

ДОГОВІР № 262827
про надання гранту

м. Київ

«03» червня 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 Фізична особа-підприємець Якуша Вікторія Валеріївна (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань від 26.12.2016 р. № 2 236 000 0000 003790, 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 «Дизайн-експедиція "Земля надихає"» (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 30 вересня 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.
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 1 128 034 грн. 67 коп. (один мільйон сто двадцять вісім тисяч тридцять чотири гривні 67 копійок) без ПДВ.
2. Попередню оплату від загальної суми гранту Фонд перераховує у таких розмірах та у такі строки:

338 410 грн. 40 коп. (триста тридцять вісім тисяч чотириста десять гривень 40 копійок) без ПДВ не пізніше ніж до 12 червня 2019 року;

338 410 грн. 40 коп. (триста тридцять вісім тисяч чотириста десять гривень 40 копійок) без ПДВ не пізніше ніж до 05 серпня 2019 року.

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

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

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

IV. ПРАВА ТА ОBOB'ЯЗКИ СТОPIН

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-сдержувачем 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:

Якуша Вікторія Валеріївна, фізична особа-підприємець

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
Фізична особа-підприємець
Якуша Вікторія Валеріївна

Юридична адреса:
08292, Київська обл., м. Буча,
вул. Марченка Валерія, буд. 2-м
Адреса для листування:
03150, м. Київ, вул. В. Тютюнника, 53,
оф. 1151
ПІН: 3024706365
Банківські реквізити:
Назва банку/філії: АТ «ПУМБ»
Р/р: 2600691829
МФО: 334851
Тел.: +38 (095) 491-67-10



Ю.О. Федів



В.В. Якуша



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 аплікаційного 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

ЛЮТИ конкурсної програми «Знакові події для української культури» (потрібно обрати один варіант)	<input checked="" type="checkbox"/> Підтримка знакових подій в Україні <input type="checkbox"/> Підтримка участі України в знакових міжнародних подіях
Тип конкурсу (потрібно обрати один варіант)	<input checked="" type="checkbox"/> індивідуальний проєкт <input type="checkbox"/> проєкт національної співпраці <input type="checkbox"/> проєкт міжнародної співпраці
Сектор культури і мистецтв (потрібно обрати один варіант)	<input type="checkbox"/> візуальне мистецтво <input type="checkbox"/> аудіальне мистецтво <input type="checkbox"/> дизайн та мода <input type="checkbox"/> перформативне та сценічне мистецтво <input type="checkbox"/> культурна спадщина <input type="checkbox"/> література та видавнича справа <input checked="" type="checkbox"/> культурні та креативні індустрії

Назва проєкту **Дизайн-експедиція «Земля надихає»**

Назва проєкту англійською мовою

Design Expedit on "Earth inspires"

Короткий опис проєкту (до 100 слів)

Дизайн-експедиція «Земля надихає» - це авторський проєкт дизайнерки Вікторії Якуши, покликаний звернути увагу ширшої аудиторії до необхідності збереження та відродження стародавніх ремісничих технік в Україні, реактуалізації традицій в сучасному модному контексті. Протягом 5 днів 7 зіркових архітекторів, дизайнерів та стилістів в Європі в компанії 5-ти впливових закордонних журналістів відвідають віддалені ремісничі центри у Львівській та Івано-Франківській областях та власними руками спробують відтворити традиційні ремісничі техніки, якими й досі користуються окремі гончарі, бондарі, ткачі майстри з виготовлення фольклорних музичних інструментів. Ці унікальні техніки є частиною нашої культурної спадщини, визначають нашу автентичність на глобальному рівні тому вкрай важливо зберегти їх шляхом популяризації, залучення майстрів до створення сучасних предметів дизайну, колаборацій з закордонними дизайнерами найвищого рівня. Після експедиції всі учасники проєкту зустрінуться з українськими архітекторами, дизайнер-експертами, журналістами в Києві для того, щоб розповісти про свої враження і анонсувати майбутні спільні проєкти з українськими майстрами (міжнародні колаборації).

Вікторія Якуша



Короткий опис проекту англійською мовою (до 100 слів)

Design-expedition "Earth inspires" is the author's design project of Viktoriia Yakuscha, made to draw the attention of a wide audience to the need of preserving and reviving the ancient craft techniques in Ukraine. Within 5 days, 7 European star architects, designers and stylists will visit five diverse craft centers in Lviv and Ivano-Frankivsk region in the company of five influential foreign journalists, and will try to reproduce traditional artisan techniques, which are still used by individual potters, benders, weavers, masters for the folk musical instruments. These unique techniques are part of our cultural heritage, they define our authenticity in global world, so it is extremely important to preserve them through popularization, engagement of masters with the creation of contemporary design items collaborations with overseas designers. After the expedition, all participants will meet with Ukrainian architects, designers and journalists in Kyiv in order to share their live experiences and announce future collaborative projects with Ukrainian craftsmen.

Загальний бюджет проекту (в гривнях)

1 303 534, 67 грн

Запитувана сума від Українського культурного фонду (в гривнях)

1 128 034, 67 грн

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 спонсорів та/або власні кошти

Місце або місця проведення проекту (міста, країни)

Україна (Львів, с. Гавареччина, м. Яворів, м. Косів, м. Коломия, с. Верховина Івано-Франківськ, «Київ»)

Термін реалізації проекту	Дата початку	Дата завершення
	1 червня 2019	30 вересня 2019

Розділ II: Інформація про координатора проекту¹**Прізвище, ім'я та по-батькові**

Якуша Вікторія Валеріївна

Контактні дані	Електронна пошта	Номер телефону

Посада в організації

Власник, керівник

Розділ IIIa: Інформація про організацію-заявника²**Повна назва організації-заявника**

Фізична особа-підприємець Якуша Вікторія Валеріївна

Повна назва організації-заявника англійською мовою

Individual entrepreneur Yakuscha Viktoriia Valeriivna

¹ Координатор проекту є представником заявника та контактною особою для Українського культурного фонду для поточних питань. Якщо заявником є фізична-особа підприємця, то координатором проекту та заявником є одна і та сама особа.

² Більш детально про заявника в Інструкції для заявників.



