

ДОГОВІР № 283403
про надання гранту

м. Київ

« 22 » 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 ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСНА ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «ТУСТАНЬ» (далі – Грантоотримувач) в особі голови організації Рожка Василя Михайловича, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурного проекту «Фестиваль ТуСтань!: розширення впливу та підсилення спроможності найбільшого фестивалю української середньовічної культури» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проектній заявці згідно з додатком 1 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 31 жовтня 2019 року.
2. Проект реалізується поетапно згідно з графіком, визначеним у пункті 11 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 (у разі необхідності).

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 про використання суми гранту та акта про виконання Проекту.

III. СУМА ГРАНТУ ТА ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ

1. Загальна сума гранту становить 2 862 160 грн. 30 коп. (Два мільйони вісімсот шістдесят дві тисячі сто шістдесят гривень 80 копійок), без ПДВ.

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

858 648 грн. 24 коп. (Вісімсот п'ятдесят вісім тисяч шістсот сорск вісім гривень 24 копійки), без ПДВ не пізніше ніж до 07 червня 2019 року;

858 648 грн. 24 коп. (Вісімсот п'ятдесят вісім тисяч шістсот сорск вісім гривень 24 копійки), без ПДВ не пізніше ніж до 10 серпня 2019 року.

3. Фонд перераховує кожну 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 безоплатно 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. ДОПУСТИМІ 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.

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

1. У разі істотних порушень умов цього Договору, визначених Законом України «Про Український культурний фонд», його може бути розірвано за заявою Фонду в односторонньому порядку.
2. Рішення Фонду про розірвання цього Договору приймається за наявності факту істотного порушення його умов.
3. У разі дострокового розірвання цього Договору внаслідок використання будь-якої частини гранту не за призначенням або з порушенням чинного законодавства Грантоотримувач зобов'язаний протягом 20 календарних днів з дня отримання повідомлення про розірвання цього Договору в односторонньому порядку повернути у повному обсязі перераховані Фондом кошти.

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

1. У разі виникнення форс-мажорних обставин Сторони звільняються від своїх зобов'язань за цим Договором. Форс-мажорними обставинами визнаються усі обставини, визначені Законом України «Про торгово-промислові палати в Україні».
2. У разі настання таких обставин кожна зі Сторін має повідомити іншу у письмовій формі протягом 5 календарних днів.

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

ХІІ. ІНШІ УМОВИ

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

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:

Проектний відділ Українського культурного фонду

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

+38 044 504-22-66

programa.znak@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Миська Роман Григорович, заступник голови ЛОГО «Тустань»

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

Львівська обласна громадська організація «Тустань»

Юридична адреса:

79005, м. Львів, вул. Чайковського, 17

Адреса для листування:

79005, м. Львів, вул. Чайковського, 17

ЄДРПОУ: 35009960

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ПАТ «КРЕДОБАНК»

Р/р: 260000003251

МФО: 325365

Тел.: +38 (032) 261-37-80

+38 098 5704586

Виконавчий директор



Ю.О. Федів

Голова



В.М. Рожко

Коваленко М.В.



Заявка на фінансування в рамках програми «Знакові події для української культури»

Інструкція для заявника:

1. Заповнити 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 апікаційного пакету надіслати на адресу: вул. Лаврська 10-12 м. Київ, 01010, Український культурний фонд (програма «Знакові події для української культури»)

Розділ I: Візитна картка проектної заявки

ЛОТ-и конкурсної програми «Знакові події для української культури» (потрібно обрати один варіант)	☒ Підтримка знакових подій в Україні ☐ Підтримка участі України в знакових міжнародних подіях
Тип конкурсу (потрібно обрати один варіант)	☐ індивідуальних проект ☐ проект національної співпраці ☒ проект міжнародної співпраці
Сектор культури і мистецтв (потрібно обрати лише один варіант)	☐ візуальне мистецтво ☐ аудіальне мистецтво ☐ дизайн та мода ☐ перформативне та сценічне мистецтво ☐ культурна спадщина ☐ література та видавнича справа ☒ культурні та креативні індустрії

Назва проекту

Фестиваль ТуСтань! - розширення впливу та підсилення спроможності найбільшого фестивалю української середньовічної культури

Назва проекту англійською мовою

Tu Stan! Festival: increase of influence and capacity building of the largest Ukrainian medieval culture festival

Короткий опис проекту (до 100 слів)

Фестиваль «Ту Стань!» проводиться 14-й рік підряд і є сьогодні наймасштабнішою і найдавнішою подією української середньовічної культури. Фестиваль разом з історико-культурним заповідником став двигуном туристичного й інфраструктурного розвитку території та місцевої громади навколо культурної спадщини. Проект передбачає розробку сталої моделі функціонування фестивалю «Ту Стань!», розширення його цільової аудиторії на нові географічні, вікові та професійні групи через налагодження міжнародних і міжрегіональних партнерств, впровадження нових підходів до інтерпретації культурної спадщини Тустані, зокрема нових технологій (віртуальної реальності, лазерного та проекційного дійства), нової теми традиційної культури, нового освітнього формату, а також промоції, щоби перетворити його на знаковий подію середньовічної культури для Центрально-Східної Європи.

Короткий опис проекту англійською мовою (до 100 слів)

The 14th annual Tu Stan! Festival today is the biggest and the oldest event of Ukrainian medieval culture. The festival, together with Tustan site-museum became the engine for touristic and infrastructure development of region and local community on the basis of cultural heritage.

The project includes the development of Tu Stan! festival sustainability model, expanding its target audience to new geographic, age and professional groups through the setting of international and interregional partnerships, the introduction of new technologies



(virtual reality, laser show and 3D-mapping), a new theme of traditional culture, a new educational format, as well as promotions that can turn it into prominent medieval culture event for the Central and Eastern Europe.

Загальний бюджет проекту (в гривнях)

4 309 410.00

Запитувана сума від Українського культурного фонду (в гривнях)

2 862 160.00

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:

Кошти Львівської обласної громадської організації "Тустань" (заявник), кошти Комунального закладу Львівської обласної ради "Адміністрація державного історико-культурного заповідника "Тустань" (партнер)

Місце або місця проведення проекту (міста, регіони, країни)

с. Урич Сколівського району Львівської області

Термін реалізації проекту**Дата початку**

22.05.2019

Дата завершення

31.10.2019

Розділ II: Інформація про координатора проекту¹

Прізвище, ім'я та по-батькові

Рожко Василь Михайлович

Контактні дані**Електронна пошта****Номер телефону****Посада в організації**

Голова

Розділ IIIa: Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Львівська обласна громадська організація "Тустань"

Повна назва організації-заявника англійською мовою

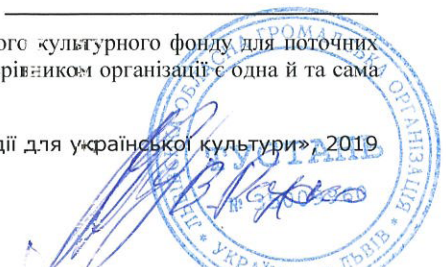
Non-governmental organization "Tustan"

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Рожко Василь Михайлович

Контакти керівника**Електронна пошта****Номер телефону****Правова форма організації**

¹ Координатор проекту є представником організації-заявника та контактною особою для Українського культурного фонду для поточних питань. Якщо організацією-заявником є фізична-особа підприємець, то координатором проекту та керівником організації є одна й та сама особа.



громадська організація

Код ЄДРПОУ організації

35009960

Юридична адреса організації 79000, Львівська обл., місто Львів, Галицький район, вулиця Чайковського, будинок 17	Фізична адреса організації 79000, Львівська обл., місто Львів, Галицький район, вулиця Чайковського, будинок 17	Поштова адреса організації 79000, Львівська обл., місто Львів, Галицький район, вулиця Чайковського, будинок 17
---	---	--

Веб-сайт організації, посилання на сторінки в соціальних мережах

<http://tustan.ua/lvivska-oblasna-hromadska-orhanizacija-tustan/>

Розділ IIIБ: Інформація про організацію-заявника

Основні / стратегічні напрями діяльності організації

Сприяння збереженню об'єктів культурної спадщини та природи Державного історико-культурного заповідника "Тустань"; організація та проведення Фестивалю української середньовічної культури "Ту Стань!" у с. Урич Сколівського району Львівської області;

Збір коштів на збереження, розвиток та популяризацію Тустані;

налагодження діалогу, обміну інформацією та співпраці між державними та громадськими організаціями, а також між ними та органами влади і управління, інститутами громадянського суспільства;

організація та проведення наукових, творчих та культурних конференцій, конкурсів, вистав, концертів, книжкових та образотворчих виставок з метою розвитку та популяризації історії, культури краю, мови, літератури та релігії, народних звичаїв, традицій та обрядів

Обґрунтування відповідності заявленого проекту основним / стратегічним напрямом діяльності організації

ЛОГО «Тустань» власне і створювалася для підсилення Державного історико-культурного заповідника «Тустань», залучення додаткових коштів, проведення Фестивалю.

Наявність матеріально-технічної бази

Декорації та технічні засоби станом на 20.03.2019 р. (передані спонсорами попередніх фестивалів)

- театральні та середньовічні костюми (65 шт.), декорації (хоругви, прапори, задники, фанерні фігури тощо - 50 шт.);

- намети для розміщення ремісників та реконструкторів – 11 шт., столи та лавки – 50 шт.

- ристалище для проведення реконструкторських двобоїв;

- діюча модель-реконструкція тарану (1:5)

- модель камнеметної машини (1:5) – 2 шт.

- Бензиновий генератор FIRMAN - 3 кВт

Орієнтовна балансова вартість – 337 000 грн.

Приклади успішно реалізованих проектів, попередні гранти

ЛОГО "Тустань" є партнером КЗ ЛОР "Адміністрація державного історико-культурного заповідника "Тустань" у провадженні численних спільних ініціатив, зокрема:

з 2007 до 2018 року у проведенні Фестивалю української середньовічної культури "Ту Стань!";

проекту "Територія можливостей: Розвиваємо регіон разом" (2014). Мета проекту – допомогти учасникам пройти шлях від усвідомлення культурного ресурсу і туристичного потенціалу місцевості до ознайомлення з можливими формами співпраці громади і Заповідника, як запоруки сталого економічного розвитку регіону;

проекту "Тустань в тренді". Проект, спрямований на співпрацю моди та музею, можливість попрацювати в команді (дизайнер одягу та графічний дизайнер), пошиття та презентації колекції одягу, який адаптує образ Середньовіччя до сьогодення;

міжнародного проекту "Територія натхнення" (2013 – 2016), реалізація в рамках гранту ЄС "Креативна Європа";

міжнародного проекту "Дерев'яна архітектура в культурному ландшафті: виклики сучасності". Проект підтриманий Єврокомісією, досліджує і популяризує успішні сучасні практики збереження культурних ландшафтів Словаччини і Польщі в Україні.

Розділ IV: Інформація про організацію-партнера²

Назва організації	Повна назва організації Комунальний заклад Львівської обласної ради "Адміністрація державного історико- культурного заповідника "Тустань"	Скорочена назва організації КЗ ЛОР АДІКЗ "Тустань"
-------------------	--	---

² Якщо організацій-партнерів більше ніж одна, просимо продублювати Розділ IV для кожної наступної організації-партнера. Більш детально про організацію-партнера в Інструкціях для заявників.



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

Котлярчук Андрій Богданович

Контакти керівника

Електронна пошта

Номер телефону

Правова форма організації

КОМУНАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ

Код ЄДРПОУ організації

33839909

Юридична адреса організації82612, ЛЬВІВСЬКА ОБЛ.,
СКОЛІВСЬКИЙ РАЙОН, СЕЛО УРИЧ**Фізична адреса організації**82612, ЛЬВІВСЬКА ОБЛ., СКОЛІВСЬКИЙ
РАЙОН, СЕЛО УРИЧ**Поштова адреса організації**82612, ЛЬВІВСЬКА ОБЛ.,
СКОЛІВСЬКИЙ РАЙОН, СЕЛО УРИЧ**Веб-сайт організації, посилання на сторінки в соціальних мережах**

tustan.ua, www.facebook.com/tustan.ua/

Основні напрями діяльності організації

Забезпечення дотримання режиму історико-культурного заповідника, збереження і відтворення традиційного характеру середовища, проведення науково-дослідної, науково-методичної, інформаційної та культурно-світлової роботи у сфері охорони культурної спадщини та музейної справи, а також туристичної діяльності з метою популяризації культурної спадщини, духовного збагачення громадян.

Наявність матеріально-технічної бази та обладнання для реалізації проектів

комп'ютерна та офісна техніка - 148986 грн.

автотранспорт - 212700 грн.

діюча модель-реконструкція кам'яної машини (оборонна) – 7000 грн.

інструменти та обладнання - 105000 грн. тощо

Приклади найбільш успішно реалізованих проектів, попередні гранти

2016-2017 рр. Європейський проект «Дерев'яна архітектура в культурному ландшафті. Виклики сучасності». Розроблено першу редакцію архітектурних регламентів будівництва та реконструкції забудови с. Урич (оформлено 2 технічні альбоми) та співфінансовано розробку Генерального плану села Урич.

2017 р. Соціальний корпоративний проект компанії Роберт Бош Україна «Тустань. Змінимо Україну разом» разом з Заповідником. Проведено комплекс інфраструктурних оновлень установи - відремонтовано дерев'яний міст біля урочища Церківне, збудовано спеціальний майданчик для біотуалетів, збудовано зупинку для транспорту в Уричі, відреставровано катапульта, очищено південні схили скель від чагарників.

2018-2020 рр. Програма транскордонного співробітництва Польща-Білорусь-Україна 2014-2020. Проект буде реалізовуватись протягом 2018-2020 років. Заповідник став партнером одного з проектів-переможців програми - «Світ Карпатських розеток — заходи зі збереження культурної унікальності Карпат». В рамках проекту в Уричі буде створено центр локальної історії на базі "Хати у Глибокім", геоінформаційну систему етнографії та історії бойківського села Урич. Також буде започатковано етнографічний фестиваль.

2018 р. Відкриття туристичного барометра. У рамках програми підтримки ініціатив карпатських громад (реалізовується Асоціацією ЄВРОРЕГІОН «КАРПАТИ – Україна») відбулося відкриття інтерактивної фотозони «Туристичний барометр Тустані». Фотозона знаходиться у вхідній зоні заповідника. Тут можна зробити світлинки з видом на скелі, дізнатися кількість відвідувачів об'єкту та вміст CO2 в повітрі. Проект реалізовувався разом з ГО «Асоціація сприяння розвитку молодіжного туризму», Управлінням туризму та курортів Львівської ОДА.

