

**ДОГОВІР № 51794**  
**про надання гранту**

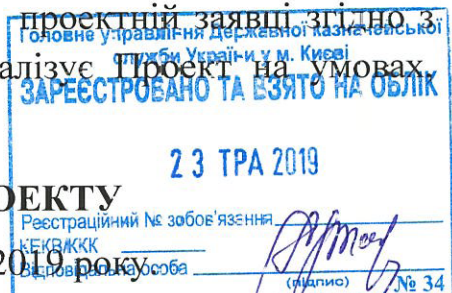
м. Київ

«*dd*» травня 2019 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, що діє на підставі Положення про Український культурний фонд, затвердженого наказом Міністерства культури України від 21.08.2018 року № 719, з однієї сторони, та Благодійна організація «Перший Благодійний Театральний Фонд» (далі – Грантоотримувач) в особі Президента Фонду Делієвої Наталії Вікторівни, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір прс таке.

**I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ**

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурного проекту «Фестиваль "Руде місто" Одеса» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у додатком 1 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах визначених цим Договором.



**II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ**

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 15 жовтня 2019 року.
2. Проект реалізується поетапно згідно з графіком, визначеним у пункті II проектної заявки.
3. Для підтвердження реалізації відповідного етапу Проекту Грантоотримувач надає Фонду проміжний змістовий звіт (додаток 2) та звіт про використання частини суми гранту (додаток 3).

Днем реалізації відповідного етапу Проекту є день підписання Фондом проміжного змістового звіту та звіту про використання частини суми гранту.

4. Для підтвердження реалізації Проекту в цілому Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт (додаток 4) та звіт про використання суми гранту (додаток 5).

Днем реалізації Проекту є день підписання Фондом змістового звіту, звіту прс використання суми гранту та акта про виконання Проекту.

**III. СУМА ГРАНТУ ТА ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ**

1. Загальна сума гранту становить 500 000 грн. 00 коп. (п'ятсот тисяч гривень 00 копійок) без ПДВ.

2. Попередню оплату від загальної суми гранту Фонд перерахсує у таких розмірах та у такі строки:

150 000 грн. 00 коп. (сто п'ятдесят тисяч гривень 00 копійок) без ПДВ не пізніше ніж до 31 травня 2019 року.

3. Фонд перераховує кожен наступну частину попередньої оплати від загальної суми гранту після підписання проміжного змістового звіту та звіту про використання частини суми гранту (у разі необхідності).

4. Фонд перераховує залишок коштів від загальної суми гранту після підписання змістового звіту та звіту про використання суми гранту.

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 гранту (крім випадків реалізації проектів, пов'язаних із кіновиробництвом);

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

4) надавати Фонду звіти, передбачені пунктами 3, 4 розділу II цього Договору;

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

1) надавати організаційно-методичну допомогу Грантоотримувачу;

2) контролювати порядок виконання цього Договору, дотримання строків, у тому числі проміжних, 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.

## **VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЕКТУ**

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

2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію, отримані в процесі реалізації Проекту, якщо таке використання відповідає існуючим правам інтелектуальної та промислової власності.

3. Грантоотримувач використовує всі можливі засоби для популяризації Проекту, який фінансується за підтримки Фонду. З цією метою рекламні матеріали, офіційні повідомлення, звіти та публікації мають містити інформацію про те, що Проект 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. ДОПУСТИМИ ВИТРАТИ**

1. Сторони домовились, що фактичні витрати мають відповідати принципам раціонального управління фінансами, бути відображені в бухгалтерському обліку Грантоотримувача (чи його партнерів) та відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проекту, форму якого наведено у додатку 6 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

оплата заборгованостей Грантоотримувача;

видатки за Проектом, раніше профінансовані з інших джерел;

основні засоби, інші необоротні матеріальні активи, нематеріальні активи;

видатки на підготовку проектної заявки;

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 Проекту в порядку, передбаченому цим Договором.

2. На вимогу Фонду Грантоотримувач зобов'язаний надати всю необхідну фінансову документацію щодо Проекту, зокрема виписки за рахунками.

3. Фонд має право проводити технічну перевірку процесу реалізації Проекту, у тому числі за місцезнаходженням Грантоотримувача та за місцем фактичної реалізації Проекту.

## **ІХ. 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.

## **Х. 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.

## **ХІ. ПОРЯДОК ВИРШЕННЯ СПОРІВ**

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

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

## **ХІІ. ІНШІ УМОВИ**

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до 31 грудня 2019 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 отриманим Сторонсю-одержувачем в день його успішного відправлення. Відправлення вважається неуспішним, якщо Сторона, яка його направляє, отримує повідомлення про те, що воно не було відправлено. У цьому разі Сторона, яка направляє повідомлення, має негайно відправити його ще раз за будь-якими іншими відомими та попередньо визначеними адресами, зазначеними у пункті 6 цього розділу.

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Проектний відділ Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.cult@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Голубев Сергій Сергійович, проектний менеджер

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

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

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

10. У разі якщо правила і процедури для Грантоотримувачів вимагають проведення публічних закупівель, такі правила і процедури мають відповідати

національним або міжнародним стандартам та принципам прозорості, пропорційності, ефективного фінансового управління, 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 – проміжний змістовий звіт;
- додаток 3 – звіт про використання частини суми гранту;
- додаток 4 - змістовий звіт;
- додаток 5 – звіт про використання суми гранту;
- додаток 6 – кошторис проекту.

### 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: 35213083000458

МФО: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

#### Грантоотримувач

Благодійна організація «Перший Благодійний Театральний Фонд»

Юридична адреса:

65009, м. Одеса, вул. Сонячна, буд. 10, кв. 26

Адреса для листування:

65026, Одеса, вулиця Пушкінська 11, офіс 27

ЄДРПОУ: 38954593

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АБ «Південний»

Р/р: 26009312624101

МФО: 328209

Тел.: +38 (067) 483-82-04



Ю.О. Федів

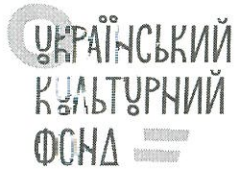
Президент Фонду



Н.В. Делієва

*Handwritten signatures and notes at the bottom of the page.*





## Заявка на фінансування в рамках програми «Створюємо інноваційний культурний продукт»

### Інструкція для заявника:

1. Записати заявку в програмі Word.
2. Роздрукувати в хорошій якості.
3. Поставити дату заповнення та підпис.
4. Відсканувати в форматі PDF та надіслати через онлайн-кабінет сайту <https://ucf.in.ua/>
5. Оригінал заявки разом з іншими документами аплікаційного пакету надіслати на адресу:  
програма «Створюємо інноваційний культурний продукт», Український культурний фонд, вул. Лаврська 10-12 м. Київ, 01010

## Розділ I: Візитна картка проектної заявки

|   |   |
|---|---|
| <b>Конкурсна програма</b>   | <input checked="" type="checkbox"/> «Створюємо інноваційний культурний продукт»   |
| <b>Тип проекту</b>  | <input checked="" type="checkbox"/> індивідуальний проект<br><input type="checkbox"/> проект національної співпраці<br><input type="checkbox"/> проект міжнародної співпраці  |
| <b>Сектор культури і мистецтв</b><br>(потрібно обрати один варіант)   | <input type="checkbox"/> візуальне мистецтво<br><input type="checkbox"/> аудіальне мистецтво<br><input type="checkbox"/> дизайн та моди<br><input type="checkbox"/> перформативне та сценічне мистецтва<br><input type="checkbox"/> культурна спадщина<br><input type="checkbox"/> література та видавнича справи<br><input checked="" type="checkbox"/> культурні та креативні індустрії |
| <b>Назва проекту</b><br>Фестиваль "Руде місто" Одеса  |   |
| <b>Назва проекту англійською мовою</b><br>Festival "Redhead city" Odessa  |   |
| <b>Короткий опис проекту (до 100 слів)</b><br>Рудоголосих людей на планеті зовсім небагато. Унікальність цих людей здебільшого доставляла їм одну неприємність. Тому проведення такого фестивалю не тільки данина моді аналогічних заходів на Заході, але перш за все, прояв поваги й уваги до незвичайних зовнішнім людям, до їх здібностей і достоїнств, пом'якшення історичної й соціальної несправедливості, які вони терпіли протягом багатьох століть від суспільства. З іншого боку - задає сонячний радісний тон і атмосферу в місті, створює майданчик для демонстрації своїх здібностей, талантів, звертає на себе увагу гостей міста, стимулює громадськість до рівноправного сприйняття нестандартних людей і особистостей, прищеплює дружбу і самоповагу один до одного. |   |
| <b>Короткий опис проекту англійською мовою (до 100 слів)</b><br>There are just few redhead people on the planet. The uniqueness of them made them suffering from social and historical injustice. Therefore, such a festival is not only a tribute to the similar events in the West, but a manifestation of respect to their abilities and merits, the mitigation of the social acceptance. Such a festival creates a joyful atmosphere in the city, creates a platform for demonstrating their abilities, talents, attracts attention of the city guests, stimulates the public to equal perception of non-standard individuals, connects people, instills self-respect to each other.  |   |
| <b>Загальний бюджет проекту (в гривнях)</b><br>500 000 грн  |   |
| <b>Запитувана сума від Українського культурного фонду (в гривнях)</b><br>500 000 грн  |   |

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Створюємо інноваційний культурний продукт», 2019



*Denisova M.A.*



### Інші джерела фінансування проекту (окрім гранту Українського культурного фонду)

Серед можливих: міські бюджети або бюджети громад, кошти організації-заявника, кошти організацій-партнерів, інші державні або приватні донорські кошти, кошти спонсорів або меценатів. Просимо надати конкретний перелік та найменування включно з сумами.

Інших джерел фінансування проекту фестивалю у нас немає. У нашому випадку, міська Рада Одеси в основному нас підтримує нематеріальними ресурсами, як-то: дозвіл на проведення заходу, виділення три наявності мінімального сценічного обладнання, виділення при наявності мінімальної кількості технічного обладнання, но завжди - прибирання прилеглих територій проведення фестивалю, забезпечення правопорядку та охорони, інформаційне висвітлення в муніципальних ЗМІ. Але при цьому ми розуміємо глибоку необхідність в пошуку та отриманні всіх можливостей для фінансування проекту фестивалю. Тому, що саме диверсифікація фінансових джерел, а також процеси комерціалізації фестивалю дають йому гарантії на перспективу. Тому, для залучення максимального можливого числа учасників, місцевих й національних діячів мистецтва, органів фінансування, спонсорів й аудиторії, робота Фестивалю буде зосереджена на 3-х основних аспектах в майбутньому:

- щорічна програма суспільних подій, що відбуваються під час Фестивалю, а також розвиток проєктів в іншу пору року;
- різні місцеві програми під час Фестивалю, а також програми створення підтримки подій протягом року;
- проведення творчої політики організації Фестивалю

