестивалю; координація саундчеку та інші організаційні та комунікаційні питання, що стосуються виступів гуртів
Пункт:	13.4.2	Надання послуг з організації виступу музичних гуртів на фестивалі «Файне місто»		0,00		1,00	45 000,00		45 000,00	45 000,00	3 гурти, перелік заvardь: повна комунікація із гуртами; виконання райдерів (технічний, гонорар), координація безпеки їдижу; комунікація із режисерами заходу; трансфер гурту до - та з - міста проведення фестивалю; координація саундчеку та інші організаційні комунікаційні питання, що стосуються виступів
Пункт:	13.4.3	Розрахунково-касове обслуговування		0,00					0,00	0,00	
Пункт:	13.4.4	Інші послуги банку (відповідно до тарифів		0,00					0,00	0,00	
Пункт:	13.4.5	Інші прямі витрати (деталізувати кожний вид		0,00					0,00	0,00	
Пункт:	13.4.6	Інші прямі витрати (деталізувати кожний вид		0,00					0,00	0,00	
Пункт:	13.4.7	Інші прямі витрати (деталізувати кожний вид		0,00					0,00	0,00	
Пункт:	13.4.8	Соціальні внески за договорами ЦПХ з		0,22			0,22		0,00	0,00	
Всього по статті 13 "Інші прямі витрати":				2,00		2,00			90 000,00	120 000,00	
Всього по розділу II "Витрати":				798 500,00					535 000,00	1 333 500,00	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ				0,00					0,00	0,00	

залишок



(підпис, печатка)

Едуардо Рікман Огиландекович

Eduardo Ricman Ogilandekovich