2018 р. Заповідником було реалізовано два проекти відповідно до програми охорони природного навколишнього середовища на 2016-2010 роки. А саме " придбання спеціального обладнання, транспортних засобів для обслуговування потреб об'єкту комплексної охорони земель природно-заповідного фонду та історико-культурного призначення в с. Урич Сколівського р-н Львівської області" та "Проведення спеціальних заходів спрямованих на запобігання нищенню чи пошкодженню природних комплексів на території об'єкту комплексної охорони земель природно-заповідного фонду та історико-культурного призначення в с. Урич Сколівського р-н Львівської області"

Розділ IV: Інформація про організацію-партнера**Назва організації**

ARGOSTUDIO

Повна назва організації

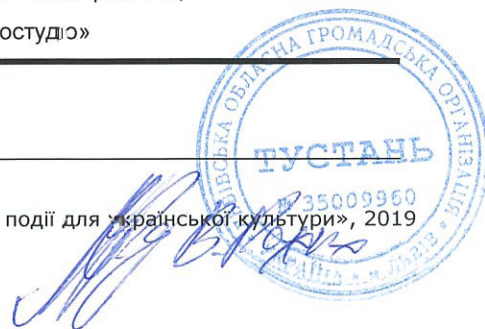
Публічна організація «Аргостудіо»

Скорочена назва організації

ПО «Аргостудіо»

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

Директор Томас Суткайтис



Контакти керівника	Електронна пошта	Номер телефону
--------------------	------------------	----------------

Правова форма організації

Публічна організація

Код ЄДРПОУ організації

302550800

Юридична адреса організації	Фізична адреса організації	Поштова адреса організації
Литва, м. Алітус, вул. Меделіно, 27-8	Литва, м. Алітус, вул. Меделіно, 27-8	Литва, м. Алітус, вул. Меделіно, 27-8

Веб-сайт організації, посилання на сторінки в соціальних мережах

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

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

Основні напрями діяльності організації

- ARGOSTUDIO займається організацією і співорганізацією культурних заходів на історичну тематику у Литві.
- організація фестивалю Jotvos Vartai. (Це міжнародний захід який висвітлює частину середньовічної історії Литви. Учасниками якого є команди реконструкторів з Литви, України, Польщі, Білорусі. Захід проводиться з 2011 року)
- дослідження, реконструкція та презентація комплектів костюму та побуту середньовічних жителів Литви.
- дослідження автентичних ремесел, проведення майстер-класів.
- підтримка, популяризація народних майстрів.
- Громадська діяльність виражається у залученні молоді до організації фестивалю.
- організація закордонних поїздок із залученням молоді на культурно-історичні заходи

Наявність матеріально-технічної бази та обладнання для реалізації проектів

За роки проведення заходів, організація створила матеріальну базу яка дозволяє забезпечити проведення як великих фестивалів, так і малих заходів. А саме це:

1. Стилізація фортеці, виконана з дерева, яку використовують для проведення театралізованих штурмів.
2. Середньовічні шатри у кількості 15шт. Для розміщення торговців і учасників фестивалю.
3. Розбірне ристалище — загородження для проведення лицарських боїв.
4. стилізація та реконструкція комплектів костюмів.
5. спорядження для проведення майстер-класів та презентації ремесел (гончарство: станки глина. Середньовічна кузня, пічка для виготовлення скляного намиста. Майстерня виробів із бурштину. Текстильна майстерня)
6. таборів та кухонні набори

Приклади найбільш успішно реалізованих проектів, попередні гранти

Фестиваль Jotvos Vartai є найуспішнішим заходом організації. Він уже 7 років збирає фанатів історії і не залишає байдужими місцевих жителів, які відвідують захід у м. Алітус на березі річки Неман.

Розділ IV: Інформація про організацію-партнера

Назва організації	Повна назва організації Ізраїльський клуб історичної реставрації «Regnum Hierosolymitanum»	Скорочена назва організації
-------------------	--	-----------------------------

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

Ніжнік Генадій

Контакти керівника	Електронна пошта	Номер телефону
--------------------	------------------	----------------

Правова форма організації

Код ЄДРПОУ організації

304618713

Юридична адреса організації	Фізична адреса організації	Поштова адреса організації
Ізраїль, Єрусалим Абанай, 38	Ізраїль, Єрусалим Абанай, 38	Ізраїль, Єрусалим Абанай, 38

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Знакові події для української культури», 2019



Веб-сайт організації, посилання на сторінки в соціальних мережах

<https://www.horns-hattin.com/>

Основні напрями діяльності організації

- організація культурних заходів на історичну тематику в Ізраїлі,
- реконструкції битв, походів,
- дослідження, відтворення, презентація та популяризація ремесл та народних промыслів періоду середньовіччя.
- дослідження, реконструкція комплектів одягу та презентація їх на публічних заходах.
- дослідження та презентація середньовічної кухні.

Наявність матеріально-технічної бази та обладнання для реалізації проектів**Приклади найбільш успішно реалізованих проектів, попередні гранти**

"Битва на Рогах Хаттіна 1187" (проводиться щорічно)

Розділ IV: Інформація про організацію-партнера**Назва організації**

"Росічі"

Повна назва організації

Громадська організація "Історико патріотичне товариство "Росічі"

Скорочена назва організації

ГО "Росічі"

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

Анисенко Руслан

Контакти керівника**Електронна пошта****Номер телефону****Правова форма організації**

Неприбуткова громадська організація.

Код ЄДРПОУ організації

40713133

Юридична адреса організації
м.Київ, Дніпровський район, Вул.
Генерала Карбишева 8-А/11

Фізична адреса організації
м.Київ, Дніпровський район, Вул. Генерала
Карбишева 8-А/11

Поштова адреса організації**Веб-сайт організації, посилання на сторінки в соціальних мережах**

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

Основні напрями діяльності організації

- Історична реконструкція періодів 13 і 14 століть.
- Організація спортивних турнірів і змагань. І напрямку Історичного фехтування і середньовічного бою.
- Реконструкція комплектів одягу і озброєння періоду 17 століття.
- Виготовлення макетів холодної зброї.
- Участь у зйомках фільмів.
- участі в історичних фестивалях, публічних заходах
- участь в спортивних турнірах з історичного середньовічного бою.

Наявність матеріально-технічної бази та обладнання для реалізації проектів

- Це одна з найстарших організацій такого типу, має у своїй власності численну кількість речей (реконструкції та стилізації костюмів доби княжих часів та козащини, муляжі зброї, таборів комплекти)
- організація з багаторічним досвідом участі в історичних фестивалях, зйомках художніх фільмів. Її учасники володіють широким спектром технічних знань та досвіду в організації подій, заходів середньовічної тематики. Регулярно демонструють навички історичного фехтування на публічних заходах, члени організації є призерами спортивних турнірів з історичного середньовічного бою.
- виступили організаторами численної кількості тематичних заходів як в Києві, по всій Україні та закордоном.

Приклади найбільш успішно реалізованих проектів, попередні гранти

Розділ IV: Інформація про організацію-партнера

Назва організації	Повна назва організації ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ КАЛГАН-А	Скорочена назва організації ГО "Калган-А"
-------------------	---	--

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

Контакти керівника	Електронна пошта	Номер телефону
--------------------	------------------	----------------

Правова форма організації
Неприбуткова ГО

Код ЄДРПОУ організації
26325254

Юридична адреса організації 89640, Закарпатська обл., Мукачівський район, селище міського типу Чинадійово, ВУЛИЦЯ ВОЛОШИНА, будинок 54	Фізична адреса організації 89640, Закарпатська обл., Мукачівський район, селище міського типу Чинадійово, ВУЛИЦЯ ВОЛОШИНА, будинок 54	Поштова адреса організації 89640, Закарпатська обл., Мукачівський район, селище міського типу Чинадійово, ВУЛИЦЯ ВОЛОШИНА, будинок 54
---	--	--

Веб-сайт організації, посилання на сторінки в соціальних мережах

<https://www.facebook.com/SilverTatosh/>, <http://www.silver-tatosh.com/>

Основні напрями діяльності організації

- організація історичних - середньовічних культурних та спортивних міжнародних заходів на Закарпатті,
- привернення уваги до питань історії та збереження культурної спадщини.
- дослідження історії Закарпаття.
- збереження культурної спадщини.
- розвиток регіонального історичного туризму в Україні.
- участі в історичних фестивалях, публічних заходах
- участь в спортивних турнірах з історичного середньовічного бою.

Наявність матеріально-технічної бази та обладнання для реалізації проєктів

у власності численна кількість реманенту та спорядження (стилізації костюмів, обладунків, муляжі зброї, таборів комплекти, гармати, екіпування для проведення кінних та піших турнірів

Приклади найбільш успішно реалізованих проєктів, попередні гранти

"Фестиваль Срібний Татош" м. Чинадієво, "День святого Мартіна" м. Мукачево.

Розділ IV: Інформація про організацію-партнера

Назва організації	Повна назва організації ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ "ФУНДАЦІЯ СУСПІЛЬНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ"	Скорочена назва організації ГО "ФСП"
-------------------	--	---

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

Контакти керівника	Електронна пошта	Номер телефону
--------------------	------------------	----------------



Правова форма організації

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ

Код ЄДРПОУ організації

39256819

Юридична адреса організації
43024, ВОЛИНСЬКА ОБЛ., МІСТО
ЛУЦЬК, ПРОСПЕКТ МОЛОДІ,
БУДИНОК 13Б

Фізична адреса організації
43024, ВОЛИНСЬКА ОБЛ., МІСТО ЛУЦЬК,
ПРОСПЕКТ МОЛОДІ, БУДИНОК 13Б

Поштова адреса організації
43024, ВОЛИНСЬКА ОБЛ., МІСТО
ЛУЦЬК, ПРОСПЕКТ МОЛОДІ,
БУДИНОК 13Б

Веб-сайт організації, посилання на сторінки в соціальних мережах<https://www.facebook.com/KniazhyiFest/>**Основні напрями діяльності організації**

Займається організацією і великого культурного заходу на історичну тематику. Найбільшим проєктом є фестиваль "Княжий". Це міжнародний захід, учасниками якого виступають клуби історичної реконструкції з Польщі. Захід проводиться з 2016 року.

Організація для своєї діяльності обрала патріотичний напрямок, що виявляється у пропаганді здорового способу життя (заходи безалкогольні), приділення великої уваги освітній та просвітницькій частинам (організація лекторіїв), популяризації народних ремесел, промислів та місцевих майстрів.

Наявність матеріально-технічної бази та обладнання для реалізації проєктів

організація володіє навиками втілення в життя заходів схожих даному проєкту. Облаштування польової території під потреби лекторію, майстер-класів автентичних ремесел, танців, лицарських боїв.

Приклади найбільш успішно реалізованих проєктів, попередні гранти

Фестиваль "Княжий".

Розділ V: Інформація про партнерство(-а)

Обґрунтування вибору організації-партнера (організацій-партнерів)

Чому саме цей(-ці) партнер(-и) був(-ли) обраний(-ими) для реалізації спільного проєкту? Чи співпрацював заявник з ним(-и) раніше? Як реалізований проєкт вплине на розвиток організації-заявника, організації-партнера(-в) та партнерства в цілому?

Комунальний заклад Львівської обласної ради "Адміністрація державного історико-культурного заповідника "Тустань" є співорганізатором Фестивалю "Тустань" від початку; на його території в підніжжі пам'ятки і проводиться фестиваль; Заповідник як комунальний заклад обласної ради є надійним і стабільним фінансовим партнером.

Публічна організація «Аргостудіо» - була обрана нашим партнером, оскільки вже 7 років представники нашої організації відвідують їхні заходи. А вони у свою чергу є постійними учасниками фестивалю ТуСтань. За ці роки у нас сформувалась справжня дружба і взаємодопоміжка між членами організацій. Литовці є патріотами своєї землі і народу, також виявляють неабияку повагу до українців. У нас спільні прагнення до саморозвитку і утвердження культурно-патрістичних прагнень. Завдяки нашій співпраці відбувається передача досвіду від нас партнерам і навпаки. За цей час ми багато чого навчилися один у одного. Також користь полягає у тому що реконструкторський рух у Литві має давнішу історію ніж в Україні. За рахунок цього є пласт досвідчених людей науковців у цій галузі. Для організації-партнера буде корисно залучити ще більше молоді, котра прагне познайомитись із українською культурою та організацією історичних заходів; організація-заявник дасть можливість відвідувачам познайомитись із культурою держави з якою Україна має частину спільної історії.

Знаємо що подальша співпраця буде приносити плоди і зміцнення дружніх взаємовідносин між товариствами.

Ізраїльський клуб історичної реставрації «Regnum Hierosolymitanum»

- даний партнер володіє багаторічним досвідом у проведенні історичних культурних заходів, методами популяризації власної культури та історії на світовому рівні
- співпраця відбудеться впреші
- організація-заявник отримає досвід проведення проєктів світового масштабу та оцінку власної роботи від незалежного учасника; організація-партнер познайомиться із історичними місцями та культурою України. Така співпраця є корисною, як для організації так і для налагодження міжнародних відносин у культурній сфері загалом.

Громадська організація "Історико патріотичне товариство "Росічі"

1. Даний партнер був обраний через свій багаторічний досвід, якісну матеріальну базу та патрістизм
2. Дана організація неодноразово відгукувалась на запрошення заявника до участі в своїх заходах (2006-2013 роки)

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Знакові події для української культури», 2019



3. Реалізований проект допоможе організації-заявнику ширше представити період українського середньовіччя, організації-партнеру, в свою чергу, продемонструвати матеріальну базу та здобуті навички у повному обсязі в цілому це партнерство буде корисним, оскільки організації представляють різні області України, але працюють в одному напрямку.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ КАЛГАН-А

даний партнер підтримує ідеї розвитку середньовічної культури в Україні, історичного туризму, розвитку громадянського суспільства.

- вже 7 років ми відвідуємо їхні заходи, а вони у свою чергу є постійними учасниками фестивалю «Ту Стань».
- Знаємо що подальша співпраця буде приносити плоди і зміцнення дружніх взаємовідносин між товариствами.
- організація заявник отримає досвід реалізації схожих проектів у інших регіонах України, а саме Закарпаття; організація партнер зможе перейняти новий досвід у міжнародній співпраці та втілити його у своїх заходах; така співпраця корисна для проекту загалом, адже об'єднує націю, ставить до виконання спільні завдання.
- ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ "ФУНДАЦІЯ СУСПІЛЬНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ" інтенсивно розвивається у напрямку історичних заходів та розвитку історичного туризму
- Так, представники організації заявника були учасниками заходу — фестивалю «Княжий», котрий організовує організація-партнер.
- участь в проекті для організації-партнера допоможе йому розширити концепцію власного заходу, організація-заявник отримає нове бачення вирішення організаційних питань. Загалом дана співпраця корисна для формування напрямку історичного туризму та історичних фестивалів в Україні, випрацювання спільної цілі, мети та великої концепції розвитку громадянського суспільства, утвердження патріотичних засад заходів.

Розділ VI: 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 локальному / регіональному / національному / міжнародному рівнях?

Чому запропонований проект є актуальним для загального культурного контексту в цілому та заявника зокрема? Проект спрямований на підвищення інституційної спроможності, збільшення горизонту планування, створення фінансової стабільності команди Фестивалю, що є наболілою невирішеною проблемою для більшості некерівничих культурних інституцій в Україні.

За 13 років існування Фестиваль «Ту Стань!» розвинувся, збільшив масштаби, програму, охоплену територію та інфраструктуру, водночас управління в «ручному режимі» та при відсутності фінансування виснажує і демотивує команду. Проект спрямований на вирішення цих проблем, на забезпечення сталості Фестивалю.

В чому полягає важливість та унікальність проекту?

«Ту Стань!» сьогодні найстаріший масштабний фестиваль історичної реконструкції в Україні.

Багато фестивалів в Україні перестало існувати через відсутність фінансування та слабку інституційну спроможність.

На сьогодні в Україні немає відомих та успішних кейсів, а тим більше стратегій та операційних інструкцій для проведення середньовічних фестивалів.

З якою проблематикою працює проект?