Останнім часом в Україні справжній культурний бум. Кожні вихідні люди вибирають, на який з кількох десятків заходів вони хочуть піти, а тим часом, агентства, компанії та просто небайдужі люди придумують все нові й нові фестивалі, виставки та ярмарки. Наш продукт не можна помацати, ми не можемо апелювати до вдосконаленої технології або якості складових. Наш товар - це враження від гарного фестивалю та унікальної атмосфери радості й веселощів. Робота на культурних заходах - це робота в стані перманентного конструктивного пошуку й творення. Тому виходячи з виділеної нами потенційної групи цільової аудиторії фестивалю (саме тих, кому буде цікавий фестиваль і хто його 100% відвідає) ми приблизно можемо скласти карту зацікавлених партнерів і потенційних спонсорів фестивалю. Перш за все це можуть бути виробники та корпоративні кондитерської галузі, виробники напоїв (безалкогольних) і соків, м'ягких напоїв, канцелярських виробів, мережі громадського харчування (найбільш оптимальний - Макдональдс), косметичної та парфумерної продукції, товарів особистої гігієни. Спонсорство, перш за все, має комерційні (маркетингові) завдання: підвищення впізнаваності бренду або компанії в цілому, напрацювання позитивного іміджу, просування окремих продуктів. Наш фестиваль буде гарантувати спонсорській компанії досягнення синергетичного ефекту від спонсорської участі в проєкті фестивалю через те, що: проєкт фестивалю правильно і чітко визначає об'єкт спонсорства; чітко уявляє ті завдання і цілі, які він збирається вирішити за допомогою даної спонсорської акції; стане частиною загальної стратегії по просуванню компанії спонсора і його продукції на ринку через посилення його соціального іміджу в регіоні. Також в майбутньому ми будемо продовжувати співпрацювати з міською владою на рівні підтримки фестивалю - нематеріальна немонетарна підтримка. Також ми прийшли до висновку, що комерціалізація фестивалю - це одна цеглинка стабільного фінансового положення проєкту. Цілі економіки фестивалю можуть бути спрямовані як на фінансову складову (бажання організаторів отримати більший дохід або великий трибуток), так і на клієнтську складову (бажання збільшити клієнтський потік або побудувати клієнтську базу з певними характеристиками). При цьому ринок задає деякі цільові показники, які необхідно досягти коштом впровадження запропонованої цінової політики. У першому з описаних випадків це може бути не тільки оптимізація доходу, а й досягнення певного цільового рівня прибутку, покриття певного виду витрат. У другому - максимізація попиту на товар або послугу, повне залучення організаційних потужностей, захоплення певної частки ринку або конкретної ніші на ньому, створення кола лояльних клієнтів шляхом підвищення задоволеності шляхом введення спеціальних цінкових програм. Придбання їжі та напоїв на фестивалі, плата за користування додатковими послугами - все це лише посилює загальний ефект від одержаного враження. Особливе значення також грає покупка сувенірної продукції, яка виступає для відвідувачів в якості нагадування про пережиті емоції, товаром, що використовуються для демонстрації отриманого споживачем досвіду знайомим і несе в собі символічний сенс. Тому в стратегічних цілях є необхідність генерувати доходи від реалізації фестивалю сувенірів, аксесуарів, від концесії логотипу фестивалю та франчайзингу. Однак навіть для залучення таких пасивних доходів перш за все необхідні первинні інвестиції, що вимагає капіталу, який фактично відсутній на ринку інвестицій а банківські кредити під ці цілі в рамках існуючої грошової - кредитної політики і високі процентні ставки навіть абсурдно, але ми стежимо за ситуацією. У частині залучення негрошової форми фінансування, то даний механізм постійно нами використовується з дати проведення першого фестивалю у 2016 році. Ми вже акцентували увагу на те, що одеська міська рада постійно допомагає фестивалю в негрошовому форматі (що описано вище), бо через велике скорочення бюджету розвитку міста (у два рази на прикладі 2018 року) місто поки не в змозі стати диверсифікованим спонсором, але нематеріальну участь завжди гарантує. Також варто звернути увагу, що процес організації фестивалю - це великий акцент на залучення людського капіталу (актори та коміки других ролей, масові аніматори, координатори crowd management) крім хедлайнерів, і команди технічного та сценічного обслуговування. Дуже багато хто приймає участь в організації та проведенні фестивалю на волонтерських засадах, що у свою чергу є нематеріальним актом вираження негрошового формату участі та фінансування. Дану практику фестиваль буде завжди продовжувати заради оптимізації витрат і дбайливого ставлення до бюджету.

### Місце або місця проведення проєкту (міста, регіони, країни)

місто Одеса, в дні заходів Дня Міста в кінці серпня 2019 року, попередньо 30 серпня

| Термін реалізації проєкту | Дата початку | Дата завершення |
|---------------------------|--------------|-----------------|
|                           | 01.06.2019   | 31.12.2019      |

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Створімо інноваційний культурний продукт», 2019



*Deniseva N.P.*



## Розділ II: Інформація про координатора проекту<sup>1</sup>

Прізвище, ім'я та по-батькові

Голубєв Сергій Сергійович

Контактні дані

<https://www.linkedin.com/in/sergiy-clubyev-1b777115c/>

Посада в організації

проектний менеджер

## Розділ IIIа: Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Благодійна організація "Перший Благодійний Театральний Фонд"

Повна назва організації-заявника англійською мовою

Charitable organization "First Charitable Theater Fund"

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Делієва Наталія Вікторівна

Контакти керівника

<https://www.facebook.com/natalya.delieva>

Правова форма організації

Юридична особа - Благодійна організація

Код ЄДРПОУ організації

38954593

Юридична адреса організації:

65009, Сдеська обл., Одеса, вулиця  
Сонячна, будинок 10, квартира 25

Веб-сайт організації, посилання на сторінки в соціальних мережах

<https://www.facebook.com/red.city.fest/>

## Розділ IIIб: Інформація про організацію-заявника

Основні/стратегічні напрями діяльності організації

Одним з активних предметів діяльності Фонду є робота, спрямована на підтримку театрального, фестивального та вуличного мистецтва, підвищення науково-освітнього і культурного рівня дітей, молоді, соціальний захист діячів у культурі та театрального мистецтва, сприяння в проведенні культурних заходів різного формату, пов'язаних з мистецтвом і котрі пропагують толерантність, самореалізацію і розвиток творчого потенціалу. Основне завдання - забезпечення доступу всіх верств населення до культурних і духовних цінностей і промоція художньої творчості на базі реалізації псалітики рівних шансів.

Обґрунтування відповідності заявленого проекту основним/стратегічним напрямкам діяльності організації

Відмінна особливість фестивалю «Руде місто» полягає в тому, що він ґрунтується на залученні у свою орбіту цілого міста регіону, комбінуючи місцеві культурні національні та урбаністичні можливості з культурними можливостями інших територій включаючи закордонні (через залучення гостей і хедлайнерів фестивалю). Традиційно у фестивалю щороку багато задумок цілей і завдань. Це фестиваль позитиву, оскільки він несе в собі, як культурологічна акція, добрі, об'єднання, консолідацію всіх одеситів і гостей нашого міста. Він несе спілкування, освіту, події, гумор, сміх і радість дітей.

Наявність матеріально-технічної бази

Фестиваль має директора, адміністратора, та бухгалтера. Є також рада Фестивалю. Рівень доброї волі стосовно інтересів підтримується й стимулюється в усі напрями. Фестиваль проводиться з 2016 року. Місцеві спроможності фінансування дуже мізерні, а найближчі перспективи фінансування туманні. Основний акцент ПІДТРИМКИ фестивалю з боку міської ради на сьогоднішній момент часу - нематеріальна й немонетарна підтримка. Фестиваль має офіс, для роботи по питаннях адміністрування, й необхідну офісну техніку. Завдяки спонсорам Фестиваль має можливість орендувати відсутню частину обладнання й техніки.

Приклади успішно реалізованих проектів, попередні гранти

З метою популяризації сучасного українського мистецтва, багато уваги приділяли участі у міжнародних проектах з театром «Маски шоу»:

- брати участь у культурній програмі української збірної на Олімпіаді в Пекіні (2008 р.);
- у Бразилії в фестивалю «Франкофонія» (2009 р.);

<sup>1</sup> Координатор проекту, представник організації-заявника та контактною особою для Українського культурного фонду для поточних питань. Якщо організація є юридичною особою підприємства, то координатором проекту та керівником організації є одна й та сама особа.

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Сворнемо інноваційний культурний продукт», 2019



Делієва Н.В.



- представляли Україну на Міжнародних фестивалях циркового мистецтва; на Міжнародному фестивалі вуличних театрів у Польщі 2012 р.).

- з 'Дні клоунів» представляли Україну на Міжнародному фестивалі сучасного мистецтва (Нідерланди, 2012 р.)

Протягом 2011–2017 р. Фонд провів 7 Міжнародних фестивалів клоунів та мімів «Ксмедіада».

## Розділ IV: Детальний опис проекту

### 1. Актуальність проекту

Чому запропонований проект є актуальним для загального культурного контексту в цілому, та заявника зокрема? В чому полягає важливість та унікальність проекту? З якою проблематикою працює проект? Чи проект пропонує цікаве та альтернативне рішення в контексті вже існуючої проблематики? Чи був проект частково чи повністю втілений раніше? Як проект доповнює вже наявні культурні ініціативи, на місцевому / регіональному / національному / міжнародному, рівнях?

Засновником і організатором фестивалю є Делієва Наталія Вікторівна, директриса БО "Перший Благодійний Театральний Фонд". Фестиваль проводиться з 2016 року 30 серпня щорічно. Щороку одним з хедлайнером фестивалю є народний артист України Георгій Делієв. Фестивалі рудих, подібні одеському «Рудому Місту» щорічно проходять в США, Нідерландах, Шотландії, Ірландії та інших країнах. Тисячі рудих людей виходять на вулиці, щоб поділитися позитивом з навколишнім світом гостями міста. Фестиваль має статус всеукраїнського, проте за своєю суттю і гумору з не тільки одеським колоритним святом, а також міжнародним. Ві- також збагачить досвід гостей міста Одеси протягом туристичного сезону, особливо в його активній фазі оксамитового сезону. Наш захід - некомерційний, активного прибутку в чистому вигляді принести не буде (від продажу квитків, від вендинга, від спеціальних послуг паркування і розміщення) Руді - не просто як об'єкти анекдотів і розповідей а як люди - своїм яскравим чином, що несуть в повсякденне сіре життя нотки свята і фарби сонячного апельсина. Це фестиваль позитиву, оскільки він несе в собі, як культурологічна акція, добро, об'єднання, консолідацію всіх одеситів і гостей нашого міста. На фестивалі запрошуються всі руді: натуральні, забарвлені, в перуках і, навіть, шиньйони. Dress-code - побільше оранжевого. Щороку програми фестивалю змінюються і є диференційованими. Наприклад, у 2018 році фестиваль складався з наступних акцій:

- парад рудих по одеських вулицях від пам'ятника Дюку до Горсаду
- встановлення рекорду України за чисельністю рудих
- танцювальний рудий флешмоб
- обрання "короля" і "королеви" рудого параду
- концерт в Миському саду за участю артистів з Одеси, Києва, Маріуполя і Лос-Анджелеса
- конкурс з призами та подарунками на найрудішу дитинку, руду красуню, рудого мена рудого домашнього вихованця фотосушки «Руде місто» і так далі

Художнє забезпечення містить головним чином місцеву непрофесійну (любительську і волонтерську) і професійну діяльність. Фінансова та практична підтримка цієї діяльності широко варіюється й узгоджується заздалегідь на кожен рік в рамках відведеного та узгодженого бюджету. Велика частина діяльності підтримується на добровільних засадах. Широка різноманітність запропонованих заходів сприяє максимальному поданню своєрідності Одеси її колориту (людського капіталу), як міста що має географічні, культурні, національні та історичні особливості. Комбінована програма забезпечує поєднання традицій, класики та сучасного мистецтва вуличного і театального фестивалю. Це ареал широких контрастів, великий місцевий гордості й міжнародних прагнень. В останні роки профіль вуличного мистецтва в місті розширюється, що є результатом творчих і комерційних зв'язків міста. Це відбивається на зародженні тенденції до поступового збільшення підтримки діячів мистецтва, які намагаються висвітлювати різні соціальні та культурні гитання, звертаючи увагу на інклюзю всіх верств суспільства. В Одесі вже є ряд фестивалів в додаток до регулярних, однак фестивалю рудих немає тому наш проект має унікальні конкурентні переваги. Більшість з цих фестивалів проводиться на добровільних засадах на основі взаємодії професійних і непрофесійних артистів та учасників перформансу. Аудиторія таких фестивалів - в основному місцеве населення, проте наш фестиваль вже привертає гостей зі всієї України та за її межами.

Проблематика фестивалю є мінімізація негативного ставлення в суспільстві не стільки до рудоволосих, а скільки один до одного. Інструментами такої мінімізації та збільшення включеності всіх гостей фестивалю є вуличне мистецтво та перформанс - театр, карнавал - хода, музика, вуличні вистави Буфон та клоунів, участь всіх гостей і їх дітей в кумедних конкурсах. Рудоволосих людей на планеті зовсім небагато. Унікальність цих людей здебільшого доставляла їм одну неприємність. Тому проведення такого фестивалю не тільки данина моді аналогічних заходів на Заході, але перш за все прояв поваги й уваги до неординарних зовні людям до їх здібностей і достоїнств пом'якшення історичної й соціально несправедливості, які вони терпіли протягом багатьох століть від суспільства. З іншого боку - задає сонячний радісний тон атмосфері в місті, створює майданчик для демонстрації своїх здібностей, талантів звертає на себе увагу гостей міста стимулює громадськість до рівноправного сприйняття нестандартних людей і особистостей, прищеплює дружбу і самоповагу один до одного.