Якуша Вікторія Валеріївна

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації		Якуша Вікторія Валеріївна
Контакти керівника	Електронна пошта	Номер телефону
Правова форма організації ФОП		
Код ЄДРПОУ організації 3024706365		
Юридична адреса організації Київська обл. м. Буча вул. Валерія Марченка, буд. 2М	Поштова адреса організації Київ, вул. В. Тютюнника, 53, 03150	Фізична адреса організації Київ, вул. В. Тютюнника, 53, 03150
Веб-сайт організації, посилання на сторінки в соціальних мережах http://yakusha.com.ua / http://faina.design / https://www.facebook.com/yavsesvit/ https://www.facebook.com/fainaukrainianlivedesign/		

Розділ IIIб: Інформація про організацію-заявника

Основні або стратегічні напрями діяльності організації
Архітектура дизайн інтер'єру, предметний дизайн

Обґрунтування відповідності заявленого проекту основним стратегічним напрямкам діяльності організації
Наша команда реалізує дизайн проекти, які представляють сучасний український дизайн, проте нашим натхненням виступає культурна спадщина. Ми розуміємо важливість збереження унікальних дизайнерських і ремісничих технік в Україні, які роблять нашу культуру унікальною, вирізняють з-поміж решти світу. Ініціюючи цей проект ми сподіваємось зробити внесок у розбудову сучасного українського дизайну, який опирається на власне коріння, а не копіює інших.

Наявність матеріально-технічної бази
У нас є досвід організації першої тестової експедиції в жовтні 2018 року, зібрана команда, розроблено маршрут. У другій експедиції для закордонних експертів ми хочемо зробити проект більш масштабним гучним, також підтримавши його регулярність, адже вже після першого туру ми отримали багато запитів від іноземних журналістів і дизайнерів про повторну експедицію. Отже маємо продовжувати і розширювати географію, залучаючи нових ремісників в Україні, знайомлячи аудиторію проекту з усім різноманіттям нашої культурної спадщини в галузі ремісництва та дизайну.

Приклади успішно реалізованих проектів, попередні гранти
Перша дизайн-експедиція пройшла 30.10 – 3.11.2018. Ми привезли 3 зіркових дизайнерів зі Швеції та Італії а також 1 британського журналіста. В ролі Партнера події поруч з журналом «Фокус», Elle Decoration Бізнес Радіо виступили компанії Agromat і Volkswagen. Результатом подорожі став 20-хв документальний фільм, який було показано у Венеції під час Venice Biennale 2019. Також відбулась україно-шведська колаборація з створення сучасних дизайнерських гобеленів з використанням символів наших пращурів. Про експедицію було відзнято 2 ТВ сюжети (+1 та ICTV) вийшло 12 публікацій в українських ЗМФ (в т.ч. Vogue, The Village, Salon Фокус, Marie Claire) а також 8 у закордонних медіа (Design Milk, Estilo Projo, Cover UK та ін.). Про подію дізнались тисячі міжнародних дизайнерів, стилістів які почали досліджувати український крафт, цікавитись нашим сучасним дизайном. Учасники першої експедиції стали справжніми «амбасадорами» України, рекламуючи нашу чудову природу, культуру, талановитих людей і таким чином відкривають Україну для сотень іноземців. Посилання на тизер документального фільму про першу дизайн-експедицію - <https://vimeo.com/299665777>

Розділ IV: Детальний опис проекту

1. Актуальність проекту
Чому запропонований проект є актуальним для загального культурного контексту в цілому, та заявника, зокрема? В чому полягає важливість та унікальність проекту? З якою проблематикою працює проект? Чи проект пропонує цікаве та альтернативне рішення в контексті вже існуючої проблематики? Чи був проект частково чи повністю втілений раніше? Як проект доповнює вже наявні культурні ініціативи, на локальному / регіональному / національному / міжнародному рівнях?
Проект дизайн-експедиції – це абсолютно новий для України формат. Найчастіше іноземних дизайнерів експертів запрошують з

Вікторія Якуша



лекцієс, поділитись про власний досвід з аудиторією українських колег, або виступити в ролі судді на конкурсі дизайну. Але в даному випадку іноземні дизайнери виступають в ролі «дослідників» українських ремесел, визначають їх потенціал у сучасному дизайні, конкурентоспроможність на глобальному ринку та власною поважною оцінкою впливають на інтерес і увагу як зовнішньої так і внутрішньої аудиторії проекту: журналісти, архітектори, виробники меблів та декору, дизайнери, фотографісти, стилісти, тощо.

Жодний інший проект не демонструє потенціал України як напрямку для "inspiration tours" (подорожі заради натхнення), які так часто практикуються у колі архітекторів, митців, дизайнерів, колекціонерів до Іспанії, Марокко, Японії, тощо. В цьому проекті Україна виступає справжньою «terra incognita» для іноземних гостей, адже це їх перша подорож до України, вони знають про неї лише зі шпальт новин. Їх живий досвід є максимально правдивим, об'єктивним. Саме в цьому і полягає унікальність проекту, його культурна і суспільно важлива цінність.

Проблема, яку проект вирішує – занепад або й часткове зникнення унікальних знань і навиків українських майстрів, ремісників, які мають важливу культурну цінність, несуть в собі частинку ДНК української нації. На жаль, багато рідкісних гончарів, бандарів та ін. ремісників не мають достатньо замовлень, аби прогосдувати свою родину лише своєю справою, не мають нових учнів, яким вони могли б передати тонкощі своєї справи. У той час, коли в Європі тренд на ремісництво і речі, зроблені власними руками зростає, в Україні він лише зароджується – важливо його якнайшвидше популяризувати, підкресливши справжню цінність цих унікальних знань і навиків, які ідентифікують українське ремісництво у світі.

Перша дизайн експедиція реалізована нашою командою у жовтні 2018 року власними силами отримала купу позитивних відгуків в значний резонанс у ЗМІ та навіть стала стартом першої україно-шведської колаборації на базі тузлузьких килимів ліжників. Цей успіх дав нам розуміння про те, що проект необхідно робити на регулярній основі (хоча б 2 рази на рік) для групи нових європейських та світових експертів, відкривати Україну для нових креативних проектів, заохочувати іноземців приїжджати сюди для навчання, натхнення, спілкування поміж колегами та колаборації.

2. Мета та цілі проекту

З якою метою реалізується проект? Яких конкретних цілей планується досягти втіленням цього проекту? Якими є індикатори досягнення цілей?