Фестиваль української середньовічної культури «Ту Стань!» започаткований одночасно з Державним історико-культурним заповідником «Тустань» у 2006 році в підніжжі унікальної пам'ятки – наскельного міста-фортеці, з метою оживити її, зробити відомою не лише окремим науковцям, а всьому суспільству.

Фестиваль «Ту Стань!» цілісно відтворює усі грані життя та побуту періоду розквіту української держави – Київської Русі, створює атмосферу для занурення в українське середньовіччя.

Фестиваль мультидисциплінарний, охоплює декілька секторів культури та мистецтв: живопис, графіку, інсталяцію, літографію, ленд-арт, скульптуру, фотографію, живу музику, театр і танець; літературу, інновації також науку з технологіями і освіту, мораль і світогляд. Проте в першу чергу він базується на вивченні, переосмисленні, інтерпретації культурної спадщини, введення її в сучасне життя.

Новим тематичним напрямом є традиційна культура. Традиція є важливою частиною ідентифікації особистості.

Впродовж радянського періоду наша культура, традиція та мова штучно модифікувалась, уніфікувалась, стерались територіальні особливості та нав'язувались чужі. Після здобуття незалежності, завдяки старанням завзяятих етнографів, ці міфи потрохи розвінчуються, але офіційні державні установи ще досі радо використовують цю радянську естетику. На превеликий жаль, за останні 10 років зникли практично всі етно-фестивалі, які розповідали про справжню традицію. Немає потужних фестивалів традиційної культури. Важливо інтегрувати українську традиційну культуру в сучасний світ.

Чи проект пропонує цікаве та альтернативне рішення в контексті вже існуючої проблематики?

Проект пропонує декілька рішень:

Забезпечення сталості: розробка стратегії, операційної моделі та моделі роботи зі спонсорами, впровадження Орхуської моделі сталості;

Впровадження нових технологій: віртуальна реальність, лазерне та проекційне дійство;

Розширення географії учасників за рахунок партнерств закордонних та з іншими регіонами України;

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Знакові події для української культури», 2019



Введення нової теми Традиція;
Розширення освітньої складової;
Робота з місцевою громадою.

Чи був проект частково чи повністю втілений раніше?

Фестиваль «Ту Стань!» існує та розвивається 13 років. Проект спрямований на забезпечення сталості, масштабування та промоції Фестивалю.

Як проект доповнює вже наявні культурні ініціативи, на локальному / регіональному / національному / міжнародному рівнях? На локальному рівні проект доповнює стратегування та заходи з підвищення інституційної спроможності Державного історико-культурного заповідника «Тустань»; доповнює розвиток туристичної інфраструктури на прилеглих до Заповідника територіях. В ключі міжнародних пам'ятоохоронних тенденцій фестиваль і Заповідник працюють над збереженням культурного ландшафту і традиційної архітектури села Урич, створенням на його базі еко-музею. Фестиваль розвивається як мультидисциплінарний захід, не лише як розважальний, а в першу чергу дослідницький та інтерпретаційний інструмент.

2. Мета, цілі та завдання проекту

З якою метою реалізовується проект? Яких конкретних цілей планується досягти втіленням цього проекту? Якими є індикатори досягнення цілей? Як завдання планується виконати під час реалізації проекту?

Мета проекту:

Перетворення Фестивалю «Ту Стань!» на знаковий подію середньовічної культури для Центрально-Східної Європи

Цілі та індикатори їх досягнення:

1. Розробити сталу модель функціонування фестивалю.
 - a. наявність стратегії та стратегічних документів;
 - b. модель спонсорства фестивалю;
 - c. апробовані та інтегровані в стратегію ініціативи зменшення впливу на навколишнє середовище.
2. Розширити аудиторію фестивалю ТуСтань на нові географічні, вікові та професійні цільові аудиторії.
 - a. кількість інсценічних учасників;
 - b. кількість відвідувачів сайту, репости, охоплення аудиторії (вказати зростання кількості на ...).
3. Впровадити нові підходи до інтерпретації культурної спадщини Тустані.
 - a. кількість цілісних досвідів;
 - b. кількість охоплених секторів культури.

Завдання (заходи) за напрямками проектної діяльності:

1. Розробка стратегії Фестивалю
 - 1.1 Розробка операційної стратегії фестивалю (Діагностика фестивалю; Короткий порівняльний аналіз з іншими фестивалями (Україна та ЄС); Стратегічна сесія (цільові аудиторії та конкурентні переваги); Стратегічна сесія (бізнес-модель, стратегічні напрямки); Розробка операційної стратегії фестивалю.
 - 1.2 Проведення функціонального аналізу оператора фестивалю (Розробка функціональної та організаційної структури; Опис процесів всередині фестивалю; Підготовка операційних інструкцій фестивалю).
 - 1.3 Визначення моделі роботи з спонсорами фестивалю (Аналіз бізнес-кейсу Верифікація бізнес-кейсу з потенційними спонсорами; Підготовка спонсорських пакетів пропозицій).
2. Впровадження Орхуської моделі сталості
 - 2.1 Переклад Орхуської моделі українською мовою.
 - 2.2 Проведення трьох семінарів щодо впровадження Орхуської моделі в проведення фестивалю ТуСтань!
3. Нові технології
 - 3.1 Віртуальна реальність: запуск постійної локації Tustan VR у с. Урич (високореалістичний стенд-симулятор польотів на дельтаплані над 3D-моделлю фортеці Тустань в історичному середовищі, створений компанією SoftServe).
 - 3.2 Лазерне дійство (малюнок променем на скелях історій та забудови фортеці Тустань): створення і презентація нового мультфільму.
 - 3.3 Проекційне дійство: створення і презентація анімованої відеопроєкції на скелі про історію й легенди Тустані.
4. Розширення географії учасників
 - 4.1 Поїздка-участь у фестивалі партнерів: Алітус і Кернаве, Литва (Влаштування локації Тустань; Презентації Тустані та України. Лекції про організацію фестивалю Ту Стань – обмін досвідом), 4-7 липня
 - 4.2 Поїздка-участь у закордонному фестивалі: Мальборк, Польща, 19-21 липня



- 4.3 Поїздка-участь у закордонному фестивалі: Тонсберг, Норвегія, 12-15 вересня
- 4.4 Поїздка-участь у закордонному фестивалі: Жиліно, Словаччина, 17-18 вересня.
- 4.5 Організація залучення партнерів з Литви й Ізраїлю, інших учасників з-за кордону на фестиваль «Ту Стань!»
- 4.6 Організація залучення партнерів та історичних реконструкторів з інших регіонів України
- 4.7 Круглий стіл організаторів фестивалів та реконструкторів. Презентації українських та закордонних фестивалів, партнерів на ТуСтані (локація Університет)
- 4.8 Проведення зустрічі-мережування усіх учасників; міждисциплінарна дискусія: історичні реконструктори, пам'яткоохоронці, дослідники, митці; локація Університет на Фестивалі
5. Нова тема: Традиція
 - 5.1 Розширення програми Фестивалю «Ту Стань!» новим тематичним напрямом і локацією «Традиція» (традиційний спів, танець, гра на традиційних інструментах, обряди, вишивка, ремесла, кухня, етнографічні групи)
 - 5.2 Започаткування (організація і проведення) нового Фестивалю бойківської традиційної культури з використанням розроблених операційних інструментів
6. Новий формат: Освіта
 - 6.1 Створення циклу освітніх відеолекцій про Тустань, українське середньовіччя, традицію та поширення в мережі Інтернет
 - 6.2 Розробка розширеної тематики лекцій для програми локації Університет (традиційна культура, середньовічні ремесла, література, кухня, етнографічне різноманіття).
 - 6.3 Підготовка круглих сторів та міждисциплінарних дискусій для професійних цільових аудиторій (історичні реконструктори, пам'яткоохоронці, дослідники, митці, ремісники) в рамках програм локації Університет
 - 6.4 Підготовка та проведення просвітницької кампанії «Популярна наука» (зв'язування елементів фестивального дійства з історичними фактами, побуту, вбрання й озброєння реконструкторів з археологічними знахідками й музейною експозицією) в рамках Фестивалю
 - 6.5 Розробка та апробація навчальних лекцій про Тустань, середньовіччя і традиційну культуру для студентів університетів (історики, археологи, архітектори, музеєзнавці тощо)
 - 6.6 Розробка та апробація шкільних уроків про Тустань, середньовіччя і традиційну культуру
7. Поглиблення взаємодії з громадою (волонтери, освітні лекції для місцевої громади, дитячий простір).
8. Комунікація.
 - 8.1 Розробка презентаційних матеріалів про фестиваль: Виставковий стенд для міжнародних фестивалів. Презентаційний пакет (поліграфія, англійською). Підготовка цифрових презентацій (презентації, англійською; відео, субтитри). Створення буклетів про Тустань і Фестиваль. (Tustan VR)
 - 8.2 Офіційна презентація проекту Tustan VR в Уричі для журналістів, IT, представників влади, пам'яткоохоронців і громади
 - 8.3 Публічна презентація досвіду розробки стратегії та сталості Фестивалю.
 - 8.4 Створення Інтернет-сторінки Фестивалю
 - 8.5 Соціологічне опитування відвідувачів Фестивалю Ту Стань!
9. Проектний менеджмент.
 - 9.1 Детальне планування проекту
 - 9.2 Регулярні звітні збори команди для моніторингу ефективності управління
 - 9.3 Підготовка звітів (фінансового, змістового, медіа)

Завершення проекту (документальне оформлення висновків, архівування документів, надання фінального звіту про стан проекту, публікація успішного досвіду)

3. Результати проекту

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

Результати подаємо за проектними напрямками.

1. Розробка стратегії Фестивалю

Напрацьовані результати (outputs):

- 1) Стратегія фестивалю (документ, презентація)
- 2) Функціональні інструкції з організації фестивалю (пакет документів)
- 3) Пакет пропозицій для спонсорів фестивалю (презентація, документ)
- 4) Проведена публічна презентація розроблених документів та кейсу Ту Стань! для організаторів інших фестивалів
- 5) Матеріали кейсу доступні на веб-сторінці Фестивалю та PPV.

Кінцеві результати (outcomes):

Підсилена інституційна спроможність фестивалю

Досвід Ту Стань! зі стратегічного підходу та підсилення інституційної спроможності використовують організатори інших фестивалів



2. Впровадження Орхуської моделі сталості

Напрацьовані результати (outputs):

- 1) Перекладена українською мовою Орхуська модель сталості.
- 2) Адаптована та апробована під потреби фестивалю Орхуська модель.
- 3) Проведена публічна презентація перекладеної та адаптованої Орхуської моделі для організаторів інших фестивалів
- 4) Переклад Орхуської моделі доступний на веб-сторінці Фестивалю та РРВ

Кінцеві результати (outcomes):

Забезпечена сталість Фестивалю

Досвід Ту Стані! щодо впровадження Орхуської моделі використовують організатори інших фестивалів та громади

3. Нові технології

Напрацьовані результати (outputs):

- 1) Діє постійна локація віртуальної реальності Tustan VR у с. Урич (цілісний досвід)
- 2) Створений і презентований мультфільм для лазерного дійства на скелях про історію і забудову фортеці
- 3) Створена і презентована відеопроєкція на скелі про історію й легенди Тустані

4. Розширення географії учасників

Напрацьовані результати (outputs):

- 1) Команда організаторів (ядро) відвідала 4 іноземні фестивалі.
- 2) Залучено до участі у фестивалі 2 міжнародні партнери.
- 3) Розширення партнерства в Україні
- 4) Проведено круглий стіл організаторів фестивалів та реконструкторів із презентацією українських та закордонних фестивалів, партнерів на ТуСтані
- 5) збільшено кількість відвідувачів з України;
- 6) збільшено кількість відвідувачів з-за кордону

5. Нова тема: Традиція

Напрацьовані результати (outputs):

- 1) Програма Фестивалю «Ту Стань!» розширена новим тематичним напрямом і локацією «Традиція»
- 2) Проведено новий Фестиваль бойківської традиційної культури з використанням розроблених операційних інструментів

6. Новий формат: Освіта

Напрацьовані результати (outputs):

- 1) Створено та поширено в Інтернеті цикл (10 шт) освітніх відеолекцій про Тустань, українське середньовіччя, традицію
- 2) Університет у рамках Фестивалю проведений за розширеною тематикою лекцій.
- 3) Проведено панельні дискусії (круглі столи) для кожної з професійних спільнот (історичні реконструктори, організатори подій (середньовічних фестивалів), музейники і пам'яткоохоронці, науковці (етнографи, історики, археологи); міждисциплінарна дискусія для усіх спільнот.
- 4) Створено та поширено в Інтернеті відеолекції на основі зйомки лекцій, панельних і міждисциплінарних дискусій і майстер-класів на локаціях Університет, Традиція, Ремісничі цехи під час Фестивалю
- 5) Проведено на Фестивалі просвітницьку кампанію «Популярна наука» для зв'язування елементів фестивального дійства з історією, археологією і музеєм
- 6) Розроблено та апробовано навчальні лекції про Тустань, середньовіччя і традиційну культуру для студентів університетів (історики, археологи, архітектори, музеєзнавці тощо)
- 7) Розроблено та апробовано шкільні уроки про Тустань, середньовіччя і традиційну культуру

Кінцеві результати (outcomes):

- 1) Між- і мультидисциплінарні студії сформувавши нову цілісну концепцію функціонування наскельного міста-фортеці Тустань і розвитку території навколо
- 2) Між- і мультидисциплінарні дискусії (на стику історії, археології, живої історичної реконструкції, експериментальної археології) спричиняють нову якість досліджень
- 3) Лекції про Тустань, середньовіччя і традиційну культуру інтегровані в навчальні програми університетів (історики, археологи, архітектори, музеєзнавці тощо)
- 4) Уроки про Тустань, середньовіччя і традиційну культуру інтегровані у шкільну програму

7. Поглиблення взаємодії з громадою

8. Комунікація

Напрацьовані результати (outputs):

- 1) Створено виставковий стенд і презентаційні пакети для представлення Тустані на зовнішніх заходах в Україні і за кордоном
- 2) Створено Інтернет-сторінку Фестивалю
- 3) Створено промо-ролики за результатами фестивалю; поширено в Інтернеті та в експозиції Музею Тустані.
- 4) Проконтактовано з новими цільовими аудиторіями з України і з-за кордону та сформовано їх знання про Тустань



9. Проектний менеджмент.