Актуальність проекту перш за все закодована у використанні інструменту вуличного фестивалю, а це завжди:

- це можливість для створення та подання, для розвитку культурних і гуманітарних організацій і співробітництва
- це можливість для діячів мистецтва і художніх колективів різних ігрових та циркових жанрів знайти підтримку в їх прагненні показати себе на майданчиках Фестивалю, який одночасно є місцевим і міжнародним
- це можливість забезпечити велику культурну активність місцевої аудиторії, а також гостей із допомогою залучення більшого числа останніх в Одесу і в той час, коли буде можливість розмістити їх з найбільшим комфортом і в найкращий час року при найкращих погодних умовах
- буде забезпечена весела та оригінальна програма, яка сприяє тому, щоб зробити місто більш популярним і впізнаваним завдяки нестандартному заходу
- високоякісні міжнародні, національні та місцеві виробництва і послуги, виставки, вистави, залучені в фестиваліні заходи прямо або побічно
- спілкування, освіту, події, гумор, сміх, радість дітей
- високі профільні вуличне театральне мистецтво з усього світу і всіх куточків України

Культурно-мистецтва цінність нашого фестивалю полягає в розумінні того, що мистецтво — це соціальна практика, яка може

Делієва Н.В.



поєднувати людей із різних зовнішніх світів та створювати соціальну взаємодію. Справді цікаві проекти не використовують загальноприйняті коди, але, відштовхуючись від них, вибудовують власну логіку. Саме так аудиторія може пережити нові досвіди. Взагалі, на нашу думку, найгірше, що може бути для концепції проекту, — це коли вона промовисто кон'юнктурна. У кожного учасницькому проекті має бути душа — своя особливість й водночас здатність комунікувати з допомогою художнього тексту й зображення, танцю, пантоміми та клоунади, театрального перформансу і музики. Наш проєкт перш за все учасницький. Тому соціальна роль самовираження і нівелювання кон'юнктури, яка вбиває творчу цінність в нашій ідеї фестивалю відсутня. З іншого боку — висока мистецька цінність нашого проекту, скоріш за все, означатиме нішевість продукту — тобто необмежену аудиторію учасників. В цьому є свої плюси та мінуси: люди різні, а масові продукти — бездушні й нецікаві. Щоб цього уникнути, ми використовуємо сучасну тенденцію західних фестивалів, які прагнуть через розвагу використовувати культурні інструменти впливу на аудиторію. Тобто, щоб «креативний бізнес ніколи не дав нам занудувати». При цьому ми розглядаємо культуру ширше та цінність продукту ширше. Культура — це все, що впливає на цінності та змісли, творить соціальні норми. Так само відбувається дифузія між розвагою та мистецтвом. Вона реалізується через обраний формат фестивалю. Це не тільки виступи професіоналів, а й конкурсна програма з пантоміми та клоунади для масових (тобто учасників та не тільки), вистави з професійних театрів, акції, майстер-класи, карнавальна кавалькада, гала-вистава з нагородженням. Цей фестиваль поєднує театральне мистецтво з цирковим мистецтвом, світ професійних артистів з любителями, де об'єднуючою ланкою стає інформаційний привід — рудоволосі учасники фестивалю жителі міста та його гості. Проєкт спрямований, перш за все, на створення нового позитивного, культурного іміджу міста за допомогою діалогу культур і розвитку партнерства між міськими громадами. В сучасних умовах свято стає не тільки способом організації дозвілля мешканців міста, а й дозволяє створити умови для реалізації творчих здібностей особистості духовного і морального розвитку городян. Проведення міських свят і фестивалів є засобом залучення жителів у формування культурного середовища.

## 2. Мета, цілі та завдання проєкту

З якою метою реалізується проєкт? Яких конкретних цілей планується досягти втіленням цього проєкту? Якими є індикатори досягнення цілей? Які завдання планується виконати під час реалізації проєкту?

**Основна мета (SMART)** — Організація і проведення фестивалю вуличного мистецтва пантоміми "Руде місто" в місті Одесі 30 серпня 2019 року з метою промоції творчого потенціалу самореалізації його учасників і гостей, мінімізації вразливості особистості посилення почуття радості й щастя у дітей і дорослих.

Учасники самої різної кольорової гами — від рудувато-каштанових і рудувато-білих до вогненно-червоних — збираються для однієї мети, для того, щоб підвищити інформованість інших людей про своє волосся, колір яких часто піддається брані та осуду протягом всієї історії розвитку цивілізації. На нашому святі руді збираються не тільки себе показати, а й привернути до себе увагу через різні оригінальні конкурси та змагання, на які всім відвідувачам приємно дивитися, і які викликають позитивні емоції та сміх, яких так сьогодні у нас не вистачає. Були такі конкурси як метання морквин або апельсини, визначення кращого володаря рудої бороди й зачіски, а також проводили конкурс, в результаті якого повинні були визначитися король і королева. Інша мета показати, що руде збори демонструє, що його учасники мають неспгане почуття гумору, можуть себе показати в самих різних областях. Після отримання квитка учасника, рудоволосі і їх прихильники можуть подивитися концерт на сцені, вивчити історію рудих в мистецтві, а також змагатися в самих різних категоріях. Серед них конкурс «у кого більше всіх веснянок на квадратний дюйм», а також змагання на «кращого копишнього рудого» (для цього потрібна стара фотографія). остання мета — даний фестиваль повинен стати святом нашої української культури, як частини загальноєвропейських традицій, де руді внесли й вносять величезний вклад в загальнокультурну скарбничку цінностей і культурних досягнень.

Основне завдання фестивалю — зробити наш світ яскравішим за допомогою рудих людей, викликати посмішку і дружню атмосферу у відвідувачів, гостей і учасників фестивалю. Наповнити повсякденне щоденне життя нотками веселощів, радості й звичайно ж сміху. Адже концентрація такої великої кількості рудих людей в одному місці викличе приплив позитивних емоцій і адреналіну. Інше завдання фестивалю — боротьба з «джінджерфобією» — боязнь рудоволосих людей через промоцію терпимості та почуття справедливості до них. Зараз звучать заклики розглядати заяви проти рудих як правопорушення на ґрунт ненависті в разі серйозних інцидентів з залякуванням і знущаннями. Але ніякого конкретного закону поки не прийняли. Навіть на Заході в країнах ліберального світу таксо законодавства немає. Тому завдання фестивалю також пропаганда толерантності та розвиток толерантності стосовно рудих співгромадян. Ну і третє завдання — популяризація рудого кольору в моді, в стилістиці, в мистецтві, в рекламі масової продукції. За статистикою, особливою популярністю у молодих жінок, які вирішили перефарбувати волосся, користуються саме руді відтінки. Цей загадковий колір ніби створений, щоб одночасно притягувати та чарувати. Серед основних завдань, що стоять перед фестивалем, ми виділяємо наступні:

- Формування якісного дозвілля та творчої самореалізації жителів і гостей міста
- Розвиток регіонального, українського і міжнародного туризму
- Розвиток сприятливою міського середовища

Цільовими показниками (індикаторами) реалізації проєкту виступають:

- Охоплення аудиторії фестивалю «Руде місто»
- Кількість публікацій в регіональних, міських і міжнародних ЗМІ
- Кількість реалізованих акцій і уявлень в рамках фестивалю
- Кількість учасників заходів
- Кількість об'єктів інфраструктури, створених для реалізації заходів
- Обсяг туристичного потоку, залученого в рамках фестивалю
- Кількість бізнес-партнерів фестивалю (готелі, підприємства громадського харчування, таксі, туристичні оператори та екскурсійні бюро, сувенірний бізнес)
- Кількість генеральних спонсорів фестивалю
- Обсяг позабюджетних коштів залучених для реалізації заходів фестивалю
- Обсяг бюджетних коштів залучених для реалізації заходів фестивалю



Денисова М.В.



- Кількість залученого персоналу в рамках фестивалю
- Кількість зарубіжних партнерів фестивалю

### 3. Результати проекту

Якими є короткострокові результати проекту? Якими є довгострокові результати проекту? Які будуть кількісні та якісні показники досягання результатів?

Формування і розвиток культурного середовища і культури толерантності стає найважливішою умовою поліпшення якості життя не тільки одеситів, але і простих українців. Наприклад, в відповідно до завдань і цілей стратегії соціально - економічного розвитку "Одеса 2022" проведення фестивалних заходів відповідає таким короткостроковим результатам та цілям як створення комфортного середовища для туристів, просування і промоція міста як міжнародного туристичного та культурного центру, збереження культурної самобутності міста включно. Додатковс до частини довгострокових відносяться:

- Залучення широкої громадськості до позитивного іміджу рудоволосих
- Усвідомлення рудоволосих і Одеси як сс-нячного міста
- Популяризація нестандартних і смішних і позитивних фестивалів вуличного характеру
- підвищення рівня загальної культури та толерантності городян і гостей міста
- демонстрація і просування молодих і талановитих представників стріт-арту
- організація потрібного і соціально прибуткового проекту фестивалю для спонсорів і меценатів фестивалю
- формування нових контактів для подальшої співпраці

Фестиваль також сприяє організації культурного дозвілля цільової аудиторії, реалізації творчого потенціалу діячів стріт-арту, демонстрації нових тенденцій в сучасних напрямках вуличного мистецтва, створенню унікального середовища спілкування захоплених людей, як рудоволосих, так і їм імпонують. Успішність Фестивалю буде оцінюватися щорічно. Критерій містить:

- баланс запланованих і фактично витрачених коштів
- баланс між різними художніми формами і якістю нових робіт
- рівень аудиторії, виражений у відсотках
- кількість артистів, які взяли участь
- баланс грошових коштів, спонсорської допомоги
- критичні зауваження

На спільній нараді директорату фестивалю з консультантами та спонсорами будуть завершені точні розрахунки як відправні моменти для процесу оцінки.

Методика індикативного планування найбільш прийнятна в умовах ринкової економіки в якості механізму координації інтересів і діяльності державних і недержавних суб'єктів економіки, що поєднує державні та ринкові регулятори. Проектне індикативне планування передбачає визначення загальнонаціональних пріоритетів, цілепокладання, прогнозування, бюджетування, програмування, контракція, тобто всі можливі форми макроекономічного планування. Як і будь-який вид планування, методика індикативного планування передбачає обов'язкове прогнозування. Таким чином, індикативне планування служить досягненню довгострокових цілей економічного розвитку методами непрямого впливу на проект. Без такого плану складно обґрунтувати напрями та розміри необхідних інвестицій або дотацій.

### Прогноз КРІ основних цільових показників соціально - економічного ефекту реалізації проекту фестивалю на 2019 - 2022 роки

| Роки / Показники  | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    |
|---|---------|---------|---------|---------|
| Охоплення аудиторії фестивалю «Руде місто» (людина)                           | 1 500   | 2 000   | 2 500   | 3 000   |
| Кількість публікацій в регіональних, міських і міжнародних ЗМІ (штук)         | 10      | 12      | 18      | 24      |
| Кількість реалізованих акцій і уявлень в рамках фестивалю (сдиниць)           | 6       | 7       | 9       | 11      |
| Кількість учасників заходів (людина)  | 200     | 300     | 400     | 500     |
| Кількість об'єктів інфраструктури, створених для реалізації заходів (одиниць) | 2       | 2       | 2       | 3       |
| Обсяг туристичного потоку, залученого в рамках фестивалю (людина)             | 3 500   | 5 000   | 7 000   | 10 000  |
| Кількість бізнес-партнерів фестивалю (одиниць)                                | 1       | 2       | 3       | 5       |
| Кількість генеральних спонсорів фестивалю (одиниць)                           | 0       | 1       | 2       | 3       |
| Обсяг позабюджетних коштів, залучених для реалізації заходів фестивалю (грн)  | 500 000 | 600 000 | 600 000 | 700 000 |
| Обсяг бюджетних коштів, залучених для реалізації заходів фестивалю (грн)      | 0       | 0       | 100 000 | 100 000 |
| Кількість залученого персоналу в рамках фестивалю                             | 25      | 30      | 35      | 40      |
| Кількість зарубіжних партнерів фестивалю (одиниць)                            | 0       | 1       | 1       | 2       |

### 4. Команда проекту (члени організації-заявника та залучені фахівці, за трудовим договором або угодою цивільно-правового характеру, а також ті, хто надає послуги як ФОГ)

| Прізвище, ім'я та по батькові кожного члена проекної команди | Сункційсальні обов'язки в проекті | Відповідний досвід |
|--|-----------------------------------|--------------------|
|--|-----------------------------------|--------------------|

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Створюємо інноваційний культурний продукт», 2С19



Денисова О.В. [Signature]



|                            |   |  |
|----------------------------|---|--|
| Делієва Наталія Вікторівна | Керівник БО "Перший Благодійний Театральний Фонд",<br>Керівник фестивалю "Руде Місто" | з 1993 року - член Національної Спілки Журналістів України<br>з 2000 по 2017 директор ТОВ «Комік-труппа «Маски» (Одеса)<br>з 2010 - директорка Продюсерського центру Наталії Делієвої<br>з 2013 - директор БО «Перший благодійний театральний фонд»<br>з 2016 – Голова ГО «Асоціація жінок України «Дія»   |
| Голубєв Сергій Сергійович  | проектний менеджер за угодою ЦГХ  | 2011 - 2013 Одеська міська рада, Департамент економічного розвитку, заступник директора<br>2013 - 2015 Одеська обласна організація роботодавців, заступник директора<br>2013 - 2015 Агентство регіонального розвитку Одеси Організація роботодавців, керівник проекту, Бізнес-консультант<br>2015 - 2017 юридична група «ЮркомМ» (м. Одеса), керівник проекту, советник<br>2017 - 2018 рр. - експерт проекту з Фонду AgroChallenge, USAID projects<br>2018 - Менеджер проекту та програми НУО «Асоціація жінок України «Дія» |
| Карегіоз Наталія Дмитрівна | Бухгалтер (ФОП)   | з 2002 по 2010 - бухгалтер ВАТ "Одеса Кабель"<br>з 2010 по 2015 - бухгалтер ТОВ «Комік-труппа «Маски»<br>з 2015 - ФОП "Карегіоз" аутсорсінг бухгалтерських послуг  |
| Жанна Щарапова             | аніматор на громадських засадах   | з 2003 по 2014 – PR менеджер, аніматор ТОВ «Комік-труппа «Маски»<br>з 2015 - ФОП Святоцьке агентство Жанни Щарапової "Сказала Так"   |

#### 5. Робочий план та терміни реалізації проекту

Просимо зповнити Додаток 1 до Проектної заявк.