Мета проекту – сформувати тренд на український дизайн та зробити вироби наших майстрів модними/популярними в усьому світі (як китайська кераміка, марокканські гобелени або індійський декор). Підвищити глобальний вплив і впізнаваність українських дизайнерських традицій (символіки, матеріалів, технік, фактур) у світі, надавши їм нове сучасне та актуальне «звучання» - це головний виклик проекту і його місія. Для цього плануємо залучити потужних медіа партнерів з спеціалізованих ЗМІ: Designboom, Dezeen, Design wanted, Frame Design Curial.

Внутрішньою метою проекту також є привертання уваги українських дизайнерів/студій ЗМІ та широкої аудиторії до унікальних народних ремісничих традицій в Україні (робота з глиною, деревом, шерстю), які знаходяться під загрозою зникнення через брак коштів, інтересу до них і відсутність учнів, які могли б передавати знання наступним поколінням. Для цього по завершенню туру ми плануємо зібрати українські ЗМІ + дизайнерів, архітекторів для презентації результатів дизайн експедиції за участі іноземних гостей. Ми хочемо спонукати інтерес до українського народного ремесла серед українських дизайнерів через відгуки іноземних експертів і їх власний живий досвід з експедиції.

Окрім цього метою проекту є позначити Україну на світовій мапі як нову перспективну локацію для дизайн турів де через дослідження місцевих традицій і культури, сучасні митці зі всього світу можуть отримати натхнення на створення чогось нового (поряд з Марокко, Японією, Португалією та Грузією). Для більшості європейців Україна залишається "terra incognita" що є перевагою і причиною для тих мандрівників, які шукають унікальні маршрути і натхнення.

3. Результати проекту

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

Короткострокові результати:

- Безпосередня участь у експедиції 7 ТОП європейських дизайнерів + 5 міжнародних ЗМІ, які познайомляться з ремісничими традиціями в Україні та стануть «амбасадорами» нашої країни в своєму оточенні. Очікуване органічне охоплення – не менше 15 тис. чол.
- публікації в національних та міжнародних ЗМІ - не менше 35 виходів у пресі за результатами експедиції 3 сюжети на ТВ, 20 публікації в укр. друкованих та онлайн ЗМІ (спеціалізовані, новини, суспільно-політичні, лайфстайл), 15 публікацій в іноземних ЗМІ (спеціалізовані архітектурні та дизайн ЗМІ, культурні та туристичні портали); Очікуване охоплення не менше 1,2 млн читачів + 6 млн. глядачів (ТВ)
- поява документального фільму про дизайн-експедицію у відкритому доступі – 25 хв, та тизерного відео – до 60 сек. Очікуване охоплення аудиторії (з урахуванням рекламної кампанії на Ютуб) – 0,5 млн. чол. (за період не менше 3 місяців з моменту реалізації проекту)
- Участь національних та закордонних ЗМІ у прес-події за результатами експедиції не менше 25 чол.

Довгострокові результати:

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

Джурна



- стимулювання інтересу до України як потенційного напрямку дизайн-подорожей, запити ноземних експертів на участь в майбутніх експедиціях до України – не менше 20 запитів протягом 6 місяців після дизайн-експедиції
- нішування обговорень щодо важливості збереження ремісничих технік та залучення їх до створення сучасних дизайн предметів
- тоява творчих колаборацій між українськими ремісниками та закордонними дизайнерами/стилістами - 2-3 нових проекти протягом 6-9 місяців після експедиції.
- тоява творчих колаборацій між ремісниками на національними дизайнерами, декораторами, стимулювання інтересу до made in Ukraine в середовищі професіоналів (архітектори, декоратори, стилісти, дизайнери інтер'єру)

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 пресекті	Відповідний досвід
Якуша Вікторія Валеріївна	Автор проекту, керівник: - визначення маршруту експедиції та формування програми - складання списку гостей експедиції та комунікація з ними на етапі запрошення та проведення експедиції - модерація програми експедиції - формування ТЗ для підготовки документального фільму - творчі завдання для дизайнерів графічних матеріалів	Власник архітектурної студії, автор колекції меблів та декору з українським креслінням, ніціатср і організатор першої дизайн-експедиції
Франчук Тетяна	Менеджер зі зв'язків з громадськістю - підготовка всіх комунікаційних матеріалів (прес-релізи, коментарі, інтерв'ю учасників експедиції); - розповсюдження інформації про проект у ЗМІ серед блогерів та лідерів думок; - організація прес-події за результатами дизайн-експедиції за участі національних ЗМІ (ТВ, радіо, друковані та онлайн ЗМІ); - організація партнерських проектів з ЗМІ (взаємодія з медіа партнерами, які беруть участь в проекті)	Понад 10 років в PR, організація PR супроводу першої дизайн-експедиції
Моргун Наталія	Контент менеджер: - підготсвка ко-тенту для соц.мереж (фото, тексти, відео); - сторітелгінг в соц. мережах (Фейсбук, Інстуграм, Беханс та Пінтерест) - взаємсдія з підписниками у соц. мережах (відповідь на коментарі спілкування з лідерами думок у соц.мережах).	3 роки досвіду в галузі копірайтингу, вільне володіння укр, англ. мсвами, участь у першій дизайн експедиції
Буткевич Іван	Менеджер проекту: - пошук партнерів (готелі, перевзники, ресторани перекладач, оператори, фотографи, тощо) та організація програми експедиції - бронювання квитків на літак для учасників експедиції (іноземців) та організація логістики для команди проекту	Керсдинатор міжнародних проектів в галузі культури (в т.ч. GogolFest)
Козлова Ірина	Бухгалтер: - Відображення у бухгалтерському обліку операцій, безпосередньо	Дипломований досвідчений спеціаліст

Ду Якуша



	<p>пов'язаних з проектом</p> <ul style="list-style-type: none"> - Нарахування та перерахування до бюджету обов'язкових податків та внесків за певними операціями проекту - Проведення необхідних розрахунків, передбачених програмою проекту - Збирання та систематизація первинної документації для підтвердження витрат Заявника за проектом - Контроль за цільовим використанням грошей відповідно до кошторису проекту - Консультування координатора проекту щодо цільового використання коштів відповідно до ПСБУ - Складання відповідно звітності за проектом - Подання звітності до державних органів 	
Хантиль Андрій	<p>Юрист</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформлення близько 19 договорів ЦПХ, правовий супровід проекту 	Дипломований досвідчений спеціаліст

5. Робочий план та терміни реалізації проекту

Пресимс заповнити Додаток 1 до Проектної заявки.