Напрацьовані результати (outputs):

- 1) Підготовлено звіти (фінансовий, змістовий, медіа)
- 2) Завершено проект (документально оформлені висновки, заархівовані документи, поданий фінальний звіт про стан проекту, опубліковано успішний досвід)

Напрацьовані результати (outputs):

Проведено Фестиваль Ту Стань!-2019 у новому форматі та із застосуванням розроблених інструментів

Кінцеві результати (outcomes):

Фестиваль «Ту Стань!» став знаковою подією середньовічної культури для Центрально-Східної Європи

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

Прізвище, ім'я та по-батькові кожного члена проектної команди	Функціональні обов'язки в проекті	Відповідний досвід
Рожко Василь Михайлович	Директор	Засновник і директор щорічного Фестивалю української середньовічної культури «Ту Стань!», 2006-2018. Засновник і перший директор Державного історико-культурного заповідника «Тустань» (2005-2014). Начальник управління музейної справи та культурних цінностей Міністерства культури України (2014-2016). Кандидат архітектури.
Миська Роман Григорович	Фінансовий директор	Директор ТзОВ «Бізнес школа ДВНЗ «Університет банківської справи» (2016-2019 рр.). Фінансовий директор фестивалю «ТуСтань 2018». Освіта: Університет банківської справ Національного банку України, 2013 р. Диплом спеціаліста. Спеціальність «Банківська справа». Львівський національний університет, 2001 р. Диплом спеціаліста. Спеціальність «Історик - археолог». Кандидат історичних наук, 2010 р.
Рудь Ігор Андрійович	Виконавчий директор	Заступник директора у Львівському театрі ляльок. Проектно долучений до організації Lviv MozArt, Zaxidfest, Lviv Fashion Week, DikArt. У 2017-2018 р. – режисер фестивалю «Ту Стань!».
Котлярчук Андрій Богданович	Директор з місцевого розвитку і роботи з громадою	Директор КЗ ЛОР «АДІКЗ «Тустань» (з 2014 р.). Засновник громадської організації «Вирій», член «Пласту- Національної скаутської організації України», співорганізатор громадського об'єднання «Музей-архів пластового руху», координатор збору живої історії Пласту (Україна, США, Німеччина, Канада, Австралія, Росія). Учасник робочої групи зі створення Музею Майдану, Київ (2014). Освіта: Львівський національний університет ім. Івана Франка, Біологічний факультет, диплом спеціаліста з відзнакою, 2006 р. Спеціальність «Генетика». Кваліфікація – біолог. Генетик. Викладач біології та хімії. Національний університет «Львівська політехніка», 2013р. Диплом спеціаліста. Спеціальність «Архітектура будівель і споруд». Кваліфікація – архітектор.
Пунда Ігор Ярославович	Технічний директор	Заступник директора з господарських питань у КЗ ЛСР «АДІКЗ «Тустань». 2011-2015рр. - досвід роботи інженер-конструктором. З 2008 року входить в оргкомітет фестивалю «Ту Стань!». Освіта: Національний університет «Львівська Політехніка», спеціальність - промислове та цивільне будівництво.
Прус Юлія Василівна	Директор з маркетингу	Фахівець з маркетингу та комунікацій. Постійне місце роботи рекламне агентство повного циклу «Люкс» (відокремлений підрозділ медіа холдингу ТРК «Люкс»), менеджер з реклами. З 2007 року досвід роботи з комерційними та не прибутковими організаціями в рамках просування, товарів та послуг. Основна діяльність спрямована на пошук клієнтів, розробка концепцій, адаптація рекламних та рг-кампаній, проведення та організація промо компаній. Посадові обов'язки: стратегічне планування та розробка комунікаційної стратегії, аналіз конкурентів та провадження нових підходів до просування, аналіз ефективності рекламних кампаній та робота з медіа, пошук та інтеграція партнерів та спонсорів. Освіта: Національний університет «Львівська Політехніка» інженер, спеціальність: «Екологія» та підвищення кваліфікації за спеціальністю «Маркетинг».
Мороз Уляна Володимирівна	Головний режисер	Директор-художній керівник у Львівському обласному академічному театрі ляльок. З 2008 р. Режисер фестивалю «Ту Стань!». Раніше - режисер у Майстерня "Мистецький простір", режисер-постановник у

		Львівський обласний музично-драматичний театр ім. Дрогобича. Освіта: Київський національний університет театру, кіно і телебачення імені І. К. Карпенка-Карого. Спеціальність – режисура. Львівська Академія Друкарства. Спеціальність – графіка. ЛД коледж ім. І. Труша. Спеціальність - художній текстиль.
Іванців Ярема Тарасович	Координатор історичної реконструкції	Засновник і голова ЛМГО «Чорна Галич». У різні роки учасник організаційних команд історичних фестивалів – «Срібний Татош», «Княжий». Організація чемпіонатів історичного бою у Львові, організація виїздів груп реконструкторів на міжнародні фестивалі для обміну досвідом, участь у зйомках історичних фільмів, виготовлення обладунків, проведення лекцій з реконструкції у Львівський національний університет ім. Івана Франка. Освіта: Львівський регіональний інститут державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, спеціальність: туристичний менеджер.
Іванців Марія Львівна	Координатор міжнародної співпраці	Член ЛМГО «Чорна Галич» - дослідницька та презентаційна діяльність, менеджер сайту та соціальних мереж організації. Викладач курсу «Реставраційна і консерваційна практика» у Львівській національній академії мистецтв. Досвід співпраці з міжнародними історичними фестивалями. Організація презентації діяльності української реконструкції на міжнародних історичних фестивалях (Грюнвальдська битва, Ятвязьк ворста, Мальборк та ін.). Освіта: Львівська національна академія мистецтва, спеціальність - історія та теорія мистецтва.
Михайлик Марія	Координатор напряму традиції	Музикант у гурті «Torban», голова, керівник та засновник Громадської організації «17», яка щороку проводить «Світовий день музики у Львові». 2015-201 – Форум видавців, програмний директор Дитячого форуму 2017-2018-Холдинг Емоцій Фест. Робота над проектами на території FestRepublic Craftbeer&Vinyl Music Festival, FestRepublic weekend, Нічпс езіі і музики нон-стоп, концерти різних виконавців, робота з учасниками та партнерами, документальний супровід, логістика, технічні питання. 2017-2018 ZaxidFest, координатор волонтерів та ярмарку. 2018 - «Ту Стань!», керівник сцени. Освіта: НУ«ЛП», спеціалізація «Менеджмент ЗЕД», магістр. Програма ЄС та Східного партнерства «Культура і креативність» для менеджерів культури.
Рибчинський Нестор - Миколай Олегович	Координатор освітньої програми	Організатор лекторіїв в рамках наукової діяльності Львівського Медієвістичного клубу; Організатор лекторіїв в рамках студентської наукової організації #HistArt (2017 - 2018); Організатор серії історичних міждисциплінарних семінарів; волонтер Пліснеської археологічної експедиції (2010 - 2013); керівник волонтерського корпусу Пліснеської археологічної експедиції 2014 - до сьогодні. Освіта: Львівський національний університет ім. Івана Франка, диплом магістра, 2018 р. спеціальність – історія та археологія.
Мосійчук Оксана Анатоліївна	Координатор промоції	Pr-менеджер у КЗ ЛОР «АДІКЗ «Тустань». З 2015 року досвід роботи з організаціями та брендами у сфері промоції та реклами, а також у копірайтингу та організації заходів. 2007-2018рр. – ведення промокампаній фестивалю «Ту Стань!». Освіта: Національний університет «Острозька академія», спеціальність: психологія. Київський гештальт університет, навчальна програма «Психодрама, соціометрія, групова психотерапія».
Данилиха Софія	Координатор інфоцентру і волонтерів	З 2018 р. - координатор інфоцентру і волонтерів фестивалю «ту Стань!». Активний член «Пласту- Національної скаутської організації України». Раніше на посаді - педагог-організатор дитячого клубу. Освіта: Львівський національний університет ім. Івана Франка, спеціальність Ґрунтознавство і географія ґрунтів
Павлишин Світлана Володимирівна	Соціолог	Молодший науковий співробітник у КЗ ЛОР «АДІКЗ «Тустань» З 2016р. – координатор соціологічних досліджень фестивалю «ту Стань!». Освіта: Львівський національний університет ім. Івана Франка, спеціальність – соціологія.

5. Робочий план та терміни реалізації проекту

Просимо заповнити Додаток 2 до Проектної заявки.



Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Знакові події для української культури», 2019

6. Цільові аудиторії

Яка(-и) 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 задовільняють потреби та інтереси обраної(-их) групи(-и) людей? Яким чином цільові групи будуть залучені до участі в проєкті або до використання кінцевих результатів проєкту?

Користувачі кінцевих результатів проєкту:

- 1) зовнішня широка аудиторія:
 - a. відвідувачі Фестивалю «Ту Стань!-2019» 21-45 років:
 - i. цілісний досвід: відвідування Фестивалю з усіма активностями і локаціями;
 - ii. цілісний досвід: «Популярна наука» для зв'язування елементів фестивального дійства з історією, археологією і музеєм
 - iii. цілісний досвід: перегляд лазерного і проєкційного дійства;
 - iv. цілісний досвід: екскурсії в історичний табір
 - b. відвідувачі Записвідника «Тустань» (протягом року, постійно):
 - i. цілісний досвід: віртуальна реальність Tustan VR;
 - ii. цілісний досвід: перегляд промовідео в Музеї;
 - c. Інтернет –споживачі (через сайт Тустані, youtube, соцмережі, Google Ads)
 - i. освітні відеолекції про Тустань, українське середньовіччя, традицію (10 шт)
 - ii. відеолекції лекцій, панельних і міждисциплінарних дискусій і майстер-класів на локаціях Університет, Традиція, Ремісничі цехи під час Фестивалю;
 - iii. Інтернет-сторінка Фестивалю;
 - iv. знайомство з Тустанню і фестивалем завдяки промо-кампанії
 - v. промо-ролики за результатами фестивалю
- 2) Професійні спільноти
 - a. Організатори фестивалів, заходів (публічна презентація; сайт Тустані):
 - i. матеріали презентації досвіду розробки стратегії Фестивалю;
 - ii. перекладена Орхуська модель сталості;
 - iii. досвід адаптації Орхуської моделі до Фестивалю
 - b. Історичні реконструктори
 - i. Участь в історичному таборі та заходах Фестивалю в частині історичної реконструкції;
 - ii. Лекції на локаціях Університет, Традиція, Ремісничі цехи під час Фестивалю;
 - iii. Круглі столи, панельні дискусії, мережування з українськими і закордонними партнерами і учасниками Фестивалю.
 - iv. Окрема спеціальна реконструкторська програма на Фестивалі.
 - c. Музейники, пам'яткоохоронці, працівники заповідників (участь у фестивалі, круглі столи)
 - i. Фестиваль як кейс і модель роботи з культурною спадщиною: популяризація, інтерпретація, дослідження, інтеграція в сучасне життя
 - d. Викладачі університетів
 - i. Розроблені навчальні лекції про Тустань, середньовіччя і традиційну культуру для студентів університетів (історики, археологи, архітектори, музеєзнавці тощо)
 - e. Вчителі шкіл
 - i. Розроблені шкільні уроки про Тустань, середньовіччя і традиційну культуру
 - f. Усі разом:
 - i. відеолекції попередньо записані і фестивальні;
 - ii. Інтернет-сторінка Фестивалю;
- 3) Команда фестивалю (в процесі підготовки)
 - i. Стратегія фестивалю;
 - ii. Адаптована Орхуська модель сталості;
 - iii. Функціональні інструкції з організації фестивалю;
 - iv. Пакет пропозицій для спонсорів фестивалю;
 - v. Перелік потенційних спонсорів;
 - vi. Перебрано міжнародний досвід організації фестивалів (4 фестивалі за кордоном та 2 закордонні партнери).
 - vii. Ознайомлені з всеукраїнським досвідом організації фестивалів та реконструкторського руху (партнери, учасники).
 - viii. З'явилися нові професійні контакти завдяки поїздкам і мережуванню.
- 4) Бізнес-середовище та меценати

7. Управління проєктом та проєктні ризики

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

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Знакові події для української культури», 2019



На етапі детального планування проекту ми формулюємо ризики і керуємо ними. Для моніторингу, чи проект відбувається згідно часового плану, використовується графік проекту (діаграма Ганта), з відображенням відповідальних осіб, взаємозалежностей і контрольних точок. Тривалість виконання заходів оцінюємо, враховуючи досвід проведення фестивалю. Також за допомогою діаграми Ганта плануємо на початку проекту визначити критичний шлях. Індикатори – досягнення короткострокових цілей.

На етапі планування розробляємо і узгоджуємо план обміну інформацією (час і частота, метод/канал, хто з ким, про що). Також для загальної картини стану використовуємо інтелект-карту зі структурою проекту та відповідальними. Це дозволяє тримати в полі зору і відстежувати всі складові великого проекту, загальний стан.

Також як інструмент контролю критичних показників справ і процесів використовуємо чек-ліст.

В часі виконання проекту використовуємо щотижневі звітні наради (ядро команди 12 чол) для відстежування рівня ефективності та залучення команди (з усією командою 35 чол одночасно – щомісяця або за потреби). Для ефективності процесів моніторингу і контролю налагоджуємо прозорий обмін інформацією – щоб інформувати учасників проекту про стан проекту.

Оскільки даний проект передбачає масштабування Фестивалю, тобто збільшення, - плануємо додатково використовувати інструмент «звіт про стан проекту» (для інформування учасників проекту), а також керувати «розповзанням меж проекту», використовуючи інструмент «запит на внесення змін».

Ризики	Методи подолання
Транспортні затори і пробки під час фестивалю через відсутність організованих паркомісць для великої кількості автомобілів та автобусів	Домовленість із власниками прилеглих до Заповідника ділянок, організація паркомісць та під'їздів до них, залучення паркувальників та поліції до організації руху на фестивалі
Недорозвинута туристична інфраструктура, неготовність території прийняти велику кількість відвідувачів Фестивалю	Залучення прилеглих до Заповідника ділянок для облаштування інфраструктури на час фестивалю; початок проведення робіт весною
Велике навантаження на керівника проекту, що може знизити спроможність виконання	Введено посаду виконавчого директора на яку запрошено досвідченого учасника команди. Рівномірне розподілення усіх складових проекту між членами команди.
Масштабування великого проекту до міжнародних масштабів виявиться складним для команди у короткий проміжок часу (ризик спроможності)	Залучаємо декілька підходів: 1) Залучення до виконання стапого (перевіреного) ядра команди. 2) Залучення міжнародних партнерів з початку в невеликому обсязі співпраці; 3) Власне підвищення інституційної спроможності команди Фестивалю є важливою складовою даного проекту (стратегування, пошук фінансів опрацювання процесів). 4) Зростання, масштабування зробити поступовим, передбачити на довший період ніж 2019, із остаточним впровадженням до Фестивалю 2010
Під час Фестивалю падатиме дощ	1) Закупівля і пошиття тентів для відвідувачів. 2) Закупівля і пошиття наметів для ремісників і майстер-класів
Приїде менша кількість відвідувачів, ніж очікувалося	1) Забезпечити фото, відеофіксацію місійної частини Фестивалю для її подальшого поширення в Інтернеті 2) Підсилити промо-кампанію Фестивалю

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?

9. Сталість 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?

Доступ до напрацювань, результатів проекту забезпечуватиметься наступним чином:
Результати стратегування і адаптації Орхуської моделі сталості плануємо публічно презентувати та опублікувати в на сайті Тустані.
Локація віртуальної реальності Tustan VR буде доступною надалі щодня для відвідувачів Тустан.
Створений виставковий стенд і розроблені презентаційні матеріали про Тустан будуть використовуватися для представлення Тустані на зовнішніх заходах, фестивалях і конференціях в Україні та за кордоном.
Створені анімації для лазерного і проекційного дійства у такому вигляді зможуть ще використовуватися для показів на

скелях щонайменше 1-2 роки після завершення проекту.

Створені освітні відеолекції до і на Фестивалі будуть доступними на каналі Тустані в Інтернеті.

Розроблені навчальні лекції для університетів і уроки для шкільної молоді будуть використовуватися надалі Заповідником «Тустань» протягом року, з часом будуть допрацьовуватися і розвиватися.

Інтернет-сторінка Фестивалю й Інтернет-портал Тустані будуть інтеграційною платформою події, а також точкою доступу до освітніх, дослідницьких та інтерпретаційних ініціатив Тустані.