#### 6. Цільові аудиторії

Яка(-) група(-и) людей безпосередньо братиме участь та / або скористається кінцевими результатами проекту? Яким чином були визначені їх потреби, зацікавленості та інтереси? Чи кінцеві результати проекту повністю задовольняють потреби та інтереси обраної(-их) групи(-и) людей? Яким чином цільові групи будуть залучені до участі в проекті або до використання кінцевих результатів проекту?

Виходячи з поставлених завдань фестивалю можна визначити цільову аудиторію, яку сегментували за статтю, віком та інтересам. Тому, крім звичайно наших головних героїв, рудоволосих учасників, наша аудиторія - це діти й школярі, батьки з дітьми, студенти ПТУ та ВНЗ, творча та активна молодь, доросла аудиторія без обмежень за статтю, віком та інтересам, гості та відвідувачі нашого міста і просто випадкові перехожі. Тобто це мають бути жителі міста, жителі регіону та туристи з інших областей й навіть іноземні туристи і гості міста. Єсі ті, хто цікавиться фестивальною діяльністю та заходами, все ті, хто імпонує рудоволосим, все ті, хто за свята і веселе проведення часу дозвілля в місті. Через те, що гостями фестивалю можуть бути аніматори різних видів мистецтва, то відповідно цільова аудиторія включає любителів музики, пантсміми, театрального мистецтва поезії та танцю. В якості основних благоотримувачів фестивалю ми виділяємо дві групи - глядачі та представники професійних спільнот у сфері мистецтва, культури, туризму і креативних індустрій. Перші з них в якості вигоди від фестивалю набувають доступ до кращих культурних фестивальних зразкам і нові площадки для проведення якісного дозвілля з гумором. Члени професійних співтовариств крім комерційних вигоди коштом фестивалю отримують можливості для професійного росту та інтеграції у всеукраїнське і світове культурні спільноти фестивалів. Зацікавлена сторона - це особа або група осіб, які зацікавлені в конкретній ситуації та є її активними учасниками. Зацікавлену сторону можна також вважати суб'єктом в тому плані, що вона являє собою особу або організацію, що виконує одну або кілька дій в процесі підготовки та реалізації проведення заходів в рамках фестивалю. Тому, що даний фестиваль відноситься до форми культурно-масового заходу, не дивлячись на проведення його на відкритому просторі, його організація і проведення повинно відповідати всім нормативно-правовим вимогам, які регулюють цю діяльність. Зацікавленими сторонами проекту будуть перш за все команда фестивалю (менеджер-адміністратор, PR фахівець координатор, менеджер з постачання, технічний персонал (як звук, світло, сцена, операторське відеознімання), запрошені аніматори та артисти - гості фестивалю, учасники проекту, волонтери фестивалю, міська та обласна влада, установи культури міста, спонсори та меценати, сторонні відвідувачі фестивалю, ЗМІ, туристи. Як правило, завісідниками культурних заходів є аудиторія з доходами вище середнього, зацікавлена в мистецтві дозвілля. Виняток тут становлять студенти та інші нечисленні цільові групи з низьким рівнем доходів, інтерес до культурних заходів яких обумовлений великою кількістю вільного часу або сприйняттям мистецтва як особистого хобі або сферою професійної діяльності. Існування таких відмінностей в групах, які формують цільову аудиторію культурних заходів, вимагає диференційованого підходу до ключових повідомлень, які заявники хочуть донести суспільству. В нашому випадку - це мета якого - об'єднати людей різних соціальних та вікових груп незалежно від їх політичних та релігійних уподобань навколо ідеї позитивізму, створити нову традицію культурних відвідин Одеси як світової столиці гумору та позитиву. Завдяки цьому буде досягнута головна мета фестивалю - єднання людей, щоб кожен відчув себе часткою позитивної і щасливої спільноти.

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Створюємо інноваційний культурний продукт», 2019



Делієва Н.В.



Також залучити до участі у заходах фестивалю «Гуде місто» якомога більше людей з Сидси й інших українських міст та селищ, а також іноземних гостей, завдяки цьому будуть реалізовані головні ідеї фестивалю — єднання людей, спільні гуманістичні цінності, позитивне ставлення до життя. Наше ключове повідомлення суспільству криється в нашому девізі (слогані) — "Стань сонцем, відкрився світу".

### 7. Управління проектом та проектні ризики

Чи має проект план моніторингу та оцінки рівня ефективності управління та реалізації проекту? Які методи та індикатори використовуватимуться для оцінки ефективності управління та реалізації проекту? Чи заходи з оцінки ефективності управління та реалізації проекту відображені в робочому плані? Які ризики передбачає проект? Яку стратегію обиратиме проект для зменшення цих ризиків?

Для залучення максимально можливого числа учасників, місцевих і національних діячів мистецтва, органів фінансування, спонсорів і аудиторії, робота Фестивалю буде зосереджена на 3-х основних аспектах:

- щорічна програма суспільних подій, що відбуваються під час Фестивалю, а також розвиток проектів в іншу пору року
- різні місцеві програми під час Фестивалю, а також програми створення і підтримки подій протягом року;
- проведення творчої політики організації Фестивалю

Програма Фестивалю буде спрямована на стимулювання почуття єдності на основі добра, гумору і радості у всіх, хто візьме в ній участь. Велика частина програми буде складена в процесі спільної роботи, обміну ідеями між директором Фестивалю, місцевими художніми організаціями та учасниками територій його проведення. Кожне окреме подія знайде місце в програмі, що буде стимулювати як місцевих, так і приїжджих учасників. Питання амбіцій місцевих учасників, тривалість Фестивалю, зміст заходів, соціальний аспект будуть ретельно вивчені при складанні програми. Фестиваль сподівається в черговий раз знайти гідне місце в ряду найважливіших подій року і міський фестивального життя. На хід реалізації проекту впливають безліч як зовнішніх, так і внутрішніх дестабілізуючих факторів. Це призводить до зміни розрахункових параметрів, як тимчасових, так і вартісних. Важливо своєчасно вживати заходів з корегування ходу виконання робіт у зв'язку з мінливими умовами навколишнього середовища проекту і мотивувати підлеглих на досягнення поставлених цілей. Мета моніторингу полягає в тому, щоб отримати фактичні дані про хід виконання проекту, зіставити їх з плановими характеристиками та виявити відхилення, на підставі яких будуть прийняті подальші управлінські рішення. Для себе з метою вимірювання ефективності фестивалю ми вибрали наступні параметри: якість роботи в рамках проекту і вплив на зміцнення бренду фестивалю, рівень реалізації цілей і завдань фестивалю, ефективність фестивалю в цілому якість роботи персоналу. Особливу увагу для моніторингу ми проявляємо до джерел інформації. У нашому проекті важливим ми вважаємо прогноз ефективності розвитку і капіталізації бренду фестивалю. Інші події національного та місцевого значення можуть вплинути на форму і проведення Фестивалю, на успіх його ринкової конкуренції. Деякі з цих подій, конференції, торгові ярмарки та т.п., можуть сприяти підтримці Фестивалю, інші, конкуруючі за простір, покупців і фінанси, зажадають більшого до них уваги з метою мінімізації будь-якого негативного їх впливу. Економіка Фестивалю, наявність аудиторії учасників, місць збору та життя, туристичного ринку - це все фактори, як можуть становити або можливість, якої небезпеки. Фестиваль буде спрямований на подолання або зменшення впливу можливих небезпек. Він забезпечить різноманітні мистецькі програми та ширше коло учасників. До того ж Фестиваль розроблений як можливість для реалізації багатьох, а не загроза чогось-небудь або кому-небудь.

| Назва ризику                                  | План запобігання ризику                                       | Заходи реагування  |
|---|---|--|
| Неявка учасників фестивалю                    | З'ясування причини неявки, Пошук заміни учасника, коригування | Контроль відвідуваності репетицій<br>Контроль присутності на фестивалі         |
| Відмова від участі в фестивалі                | З'ясування причини відмови<br>Пошук заміни учасника           | Контроль відвідуваності репетицій<br>Контроль присутності на фестивалі         |
| Поганно продуманий план організації фестивалю | Ретельніше доспрацювати план і погодити його реалізацію       | Доспрацювати план разом з командою проекту                                     |
| Відсутність або поломка обладнання            | Пошук обладнання, Подача заявки на оренду іншого обладнання   | Подача заявки на оренду обладнання за 1 або 1,5 місяць до проведення фестивалю |

Фестиваль має директора, адміністратора, та бухгалтера. Є також рада Фестивалю. Рівень доброї волі стосовно інтересів підтримується й стимулюється в усі напрямки. Фестиваль проводиться з 2016 року. Місцеві спроможності фінансування дуже мізерні, а найближчі перспективи фінансування туманні. Основний акцент ПІДТРИМКИ фестивалю з боку міської ради на сьогоднішній момент часу - нематеріальна й немонетарна підтримка Фестивалю має офіс, для роботи по питаннях адміністрування, й необхідну офісну техніку. Завдяки спонсорам Фестиваль матиме можливість орендувати відсутню частину обладнання й техніки.

### 8. Інформаційний супровід та комунікаційна стратегія проекту

Які методи та канали комунікації, які ключові слова та повідомлення, яких спікерів обрано для поширення інформації про проект серед цільових аудиторій, партнерів та ширших аудиторій? Які медіа-партнери братимуть участь у реалізації проекту? З якими лідерами думок та ЗМІ планується співпраця? Яким чином проект доповнюватиме комунікаційну стратегію Українського культурного фонду?

Фестиваль має намір формувати свій імідж через образні представлення своїх програм у пресі, через іншу діяльність, що сприяє його привабливості. Образ фестивалю повинен підкреслити дух радості й гумору, а також свободи та експериментаторства з одного боку. Традиційний характер, чарівність, неповторність міста, з іншого боку. Перший крок уже зроблено - логотип фестивалю запатентований. Три визначенні планованих і нових можливих ринків в роботі будуть



*Deiєва H.B. Deiє*



використані загальноприйняте ринкове дослідження, а також знову надходить інформація, корисна для проведення чергового фестивалю. Будуть зроблені дослідження ринку у всіх основних галузях діяльності з орієнтацією на перспективу: участь і основна аудиторія, гості та місцева громадськість, публіка і сектор приватного фінансування. Фестиваль - ідеальний об'єкт для глибокого і довготривалого дослідження впливу туризму на мистецтво і навпаки. Ми завжди широкі і в межах наявних можливостей бюджету використовуємо існуючі канали комунікації та інструменти PR. Це засоби масової інформації, заходи, технічні засоби зв'язку й індивідуальні контакти. Для кожного каналу є свій набір інструментів. Засоби масової інформації: це прес-релізи та інші PR-тексти, заходи для преси - обов'язково прес - конференція анснс і підсумкова прес - конференція для місцевих медіа груп, Коментарі - ми постійно розміщуємо свої пости та коментарі в соціальних мережах, даємо інтерв'ю газетам і блогерам, випускаємо інформаційні бюлетені. Як заходи: презентації, семінари, прийми / вечірки, круглі столи, соуд-шоу, спонсорські заходи при наявності спонсора в рамках угоди, корпоративні свята. В рамках інструмента Інтернету та інших технічних засоби зв'язку: розсилка електронною поштою (електронний бюлетень), спеціалізований тематичний інтернет-портал (тематична сторінка фестивалю в фейсбуці), блоги, нові медіа (тсртали, контент яких формують самі користувачі, наприклад сайт [www.youtube.com](http://www.youtube.com) - приклади окремо дивіться в розділі "Додаткові матеріали"). Також широко використовуємо інструмент Індивідуальні контакти: листи, зустрічі, корпоративна періодика, річний звіт. Основними спікерами нашого фестивалю вже ряд років є Наталія Делієва, народний артист України Георгій Делієв, народний артист України Олег Філонів, Заслужена артистка України Елена Палашек, Рудницька Анжеліка Миклаївна - радник Міністра культури України, українська співачка, телеведуча, художниця громадський діяч. Інформаційну підтримку ми традиційно маємо з боку департаменту культури Одеської міської ради, місцевих ТВ каналів - 7 канал, 1ТВ Одеса Інтернет-магазин ТВ, ТВ Коло, а також низкою національних ТВ каналів - Експрессо ТВ ICTV.