6. Цільові аудиторії

Яка(-і) 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 проекті або до використання кінцевих результатів проекту?

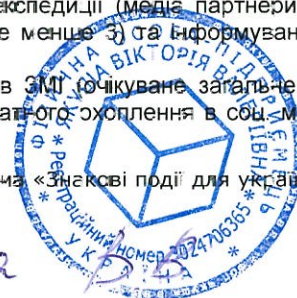
- ремісники, майстри в Україні, які є носіями унікальних дизайнерських технік, що є під загрозою зникнення через брак суспільного інтересу і професійного запиту з боку сучасних українських та закордонних дизайнерів
- іноземні дизайн-експерти (архітектори, предметні дизайнери, стилісти, куратори виставок, галеристи, декоратори)
- українські дизайн-експерти (архітектори, предметні дизайнери, стилісти, куратори виставок, галеристи, декоратори)
- іноземні ЗМІ (спеціалізовані архітектурні та дизайн ЗМІ культурні та туристичні портали, блогери)
- національні ЗМІ (спеціалізовані, новини суспільно-політичні, лайфстайл, блогери)
- широка аудиторія – потенційні покупці предметів, створених спільно ремісниками та дизайнерами

Проект залучає всі вказані вище цільові аудиторії, стимулюючи їх інтерес до скресленої проблеми – ризик зникнення унікальних ремісничих технік в Україні, втрата самоідентифікації у галузі дизайну, пошук нового обличчя сучасного українського дизайну на глобальній арені. Ми сподіваємось, що такий нестандартний креативний підхід – як дизайн-експедиція – зацікавить якнайбільше число людей, що вплине на поточну ситуацію і дозволить нам пробудити інтерес до власного ремісництва, залучити майстрів до розвитку сучасного українського дизайну, з'явити свого споживача на внутрішньому та глобальному ринках.

Опис роботи з ЦА проекту:

- ремісники/майстри в Україні познайомляться особисто з закордонними дизайн-експертами, отримають їх відгуки про свої вироби, дізнаються про можливість співпраці та адаптації старовинних технік до сучасних вимог у дизайні;
- іноземні дизайн-експерти відкриють для себе потенціал українського крафту через публікації в ЗМІ (профільні дизайн та архітектурні видання, такі як Designboom, Architecture Digest, Dezeen, тощо з загальним охопленням аудиторії у понад 1,2 млн. читачів), історії учасників експедиції в блогах та соц. мережах (база з 300 дизайн-блогерів, власні сторінки на Instagram, Facebook, LinkedIn) + реклама в соціальних мережах (заплановане охоплення становить 1,5 млн. чол.) та відеос-тизер проекту на Youtube (платне просування).
- іноземні та національні ЗМІ будуть залучені шляхом прямої участі в експедиції (медіа-партнери, не менше 5), спецпроектів зі ЗМІ (висвітлення історії окремих учасників експедиції не менше 3) та інформування через прес-релізи (розсилка тексту/фото/відео контенту по базі іноземних ЗМІ)
- Широка аудиторія буде поінформована про проект шляхом публікацій в ЗМІ (очікуване загальне охоплення від медіа кампанії – 1,2 млн. читачів), органічного (7 000 підписників) та платного охоплення в соц. мережах (4 млн.

Андрій Хантиль



7. Управління проектом та проектні ризики

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

Ми оцінюємо ефективність проекту за допомогою наступних інструментів:

- відгуки учасників експедиції
- відгуки ремісників, які беруть участь в проекті
- кількість розпочатих колаборацій в результаті експедиції
- кількість публікацій в ЗМІ, медіа інтерес до проекту
- обговорення проекту в соціальних мережах
- схвалення аудиторії документального фільму, відзнятого за результатами експедиції

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?

Канали комунікації:

- сайт/лендінг проекту
За допомогою реклами в соц. мережах планується отримати не менше 10 000 візитів на сайт/лендінг проекту за 3 місяці
- соціальні мережі – Facebook, Instagram, Behance, Pinterest + YouTube

1) використання вже існуючих сторінок з аудиторією в 7К чол. – органічне охоплення:

Facebook (1,7К підписників)

Instagram (3,7К підписників)

Behance (1,2К підписників)

Pinterest (0,3К підписників)

YouTube (1К підписників)

2) просування фото/відео контенту з історіями з дизайн-експедиції через соц. мережі по чітко визначеній ЦА (дизайн-експерти, декоратори, архітектори, стилісти інтер'єру), розміщення платних публікацій на сторінках лідерів думок. Кількість рекламних повідомлень (в кожній соц. мережі) – 6, період – 3 місяці з моменту реалізації експедиції. Заплановане охоплення ЦА – 1,5М чол.

YouTube – 350К чол. охоплення

Facebook - 160К, Instagram – 350К, Behance – 20К, Pinterest – 15К

- медіа партнери (5 закордонних ЗМІ, не менше 10 національних ЗМІ – по 1 представнику кожної категорії ЗМІ: онлайн, друковані, спеціалізовані, лайфстайл, суспільно-політичні, жіночі, про дизайн, про архітектуру тощо)
- прес-подія за результатами експедиції для широкого кола ЗМІ, розсилка прес-релізу по базі у понад 100 національних медіа
- розсилка прес-релізу англ. мовою по базу у понад 4 000 іноземних спеціалізованих ЗМІ
- співпраця з українськими та європейськими блогерами – база з 345 блогерів (Швеція, Норвегія, Франція, Англія, США, Австралія, Німеччина та ін.)
- сторітеллінг з враженнями європейських гостей від дизайн-експедиції в Україні, якісні фото

Ду Юлія В. К.



матеріали та відео контент. Розповсюдження контенту по базі у понад 10 000 контактів світових дизайнерів, архітекторів, стилістів, галеристів.