Заходи, що будуть проводитися після закінчення проекту:

Нововведена у фестиваль тема Традиція буде детальніше розкритою до 2020 року в проєкті «Світ карпатських розет — заходи зі збереження унікальності культури Карпат» Заповідника «Тустань» у рамках програми транскордонного співробітництва Польща-Білорусь-Україна, через створення в Уричі центру локальної історії та бойківської традиційної культури «Хата у Глибокім», етнографічної бази даних та продовженні окремих бойківських фестивалів.

Розроблені стратегія та операційна модель, Орхуська модель сталості будуть впроваджуватися в інституційну культуру ЛОГО «Тустань» і команди фестивалю, щоб повноцінно запрацювати до 2020 року.

Досвідом плануємо ділитися через Інтернет-публікації матеріалів і відеолекцій, через круглі столи-дискусійні панелі-міждисциплінарні обговорення на Фестивалі, а також на наукових конференціях Тустані з публікацією в збірнику. Також плануємо публічні презентації результатів (Фестиваль, Tustan VR, стратегування) з прес-конференціями.

Започатковані партнерства в Україні та за кордоном будуть підтримуватися і розвиватися як у рамках фестивальної співпраці, так і наукових досліджень Заповідника «Тустань».

10. Інша інформація

Просимо заповнити Додаток 2 до Проектної заявки

Декларація доброчесності та підпис керівника організації-заявника

☒ Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проєктів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників «Знакові події для української культури», 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 проєктів за підтримки Українського культурного фонду», розуміючи правила проведення конкурсного відбору та вимоги до заявників, маючи мотивацію надати повну та достовірну інформацію щодо запланованого проєкту, не перебуваючи у стані конфлікту інтересів в рамках оголошених конкурсів, та усвідомлюючи свою відповідальність за неправдивість поданих даних, прошу прийняти проєктну пропозицію моєї організації до розгляду на фінансування Українським культурним фондом.

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

Рожко Василь Михайлович

Дата заповнення



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)

Рожко Василь Михайлович



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

Рожко Василь Михайлович



Додаток 1: РОБОЧИЙ ПЛАН ТА ТЕРМІНИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Інструкція для заявника:

- 1.Робочий план та термін реалізації проекту є обов'язковим Додатком до Заявки.
2. Жовтим просимо відмітити учасників проектної команди. Синім – послуги, які будуть надаватися зовнішніми контрагентами.

		Послуги зовнішніх контрагентів	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень
		Відповідальний-учасник проектної команди	Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6
Проектні напрями	Конкретні заходи							
1. Розробка Стратегії Фестивалю	Розробка операційної стратегії фестивалю							
	Діагностика фестивалю (Збір та аналіз даних про фестиваль (від організаторів); Інтерв'ю із заінтересованими сторонами фестивалю (мін. 5); Аналіз фінансової звітності та фінансових даних організатора фестивалю)	СПД Сковронська						
	Стратегічна сесія (цільові аудиторії та конкурентні переваги) (Підготовка до стратегічної сесії; Проведення стратегічної сесії; Аналіз результатів стратегічної сесії)	PPV						
	Стратегічна сесія (бізнес-модель, стратегічні напрямки) (Підготовка до стратегічної сесії; Проведення стратегічної сесії; Аналіз результатів стратегічної сесії)	PPV						
	Розробка операційної стратегії фестивалю (Попередня версія Остаточна версія)	PPV						
	Проведення функціонального аналізу оператора фестивалю							
	Розробка функціональної та організаційної структури	PPV						
	Опис процесів всередині фестивалю (Попередній опис процесів; Стосереження за організацією фестивалю 2019 та опис процесів; Остаточний варіант процесів)	СПД Заверуха						
	Підготовка операційних інструкцій фестивалю (Опис процесів загального управління (культурний менеджмент); Опис процесів виробничого рівня (організація події); Опис комунікаційних процесів (комунікація фестивалю))	СПД Заверуха						
	Визначення моделі роботи з спонсорами фестивалю							
	Аналіз бізнес-кейсу (Збір та зведення ключових цифр прс фестиваль (маркетинговий профіль); Визначення можливих способів та переваг залучення спонсорів (периметр задіяння); Визначення структури (категорій) спонсорської групи)	PPV						
	Підготовка спонсорських пакетів пропозицій (Затвердження остаточної структури спонсорської групи та типів спонсорства; Пакет матеріалів для спонсорів; Перелік можливих спонсорів)	PPV, СПД Лісний						
2. Впровадження Орхуської моделі сталості	Переклад Орхуської моделі українською мовою	PPV						
	Проведення трьох семінарів щодо впровадження Орхуської моделі в проведення фестивалю ТуСтань! (включає приміщення, кейтерінг та роботу 2-х експертів)	PPV						
3. Нові технології: доповнена та віртуальна реальність, лазерне та проекційне дійство	Виготовлення павільйону для стенду віртуальної реальності Tustan VR	Пунда І.						
	Запуск постійної локації віртуальної реальності Tustan VR у с. Урич	Рожко В.						
	Проведення демонстраційних польотів у віртуальній реальності Тустані «Tustan VR» для відвідувачів та	Котлярчук А.						

5. Нова тема: Традиція	Створення й інтеграція в програму і територію Фестивалю нового тематичного напрямку і локації Традиція (традиційний спів, танець, гра на традиційних інструментах, сім'я, обряди, вишивка, ремесла, кухня, етнографічні групи)	Михайлик М.							
	Концерт музичних гуртів (традиційна і середньовічна музика, інтерпретації)	Михайлик М.							
	Проведення майстер-класів із традиційних танців, локація Традиція	Михайлик М.							
	Проведення майстеркласів з традиційного співу, локація Традиція	Михайлик М.							
	Проведення майстеркласів з гри на традиційних інструментах, локація Традиція	Михайлик М.							
	Проведення демонстрацій обрядових дій, локація Традиція	Михайлик М.							
	Ніч Співу: майстер-клас для відвідувачів	Михайлик М.							
	Ніч Танцю: майстер-клас для відвідувачів	Михайлик М.							
	Створення нового Фестивалю бойківської традиційної культури	Михайлик М. Мороз М.							
	Проведення нового Фестивалю бойківської традиційної культури з використанням розроблених операційних інструментів	Михайлик М.							
6. Новий формат: освіта	Розробка розширеної тематики лекцій для програми локації Університет (традиційна культура, середньовічне ремесло, література, кухня, етнографічне різноманіття)	Рибчинський Н.							
	Проведення лекторію (про середньовіччя, дослідження, зброю і побут, кухню і мистецтво, традицію і ремесла) на локації Університет	Рибчинський Н.							
	Створення циклу освітніх відеолекцій про Тустань, українське середньовіччя, традицію та поширення в мережі Інтернет	Рибчинський Н.							
	Підготовка круглих сторів та міждисциплінарних дискусій для професійних цільових аудиторій (історичні реконструктори, пам'яткоохоронці, дослідники, митці, ремісники)	Рибчинський Н.							
	Проведення круглих сторів та міждисциплінарних дискусій в рамках програми локації Університет	Рибчинський Н.							
	Проведення молодіжного волонтерсько-навчального (гросвітницького) табору для підготовки Фестивалю (липень)	Рибчинський Н.							
	Підготовка просвітницької кампанії «Популярна наука» (зв'язування елементів фестивального дійства з історичними фактами, побуту, вбрання й озброєння реконструкторів з археологічними знахідками й музейною експозицією)	Рибчинський Н.							
	Проведення кампанії «Популярна наука» на Фестивалі (розповіді, інформаційні банери, «Археологічна пісочниця»)	Рибчинський Н.							
	Показ освітніх відеороликів про фортецю, 3D-модель, дослідження Тустані на LED-екрані під скелями під час фестивалю	Рибчинський Н.							
	Проведення реколекцій, бесід про духовність; локація Духовна територія (2-4 серпня)	Мороз У.							
	Розробка та апробація навчальних лекцій про Тустань, середньовіччя і традиційну культуру для студентів університетів (історики, археологи, архітектори, музеєзнавці тощо)	Рибчинський Н.							
	Розробка та апробація шкільних уроків про Тустань, середньовіччя і традицію	Рибчинський Н.							
7. Поглиблення взаємодії з громадою (волонтери, освітні лекції для місцевої громади, дитячий простір)	Збори громади	Котлярчук А.							
	Проведення інтерактивного дозвілля для дітей на постійній локації «Дитяча фортеця» - забави, змагання, квести, майстер-класи, розповіді про середньовіччя (2-4 серпня)	Мороз У.							
	Поїздки по школах навколишніх сіл	Котлярчук А.							
8. Комунікація	Підготовка	Прус Ю.							
	Основна ЦА: аналіз, вибір основних повідомлень та каналів комунікації, збір пропозицій	Прус Ю.							
	Погодження слогану	Прус Ю.							
	ЗМІ: Аналіз списку розсилки та оновлення бази даних	Прус Ю.							
	Пропрацювання партнерів ЗМІ	Прус Ю.							



	Пропрацювання лідерів думок	Прус Ю.							
	Розробка презентаційних матеріалів про фестиваль	Прус Ю.							
	Розробка та виготовлення виставкового стенду для міжнародних фестивалів історичної реконструкції.	Прус Ю.							
	Презентаційний пакет (поліграфія, англійською).	Прус Ю.							
	Підготовка цифрових презентацій (презентації, англійською; відео, субтитри).	Прус Ю.							
	Створення буклетів про Тустань і Фестиваль. (Tustan VR)	Прус Ю.							
	Банери	Прус Ю.							
	Флаєри	Прус Ю.							
	Афіші	Прус Ю.							
	Запуск:	Прус Ю.							
	Сайт: оновлення інформації на 2019	Прус Ю.							
	Створення інтернет-сторінки Фестивалю та інтеграція в портал Тустані	Прус Ю.							
	Аносування продажу квитків	Прус Ю.							
	Аносування реєстрації учасників	Прус Ю.							
	Промоція:	Прус Ю.							
	Радіо: виготовлення аудіороликів	Прус Ю.							
	Радіо: рекламна кампанія	Прус Ю.							
	ТБ: виготовлення відеороликів	Прус Ю.							
	ТБ: рекламна кампанія	Прус Ю.							
	Інтернет, соцмережі: запуск рекламної кампанії по ЦА (банери та пости)	Прус Ю.							
	Участь в заходах	Прус Ю.							
	Дитячий форум 2019 – Форум Видавців, Львів	Прус Ю.							
	Фестиваль Срібний Татош, Чинадієво	Прус Ю.							
	Добриня Фест, Коростень	Прус Ю.							
	Офіційна презентація проекту Tustan VR в Уричі для журналістів, IT, представників влади, пам'яткоохоронців і громади	Прус Ю.							
	Фестиваль у Алітусі, Литва	Прус Ю.							
	Фестиваль у Кернаве, Литва	Прус Ю.							
	Фестиваль у Мальборку, Польща	Прус Ю.							
	Фестиваль у м.Тонсберг, Норвегія	Прус Ю.							
	Фестиваль у Жиліна, Словаччина	Прус Ю.							
	Пропрацювання інших можливих заходів для участі. Пошук локацій та ведення переговорів.	Прус Ю.							
	ЗМІ, робота із журналістами	Прус Ю.							
	Прес-тур для ЗМІ до фестивалю	Прус Ю.							
	Фестиваль	Прус Ю.							
	Прес-тур для ЗМІ під час фестивалю	Прус Ю.							
	Відеофіксація Фестивалю	Прус Ю.							
	Фотофіксація Фестивалю	Прус Ю.							
	Опитування відвідувачів Фестивалю Ту Стань! (підготовка, анкетування, аналіз результатів, підготовка звіту)	Павлишин С.							
	Після Фестивалю	Прус Ю.							
	Звіт. Створення та презентація результатів	Прус Ю.							
	Створення промо-роликів 2020	Прус Ю.							
	Публічна презентація досвіду розробки стратегії та сталості Фестивалю	Прус Ю.							
9. Проектний менеджмент	Детальне планування проекту	Рожко В.							
	Деталізація функціональних обов'язків, запуск роботи як ядра, так і повного складу команди	Рожко В.							
	Загальна координація проекту та команди	Рожко В.							
	Регулярні звітні збори команди (каденція відповідальності) для моніторингу ефективності управління (щотижневі для ядра команди 12 чол, щомісяця усі 35)	Рудь І.							
	Оформлення штатних працівників проекту,	Рудь І.							
	Відбір виконавців та укладання договорів	Рудь І.							
	Оформлення короткострокових учасників проекту	Рудь І.							
	Фінансовий менеджмент проекту	Миська Р.							
	Інформаційно-довідковий кол-центр фестивалів	Данилиха С.							
	Інформаційне і документальне забезпечення команди	Данилиха С.							
	Режисура фестивалів	Мороз У.							
	Розпорядження Львівської облдержадміністрації про фестиваль	Котлярчук А.							
	Робота з громадою для підготовки 2-х фестивалів								
	Підготовка території Фестивалю: Розведення електрики, освітлення та інтернету; Господарське забезпечення локацій: Сцена, звук, світло на локаціях; Оформлення і декорації; Знакування території; Розбивка табору учасників	Пунда І.							



	Зустріч зі службами (поліція, швидка, МНС)	Котлярчук А.							
	Організація попереднього продажу квитків	Миська Р.							
	Оголошення та збір заявок учасників фестивалю за напрямками (історичні реконструктори, ремісники, вуличні музики, волонтери, журналісти)	Данилиха С.							
	Звітвання								
	Підготовка звіту команди (оцінювання результатів проекту, наповнення баз даних, інвентаризація майна, детальний звіт за напрямками)	Рудь І.							
	Підготовка фінансового звіту	Миська Р.							
	Підготовка змістового звіту на основі фото та відеоматеріалів	Прус Ю.							
	Підготовка медіа-звіту	Прус Ю.							
	Завершення проекту (документальне оформлення висновків, архівування документів, надання фінального звіту про стан проекту, публікація успішного досвіду)	Рудь І.							
Проведення фестивалю у новому форматі та із застосуванням розроблених інструментів	Проведення святкової ходи клубів історичної реконструкції та, ремісничих цехів; урочисте відкриття Фестивалю і благословення воїнів (2-4 серпня)	Мороз У.							
	Ведення програми Фестивалю з головної сцени: ведучі, музичний супровід, гурти, історичні розповіді, презентація усіх складових та локацій Фестивалю (2-4 серпня)	Мороз У.							
	Функціонування інфоцентру та координаційного центру протягом Фестивалю (2-4 серпня), Координація волонтерів	Данилиха С.							