Комунікаційна стратегія завжди розробляється згідно з ключовими цілями організації та сприяє ефективному зв'язку з громадськістю та з урахуванням комунікаційної стратегії Українського культурного фонду. Ця стратегія показує, яким чином ефективна комунікація сприяє:

- досягненню основних цілей організації
- співпраці з партнерами
- контролю успішності нашої роботи
- усвідомленню громадськістю суті нашої роботи
- здатності за необхідності, змінити поведінку та сприйняття

Для цього ми повинні - Напрацювати міцні зв'язки з місцевою владою та іншими стейкхолдерами, Забезпечити стабільний потік інформації для головного донора (УКФ) регулярне висвітлення досягнень організації в місцевих ЗМІ завдяки донору УКФ, використання місцевих ЗМІ для фіксації думки вразливих груп населення про проект та своєчасність донорської допомоги УКФ. Також потрібно вказати способи оцінки різних аспектів комунікації. Це можуть бути кількісні підрахунки (реакції на електронні бюлетені, відвідування сайту, збільшення пожертвувань у відповідь на е-розсилку, пост в соціальних мережах), зміни курсу (досягнення ключових етапів вашої кампанії), поява у медіа-просторі, і не лише їхня кількість, а й масштаб та повнота (як часто ваші ключові ідеї висвітлювалися у ЗМІ, як вони вплинули на ставлення громадськості до проблем, які ви прагнете актуалізувати).

На наш погляд, поки що найбільш ефективними каналами комунікації фестивалю у 2019 році будуть кілька інструментів:

- Друковані матеріали – листівки брошури фестивалю. Перевага - Уважнення інформації; можуть надавати конкретні повідомлення та аргументи.
- Публікація розгорнутих статей – у газетах, журналах. Перевага - Стаття може показати проблему в деталях та аргументовано. За їх допомогою здійснюється вихід на ширшу аудиторію.
- Прес-конференції та ТВ інтерв'ю на регіональному і частково національному ТВ
- Соціальні мережі (засоби Інтернету). Перевага - Безкоштовні, легкодоступні глобальні, інтерактивна комунікація, велика аудиторія.
- Візуальні засоби (фільми, фото, відеокліпи). Перевага - Емоційні, інтерактивні; їх можна демонструвати на спеціальних заходах або поширювати в Інтернеті.
- Також ми визнаємо ефективність спеціального веб сайту фестивалю для промоції проекту серед кола зацікавлених осіб. Цей сайт дає можливість обмінюватися інформацією про нашу ініціативу через тематичні групи

Але разом з тим, ми змушені відмовитися від низки інших дуже ефективних каналів комунікації та донесення інформації про фестиваль з - за критичного зростання цін на ряд послуг і рекламних продуктів через те, що 2019 рік - рік виборів. Уже зараз ми спостерігаємо зростання цін на рекламні послуги (білборди, сітілайти у містах, ТВ реклама, ротация на ТВ). А серпень 2019 року - розпал парламентських виборів, вже зараз у квітні спостерігається навіть дефіцит рекламних площ у великих містах і перевищувати бюджет УКФ заради спекулятивної складової гравців рекламного ринку ми не маємо права. Тому в бюджеті передбачено помірне витрачання на друкарські послуги, соціальні мережі та SMM, на візуалізацію фестивалю, на створення і розкручування сайту фестивалю. У частині публікацій в пресі та проведення ТВ інтерв'ю і прес-конференцій, дані витрати не передбачені, через те, що ці заходи будуть проводитися в рамках наших партнерських угод про кооперацію з рядом регіональних медіа видань і ТВ каналів.

## 9. Стабільність проекту

Яким чином забезпечуватиметься вільний доступ до напрацювань та / або кінцевих результатів проекту? Які заходи проводитимуться й після закінчення проекту? Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями? Чи планує організація мережувати запропонований проект? Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?

На наш погляд, стабільність проекту гарантована тим, що ми спроміглися досягти багату Економічної місії фестивалю та рішення конфлікту економічної вигоди і соціальних цінностей. Даний конфлікт спочатку закладений в концепції здійснення діяльності будь-якої громадської організації. З одного боку, фестивалю несуть суспільну цінність для широких мас населення і беруть на себе моральне зобов'язання зробити мистецтво і якісне дозвілля доступним для багатьох. Дотримуючись принципу доступності, організатори найчастіше утримуються від підвищення цін, навіть якщо існує надлишковий попит. Через це в



Делієва Н.Р. [Signature]



більшості випадків зростання цін на квитки з плином часу відстає від зростання собівартості заходів. Водночас, шляхом встановлення високої ціни за свій культурний продукт, некомерційні фестивалі ризикують втратити значну частину відвідувачів, при цьому обмеживши коло людей, які можуть скористатися даними благом, що суперечить їх соціальній місії. З іншого боку, стимул до отримання прибутку передбачає апеляцію до найменшого спільного знаменника максимально широкої аудиторії. З точки зору економіки вражень, коли ми пропонуємо споживачам постановку вражень, ми не будемо стягувати плату за час, який вони проводять з нами, бо наші заходи в рамках фестивалю - тільки безкоштовні. Але щоб зберігати логіку економіки вражень, через те, що будь-який бізнес зрештою вимірюється тим, який прибуток він приносить, ми, щоб окупити надається безкоштовно враження, плануємо отримувати пасивні доходи від продажу протягом всього року сувенірів і фестивалних аксесуарів, а також від комерційної концесії логотипа фестивалю і франчайзингу. Безсумнівно, що в наших цілях є завдання масштабованості нашого фестивалю - тобто, ми завжди відкриті для потенційних партнерів і готові ділитися нашими організаційними та соціально - економічними результатами від проведення фестивалю. Наш досвід уже цікавить культурні групи й арт-менеджерів з Ужгорода, Вінниці та Тернополя. Аналогічний фестиваль з використанням нашого досвіду і логотипу буде проводитися вже не тільки в Одесі. Фактично в планах є пункт про розвиток мережі проектів фестивалів, присвячених промоції рудих людей і їх культурно - мистецьких талантів. Досвід кооперації з органами місцевого управління, хоча б в частині пасивної допомоги та неврідительства основної теми й політиці фестивалю - є для багатьох локальних громад цікавим кейсом для впровадження та імплементації. З 2019 року в планах навіть є організація пробного партнерського фестивалю нашого фонду з активістами нашої ідеї в Ужгороді.

Ми розуміємо, що заради збереження принципу сталого розвитку і сприйняття проекту фестивалю його цільовою групою та іншими глядачами, ми не маємо право обходити стороною питання включення нашого заходу в список рекомендованих заходів до відвідування нашим муніципалітетом і обласною радою. Так в цілях початка підтвердження сталості проекту та посилення його асоціації з фестивальною Одесою, з 2018 року наш проект починає включатися в список соціально - культурних заходів (рекомендованих міською владою до відвідування для жителів і гостей міста) в рамках Програми Дня Міста з 30 серпня по 5 вересня (<http://old.omr.gov.ua/ru/news/109966/>)

#### 10. Інша інформація

Просимо заповнити Додаток 2 до Проектної заявки

### Декларація доброчесності та підпис керівника організації-заявника

Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників програми «Створюємо інноваційний культурний продукт. індивідуальний проект», з вимогами Законів України «Про авторське право і суміжні права», «Про запобігання корупції» та з «Порядком повідомлення про наявність/відсутність реального та/або потенційного конфлікту інтересів, що виник під час організації 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.

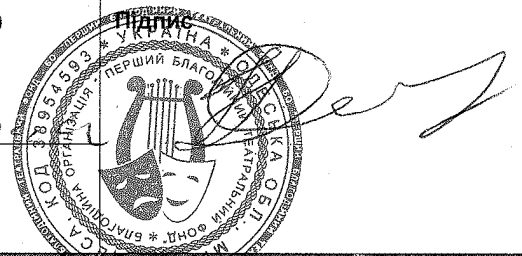
Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації-заявника (прописом)

Делієва Наталя Вікторівна

Делієва Наталя Вікторівна

Дата заповнення

16.04.2019



### Згода на обробку персональних даних

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.

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

Делієва Наталя Вікторівна

Делієва Наталя Вікторівна

Підпис та дата

16.04.2019

Прізвище, ім'я та по-батькові координатора проекту (прописом)

Голубєв Сергій Сергійович

Голубєв Сергій Сергійович

Підпис та дата

16.04.2019





# Додаток 1: РОБОЧИЙ ПЛАН ТА ТЕРМІНИ РЕАЛІЗАЦІЇ

## ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ

### Інструкція для заявника:

1. Робочий план та термін реалізації проекту є обов'язковим Додатком до Заявки.
2. Жовтим просимо відмітити учасників проектної команди (штатні / ЦПХ). Синім – послуги, які будуть надаватися зовнішніми контрагентами (ФОП).
3. Заповнюється відповідно до потреб проекту, що подається на грант від УКФ

| Етапи реалізації проекту   | Конкретні заходи  | Місяць 1   | Місяць 2          | Місяць 3            | Місяць 4               | Місяць 5            | Місяць 6 |  |
|--|---|--|-------------------|---------------------|------------------------|---------------------|----------|--|
| Гідготовчий етап   | Розробка Положення про фестиваль «Руде місто» 2019  | Г.Слубев, Делієва  |                   |                     |                        |                     |          |  |
|  | Розробка програми і плану проведення фестивалю 2019   | Г.Слубев, Делієва  |                   |                     |                        |                     |          |  |
|  | Розробка плану організації конкурсу творчих робіт (живопис, малюнок, вишивка, сувенірна продукція, фотографія, графіка, комп'ютерний дизайн, циркових і танцювальних колективів, спортивних змагань при необхідності) | Г.Слубев, Делієва, Шарапова  |                   |                     |                        |                     |          |  |
|  | Благоустрій території (місяця проведення фестивалю)   |  |                   | Одеська міська рада | Одеська міська рада    |                     |          |  |
|  | Оренда сценічного обладнання та його монтаж та демонтаж   |  |                   | ФОП Соколєва        | ФОП Соколова, Карагієв |                     |          |  |
|  | Оренда звукового обладнання та його монтаж та демонтаж  |  |                   | ФОП Чубатий         | ФОП Чубатий, Карагієв  |                     |          |  |
|  | Оренда освітлювального обладнання, монтаж/демонтаж  |  |                   | ФОП Чубатий         | ФОП Чубатий, Карагієв  |                     |          |  |
|  | Облаштування місця для організації харчування та торгівлі   |  |                   | Одеська міська рада | Одеська міська рада    |                     |          |  |
|  | Установка місць загального користування   |  |                   | Одеська міська рада | Одеська міська рада    |                     |          |  |
|  | Купівля квітів і декорацій для сцени  |  |                   |                     | Делієва                |                     |          |  |
|  | Узгодження організаційних і адміністративних витрат   |  |                   | Голубєв, Делієва    |                        |                     |          |  |
|  | Узгодження Призового фонду  |  |                   | Делієва             |                        |                     |          |  |
|  | Узгодження можливих транспортних витрат   |  |                   | Голубєв, Делієва    |                        |                     |          |  |
|  | Формування списку запрошених артистів   |  | Делієва, Шарапова | Делієва, Шарапова   |                        |                     |          |  |
|  | Інформаційна кампанія   | Розробка Рекламної стратегії (буклети, візитки, ЗМІ, значки, прапорці) |                   | Голубєв, Делієва    |                        |                     |          |  |
| Замовлення сувенірної продукції з символікою фестивалю та товарними знаками донора УКФ |   |  | Голубєв, Делієва  | Голубєв, Делієва    | ФОП Соколова, Карагієв |                     |          |  |
| Інформаційні тури і прес-конференції для ЗМІ   |   |  |                   |                     | Одеська міська рада    | Одеська міська рада |          |  |