Доцільність використання поштових розсилок:

В нашій базі за 5 років зібрано понад 10 000 контактів міжнародних дизайнерів інтер'єру, архітекторів, стилістів та декораторів. Вони регулярно отримують від нас новини про новинки українського дизайну, запрошення на стенди українських дизайнерів на міжнародних майданчиках. Тож розповідь про проект дизайн-експедиції та знайомство ЦА з потенціалом українського ремісництва допоможе нам ще більше розширити охоплення та досягти ті контакти, які можливо не користуються соц. мережами/не слідкують за новинами в професійних ЗМІ. Наш середній показник поштових розсилок (news letter): 24% відкриття та 4% переходу за лінком в листі на лендінг проекту.

Key Message:

- Україна надихає, Україна вражає своєю оригінальністю і вцілілими унікальними ремісничими техніками – новий потенційний напрямок для «inspiration tours» для креативного класу з усього світу
- Мода на етно і речі, створені руками, які наразі переживають «бум» у всьому світі – від ТОП дизайн брендів сегменту розкоші, до масмаркету - як стимул для відродження стародавніх ремісничих технік в Україні
- Культурна дипломатія в дії – просування позитивного іміджу України за кордоном

Промо-відео та документальний фільм про дизайн-експедицію:

- Промо-відео (до 60 сек) з яскравими моментами дизайн експедиції, яке буде розміщене на YouTube та поширене серед ЦА проекту через налаштовану під ЦА/ таргетовану рекламу допоможе збільшити інформаційне охоплення проекту (заплановане охоплення реклами – 730К чол.)
- Документальний фільм про дизайн-експедицію (20-25 хв), який можна буде переглянути на сайті/лендінгу проекту після завершення проекту. Посилання на лендінг будуть розміщені у всіх рекламних публікаціях протягом 3 місяців після проекту. Очікувана кількість переглядів фільму – 8-10000 за 3 місяці.
- **Технічне завдання до фільму:**
Хронометраж – 20-25 хв
Кількість героїв – 7
Тривалість зйомок – 4 дні
Локації: Львів, Гавареччина, Яворів, Верховина, Івано-Франківськ, Київ
Знімальна команда: відеоператор, режисер монтажу
Завдання фільму: передати враження іноземних експертів про українське ремісництво та його потенціал для співпраці з сучасними дизайнерами, надихнути іноземних дизайнерів вирушити в подорож до України.
ЦА фільму: дизайнери, декоратори, архітектори, арт дилери та колекціонери, крафт ентузіасти
Тип зйомок/жанр фільму: репортаж, пригодницький фільм
Використання спец. ефектів: зйомки з висоти за допомогою дрону
Титри: англ. мовою
Синопсис до фільму: укр. + англ.

Медіа партнери:

- В Україні: ICTV, Hromadske, Новое время, UA: Культура, Viva, Vogue, Bit.ua, BBC Україна, Газета по-українськи, Panorama Magazine, Kyiv Post etc.
- Закордонні: Designboom, Dezeen, The culture trip, Dwell, Residence, Kinfolk Magazine, BBS Culture, Living Etc, Wallpaper UK, Archi Living, GQ MAGAZINE, Harvest Magazine, Interni Italy, T Magazine Spain, The Heritage Post etc.

Лідери думок:

- До проекту планується залучити краєзнавців, кураторів етнографічних музеїв у Львівській та Івано-Франківській області
- Головних редакторів впливових закордонних ЗМІ (5 місць у експедиції)
- Відомих і впливових дизайнерів з Європи, 7 місць в експедиції, місце = 1 країна (Швеція, Франція,

Ду

Андрій



Іспанія, Німеччина, Швейцарія, Бельгія, Голландія), серед підтверджених гостей: Сахара Відоуф, арт-директорка шведського бренду ACNE (www.acnestudios.com) та Андрея Карузо Далмаш, співзасновник студії дизайну cizsak dalmas (www.cizsakcalmas.com). Набір групи продовжується.

Уточнення 1: яким чином формуватимуться інформаційні матеріали для іноземної аудиторії:

- Редакційний контент іноземних медіа партнерів (підготовка репортажів з експедиції англ. мовою за допомогою нашого перекладача, яка пояснюватиме всі події протягом експедиції та погодження матеріалу з нами перед публікацією)
- Переклад прес-релізу англ. мовою та розповсюдження по базі іноземних ЗМІ
- Англійська версія сайту/лендінгу проекту, на який вестимуть всі рекламні повідомлення (соц. мережі, YouTube)
- Англійські пости на сторінці у соц. мережах (Facebook, Instagram, Behance, Pinterest)

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?

- Після закінчення проекту буде відзнято документальний фільм, який буде подано на міжнародні кінофестивалі кіно про дизайн (Мілан, Нью-Йорк, Токіо) задля розширення аудиторії проекту
- Всі історії пригод європейських дизайнерів у віддалених ремісничих центрах України будуть доступні у вигляді статей та фотогалереї на сайті медіа партнерів проекту, весь контент буде доступний для партнерів та ЗМІ
- Експедиція відкрита для партнерства з будь-якими культурними, освітніми, туристичними організаціями в Україні, вона планується на регулярній основі (не менше 2 раз на рік) з подальшим розширенням програми експедиції

Уточнення: ризики для реалізації проекту та способи мінімізації їх.

- Відмова учасника експедиції від поїздки напередодні події (форс мажор, хвороба, тощо). В такому разі ми готуємо список охочих долучитись до експедиції серед дизайнер-експертів з України та добираємо групу експедиції з «резервного списку»
- Неможливість проведення ремісничого воркшопу/майстер-класу на маршруті (в разі хвороби, форс мажору, тощо). В такому разі ми звертаємось до наших експертних партнерів (краєзнавців, музейників, етнографів) та доповнюємо маршрут новою локацією, або додаємо відвідування одного з етнографічних музеїв з обов'язковою екскурсією краєзнавця та описом традиційних ремісничих технік регіону.
- Погані погодні умови (сильний дощ, гроза). В такому разі ми заздалегідь готуємо для всіх учасників експедиції водонепроникне взуття (чоботи) та дощовики-плащі, які дозволять продовжити маршрут без ризику для здоров'я учасників експедиції.

10. Інша інформація

Прохимо заповнити Додаток 2 до Проектної заявки

Декларація доброчесності та підпис керівника організації-заявника

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

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

Якуша Вікторія Валеріївна

Дата заповнення

Підпис



Якуша Вікторія Валеріївна

A blue circular stamp of the Ukrainian Cultural Foundation, identical to the one above, with a signature in blue ink over the logo.