В. Ротко

Медіа охоплення (канали комунікації)	Facebook, сайт tustan.ua, локальні та регіональні медіа.	Facebook, сайт tustan.ua, локальні, регіональні та національні медіа.	Використання уже наявних каналів комунікації. Окрім того, створення Instagram-акаунту події, залучення лідерів думок. Розміщення мережевої реклами радіо «Roks», канал новин «24», сайт: Українська правда
Залучені партнерства (національні/міжнародні, короткотривалі/довготривалі тощо)		Історичний фестиваль «Ятвязькі ворота» (Литва).	Литва Ізраїль Словаччина Норвегія Срібний Татош (Закарпаття) Княжий (Волинь) Росичі (Київ)
Географічне охоплення (регіонального, національного та міжнародного рівнів)	Львів і область, Київ, Івано-Франківська обл., Тернопільська обл., Закарпатська обл.	Львів і область, Київ, Івано-Франківська обл., Тернопільська обл., Закарпатська обл. Литва	Львів і область, Київ, Івано-Франківська обл., Тернопільська обл., Закарпатська обл., Залучення аудиторії з ще неохочених областей України. Орієнтир на іноземну аудиторію (Литва, Польща, Німеччина, Великобританія, Данія, Білорусь, Ізраїль).
Розширення програми події (за рахунок включення нових напрямів/секторів культури)	Нові напрямки у програмі: • Кіношкола • Школа гончарства та миловаріння	Нові напрямки у програмі: • Дитяча Фортеця • Ремісничі Цехи • Бойова Школа • Популярна наука • Віртуальна реальність	Нові напрямки у програмі: • Нові технології (постійна локація віртуальної реальності; лазерне і проекційне дійство) • Традиція (майстерні традиційного співу і танцю) • Освітні програми (відеолекції, лекції для студентів, шкільні уроки, панельні дискусії, міждисциплінарні)



Додаток 2:
Динаміка розвитку
проекту

Інструкція для заявника:

Надайте кількісні та якісні показники за попередні 2-ва роки та прогнозовані показники у 2019 році в результаті проведення події.
Для проекту, реалізація якого планується вперше, просимо заповнити колонку на 2019 рік.

Кількісні	2017	2018	2019
Охоплення аудиторії учасників (кількісний вимір, оплачений вхід)	6 тис. відвідувачів протягом трьох днів фестивалю.	6 тис. відвідувачів протягом трьох днів фестивалю.	Очікується: близько 9 тис. (мінімум +50%)
Медіа охоплення (види ресурсів, кількість медіа-контенту)	Facebook, сайт tustan.ua, регіональні медіа. Близько 30 ЗМІ на фестивалі. Охоплення проморолика у Facebook – 24 тис.	Facebook, сайт tustan.ua, регіональні та національні медіа. Близько 40 ЗМІ на фестивалі. Охоплення проморолика у Facebook – близько 130 тис.	Facebook, сайт tustan.ua, регіональні та національні медіа. Очікується близько 30-40 медіа, очікуване охоплення промороликом у Facebook – понад 200 тис, створення та просування через профіль в Instagram. Додатковий контакт з брендом від ~,5 млн.
Залучені партнерства (від 3 до 7)	Gastrolі.ua, Телеканал «Перший Західний», «Львівська Хвиля», Телерадіокомпанія «ВЕЖА», «УХ Радіо», Журнал «Український Тиждень» та ін.	SoftServe, Gastrolі.ua, karpaty.travel, Бізнес-школа Університету Банківської Справи, «ДУЖЕ Radio», Інформаційний ресурс "Lemberg News" та ін.	SoftServe, Gastrolі.ua, ЛОДА, радіо «Roks», канал новин «24», сайт «Українська правда»
Географічне охоплення	Львів і область, Київ, Івано-Франківська обл., Тернопільська обл., Закарпатська обл.	Львів і область, Київ, Івано-Франківська обл., Тернопільська обл., Закарпатська обл., Литва.	Львів і область, Київ, Івано-Франківська обл., Тернопільська обл., Закарпатська обл., Залучення аудиторії з ще неохоплених областей України. Орієнтир на іноземну аудиторію (Литва, Польща, Німеччина, Великобританія, Данія, Білорусь). Ізраїль
Заходи (основні в рамках події)	17 локацій. Понад 80 заходів.	23 локації. Понад 100 заходів.	25 локацій. Понад 130 заходів.

Якісні	2017	2018	2019
Охоплення аудиторії учасників (кластерування: за соціальними, віковими, професійними тощо показниками)	59% - жінки. 41% - чоловіки 26-35 р. – 32% 36-45 р. – 21% 19-25 р. – 19% до 18р. – 14% 46-55 р. – 9% 56 р. і більше – 4 %	63 % - Жінки. 37 % - Чоловіки 26-35 р. – 32% 36-45 р. – 24% 19-25 р. – 20% 46-55 р. – 11% до 18р. – 9% 56 р. і більше – 4 %	Орієнтир на аудиторію: 21-45 р. приріст +50% Збільшення залученості професійних аудиторій: історичних реконструкторів, ремісників, науковців (історики, археологи, етнографи), музейників і пам'яткоохоронців



Комунікаційна стратегія (не більше трьох сторінок)

Інструкція для заявника:

Надати детальний план комунікаційної стратегії знакової події.

Унікальний контент фестивалю, про який ніхто не знає.

Аналіз ситуації:

Про успіх фестивалю "Ту Стань" свідчить той показник, що протягом всієї історії проведення фестивалю не було жодної рекламної чи промо кампанії. Як правило «промоція» завершувалася роздруком та розповсюдженням афіш, анонсування події у соцмережах, розсилкою прес-релізів. Причини такого підходу – це концентрація на контенті та наповненні, відсутності коштів чи меценатів, які б в достатній кількості фінансували проведення.

Незважаючи на це, фестивалю вдалося забезпечити сталу цільову аудиторію та щороку нарощувати кількість відвідувачів заповідника Тустань, протягом років став фестивалем, у якого переймають досвід інші.

Це свічить, що людей цікавить формат відпочинку "Ту Стань" і все що пов'язано з ним: лицарство, історія, еко-відпочинок та цінності що несе цей фестиваль – звичаї, доблесть, вірність, честь, шляхетність і навіть побожність.

Тенденції в кінематографі та рекламних кампаніях дають зрозуміти, що лицарство, повернення до витоків, історії надалі залишається на піку популярності. І цьому доказ запит глядача на історичні стрічки та величезна популярність таких серіалів, як «Гра престолів», «Вікінги», «Остатнє королівство» у всьому світі. Сьогодні Ту Стань! відповідає усім критеріям фестивалю, що дозволяє поринути в середньовічну атмосферу і стати його частиною.

Фестиваль "Ту Стань" сьогодні - це перший захід, який піднімає питання українського середньовіччя, такий, що охоплює цілий культурний пласт (того часовий побут, військову справу, ремесла). Єдиний в Україні захід з відкритою патріотичною і проукраїнською позицією.

Проведений SWOT-аналіз чітко показує наші переваги, та слабкі сторони, а також дає розуміння з якими ризиками ми можемо стикнутися та які можливості має "Ту Стань".

SWOT-аналіз

STRENGTHS - Люди/персонал - "Тепла", сформована аудиторія - Є пул лояльної преси - Наявні канали комунікації: сайт; вісник; БД медіа (переважно регіональні); сайт; сторінка у Вікі; канал у YouTube; профіль у Facebook - є технологічні інноваційні рішення (AR-застосунок, VR) - Бюджет - Контент (наявність цікавих і різноманітних тем та історій, якими можна ділитися) - Фестиваль - Професійна репутація - Топ-менеджмент і деякі члени команди володіють англ, польською - Широка демографія відвідування (представлені всі вікові категорії від дітей до пенсіонерів, представники різних соціальних прошарків)	WEAKNESSES - недостатній кваліфікаційний рівень екскурсоводів, касирів - проблема внутрішньої комунікації (розсинхрон) - налагоджені процеси (workflow), ручний режим управління - не відбувається аналізу аудиторії не налагоджені канали зворотнього зв'язку з аудиторією - застарілий сайт - відсутня англ.версія сайту - немає національних та міжнародних медіа (переважно регіональний рівень) - відсутність англомовних публікацій в академічних виданнях - відсутність брендбуку - невідповідний контент - неповне використання ресурсів та можливостей (зокрема, спонсорів і адмінресурсу) - низький рівень сервісу, інфраструктури - Відсутня стратегія роботи з іноземними відвідувачами (Польща, Китай, ЄС) - відсутня робота з турфірмами, гідями, ПЦ
OPPORTUNITIES - Додаткова можливість просування через інших користувачів бренду Тустань - Дружня влада (національний, регіональний рівень) - Можливість залучення іноземного туриста - Використання туристичного потенціалу Львова - Використання туристичного потенціалу курортів (Трускавець, Східниця) - транзитні туристи (транспортний коридор міжнародного значення - авто та залізнична траса на Закарпаття) - Потік відвідувачів, що постійно зростає - Широка демографія відвідування (представлені всі вікові категорії від дітей до пенсіонерів, представники різних соціальних прошарків)	THREATS - Залежність від політичної ситуації (вузьке вікно можливостей) - неефективні відносини з місцевою владою (сільрада) - особливості громади: розділеність, клановість - потенційно конфліктна інтерпретація польського періоду Тустані, небезпека маніпуляцій - Інфраструктурні виклики: відсутність регулярного транспортного сполучення; недоступність для людей з обмеженими можливостями; відсутність базових сервісів (туалет, харчування, термінал); відсутність конференц-сервісу



Згідно опитування, яке проводиться в період проведення фестивалю, ми не лише маємо зріз чітких необхідних покращень, але чітко розуміємо нашу цільову аудиторію.

Цільова аудиторія:

Згідно досліджень, що проводяться під час кожного фестивалю, ядром цільової аудиторії є молода активна сім'я (можуть мати одну дитину).

Це люди віком 21-45 років, які надають перевагу відпочинку на природі і готові бути в епіцентрі подій та брати участь у інтерактивних заходах. Цю аудиторію ми визначаємо як первинну.

До вторинної цільової аудиторії, на яку також наведена комунікаційна стратегія, належать:

- Представники ЗМІ
- Реконструктори
- Партнери, бізнес-середовище та меценати

Мета комунікаційної стратегії на 2019 рік збільшення аудиторії Фестивалю "Ту Стань".

Першочергові є наступні задачі:

1. Збільшення поінформованості та знання населення України про Фестиваль «Ту Стань!»

Інструменти:

- рекламна кампанія на радіо та ТВ (пряма реклама, інформаційні сюжети, гості студій);
- активне ведення сторінок та рекламних кампаній у соціальних мережах (Facebook, Instagram) - просування постів;
- розсилка прес-анонсів та прес-релізів;
- прес-конференції та прес-тури для ЗМІ перед та під час фестивалю;
- круглі столи, семінари та спільні зустрічі з реконструкторами та партнерами;
- відкриті уроки та лекції в навчальних закладах;
- залучення лідер в думок (Юрій Журавель) – посли бренду, позитивні образи українських діячів культури, яких можна назвати Українськими лицарями;
- просування фестивалю через амбасадора бренду головного реконструктора Ярему Іванців, для якого лицарські цінності це спосіб життя;
- відео уроки.

2. Впізнаваність фестивалю «Ту Стань» за межами України.

Інструменти:

- реклама в соцмережах;
- робота з представниками закордонних ЗМІ;
- співпраця з міжнародними фестивалями;
- участь в міжнародних виставках та фестивалях.

Основні меседжі:

Для кращого сприйняття фестивалю обрали наступні слогани для промоції

Слоган:

(тізерні)

Тустань скоро...

Тустань поруч!

(основні)

Тустань – атмосфера, яку ти запам'ятаєш!

Тустань – історія захоплює

Тустань – історія вражає

Тустань – частина великої історії

Тустань – лицарі серед нас

Тустань – легенди оживають.

Тустань – жива історія

Приклади роликів.

Тізер

1.

Ти чуєш це?

(звуки мечів, люди на полі бою, іржання коней)

Тустань – поринь у Середньовіччя!

2.

(звук сурми)

Тустань!

Готуйся з нами!



Унікальний фестиваль,
Який ти маєш відвідати!
Більше інфо у фейсбуці або на сайті: tustan.ua

3.
Відчуваєш наближення чого великого?
Тустань скоро
Заходь на tustan.ua

Радіо: доцільність, аналітика

Враховуючи цільову аудиторію фестивалю, для вибору каналів комунікації ми обрали наступні 3 радіостанції. Враховуючи дослідження компанії TNS Україна, ми обрали найбільш рейтингові радіостанції в Україні: Хіт ФМ, Люкс ФМ та Радіо Рокс, в цільовій аудиторії чоловіки жінки 21-45 (додаток-вибір радіостанції).

Розміщення реклами на радіо по всій Україні збільшить впізнаваність фестивалю та фортеці Тустань та зробить більш привабливим фестиваль для можливих бізнес партнерів.

У кошторисі прораховано виготовлення 5 аудіороликів, оскільки ми маємо досить широку аудиторію віком 21-45, яка потребує комунікацій різними месежами. Ми розподілили ролики на такі аудиторії: 1) загальна (21-45); 2) молодіжна (аудиторія 21-25); 3) сімейна (25-40); 4) шукачі пригод (21-40); 5) поціновувачі еко-туризму та ті хто цікавляться історією (21-45). Усі ці аудиторії перетинаються, але розділення на персональні запрошення дозволять персонально звернутися до кожного представника ЦА. Щодо вибору радіостанції: ми проаналізували 3 радіостанції, які за даними рейтингів мають найбільше охоплення в ЦА (показник REACH (ЦА 21-45): Хіт 2 833 160, осіб, Люкс 2 211 730, осіб, 1 393 330, осіб дані TNS). Для ефективної рекламної кампанії необхідно, щоб один представник ЦА проконтактував не менше 3-трьох разів, тому необхідно розмістити не менше 10 виходів 20 секундного ролику. Аналізуючи однакові медіа-плани (20 сек, 120 виходів) завдяки програмному забезпеченню компанії TNS, ми отримали наступні результати:

- рекламна кампанія на ХІТ ФМ дозволить проконтактувати за час кампанії з 1 962 930 осіб, і ціна контакту – 2,59 коп
- рекламна кампанія на Люкс ФМ дозволить проконтактувати за час кампанії з 1 362 999 осіб, і ціна контакту – 3,46 коп;
- рекламна кампанія на радіо Рокс дозволить проконтактувати за час кампанії з 919 310 осіб, і ціна контакту – 2,30 коп.

Незважаючи на найменшу кількість охоплення на радіо Рокс ФМ, ми отримаємо найменшу ціну за контакт.

Наше рішення здійснити кампанію на одній, але мережевій радіостанції пов'язано з тим, що для охоплення такої ж аудиторії із залученням може призвести до збільшення бюджету.

Очікування: приріст кількості відвідувачів, що формується внаслідок збільшення поінформованості та формування попиту.

SMM/SEO: обґрунтування

В сучасному світі соціальні мережі відіграють ключову роль в комунікації не лише між людьми, але і компаніями та спільнотами. Нова політика соцмереж передбачає в першу чергу спільноту для друзів, тому охоплення постів без промоції щоразу стає меншим. Фестиваль – це теж дружня спільнота. На сьогодні у нас близько 3000 активних користувачів сторінки фестивалю і близько 7000 заповідника Тустань. І соціальні мережі ми плануємо вивести на інший рівень комунікації. План на 2019 – залучення спеціалістів SMM для налагодження роботи в соцмережах, розробка контент плану на рік та просування Фестивалю через Google Ads.

Перший етап кампанії у FB, що вже відбувся – це поширення постів яскравих реальних героїв Тустані з слоганом – Тустань скоро!, 5 постів – 2 з яких були оплачені. За результатами цього одна з органічних публікацій (фестиваль) має охоплення близько 6000 тисяч, а платні публікації в межах 10000 тисяч.

Другий етап – розрахований на збільшення аудиторії з України та із-закордону.

Прогнозована аналітика охоплення при залученому бюджеті:

Реклама в Google Ads

Наша аудиторія по запитах в яких ми можемо бути цікаві становить: 50-100 млн.