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Створюємо інноваційний культурний продукт», 2019



*Делієва Н. В.*



|                        |  |  |                  |                  |                                |                  |  |
|------------------------|--|--|------------------|------------------|--------------------------------|------------------|--|
|                        | туроператорів  |  |                  |                  |                                |                  |  |
|                        | Створення іміджу Фестивалю: рекламна кампанія друкована підтримка, суспільні зв'язки   |  | Делієва          | Делієва          | Делієва                        |                  |  |
|                        | Проведення рекламної компанії в соціальних мережах   |  | Голубев, Делієва | Голубев, Делієва | Голубев, Делієва               |                  |  |
|                        | Відео та фото зйомки акцій і заходів фестивалю. відеофіксація  |  |                  |                  | ФОП Чубатий, Карагіз           |                  |  |
| Презентація у м. Одеса | Доформування команди проекту фестивалю   |  |                  | Голубев, Делієва |                                |                  |  |
|                        | Доформування мети та завдань   |  |                  | Голубев, Делієва |                                |                  |  |
|                        | Організація зустрічі та проведів учасників і хедлайнерів фестивалю   |  |                  |                  | ФОП Єпур, Карагіз              |                  |  |
|                        | Організація проживання та харчування артистів учасників фестивалю 2019   |  |                  |                  | ФОП Єпур, Карагіз              |                  |  |
|                        | Проведення Пресс конференції - анонса фестивалю  |  |                  |                  | Делієва, Шарапсва              |                  |  |
|                        | Проведення підсумкової Пресс конференції   |  |                  |                  | Делієва, Шарапсва              |                  |  |
| Перформанс             | Організація і проведення вуличного походу-карнавалу «Руде місто» 2019  |  |                  |                  | Делієва, Шарапсва              |                  |  |
|                        | Проведення конкурсу творчих робіт (живопис, малюнок, вишивка, сувенірна продукція, фотографія, графіка, комп'ютерний дизайн), циркових і танцювальних колективів, спортивних змагань |  |                  |                  | ТОВ Маски, ТОВ Буффон, Карагіз |                  |  |
|                        | Організація і проведення відкриття фестивалю, церемонії нагородження, закриття фестивалю   |  |                  |                  | ТОВ Маски, ТОВ Буффон, Карагіз |                  |  |
| Етап звітування        | Збір зворотного зв'язку  |  |                  |                  | Голубев                        | Голубев          |  |
|                        | Аналіз ефективності проекту фестивалю  |  |                  |                  | Голубев                        | Голубев          |  |
|                        | Змістовний звіт для донора УКФ   |  |                  |                  | Голубев                        | Голубев          |  |
|                        | Фото звіт і фінансовий звіт для донора УКФ   |  |                  |                  | Карагіз                        | Карагіз          |  |
|                        | Акт про виконання благодійного гранту, підписаний зі сторони УКФ.  |  |                  |                  |                                | Голубев, Делієва |  |

P.S. У першому варіанті не було передбачено 6 місяців реалізації проекту, бо дати початку в першому варіанті заявки були вказані 15 травня 2019 року, а кінця проекту - 15 жовтень 2019 року. Підсумком це давало 5 місяців, а не 6 місяців, як було зазначено в зауваженнях. 6 місяців виходило чисто графічним способом. Тому, щоб зняти питання п'ятого місяця і привести гармонію програму проекту у відповідність з бюджетом проекту, який складений на 4 місяці, ми скоригували час початку і кінця реалізації проекту. Тепер початок - 1 червня 2019 року, кінець послання - 1 жовтня 2019 року.



Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Створюємо інноваційний культурний продукт», 2019

Делієва Н.В. *[Signature]*



## Додаток 2

### Інструкція для заявника:

За власним бажанням заявник може додати будь-які інші матеріали та інформацію, що може сприяти позитивному розгляду заявки, але не більше ніж ще 3 додаткових сторінки

### 2.1 Основні Медіа посилання фестивалю за минулі роки

[www.youtube.com/watch?v=aq7LzZe8kic](http://www.youtube.com/watch?v=aq7LzZe8kic) (2018)  
<https://www.youtube.com/watch?v=tsrz3rX5cs8> (2017)  
<https://www.youtube.com/watch?v=q3BDVU2rXHl>  
<https://www.youtube.com/watch?v=f52CwtuheHI> (2018)  
<https://www.youtube.com/watch?v=NbcNDQ0KGU> (промо 2016)  
<https://www.youtube.com/watch?v=QrSfQPvTk1M> (2017)

### 2.2 Автобіографія Делієва Наталія Вікторівна

Число місяць, рік і місце народження:

11.12 1957 р., м. Нова Каховка Херсонської області, Громадянство: Україна

#### Освіта

1992 - Дніпропетровський державний університет, механіко-математичний факультет, спеціальність — «математик, викладач математики»  
2017 - Одеський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, професійна кваліфікація «Магістр державного управління»  
Серпень 2010 - Стажування в США в рамках програми USAID по темі «Театри і музеї, як стимул культурного і демократичного розвитку суспільства» штат Мічиган, Детройт  
Березень 2017 - Закордонне стажування «Присутність на ринках ЄС. Інтенсивний бізнес-курс» Польща, Чехія, Відень в рамках програми CEASC  
3 2017 - Учасниця проекту "Побудова жіночого політичного лобі в Україні" за підтримки Фонду Демократії ООН. Стажування у Верховній Раді України в комітеті з питань культури та духовності  
Березень 2018 - Участь у складі делегації жінок України у 62 сесії комісії ООН зі становища жінок (Нью Йорк, США)  
з 26 лютого по 2 березня 2018 р - Стажування у Верховній Раді в Комітеті з питань культури і духовності з 19 по 24 червня 2018 – стажування "Інституції оточення бізнесу в Польщі" CEASC з 3 по 8 грудня 2018 – стажування "Інституції оточення бізнесу в Україні" CEASC з 5 по 14 листопада 2018 – стажування в Європарламенті в Брюсселі завдяки перемозі у всеукраїнському конкурсі «Кращі ініціативи жінок України для економічного розвитку місцевих громад»

#### Досвід роботи

3 1988 - 1992 - музичний керівник у дитячому садку «Журавлик» м Нова Каховка Херсонської області  
3 1992 – 1994 викладач української мови в центрі «Мозаїка» м. Одеса  
3 1994 по 1997 викладач математики школа-інтернату №1 м. Нова Каховка  
3 1997 – 2000 роки працювала редактором газети «Работа и отдых» (м. Одеса)  
з 1998 року - член Національної Спільноти Журналістів України  
3 2000 по 2017 директор ТОВ «Комік-труп» «Маски» (Одеса)  
3 2010 - директорка Продюсерського центру Наталії Делієвої  
3 2013 - директор БО «Перший благодійний театральний фонд»  
3 2016 – Голова ГО «Асоціація жінок України «Дя»

#### Досягнення

3 2000 по 2005 роки під моїм безпосереднім керівництвом творчим колективом створені телевізійні проекти «КОМІКАДЗИ» (2000 р.), «Маски в Ізраїлі» (2002 р.), «Маски на перегонах» (2003 р.), «Маски в шахт» (2004 р.). У 2005 р. було створено 1С-серійний телевізійний проект на основі п'єси Бориса Барського «Гра у класику». 27 березня 2003 р., у Міжнародний день театру, за мою ініціативу ТОВ «Маски» відкрили у м. Одесі сьомий театр, який отримав назву «Дім клоунів». Поєднуючи обов'язки директора театру та художнього керівника, приймала участь у гостановці вистав «Ромео і Джульєтта», «Моцарт і Сальєрі», «Отелло», «Орфей та Еврідіка», «Нічна симфонія», «Wanted», «Диннер-шоу», «Атака клоунів», «Дон Жуан», «Маски в кубі», «Одеський підкидьок», а також вистави для дітей «День сміху» «Шаровари», «Догори ногами», «Новий рік у клоунів» «Сніжна ніжна казка» «Комікси», «Клоунський детектив», «Григоди хлопчика Вані» та інших, що не сходять зі сцени театру «Маски» та кожного разу збирають повні зали глядачів. Під моїм керівництвом театр «Маски» отримав багатий нагород, серед яких:  
- диплом «Народне визнання» (2003 р.);  
- диплом фестивалю гумору «Майстер Гамбс» (м. Одеса, 2004 р.);  
- І премія в розділі розважальних програм на Євразійському телевізійному форумі (2005);  
- Гран-прі IX Міжнародного фестивалю «Боспорські агони» (АР Крим, 2007 р.);  
- Подяка від партнера Єврокомісії по культурі при Євросоюзі, організації «Інтеркульт» (Швеція за участь у Міжнародному проекті сучасного мистецтва «Чорне/Північне море» (2008 р.);  
- диплом Міжнародного фестивалю сучасного мистецтва у м. Лодзь (Польща) за виставу «Атака клоунів» (2008 р.);  
- Почесна відзнака «Народна довіра» від комітету загальнонаціонального конкурсу «Українська мова — мова єднання» (2009 р.).

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Створюємо інноваційний культурний продукт», 2019



*Делієва Н.В.*



У 2016 році музична постановка «Джаз» була визнана кращою прем'єрою року.

З метою популяризації сучасного українського мистецтва за кордоном, я приділяла багато уваги участі у міжнародних проєктах. ТОВ «Маски» презентували Україну на багатьох площадках, зокрема:

- театр «Маски-шоу» у складі делегації бере участь у культурній програмі української збірної на Олімпіаді в Пекіні (2008 р.);
  - фільми «Маски-шоу» на прохання Міністерства закордонних справ України демонструються у Бразилії в рамках фестивалю «Франкофонія» (2009 р.);
  - театр «Маски-шоу» представляв Україну на Міжнародному фестивалі циркового мистецтва у м. Іжевську (2011 р.);
  - театр «Дім клоунів» представляв Україну на Міжнародному фестивалі вуличних театрів у польському місті Калш (2012 р.);
  - театр «Дім клоунів» представляв Україну на Міжнародному фестивалі сучасного мистецтва у м. Геллен (Нідерланди, 2012 р.)
- Протягом 2011–2017 рр. я, як продюсер, організувала і провела сім Міжнародних фестивалів клоунів та м'їв під назвою «Комедіада». У цих заходах приймали участь творчі колективи з України, Польщі, Китаю, Великобританії, США, Бельгії, Італії, Білорусі, Румунії, Іспанії, Нідерландів, Німеччини, Франції, Австрії, Ізраїлю — загалом 107 театральних колективів з 20 країн світу. На фестивалях, крім майстер-класів, конкурсної програми та гала-концертів у театрі й на площах Одеси, були проведені акції

«Клоун-доктор», де клоунські колективи зіграли велику кількість концертів для дітей, зокрема для сиріт та інвалідів Одеської області, для переселенців з Луганської і Донецької областей, для хворих дитячого онкологічного центру та дитячої клінічної лікарні. У театрі «Дім клоунів» регулярно проводяться акції для малозабезпечених сімей.

У 2015, 2016, 2017 році учасники «Комедіади» з концертом «Чон-стоп-класун» виступили в Одеському військовому госпіталі перед пораненими із зони АТО.

Наша діяльність відмічена численними подяками від громадських благодійних організацій, організацій інвалідів, дитячих організацій а також від державних установ та Національної Гвардії України. На V Міжнародному фестивалі «Комедіада» оголошено звернення його учасників до Генеральної Асамблеї ООН з пропозицією заснувати першого квітня Всесвітній день клоуна. Звернення через Міністерство закордонних справ України було передане до ЮНЕСКО, спеціалізованої установи ООН з питань культури.

За роки мого керівництва проведено численні закордонні гастролі. Театр «Маски-шоу» з успіхом представляв Україну у багатьох державах світу: США, Японії, Німеччині, Данії, Шотландії, Північній Кореї, Афганістані, Кампучії, Колумбії, Чехії, Польщі, Ізраїлі, Угорщині, Великобританії, Нідерландах, Китаї. Завдяки наполегливій праці мені вдалося зберегти оригінальний колектив театру «Маски» протягом усіх років. Це досягнення було зафіксовано у Національському реєстрі режисурів України у 2015 році, коли театр «Маски» відзначив своє 30-річчя. Праця на посаді директора ТОВ «Маски» була відмічена нагородами:

- почесною відзнакою «Подяка» за внесок у культурний розвиток у м. Одес. (2009 р.);
- іменним годинником від губернатора Одеської області за вагомий внесок у культурний розвиток в Одеській області (2009 р.);
- дипломом від губернатора Одеської області як переможець конкурсу «Жінка року – 2011» в номінації «Культура, мистецтво» (2012 р.);
- подякою (№ 15906) від прем'єр-міністра України (2013 р.);
- почесною відзнакою одеського міського голови «Знак пошани» № 25С-01 (2013 р.);
- званням «Жінка Року» на конкурсі «Євроумен-2013» в номінації «Благодійність» (2013);
- почесною грамотою від Одеської обласної ради (2014 р.);
- диплом «Топ-100» рейтингу «Визначні жінки Одеси» (2016), (2017 р.)