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) Якуша Вікторія Валеріївна	Підпис та дата
Прізвище, ім'я та по-батькові координатора проекту (прописом) Якуша Вікторія Валеріївна	Підпис та дата



Додаток 1: РОБОЧИЙ ПЛАН ТА ТЕРМІНИ РЕАЛІЗАЦІЇ

ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ

Інструкція для заявника:

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

Етапи реалізації проекту (відповідно до етапів вашого проекту – тут ПРИКЛАДИ)	Конкретні заходи (ПРИКЛАДИ)	Терміни реалізації					
		Місяць 1	Місяць 2	Місяць 3	Місяць 4	Місяць 5	Місяць 6
Підготовчий етап	Оформлення цивільно-правових договорів з членами команди	Якуша Вікторія Андрій Хантіль					
	Розробка детального (з вказівкою часу) плану-графіку кожного дня експедиції	Якуша Вікторія					
	Відбір іноземних учасників експедиції	Якуша Вікторія, Моргун Наталія, Буткевич Іван					
	Направлення запрошення іноземним учасникам (дизайнери, журналісти)	Моргун Наталія Буткевич Іван					
	Підготовка до приїзду, перебування та від'їзду іноземних гостей в Україну – купівля білетів, бронювання готелів, страхування, укладання договорів оренди машин	Буткевич Іван	Буткевич Іван				
	Складання меню, укладання договорів з	Якуша Вікторія,					



Якуша Вікторія

	ресторанами	Буткевич Іван					
	Обговорення, постановка задачі режисеру, стилісту локації, адміністратору локації	Якуша Вікторія, Франчук Тетяна					
	Обговорення програми майстер класів та презентацій з ремісниками	Якуша Вікторія, Буткевич Іван					
	Розробка дизайну флеш носія	Колесник					
	Закупівля витратного матеріалу, аптечки		Буткевич Іван				
Інформаційна кампанія	Створення лендінгу Розробка дизайну та наповнення контентом	Веб майстер					
	Запуск піар компанії – підготовка та розсилка прес матеріалів	Франчук Тетяна, Моргун Наталія					
	Розповсюдження інформації про подію в соціальних мережах		Рекламна агенція	Рекламна агенція	Рекламна агенція		
	Поширення відео матеріалів з минулої експедиції через відео канали, соціальні мережі та рекламні, у тому числі		Рекламна агенція	Рекламна агенція	Рекламна агенція		
	Запис інтерв'ю та відгуків учасників		Франчук Т - текст Режисер, відео оператор - відео				
	Розробка та виготовлення фільму про експедицію		Продакшн студія				
	Проведення прес конференції		Якуша, Буткевич Моргун, Франчук				
	Складання пост релізів для преси		Франчук Тетяна	Франчук Тетяна			
	Розсилка пост релізів на 4 тис ЗМІ			Франчук Тетяна			
		Презентація нового фільму про експедицію			Якуша Вікторія, Франчук Тетяна, Моргун Наталія		
	Розповсюдження нового фільму про експедицію 2019 року через відео канали, соціальні мережі та рекламні, у тому числі, безкоштовні, джерела			Рекламна агенція			
Дизайн Експедиція	Прибуття 12 іноземних гостей та журналістів з 7-10 країн до Львіву, зустріч, поселення, екскурсія містом, вечірня програма		Якуша Вікторія, Буткевич Іван, Моргун Наталія, Водії, Фотограф знімальна команда, перекладачі				

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

Ду Якуш



	Віезд до Говореччини, знайомство, майстер-клас з чорнодимленої кераміки, екскурсія до Олеського замку, знайомство гостей з історією та традиціями України. Прибуття до Коломиї, поселення в отелі		Якуша Вікторія, Буткевич Іван, Моргун Наталія, Водії, Фотограф, знімальна команда, перекладачі, майстри				
	Презентація для гостей, виконання на старовинних музичних інструментах; майстер клас з гри на трембіті у с. Буковець; Майстер клас з плетіння ліжників у с. Яворів, кожний з іноземних гостей робить свій особистий ліжник		Якуша Вікторія, Буткевич Іван, Моргун Наталія, Водії, Фотограф, знімальна команда, перекладачі, майстри				
	Майстер клас з косівської кераміки у м. Косів; майстер клас з бондарства, екскурсія до музею писанок у Коломиї, кожний з гостей розписує особисту писанку		Якуша Вікторія, Буткевич Іван, Моргун Наталія, Водії, Фотограф, знімальна команда, перекладачі, майстри				
	Віліт з Івано-Франківська до Кизва, екскурсія містом, ввечері грес конференція		Якуша Вікторія, Буткевич Іван, Моргун Наталія, Водії, Фотограф, знімальна команда, перекладачі, майстри				
	Зустріч та знайомство з провідними українськими дизайнерами, від'їзд учасників		Якуша Вікторія, Буткевич Іван, Франчук Тетяна, Моргун Наталія, Водії, Фотограф, знімальна команда, перекладачі				
	Показ та просування фільму на YouTube		Рекламна агенція	Рекламна агенція	Рекламна агенція		
Етап звітування	Підготовка фінансового звіту				Козлова Ірина, Хантіль Андрій, Якуша Вікторія		
	Підготовка медіа-звіту				Франчук Тетяна		

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.

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

Ду Директор



Кількісні	2017	2018	2019
Охоплення аудиторії учасників (кількісний вимір)	-	4	12
Медіа охоплення (види ресурсів, кількість медіа-контенту)	-	22	35
Залучені партнерства (від 3 до 7)	-	3	5
Географічне охоплення, кількість областей України	-	2	3
Заходи (основні в рамках події)	-	2	3