Охоплення серед запитів Україна (туризм, еко-туризм, історичні пам'ятки, тематичні парки, спеціальні тури)

Показів: – 16 млн

Кліки: -440-1,4K

Середня ціна за клік 0,50-1,29 грн

Прогнозований CTR-0,84-3,4%

Охоплення серед запитів Європа (туризм, еко-туризм, історичні пам'ятки, тематичні парки, спеціальні тури)

Показів: – 85 млн

Кліки: -1700-4500

Середня ціна за клік 0,74 -2,11 грн

Прогнозований CTR-0,56-2,6%

Охоплення серед запитів (любители еко-туризму) Україна

Показів: – 4,6 мld

Кліки: -1500-3400

Середня ціна за клік 0,90-2,18 грн

Прогнозований CTR-0,52-1,5%

Охоплення серед запитів (любители еко-туризму) Європа

Показів: – 1,8 мld

Заявка на фінансування від Українського культурного фонду, програма «Знакові події для української культури», 2019



Кліки: -2000-4600
Середня ціна за клік 0,63-1,77 грн
Прогнозований СТР-0,46-1,4%

Просування в FB

Розмір аудиторії Україна (таргетинг фестиваль, похід, відпочинок на природі, історія, Вудсток) : 84 000
Результати за день при бюджеті 10\$: переглядів сторінки 73-393
Охоплення за день 2100-9000

Розмір аудиторії Європа (таргетинг фестиваль, похід, відпочинок на природі, історія, Вудсток) : 830 000
Результати за день при бюджеті 10\$: переглядів сторінки 43-271
Охоплення за день 1500-6900.

Очікування: приріст кількості користувачів в соцмережах, збільшення кількості запитів та замовлення послуг он-лайн.

Деталі дослідження – додаток Google та FB.

Спецпроект Лицарська Україна на Українській правді.

Ідея: Лицарська Україна – серія історично-пізнавальних публікацій про українських лицарів їх побут звичаї, цінності та важливі події. Проект розрахований на 2 місяці перед фестивалем і включатиме в себе 3 публікації, створені журналістами видання. Охоплення від однієї публікації: 500 тис; прочитання: 3-5 тис.

Незважаючи, що видання суспільно-політичне, ми обрали його за наступними критеріями:

- високий рівень довіри;
- хороша тижнева аудиторія -50-70 млн. читачів;
- попадання в ЦА проекту;
- достатнє промотування проекту;

Очікування: збільшення зацікавлення темою «Лицарська доба України», контактування через проект з потенційними меценатами та бізнес-середовищем, політиками, що мають вплив на прийняття рішень, звичайними читачами.

Телебачення: розміщення відеоролика на телеканалі Новин «24»

Розміщення короткого відеоролика (15с) протягом місяця на передодні фестивалю. Аналіз подібної рекламної кампанії в попередній період дає можливість спрогнозувати наступні результати: 15 сек ролик, 15 виходів в день мав охоплення в цільовій аудиторії – 4 789 690 в загальній, а у загальній – 18 458 860. Враховуючи, що кількість виходів у 3 рази менша, припустимо «неправильним» математичним методом, що з нашим повідомленням проконтактують, близько 1,5 млн глядачів. Ціна контакту становитиме менше 1 коп.

Усі розрахунки додаються (додаток-ТБ 24).

Ми чітко розуміємо необхідність глобального підходу до просування української середньовічної культури та лицарства через Фестиваль «Ту Стань!», що дасть можливість виконання усіх поставлених завдань та задач: від інфраструктурних, культурних, освітніх до розвитку активної громади у регіоні.

Окрім збільшення впізнаваності фестивалю і культурної спадщини Тустані, збільшення контактів, ми ставимо також за мету згенерувати попит на культурні події серед українців та в Україні; формування кола бізнесу, яке спрямовує меценатство в сферу культури, а також представлення Україні на міжнародному рівні, як країни, в якій багата історія та культура.



[Handwritten signature]

Додаток № 6

до договору про надання гранту № 283403

від 22 ТРАВНЯ 2019 р.

Програма "Знакові події для української культури"

Назва Заявника Львівська обласна громадська організація "Тустань"



Назва проекту: «Фестиваль ТуСтань! – розширення впливу та підсилення спроможності найбільшого фестивалю української середньовічної культури»

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
1	Український культурний фонд	67%	2 862 160,80
2	Співфінансування* :	33%	1 447 250,00
2.1.	Кошти організацій-партнерів	14%	620 000,00
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника	4%	182 250,00
2.6.	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)	15%	645 000,00
	Всього	100%	4 309 410,80

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

Голова ЛОГО «Тустань»



Рожко В.М.

Кошторис витрат по Гранту (плановий)																
Назва заявника: Львівська обласна громадська організація "Тусань"																
Назва проекту: «Фестиваль Тусань!» – розширення впливу та підсилення спроможності найбільшого фестивалю української середньовічної культури»																
ЛЮГО + КВИТКИ																
КЗ ЛОР АДКЗТ																
Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				
				Кількість/П/рід	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість/П/рід	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=7*8)	Кількість/П/рід	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=10*11)	Кількість/П/рід	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=6*9+12*15)	
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	16	17		
Розділ: I Надходження:																
Пункт:	1.1	Грант УКФ		1,00	2 862 160,80	2 862 160,80			-				2 862 160,80			
Пункт:	1.2	Місцевий бюджет				-			-				-			
Пункт:	1.3	Інші інституційні донори				-			-				-			
Пункт:	1.4	Приватні донори				-			-				-			
Пункт:	1.5	Власні кошти організації-заявника				-	1,00	182 250,00	182 250,00				182 250,00			
Пункт:	1.6	Кошти організації-партнерів				-			-	1,00	620 000,00	620 000,00	620 000,00			
Пункт:	1.7	Реконструкції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)				-	1,00	645 000,00	645 000,00				645 000,00			
Всього по розділу I "Надходження":						2 862 160,80			827 250,00			620 000,00	4 309 410,80			
Розділ: II Витрати:																
Підрозділ 1 Гонорари та авторські винагороди																
Стаття:	1.1	Гонорари		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-			
Пункт:	a	Повне ПІБ (з деталізацією, за що наданий гонорар)	місяців			-			-			-	-			
Всього по підрозділу 1 "Гонорари та авторські винагороди":						-			-			-	-			
Підрозділ 2 Оплата праці																
Стаття:	2.1	Штатні працівники		65,00	63 806,00	319 030,00			-			-	319 030,00			
Пункт:	a	Рожко Василь Михайлович, директор проекту	місяців	5,00	5 360,00	26 800,00			-			-	26 800,00			
Пункт:	б	Рудь Ігор Андрійович, виконавчий директор	місяців	5,00	5 092,00	25 460,00			-			-	25 460,00			
Пункт:	в	Миска Роман Григорович, фінансовий директор	місяців	5,00	5 092,00	25 460,00			-			-	25 460,00			
Пункт:	г	Котлярчук Андрій Богданович, директор з місцевих розв'язків і роботи з громадою	місяців	5,00	5 092,00	25 460,00			-			-	25 460,00			
Пункт:	д	Пунда Ігор Ярославович, технічний директор	місяців	5,00	5 092,00	25 460,00			-			-	25 460,00			
Пункт:	е	Гірус Юлія Василівна, директор з маркетингу	місяців	5,00	5 092,00	25 460,00			-			-	25 460,00			
Пункт:	ж	Мороз Уляна Володимирівна, головний режисер	місяців	5,00	5 092,00	25 460,00			-			-	25 460,00			
Пункт:	з	Іванюк Ярема Тарасович, координатор історичної реконструкції	місяців	5,00	4 649,00	23 245,00			-			-	23 245,00			
Пункт:	и	Михайлик Марія, координатор програми	місяців	5,00	4 649,00	23 245,00			-			-	23 245,00			
Пункт:	к	Рибчинський Нестор-Миколай Олегович, координатор освітньої програми	місяців	5,00	4 649,00	23 245,00			-			-	23 245,00			



Пункт:	Ж	Данилиха Софія, координатор інфоцентру і волонтерів	місяців	5,00	4 649,00	23 245,00	-	-	-	-	23 245,00
Пункт:	З	Іванціве Марія Львівна, координатор міжнародної співпраці	місяців	5,00	4 649,00	23 245,00	-	-	-	-	23 245,00
Пункт:	И	Павлишин Світлана Володимирівна, соціолог	місяців	5,00	4 649,00	23 245,00	-	-	-	-	23 245,00
Стаття:	2.2	За трудовими договорами		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців	-	-	-	-	-	-	-	-
Стаття:	2.3	За договорами ЦПХ		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців	-	-	-	-	-	-	-	-
Всього по підрозділу 2 "Оплата праці":			місяців	65,00	63 806,00	319 030,00	-	-	-	-	319 030,00
Підрозділ	3	Соціальні внески									
Стаття:	3.1	Соціальні внески з оплати праці	місяців	5,00	14 037,32	70 186,60	-	-	-	-	70 186,60
Пункт:	а	Соціальні внески з оплати праці штатних працівників	місяців	5,00	14 037,32	70 186,60	-	-	-	-	70 186,60
Всього по підрозділу 3 "Соціальні внески":				5,00	14 037,32	70 186,60	-	-	-	-	70 186,60
Розділ:	4	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)									
Стаття:	4.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		-	-	6 600,00	-	-	-	-	6 600,00
Пункт:	а	Вартість квитків (Львів - Київ - Львів; Рожко В.М., Рудь І., Миська Р.Г. - проміжне заїздування по гранту)	шт.	-	-	3 300,00	-	-	-	-	3 300,00
Пункт:	б	Вартість квитків (Львів - Київ - Львів; Рожко В.М., Рудь І., Миська Р.Г. - заїздування по гранту)	шт.	-	-	3 300,00	-	-	-	-	3 300,00
Стаття:	4.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		3,00	7 500,00	22 500,00	-	-	-	-	22 500,00
Пункт:	а	Рахунки з готелів (Проживання делегації на фестивалі в Кернаві, Литва - 4 особи)	доба	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	б	Рахунки з готелів (Проживання делегації на фестивалі Жиліна, Словаччина - 4 особи)	доба	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	в	Рахунки з готелів (Проживання делегації на фестивалі Мальборк, Польща - 4 особи)	доба	-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	г	Рахунки з готелів (Проживання делегації на фестивалі Тонсберг, Норвегія - 4 особи)	доба	3,00	7 500,00	22 500,00	-	-	-	-	22 500,00
Стаття:	4.3	Добові (для штатних працівників)		68,00	4 104,00	70 632,00	15,00	120,00	900,00	-	71 532,00
Пункт:	а	Добові (делегация на фестивалі в Кернаві, Литва - 4 особи)	доба	16,00	918,00	14 688,00	-	-	-	-	14 688,00
Пункт:	б	Добові (делегация на фестивалі Жиліна, Словаччина - 4 особи)	доба	16,00	918,00	14 688,00	-	-	-	-	14 688,00
Пункт:	в	Добові (делегация на фестивалі Мальборк, Польща - 4 особи)	доба	14,00	1 091,00	19 416,00	-	-	-	-	19 416,00
Пункт:	г	Добові (делегация на фестивалі Тонсберг, Норвегія - 4 особи)	доба	20,00	1 242,00	24 840,00	-	-	-	-	24 840,00
Пункт:	д	Добові (Рожко В.М., Миська Р.Г. - проміжний заїздування по гранту)	доба	-	-	-	6,00	60,00	360,00	-	360,00
Пункт:	е	Добові (Рожко В.М., Рудь І., Миська Р.Г. - заїздування по гранту)	доба	-	-	-	9,00	60,00	540,00	-	540,00
Всього по підрозділу 4 "Витрати пов'язані з відрядженнями":				71,00	11 604,00	93 132,00	27,00	1 220,00	7 500,00	-	100 632,00
Підрозділ	5	Обладнання і нематеріальні активи									
Стаття:	5.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для виконання його при реалізації проекту грантоотримувача		-	-	-	-	-	-	-	-



Handwritten signature in blue ink.

Пункт: 6	Світлодіодний екран розміром 5X3м (з конструкцією)	шт.	1,00	38 000,00	38 000,00	-	-	-	38 000,00	Локація Віртуальна Тустань
Пункт: 6	Подіум 3 м x 4 м	шт.	1,00	1 800,00	1 800,00	-	-	-	1 800,00	Локація Традиція
Пункт: 6	Проектор для відображення дійства на скелі, площа зображення 16x9 м, 20000 люменів	доба	2,00	20 000,00	40 000,00	-	-	-	40 000,00	
Стаття: 6.3	Оренда транспорту		353,00	353,00	335 440,00	-	-	1 820,00	50 960,00	386 400,00
Пункт: а	Оренда транспорту для закордонних відвідувачів і місцевих жителів					-	-	-	-	-
	Оренда легкового автомобіля (мінівен) (Львів-Жиліна (Словацьчина) - Львів) - участь у фестивалі. - 4 ос.	км	1 100,00	14,00	15 400,00	-	-	-	15 400,00	
Пункт:	Оренда легкового автомобіля (мінівен) (Львів-Мальборк (Польща) - Львів) - участь у фестивалі. - 4 ос.	км	1 500,00	14,00	21 000,00	-	-	-	21 000,00	
Пункт:	Оренда легкового автомобіля (мінівен) (Львів-Кернова (Литва) - Львів) - участь у фестивалі. - 4 ос.	км	1 500,00	14,00	21 000,00	-	-	-	21 000,00	
Пункт:	Оренда легкового автомобіля (мінівен) (Львів-Тонсберг (Норвегія) - Львів) - участь у фестивалі. - 4 ос.	км	4 000,00	14,00	56 000,00	-	-	-	56 000,00	
Пункт: б	Оренда транспорту для проведення презентації проекту Tustan VR.					-	-	-	-	-
Пункт:	Оренда автобуса (Львів-Урич, Львів) - на презентацію проекту Tustan VR. 100 чол = 2 автобуси	км	520,00	32,00	16 640,00	-	-	-	16 640,00	червень 2019
Пункт: в	Оренда транспорту для проведення фестивалю української середньовічної культури "Тустань"					-	-	-	-	-
Пункт:	Оренда вантажного автомобіля (Львів-Урич) - перевезення обладнання та реманенту для проведення фестивалю. - 3 авто. (відстань з урахуванням повернення порожнього вантажного автомобіля)	км	780,00	25,00	19 500,00	-	-	-	19 500,00	01.08.2019
Пункт:	Оренда вантажного автомобіля (Урич-Львів) - перевезення обладнання та реманенту для проведення фестивалю. - 3 авто. (відстань з урахуванням приїзду порожнього вантажного автомобіля)	км	780,00	25,00	19 500,00	-	-	-	19 500,00	05.08.2019
Пункт:	Оренда автобуса (Львів-Урич) - учасники фестивалю 500 чол = 10 автобусів (відстань з урахуванням повернення порожнього автобуса)	км	2 600,00	32,00	83 200,00	-	-	-	83 200,00	01-02.08.2019
Пункт:	Оренда автобуса (Урич-Львів) - учасники фестивалю 500 чол = 10 автобусів (відстань з урахуванням приїзду порожнього автобуса)	км	2 600,00	32,00	83 200,00	-	-	-	19 500,00	04-05.08.2019
Пункт: і	Оренда транспорту для проведення фестивалю бойківської традиційної культури					-	-	-	-	-
Пункт:	Оренда вантажного автомобіля (Львів-Урич) - перевезення обладнання та реманенту для проведення фестивалю бойківської традиційної культури. - 2 авто (відстань з урахуванням повернення порожнього автомобіля)	км				-	-	520,00	13 000,00	12.10.2019
Пункт:	Оренда вантажного автомобіля (Урич-Львів) - перевезення обладнання та реманенту з фестивалю бойківської традиційної культури. - 2 авто (відстань з урахуванням приїзду порожнього автомобіля)	км				-	-	520,00	13 000,00	14.10.2019