2017 листопад – зайняла 1 місце у конкурсі «Кращі ініціативи жінок України для економічного розвитку місцевих громад» організатори конкурсу МФО «Рівні можливості», Амбулаторія жінок України) нагороду вручили у Верховній Раді України.

## Публічна активність

«О» Асоціація жінок України «Дія» дуже молода організація. Наша статутна діяльність дає нам можливість зосередити свою увагу не тільки з питань і проблем жінки, але ми завжди звертаємо увагу на благодійність, на дітей, сиріт, інвалідів і найбільш вразливі верстви суспільства та населення. Бс ми не сприймаємо того, якщо де-то є біда або важке становище, не подумати про те як можна мінімізувати негативний вплив на проблему або положення. З 2017 року в нас уже сформувався і створюється тепер перелік пріоритетів, які сьогодні вже стали постійними проєктами й діями, що характеризують нашу статутну діяльність. Але при цьому, завжди є маленькі, середні та великі проблеми, що виникають спонтанно, через те, що нам стає відома інформація про такі проблеми. Розв'язання цих проблем, що виникли - такж стають проєктами та заходами, які наповнюють нашу статутну діяльність організації. Але при цьому, наша характерна риса - ми не тільки допомагаємо, інформуємо, сприяємо, але також завжди прагнемо вчитися, стажуватися, обмінюватися досвідом, брати участь в партнерських проєктах і програмах. Ось основні якісні та кількісні показники наших результатів діяльності за 2018 рік:

- Загальна сума наданої цільової благодійної допомоги склала до 100 000 грн, понад 500 чоловік в тій чи іншій мірі отримали від нас допомогу і підтримку
- Підписали меморандум про співпрацю та партнерство з 8 громадськими жіночими організаціями або з організаціями, які очолює жінка по Україні
- Більш як 50 наших активісток стали акредитованими учасницями парламентських слухань у Верховній Раді України
- Віддали додатково 7 представниць асоціації «Дія» в Празі, в Тернополі, в Закарпатті, в Рівненському, в Дубні, в селі Миколаївка Рівненської області, в місті Вишніця Чернівецької області
- На представницькому рівні провели вже II Міжнародний Жіночий Форум «Гендерні Межі та перспективи гендерної діалогу в Україні»
- В рамках проєкту "Жінка в історії України" в нашому представництві в Кропивницькому була проведена аналітична робота її результатом стало відкриття пам'ятної дошки Ганні Дмитрян і ряд пам'ятних заходів
- У 2018 році наша організація увійшла в ТОП 100 підприємств - в номінації «Основа економіки України»
- Наша ГО зайняла 1 місце у всеукраїнському конкурсі «Social Project Awards» в номінації «Забезпечення рівних можливостей» за проєкт нашого щорічного форуму
- Завдяки нашій діяльності у рамках проєктів тільки у 2018 році ми змогли об'єднати навколо нас, нашої організації та наших ініціатив понад 1000 жінок по всій Україні та далекому закордонню

Завдяки на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Створімо інноваційний культурний продукт», 2019



Denieva N.P. [Signature]



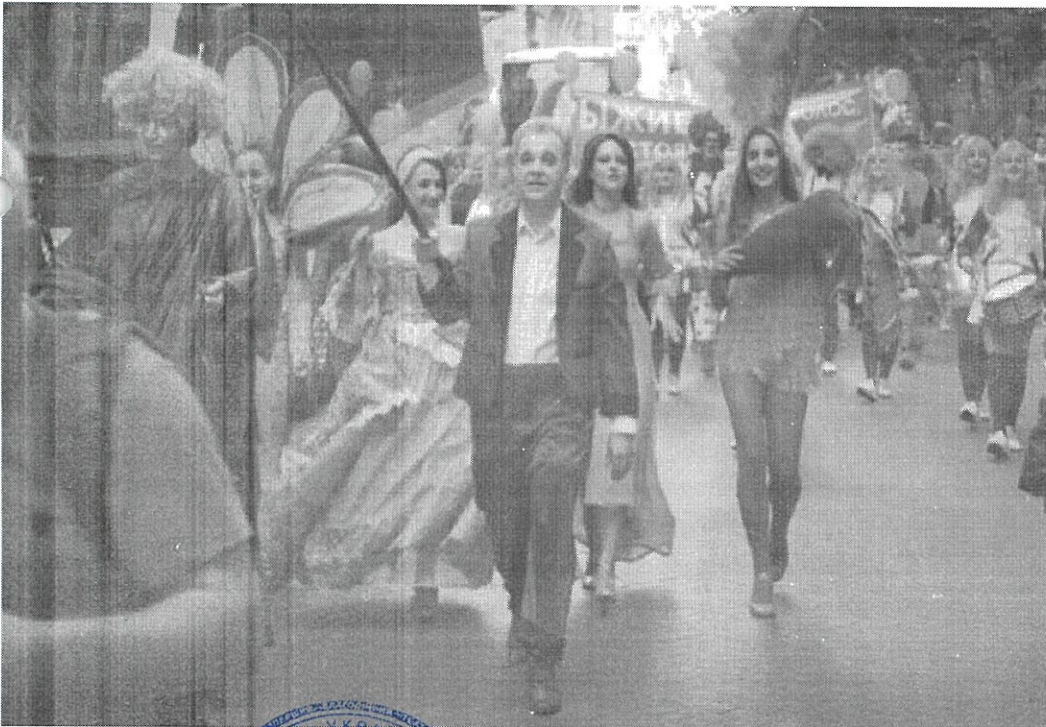
### інтерв'ю, статті, медіа (важливі)

- 1) <http://thetextgeneration.info/история-успеха-наталья-делиева/> (Історія успіху Наталя Делієва – TheNextGeneration)
- 2) <http://odessa-life.od.ua/article/7684-Nataliya-Delieva-o-zhizni-i-teatre-Nadevus-na-serva-i-na-svoe-soobschestvc> (Культура інтер'єс в газеті «Одесская жизнь»)
- 3) <http://odessamedia.net/press-expert/press-ekspert-gost-studii-natalya-delieva> (ТВ Інтерв'ю)
- 4) <https://www.youtube.com/watch?v=QMcupAGt8cw> (інтерв'ю Первый Городской ТВ 2016)
- 5) <https://www.youtube.com/watch?v=vd-AFFYvm-U> (інтерв'ю Первый Городской ТВ 2017)
- 6) <http://www.infoport.live/nashy-biogery/intervyu/intervyu-natalya-delieva/> (Інтерв'ю Інфорторт 2017)
- 7) <http://volnatv.com/video/programny/na-volne/9587-natalya-delieva-na-volne-o-19092017-volnatvcom.html> (ТВ інтерв'ю Волна ТВ 2017)
- 8) <http://www.mediainform.in.ua/2017/08/23/время-натальи-хохловой-покровской-на-5/> (Медиа Інформ ТВ інтерв'ю 2017)
- 9) <http://www.odcrisis.org/odesskie-klouny-skrывavut-za-maskami-mnogo-dobryx-del> (Odessa Crisis Media Center 2015)
- 10) <http://www.odcrisis.org/podnyat-yumorinu-do-urovnya-brazil'skogo-karnavala-mozhet-tolko-iniciativa-samix-odessitov> (Odessa Crisis Media Center 2015)
- 11) <http://dumskaya.net/news/dostoyanie-odessy-natalya-delieva-direk-000000-070250/> (інтерв'ю 2017)
- 12) <http://7kanal.com.ua/2017/07/silnyiy-pci-natalya-delieva/> (7 ТВ канал, інтерв'ю)
- 13) <http://7kanal.com.ua/2018/09/silnyiy-pci-natalya-delieva-2> (7 ТВ канал, інтерв'ю)
- 14) <http://7kanal.com.ua/2018/09/v-odesse-proydyo-mezhdunarodnyiy-zhenskiy-deystvennyiy-forum-v-dao/>
- 15) <https://www.youtube.com/watch?v=4VVBgFLLoEw4> (ТВ Репортер, інтерв'ю)
- 16) <https://prichernomorie.com.ua/press/2702.php>
- 17) <http://www.krona.org.ua/odesa-dija.htm?fbclid=IwAR3iYkeNfBOVHtjVxqUXD277KWxSCdYCF7DxELZi7GQAZ-lk6I15IHsMCY>

### Рекомендації на вимогу

- 1) Ростислав Володимирович Карандеев - державний секретар Міністерства культури України - український політичний діяч, Депутат Київради II, III та IV скликань. Заступник міністра культури України з 21 січня 2015 року, Голова Київського відділення Українського фонду культури (2010). 29 квітня 2016 — заступник Міністра культури України — керівником апарату Теп. Моб +38-067-402-15-82, Раб (044) 234-90-44, [karandeev@mincult.gov.ua](mailto:karandeev@mincult.gov.ua)
- 2) Рудницька Анжеліка Миколаївна — радник Міністра культури України, українська співачка телеведуча, художниця, громадський діяч, президент мистецької агенції «Територія А», президент Оснду відродження культурного середовища Києва, член Громадського фонду Святого Андрія Первозданного, заслужена артистка України член Національної спілки журналістів України, член Національної спілки художників України, голова Наглядової ради Національного конкурсу «Благодійна Україна», моб +38-067-463-45-05
- 3) Олійник Олена Володимирівна - Начальник управління культури, національностей, релігій та охорони об'єктів культурної спадщини Одеської обласної державної адміністрації, Раб (048) 722 04 15, Моб +38 095-92-09-601 [cultura\\_region@odessa.gov.ua](mailto:cultura_region@odessa.gov.ua)

### 2.3 Фсто



Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Сворюємо інноваційний культурний продукт», 2019

*Delieva N.B. Del*



## 2.4 Технічне завдання на створення офіційного веб-сайту - Фестиваль "Руде місто"

### 1. Загальна інформація

#### 1.1 Мета розробки сайту

- Створення власного сайту Фестивалю "Руде місто" в мережі Інтернет;
- Створення власного лого та фірмового стиліс як основи для візуальної презентації та підвищення впізнаності;
- Формування та підтримка позитивного іміджу;
- Здійснення незалежної інформаційної підтримки діяльності фестивалю;
- Забезпечення відкритості діяльності та доступу громадськості до інформації;
- Створення електронної бібліотеки медіа документів;
- Поглиблення взаємодії з закордонними, національними й регіональними ЗМІ;

Пошук нових партнерів та донорів;

#### 1.2 Завдання сайту

- Формування єдиного інформаційного ресурсу фестивалю;
- Забезпечення своєчасного розміщення повної та достовірної інформації про поточну та заплановану діяльність;
- Підвищення впізнаності та ідентифікації шляхом використання власного логотипу та фірмового стиліс;
- Забезпечення ефективних двосторонніх комунікацій і каналів зворотного зв'язку;

#### 1.3 Аудиторія сайту

##### • Існуючі та потенційні донори та спонсори

Група включає в себе представників організацій-грантодавців, спонсорів які бажають дізнатися більше про поточну діяльність та заплановані проекти, а також підтримати розвиток проекту

##### • ЗМІ та інші відвідувачі (українська та європейська аудиторії)

Група орієнтована на засоби масової інформації та звичайних відвідувачів які зацікавлені тематикою фестивалю, цікавляться діяльністю та прагнуть слідувати за анонсами подій

- це діти й школярі, батьки з дітьми, студенти ПТУ та ВНЗ, творча та активна молодь, доросла аудиторія без обмежень за статтю, віком та інтересам, гості та відвідувачі нашого міста і просто випадкові перехожі. Тобто це мають бути жителі міста, жителі регіону та туристи з інших областей й навіть іноземні туристи і гості міста. Всі ті хто цікавиться фестивальною діяльністю та заходами

## 2 Вимоги до сайту

### 2.1. Основні вимоги

Необхідно створити простий та інтуїтивно зрозумілий сайт, що повинен стати єдинєю системою, яка складатиметься з двох частин:

- **Зовнішньої**, що виконуватиме в першу чергу презентаційні функції та інформаційне обслуговування зовнішніх користувачів. Має бути реалізований єдиний підхід до керування вмістом сайту і можливість виконання базових операцій з його підтримки людям, що не мають спеціальної підготовки в області програмування чи html-кодування, за винятком загальних навичок роботи з комп'ютером та веб-браузером. Керування наповненням розділ в інтернет-сайту здійснюється відповідальними авторизованими користувачами з особистої сторінки користувача.