Якісні	2017	2018	2019
Охоплення аудиторії учасників (кластерування: за соціальними, віковими, професійними тощо показниками)		Середня вікова аудиторія – 30-50 років, охоплює архітекторів, дизайнерів інтер'єру, декораторів дизайну, блогерів журналістів	Середня вікова аудиторія – 25-55 років, охоплює архітекторів дизайнерів інтер'єру, декораторів дизайну, блогерів журналістів культурологів
Медіа охоплення (канали комунікації)		Сайт, соціальні мережі медіа партнери, ТВ, радіо, друковані та онлайн ЗМІ	Сайт, соціальні мережі, медіа партнери ТВ, радіо, друковані та онлайн ЗМІ
Залучені партнерства (національні/міжнародні, короткотривалі/довготривалі тощо)		ТОВ ПТК «Агрсмат»: Медіа партнери Національні ЗМІ: ICTV, Vogue, Elle Decoration Ukraine, Focus, Закордонні ЗМІ: Designboom, Dezeen, The culture trip, Dwell, Kinfolk Magazine, Living Etc, Archi Living, GQ MAGAZINE Harvest Magazine, Interni Italy, T Magazine Spain, The Heritage Post etc.	ТОВ ПТК «Агрсмат» Медіа партнери Національні ЗМІ: ICTV Promadske, Espresso TV Новое время, UA: Культура Viva, Vogue, Bit.ua, BBC Україна, Газета по-українськи Panorama Magazine, Kyiv Post Platforma Bit.ua, Buro, etc Закордонні ЗМІ: Designboom, Dezeen, The culture trip, Dwell, Residence Kinfolk Magazine, BBS Culture Living Etc, Wallpaper UK, Arch Living, GQ MAGAZINE, Harvest Magazine, Interni Italy, T Magazine Spain, The Heritage Post etc.
Географічне охоплення (регіонального, національного та міжнародного рівня)		Україна, Європа	Україна, Європа, США, Канада, Азія
Розширення програми події (за рахунок включення нових напрямів/секторів культури)			Залучення культурологів та краєзнавців для розширення програми ознайомлення іноземних учасників експедиції з історичною культурною спадщиною України

[Handwritten signature]



Комунікаційна стратегія (не більше трьох сторінок)

Інструкція для заявника:

Надати детальний план комунікаційної стратегії знакової події.

1. Цілі проекту:

- сформувати тренд на український дизайн та підвищити впізнаваність українських дизайнерських традицій (символіки, матеріалів, технік, фактур) у світі;
- привернути увагу українських дизайнерів/студій/ЗМІ та широкої аудиторії до проблеми зникнення/втрати унікальних народних ремісничих традицій в Україні;
- позначити Україну на світовій мапі, як перспективну локацію для дизайн-турів.

Додатковий позитивний ефект:

Культурна дипломатія в дії – просування іміджу України за кордоном. Подібні культурні проекти в різних галузях – музика, кіно, мистецтво, дизайн - допомагають Україні вирівняти баланс у інформаційному просторі поруч з негативними новинами (війна, економічна криза і т.д.).

2. Key Target Audiences / Аудиторія проекту

Учасники проекту:

- 7 місць в експедиції - відомі і впливові дизайнери з Європи, 1 місце = 1 країна (Швеція, Франція, Іспанія, Німеччина, Швейцарія, Бельгія, Голландія). Кожен з запрошених гостей має власну інформаційну платформу та багатотисячну аудиторію, яка буде охоплена під час проекту.

Серед попередньо підтверджених гостей:

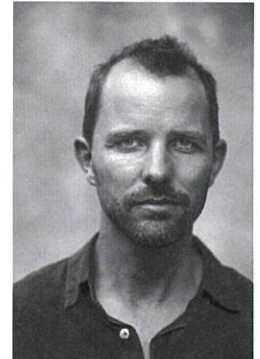
Сахара Відоуф, арт-директорка шведського бренду ACNE (www.acnestudios.com)

Андрея Карузо Далмаш, співзасновник студії дизайну cizak calmas (www.cizakdalmas.com)

Патрісія Уркула, архітекторка та дизайнерка, що співпрацює з ТОП італійськими меблевими брендами (<http://www.patriciaurquiola.com>)

Марген Баас, датський предметний дизайнер (<http://maartenbaas.com>)

Набір групи продовжується...



- 5 місць у експедиції - головні редактори впливових закордонних ЗМІ
- до проекту також планується залучити краєзнавців, кураторів етнографічних музеїв у Львівській та Івано-Франківській області

Primary target audience:

Світ - архітектори, дизайнери інтер'єру, декоратори, власники галерей дизайну, інфлуенсери, блогери та журналісти (спеціалізовані дизайн видання).

Україна – предметні дизайнери, виробники меблів/декору, декоратори, архітектори, журналісти (національне телебачення та радіо, суспільно-політичні видання, культурні та спеціалізовані ЗМІ)

Secondary target audience: замовники інтер'єрних проектів, власники дорогої нерухомості, дизайн галереї, музейники та арт-куратори.

3. Key Message/Ключові повідомлення

- Україна надихає/вважає своєю оригінальністю і автентичністю (нам є чим здивувати)
- Україна дбає про відродження стародавніх ремісничих технік (зберегти культурну спадщину)
- Україна запрошує міжнародних експертів з дизайну до співпраці (ми відкриті до колаборацій і створення спільних проектів, які будуть популяризувати нашу культуру за кордоном)

4. Marketing Support and Partnerships / Підтримка та партнери

- Український Інститут – МЗС України
- Український культурний фонд
- Національна спілка народних майстрів України
- Реміснича Палата України
- Ya Vsesvit - креативний простір в серці Києва
- Національний центр народної культури Музей Івана Гончара

5. Канали комунікації:

- сайт/лендінг проекту (в розробці)
- соціальні мережі – Facebook, Instagram, LinkedIn (використання вже існуючих сторінок з аудиторією в 7 000 чол)
- медіа партнери (5 закордонних ЗМІ, не менше 10 національних ЗМІ – по 1 представнику кожної категорії ЗМІ: онлайн, друковані, спеціалізовані, лайфстайл, суспільно-політичні, жіночі, про дизайн, про архітектуру тощо)
- прес-подія за результатами експедиції для широкого кола ЗМІ, розсилка прес-релізу по базі у понад 500 національних медіа (ТВ, радіо, друковані та онлайн ЗМІ)
- розсилка прес-релізу англ. мовою по базу у понад 4 000 іноземних спеціалізованих ЗМІ (весь світ)
- співпраця з українськими та європейськими блогерами – база з 300 блогерів (Швеція, Норвегія, Франція, Англія, США, Австралія, Німеччина та ін.)
- Сторітеллінг з враженнями європейських гостей від дизайну експедиції в Україні, якісні фото матеріали та відео контент. Розповсюдження контенту по базі у понад 10 000 контактів світових дизайнерів, архітекторів, стилістів, галеристів.