Пункт:	Оренда автобуса (Львів-Ужгород-Львів) - учасники фестивалю бойківської традиційної культури - 150 чол = 3 автобуси (відстань з урахуванням повернення порожнього автобуса)	км	-	-	-	780,00	32,00	24 960,00	108 160,00	13.10.2019
Стаття:	6.4 Оренда сценічно-постановочних засобів		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а Найменування (з деталізацією технічних характеристик)		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	6.5 Інші об'єкти оренди		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а Найменування (з деталізацією технічних характеристик)		-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 6 "Витрати пов'язані з орендою":			353,00	353,00	548 717,00	1 820,00	82,00	50 960,00	599 677,00	
Підрозділ 7	Витрати на харчування та напої									
Стаття:	7.1 Вид харчування або нагара заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо		600,00	180,00	58 000,00	300,00	100,00	30 000,00	188 000,00	
Пункт:	а Послуги з харчування (фуршет на презентації проекту Tislan VR)	чол.	100,00	80,00	8 000,00	-	-	-	8 000,00	червень 2019
Пункт:	б Послуги з харчування (учасників фестивалю - 500 ос. впродовж 3 днів)	чол.	500,00	100,00	50 000,00	1 000,00	100,00	-	150 000,00	02-04.08.2019
Пункт:	в Послуги з харчування (учасників фестивалю - 150 ос.)	чол.	-	-	-	300,00	100,00	30 000,00	30 000,00	13.10.2019
Всього по підрозділу 7 "Витрати на харчування та напої":			600,00	180,00	58 000,00	1 000,00	100,00	30 000,00	188 000,00	
Підрозділ 8	Матеріальні витрати									
Стаття:	8.1 Основні матеріали та сировина		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а Найменування	шт.	-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	8.2 Носії, накопичувачі		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а Найменування	шт.	-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	8.3 Інші матеріальні витрати		-	-	-	-	-	-	-	
Пункт:	а Найменування	шт.	-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 8 "Матеріальні витрати":			-	-	-	-	-	-	-	
Підрозділ 9	Поліграфічні послуги									
Стаття:	9.1 Послуги із виготовлення:		26 012,00	17 056,50	54 150,00	7 006,00	8 506,00	19 600,00	73 750,00	
Пункт:	а Виготовлення макетів (кошти УКФ-Фест. серед. кулът. "Тускань": флаер укр. м., флаер англ. м., буклет, програма, плакат, банери (8 шт.), Press-wall (2 шт.); кошти КЗЛОР-АДІКЗТ-Фест бойківської традиційної культури: флаер, буклет, програма, плакат, банери (4 шт.))	послуга	1,00	9 750,00	9 750,00	1,00	5 200,00	5 200,00	14 950,00	
Пункт:	б Друк флаєрів (укр.) (А5, 2 стор., повноколірний)	шт.	7 000,00	1,00	7 000,00	-	-	2 000,00	9 000,00	
Пункт:	в Друк флаєрів (англ.) (А5, 2 стор., повноколірний)	шт.	5 000,00	1,00	5 000,00	-	-	-	5 000,00	
Пункт:	г Друк буклетів (А4, 2 стор., повноколірний)	шт.	1 000,00	1,60	1 600,00	-	-	2 000,00	4 800,00	
Пункт:	д Друк програмок (А4, 2 стор., повноколірний)	шт.	8 000,00	1,30	10 400,00	-	-	2 000,00	13 600,00	
Пункт:	е Друк плакатів (А3, повноколірний)	шт.	5 000,00	1,60	8 000,00	-	-	1 800,00	9 800,00	
Пункт:	є Друк банерів (1*1,5 м)	шт.	8,00	300,00	2 400,00	-	-	300,00	3 600,00	
Пункт:	ж Друк Press-wall (2*3 м)	шт.	2,00	3 000,00	6 000,00	-	-	-	6 000,00	
Пункт:	з Послуги копірайтера	послуга	1,00	4 000,00	4 000,00	-	-	3 000,00	7 000,00	
Пункт:	и Інші поліграфічні послуги	шт.	-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 9 "Поліграфічні послуги":			26 012,00	17 056,50	54 150,00	7 006,00	8 506,00	19 600,00	73 750,00	
Підрозділ 10	Послуги з просування									
Пункт:	а фото-, відеосвіта	година	144,00	550,00	79 200,00	24,00	550,00	18 200,00	92 400,00	02-04.08; 13.10.2019

35009960

02-04.08; 13.10.2019

В.В.В.

Пункт:	б	рекламні витрати (радіостанції - аудіороліки по 20 с - 30 виходів)	спеціаліст	1,00	168 464,00	168 464,00													168 464,00	плановане охоплення 919310 (ціна контакту - 2,30 коп.)
Пункт:	в	Ведення сторінок у соцмережах (FB+Instagram)	місяць	3,00	7 050,00	21 150,00													41 290,00	Існуюча к-сть підписників: 3799 через контент збільшення органічної кількості +20%=4500-4600; Середнє охоплення публікації органіки - 800-1200 збільшення +25%=1000-1500; Сердний коефіцієнт взаємодії - 8-9% збільшення до 12-14%
		Продовування сайту через google ads	місяць	3,00	12 720,00	30 160,00													38 180,00	Україна по запитам (фестивалі, історичні пам'ятки, відпочинку на природі, що відвідати в Україні) - 16 млн (440-1400 кліків); Європа по запитам 95 млн (від 1700-4500 кліків); Екотуризм України 4,6 млн (кліки 1700-4500) Європа 1,8 млд (кліки 1500-3400)
		Рекламні пости з розподілом по цільовим аудиторіям - 5 постів на місяць	місяць	3,00	19 875,00	59 625,00													79 500,00	(таргетинг по країнах) при бюджеті \$ 10 Європа охоплення за день 1500-6900; Україна при бюджеті 10\$ 2100-9000
Пункт:	г	Розміщення матеріалів у закордонних електронних та друкованих ЗМІ (3 публікації)	спеціаліст	1,00	56 155,00	56 155,00													56 155,00	
	д	Реклама на телебаченні (пакет - відеоролики по 15 с - 150 виходів)	спеціаліст	1,00	94 400,00	94 400,00													94 400,00	ціна контакту менше 1 коп, прогнозоване охоплення 1,5 млн.
Пункт:	е	Створення спецпроєкту на "Український праваді" - Лицарська Україна - серія історично-півеньальних публікацій про русичів, їх побут, звичаї, цінності та важливі події	спецпроєкт	1,00	60 000,00	60 000,00													60 000,00	більше освітньо-іміжевий проєкт, додатковий контакт з аудиторією, розрахований на аудиторію, що не довідає традиційним ЗМІ. Охоплення однієї публікації 700 тис-1 млн; прочитання: 5-10 тис
Всього по підрозділу 10 "Послуги з просування":				157,00	419 214,00	577 154,00													630 369,00	
Підрозділ 11 Створення веб-ресурсу																				
Пункт:	а	Витрати зі створення сайту	послуга	1,00	24 000,00	24 000,00													24 000,00	наповнення, оновлення інформації, обробка заявок учасників та реагування на контакти. Близько 2-4 інформації на тиждень (дозід, можливість інфраструктури, інформація про партнерів, оновлення програми та учасників, правила поведінки, тощо)
Пункт:	б	Витрати з обслуговування сайту	місяць	4,00	3 000,00	12 000,00													12 000,00	
Всього по підрозділу 11 "Створення веб-ресурсу":				5,00	27 000,00	36 000,00													36 000,00	
Підрозділ 12 Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на																				
Пункт:	а	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт																	
Всього по підрозділу 12 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на																				
Підрозділ 13 Послуги з перекладу																				
Пункт:	а	Усний переклад (для іноземних делегаций (англійська/українська) 2 перекладачі по 3 дні по 8 год.	год.	48,00	800,00	38 400,00													38 400,00	
Пункт:	б	Редагування усного перекладу	сторінка																	
Пункт:	в	Письмовий переклад (на англійську мову промоційних матеріалів - буклетів, текстів відеороликів)	сторінка	15,00	110,00	1 650,00													1 650,00	
		Спеціалізований переклад Орхуської моделі українською мовою	сторінка	30,00	200,00	6 000,00													6 000,00	



Пункт:	г	Редаткування письмового перекладу промоційних матеріалів	сторінка	15,00	55,00	825,00	-	-	-	-	825,00
		Редаткування перекладу Орхуської моделі		30,00	100,00	3 000,00	-	-	-	-	3 000,00
				108,00	1 165,00	46 875,00	-	-	-	-	46 875,00
Всього по підрозділу 13 "Витрати з перекладу":											
Підрозділ 14 Адміністративні витрати											
Пункт:	а	Бухгалтерські послуги	місяць				5,00	10 000,00	50 000,00	-	50 000,00
Пункт:	б	Юридичні послуги								-	-
Пункт:	в	Аудиторські послуги	послуга	1,00	90 000,00	90 000,00				-	90 000,00
Пункт:	г	Інші адміністративні витрати (вказати тип витрат)								-	-
				1,00	90 000,00	90 000,00	5,00	10 000,00	50 000,00	-	140 000,00
Всього по підрозділу 14 "Адміністративні витрати":											
Підрозділ 15 Інші прямі витрати											
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення		32,00	142 940,00	225 376,20	1,00	30 000,00	30 000,00	-	255 376,20
Пункт:	а	Обробка та монтаж відео з фестивалю - виготовлення фільму про фестиваль	шт.			-	1,00	30 000,00	30 000,00	-	30 000,00
Пункт:	б	Виготовлення промоційного ролика про фестиваль на 15 с для ТБ	шт.	1,00	6 750,00	6 750,00				-	6 750,00
Пункт:	в	Виготовлення промоційних роликів для соцімерх про фестиваль на 30 с, 2 різні ролики x 2 мови, укр. та англ.)	шт.	2,00	13 525,60	27 051,20				-	
Пункт:	г	Створення анімованої відеопроєкції на скелі про історію й легенди Тустань (проекційне дійство)	шт.	1,00	80 000,00	80 000,00				-	80 000,00
Пункт:	д	Створення мультифільму для лазерного дійства (малюнок променем на скелях історії та забудови фортеці Тустань)	шт.	1,00	35 000,00	35 000,00				-	35 000,00
Пункт:	е	Створення освітніх відеоекспозицій до фестивалю, 10 хв	шт.	10,00	4 500,00	45 000,00				-	
Пункт:	ж	Створення відеоекспозицій з університету фестивалю, 20 хв	шт.	12,00	2 250,00	27 000,00				-	27 000,00
Пункт:	з	Виготовлення аудіороликів	шт.	5,00	915,00	4 575,00				-	4 575,00
Всього по підрозділу 15 "Інші прямі витрати":											
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Вказати предмет страхування	шт.			-				-	-
Стаття:	14.3	Видаткові послуги		-	-	-	-	-	-	-	-
Пункт:	а	Послуги коректора	екземпляр			-				-	-
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати				743 540,00		639 750,00	466 225,00	1 849 515,00	
Пункт:	а	Internet-телефонія (вказати період)				-				-	-
Пункт:	б	Послуги Internet (вказати період)				-				-	-
Пункт:	в	Балійська локіція за періодом	місяць	0,00	50,00	50,00				-	50,00
Пункт:	г	Розрахунково-касове обслуговування	місяць	5,00	100,00	500,00				-	500,00
Пункт:	д	Інші банківські послуги	місяць	5,00	50,00	250,00				-	250,00
Пункт:	е	Розробка операційної стратегії фестивалю "Тустань"	послуга	1,00	105 000,00	105 000,00				-	105 000,00
Пункт:	ж	Діагностика фестивалю (360° та аналіз даних про фестиваль від організаторів, інтерв'ю із зацікавленими сторонами фестивалю (5). Аналіз фінансової звітності та фінансових даних організатора фестивалю та підготовка зведеного документу)	роб./дні	6	25,00	15 000,00				-	
Пункт:	з	Короткий порівняльний аналіз з іншими фестивалями (Україна та ЄС)	роб./дні	4	2 500,00	10 000,00				-	



[illegible]

2013/10/20

		Забезпечення локації реанітпом, декораціями, еказієнками	послуга							1,00	11 000,00	11 000,00		
Пункт:	й	Організація та забезпечення діяльності локації "Університет Тустані" на фестивалі "Тустань2019";	послуга								40 000,00	40 000,00	90 000,00	
		Розробка та координація програми; Запущення спікерів (15 лекторів)	послуга	1,00	30 000,00	30 000,00					-	-		
		Проведення майстер-класів з історичної реконструкції (5)	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00					-	-		
		Підготовка та проведення 3-ох міжциплінарних круглих столів (підготовка презентації та питань до дискусії, модераторська дискусія, стенограма запису, оформлення матеріалів дискусії до друку)	послуга							1,00	21 000,00	21 000,00		
		Забезпечення локації реанітпом, декораціями, еказієнками	послуга							1,00	19 000,00	19 000,00		
Пункт:	к	Організація та забезпечення діяльності локації "Літературна майстерня" на фестивалі "Тустань2019";	послуга								41 000,00	41 000,00	41 000,00	
		Розробка та координація програми; Запущення поетів та декламаторів	послуга							1,00	18 000,00	18 000,00		
		Проведення майстер-класів та змагань з літератури, декламації і написання середньовічної поеми, забезпечення призами	послуга							1,00	12 000,00	12 000,00		
		Забезпечення локації реанітпом, декораціями, еказієнками	послуга							1,00	11 000,00	11 000,00		
Пункт:	л	Організація та забезпечення діяльності локації "Дитяча фортеця" на фестивалі "Тустань2019";	послуга								17 000,00	17 000,00	86 000,00	
		Розробка та координація програми; Запущення п'ятих аниматорів	послуга	1,00	30 000,00	30 000,00					-	-		
		Проведення майстер-класів, квестів, забав та змагань; забезпечення призами	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00					-	-		
		Забезпечення призами конкурсів та змагань	послуга							1,00	17 000,00	17 000,00		
		Забезпечення локації реанітпом, декораціями, еказієнками	послуга							1,00	19 000,00	19 000,00		
Пункт:	м	Організація та забезпечення діяльності локації "Традиція" на фестивалі "Тустань2019";	послуга								142 000,00	142 000,00	187 000,00	
		Розробка та координація програми	послуга								25 000,00	25 000,00		
		Запущення деанасити танцювальних та епіхорних колективів	послуга	1,00	65 000,00	65 000,00				1,00	25 000,00	25 000,00		
		Запущення семи лекторів для проведення лекцій з традиційної культури (обрані та заплановані майстер-класів із співів та танців)	послуга	1,00	32 000,00	32 000,00					-	-		
		Забезпечення локації реанітпом, декораціями, еказієнками	послуга							1,00	20 000,00	20 000,00		
Пункт:	н	Організація та забезпечення діяльності локації "Ремісничі цехи" на фестивалі "Тустань2019";	послуга								61 000,00	61 000,00	86 000,00	
		Розробка та координація програми; Запущення ремісників (30 ос.)	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00					-	-		