- **Внутрішньої**, що забезпечуватиме персоналізований вхід деяких учасників на сайт та дозволить їм публікувати власні тексти в обраних розділах.

### 2.2. Зовнішня частина сайту

#### 2.2.1 Структура інтернет-сайту

Основне меню:

- Навини
- Про нас
- Діяльність
- Наші ініціатори та хедлайнери
- Бібліотека по рокам

Контакти

Службове меню:

- Пошук
- Вибір мови (українська/англійська/інша)
- Підписка на новини (e-mail)
- Соціальні мережі (фейсбук, інстаграмм, твіттер)
- Авторизація користувача

Розділ «Новини» містить як власні новини, так і дотичні новини від членів та партнерів.

Розділ «Про нас» містить біографічну та контактну інформацію щодо членів команди, хедлайнерів та запрошених зірок

Розділ «Діяльність» містить інформацію про структуру заходу і плани реалізації

Розділ «Наші ініціатори та хедлайнери» подає інформацію по запрошеним хедлайнерам і зіркам фестивалю

Розділ «Бібліотека по рокам» подає медіа інформацію по рокам про фестиваль

Розділ «Контакти» надає адресу (у формі вугл-карти та посилання на ній), контактні телефони та e-mail для зв'язку

#### 2.2.2 Мови сайту

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Створення інноваційний культурний продукт», 2019



Даниєва А.В. [Signature]



Офіційними мовами є українська, англійська та російська мова. Деяка інформація, за рішення адміністратора сайту, може подаватися лише українською мовою.

### 2.2.3. Функціональна архітектура інтернет-сайту

До складу зовнішньої частини порталу входять наступні підсистеми:

- Система сторінок
- Пошук
- Система новин
- Система анонсів/календар
- Підписка на новини (e-mail)
- Соціальні мережі
- Інше

#### Система сторінок

Більшсть сторінок в загальній структурі інтернет-сайту складається із сторінок які не мають жодного динамічного функціоналу і містять лише текстовий контент із деякими картинками чи можливістю завантажити файл в форматі .pdf, який редагується із адміністративної частини відповідальними авторизованими користувачами.

#### Пошук

За допомогою форми пошуку відвідувач сайту має можливість знайти інформацію яка міститься лише в зовнішній частині ресурсу. Індекссація здійснюється один раз в день.

#### Система новин

Містить інформацію, введену адміністратором ресурсу. Може містити текстовий контент, картинки в форматі .jpeg та .png або посилання на відео Youtube.

#### Система анонсів/календар

Для привернення особливої уваги відвідувача бажано реалізувати розділ «Анонси» на головній сторінці сайту в окремому блоці та календар з можливістю проглянути будь-який з анонсів на певну календарну дату.

#### Підписка на новини (e-mail)

За допомогою цього розділу відвідувач залишає власну електронну адресу, на яку надходять листи розсилки.

#### Соціальні мережі

Містить логотипи соціальних мереж - Фейсбук, Instagram та Twitter. Кожен текст супроводжується іконками соціальних мереж для можливості «лайкнути» та «поділитися» статтею.

### 2.3 Внутрішня частина сайту

Внутрішня частина сайту забезпечуватиме персональований вхід деяких учасників на сайт та дозволить їм публікувати власні тексти в обраних розділах з відповідною модерацією.

## 2.4 Вимоги до технічної частини сайту

### 2.4.1 Вимоги до архітектури порталу

Архітектура порталу повинна забезпечувати масштабованість і розширення системи. Додавання додаткового функціоналу повинне відбуватися за рахунок додавання додаткових модулів без суттєвої модернізації вже існуючих модулів. Архітектура порталу має передбачати незалежність модулю системи відображення інформації від модулю зберігання та керування інформацією. Зміна структури і дизайну сторінок не повинна викликати зміну звертань та запитів до БД порталу (MVC pattern). Архітектура порталу має передбачати незалежність реалізації системи від апаратної платформи і серверної операційної системи. Підтримку діяльності сайту має передбачати можливість виконання базових операцій з його підтримки людям що не мають спеціальної підготовки в області програмування чи HTML-кодування, за винятком загальних навиків роботи з комп'ютером та веб-браузером.

### 2.4.2 Вимоги до програмної платформи та коду

- Сайт має бути розроблений з використанням стеку LAMP (Linux+Apache+MySQL+PHP)
- Кодування тексту, що має використовуватись на усіх сторінках усіх мовних версій та в БД – UTF-8.
- Система адміністрування порталу має бути і одна з систем із відкритим кодом:
- Wordpress (з підтримкою мобільної версії) або інші
- Виконання функцій адміністратора сайту повинно бути доступним виключно за протоколом HTTPS (з криптографічним захищеним обміну даними між сайтом та робочим місцем).
- Програмне забезпечення сайту повинно забезпечувати функціонування сайту в режимі 24 години на добу, 7 днів на тиждень, 365 днів на рік (за умови безвідмовного функціонування апаратного забезпечення).
- Програмне забезпечення сайту не повинно вимагати перерв на регламентне обслуговування та/або резервне копіювання інформаційного змісту сайту.
- Програмне забезпечення має забезпечувати одночасну (паралельну) роботу з сайтом 1000 (тисяча) анонімних відвідувачів протягом 8 (восьми) годин безперервно, з паралельною обробкою та публікацією 500 (п'ятисот) інформаційних матеріалів в різних розділах сайту, без жодної відмови в обслуговуванні та без гіршення часу завантаження сторінки.

### 2.4.3 Резервне копіювання

Система повинна забезпечувати можливість резервного копіювання та відновлення інформаційних масивів через веб-інтерфейс адміністратора.

### 2.4.4 Вимоги до надійності та безпеки

Програмні механізми порталу повинні забезпечувати функціонування в цілодобовому режимі з допустимими перервами на проєктування, з попереднім інформуванням користувачів. Портал повинен бути захищений від MySQL-ін'єкцій, а також іншими засобами втручання до баз даних сайту з боку його програмної платформи.

### 2.4.5 Вимоги до формування адресного простору сайту



Denieva H.B. Dey



Формування адресного простору сайту має передбачати створення для кожного матеріалу сайту чи сторінки постійної унікальної адреси (permalink). Це необхідно для зрозумілого користувачеві поточного положення в ієрархії сайту та коректної індексації пошуковими системами, за допомогою дружніх URL-адрес (user-friendly URL's).

#### 2.5 Вимоги до дизайну

2.5.1. Загальний дизайн сторінок сайту має базуватися на стабільних стандартах та не повинен використовувати можливості, доступних тільки в окремих браузерах.

Логотип та фірмовий стиль розробляється для уніфікованого оформлення матеріалів, зокрема, сайту, та формування візуальної впізнаваності фестивалю. Логотип та фірмовий стиль мають бути лаконічними, діловим та промовистим, який би вписувався в ідею створення та функціонування.

Графічні матеріали (фотографії та малюнки) створюються у форматах JPEG (фотографії) та GIF (малюнки) з обов'язковою оптимізацією для відображення у Веб за розміром і кількістю кольорів. Графічні матеріали повинні коректно (без суттєвих спотворень) відображатись у Веб-безпечній палітрі: 256 кольорів. Дизайн порталу повинен відповідати усім сучасним нормам та напрямкам у веб-дизайні, бути простим й одночасно сучасним та інформативним.

Інтерфейс користувача повинен забезпечувати наглядне, інтуїтивно зрозуміле представлення структури розміщеної на ньому інформації та швидкий і логічний перехід між розділами.

Навігаційні елементи повинні забезпечувати однозначне розуміння користувачами їх змісту: лінки на сторінки повинні містити заголовки, умовні позначення відповідати загальноприйнятим. Графічні елементи навігації повинні містити альтернативний підпис.

Всі лінки на власні сторінки порталу повинні відкриватись в цьому ж вікні браузера. У випадку якщо на порталі міститься лінка на сторонній сайт, він повинен відкриватись у новому вікні.

Мінімальна роздільна здатність під яку розробляється дизайн – 1024x768 пікселів (ширина зони основного контенту – не більше 980 пікселів), дизайн масштабується в межах від 980 до 1200 пікселів. При вищих роздільних здатностях екрану користувачів дизайн повинен відцентруватись до середини, а з боків з'являться основи зображення.

#### 2.5.2 Зручність користування сайтом

- Використовувати прості випадючі меню для представлення змісту розділів.
- Об'єм сторінки не може перевищувати 100-120 Кб.
- Час відкриття сторінки – максимум до 30 секунд за умови швидкості передачі даних на рівні 23 800 біт/с.
- Сайт має функціонувати при використанні відвідувачами найбільш поширених програм перегляду веб-сторінок:
- Microsoft Internet Explorer версій не нижче 7.
- Opera версій не нижче 10.0;
- Google Chrome версій не нижче 21.0.
- Mozilla Firefox версій не нижче 27.0
- Safari
- Підтримка мобільної версії сайту є обов'язковою

### 3 Передача прав власності на сайт

Виконавець передає замовнику (Благодійна організація "Перший Благодійний Театральний Фонд") майнове право інтелектуальної власності на розроблений продукт в частині: текстових файлів; графічних комп'ютерних зображень.

### 4 Порядок виконання робіт. Терміни

Проект передбачає реалізацію сайту в кілька етапів:

#### Етап I. Проектування

узгодження технологій та рішень

#### Етап II. Розробка дизайну

Початок робіт над дизайном: створення логотипу та фірмового стилю. Узгодження з замовником. Створення концепції дизайну сайту. Узгодження з замовником.

#### Етап III. Верстка сайту

Верстка сторінок

Front-end програмування

налаштування структури проекту

Розробка функціоналу авторизації

Розробка функціоналу трьохмовності

Розробка функціоналу статей

Розробка функціоналу новин

Розробка функціоналу коментарів

Розробка системи адміністрування

#### Етап IV. Тестування та публікація сайту

#### Етап V. Надання послуг з SEO проекту

Бажаний термін завершення роботи над сайтом та його публікація – 1 серпня 2019 року

Ініціатива реалізується за підтримки Українського Культурного Фонду.  
Контактна особа – Голубев Сергій Сергійович (067) 488 67 40, [sgolubev@ukr.net](mailto:sgolubev@ukr.net)

### 2.5 Коментарі по комерційній пропозиції на створення та обслуговування сайту

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Створімо інноваційний культурний продукт», 2019



Денисва П.В.



Що стосується готових пропозиції від фірм, що надають послуги створення / розробки сайту фестивалю і послуг SMM, то ми ще не проводили процедуру запиту, через те, що воно було заплановано пізніше в травні місяці, в разі отримання фінансування на проект. Однак вивчивши ринок таких послуг в Одесі, можна констатувати, що середній ціновий діапазон варіюється в середньому від 30 000 грн до 60 000 грн в залежності від технічних вимог до платформи сайту.

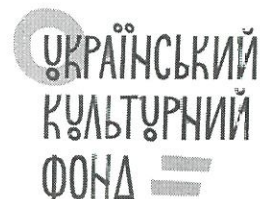


Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Створимо інноваційний культурний продукт», 2019

Дениєва Н.В. *[Signature]*



Додаток № 6  
до договору про надання гранту № 51794  
від вд травня 2019 р.



Програма "Створюємо інноваційний культурний продукт"

Назва Заявника - БО "Перший Благодійний Театральний Фонд"

Назва проекту - Фестиваль "Руде місто" Одеса 2019

|      | Організація-донор  | Фінансування проекту, в % | Фінансування проекту, Сума в грн. |
|------|--|---------------------------|-----------------------------------|
|      | <b>РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ</b>  |                           |                                   |
| 1    | Український культурний фонд  | 100%                      | 500 000,00                        |
| 2    | Співфінансування* :  |                           | -                                 |
| 2.1. | Кошти організацій-партнерів  |                           |                                   |
| 2.2. | Кошти місцевих бюджетів  |                           |                                   |
| 2.3. | Кошти інших інституційних донорів  |                           |                                   |
| 2.4. | Кошти приватних донорів  |                           |                                   |
| 2.5. | Власні кошти організації-заявника  |                           |                                   |
| 2.5. | Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше) |                           |                                   |
|      |  |                           |                                   |
|      | <b>Всього</b>  | <b>100%</b>               | <b>500 000,00</b>                 |

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



Дієва Н. В.  
*[Signature]*