6. Медіа партнери (детальніше):

- Національні ЗМІ:
ICTV, Hromadske, Espresso TV, Новое время, UA: Культура, Viva, Vogue, Bit.ua, BBC Україна, Газета по-українськи, Panorama Magazine, Kyiv Post, Platfor.ma, Bit.ua, Büro 247 etc.





- Закордонні ЗМІ:
 Designboom, Dezeen, The culture trip, Dwell, Residence, Kinfolk Magazine, BBS Culture, Living Etc, Wallpaper UK, Archi Living, GQ MAGAZINE, Harvest Magazine, Interni Italy, T Magazine Spain, The Heritage Post etc.
*Wallpaper** - TOP design magazine (United Kingdom, <https://www.wallpaper.com>)
Design Milk - online magazine dedicated to modern design (USA, <http://design-milk.com>)
Urbis - bi-monthly pre-eminent interiors magazine (New Zealand, <http://urbismagazine.com>)
NYA RUM – printed magazine about modern design (Sweden, <http://tidningennyarum.se>)
Ideat – online media about design, art and travel (France, <https://ideat.thegoodhub.com>)
Est Living – interior design magazine (Australia, <https://estliving.com>)
Designboom - world's first and most popular digital architecture and design magazine (Italy, www.designboom.com)



7. Marketing Activities / Просування проекту

MARKETING TOOLS	
<p>Databases/Direct mail</p> <p>Розсилка анонсів по базі дизайнерів/архітекторів України – 5 000 контактів та світу – 10 000 контактів</p>	<p>Website (лендінг)</p> <p>Лендінг проекту - є головною сторінкою комунікації, до кожного може ознайомитись з програмою проекту, учасниками проекту, фотогалереєю, залишити заявку на участь у наступній експедиції. Очікувана кількість відвідувань (за період 3 місяці з моменту реалізації проекту): 10 000 переглядів.</p>
<p>Advertising</p> <p>Розміщення рекламних постів в цільових групах/сторінках соц. мереж з 10К та більше підписників – лідерів думок з 50К і більше), 6 рекламних повідомлень, заплановане охоплення - 110К</p> <p>Реклама в соціальних мережах (Facebook / Youtube/Pinterest/Behance), 6 рекламних повідомлень протягом 3 місяців, очікуване охоплення Facebook - 160К, Instagram – 350К, Behance – 20К, Pinterest – 15К</p> <p>Розробка рекламних банерів для соціальних мереж (10 шт)</p>	<p>Social Media</p> <p>Анонсування та ведення репортажу з експедиції через соц. мережі:</p> <p>Facebook (1,7К підписників) Instagram (3,7К підписників) Behance (1,2К підписників) Pinterest (0,3К підписників) YouTube (1К підписників)</p>



MARKETING TOOLS

<p>та налаштування ЦА комунікації (геотаргетинг, вік, професія, стать, тощо)</p> <p>Просування відео контенту з дизайн-експедиції: промо-відео (до 60 сек) з яскравими моментами дизайн експедиції на YouTube з таргетованою під ЦА рекламою, 6 рекламних банерів протягом 3 місяців, заплановане охоплення – 350К чол.</p>	
<p>Media Relations</p> <p>Публікації в друкованих та онлайн ЗМІ зі списку партнерів проекту з загальним охопленням читачів у понад 5,5 млн чол.</p> <p>Сторітеллінг з враженнями європейських гостей від дизайн експедиції в Україні, якісні фото матеріали та відео контент. Розповсюдження контенту по базі ЗМІ у понад 4 000 контактів (весь світ).</p>	<p>Blogs</p> <p>Співпраця з українськими та європейськими блогерами – база з 300 блогерів (Швеція, Норвегія, Франція, Англія, США, Австралія, Німеччина та ін)</p>
<p>Radio, Television</p> <p>Організація прес-події за результатами експедиції за участі не менше 25 ЗМІ (в т.ч. будуть запрошені національні та регіональні радіо станції та ТВ канали для висвітлення ходу першої дизайн-експедиції- Суспільне, Громадське, Країна ФМ, Люкс ФМ та ін.)</p>	<p>Content (фото, фільм, сторітелінг)</p> <p>Результатом дизайн-експедиції стане галерея фотознімків, а також відзнятий документальний фільм (хронометраж 25 хв) про подорож європейських дизайнерів до України, їх знайомство з майстрами та унікальними ремісничими техніками.</p>



Додаток № 6



до Договору про надання гранту
№ 46887 від 03 червня 2019р
Програма "Знакові події для української культури"

Назва Заявника
Назва проекту:

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
1	Український культурний фонд	86%	1178034,67
2	Співфінансування* :	14%	181400,00
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника		
2.6.	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)		
	Всього	100%	1309434,67



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

Handwritten signature: О. Януша В.Ф.

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

ФОП ЯКУША ВІКТОРІЯ ВАЛЕРІЙВНА
 Дизайн і експлуатація "Земля надієнас"

Назва проекту

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ				Витрати за рахунок Співфінансування				Витрати за рахунок Співфінансування				Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=9+12+15)
				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				Планові витрати відповідно до заявки				
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	6	7	8	9	Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн.	10	11	12	Кількість/Період	
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Розділ:	I	Надходження:														
Пункт:	1.1	Грант УКФ		1,00	1 128 034,67	1 128 034,67	1,00	181 400	181 400,00							1 309 434,67
Пункт:	1.2	Місцевий бюджет														
Пункт:	1.3	Інші інституційні донори														
Пункт:	1.4	Приватні донори														
Пункт:	1.5	Власні кошти організації-заявника														
Пункт:	1.6	Кошти організації-партнерів														
Пункт:	1.7	Рейнвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)														
Всього по розділу I "Надходження":						1 128 034,67			181 400,00							1 309 434,67
Розділ:	II	Витрати:														
Підрозділ:	1	Гонорари та авторські винагороди														
Стаття:	1.1	Гонорари														
Пункт:	а	Повне ПІБ (з деталізацією, за що наданий гонорар)	місяців													
Пункт:	б	Повне ПІБ (з деталізацією, за що наданий гонорар)	місяців													
Пункт:	в	Появне ПІБ (з деталізацією, за що наданий гонорар)	місяців													
Всього по підрозділу I Гонорари та авторські винагороди:																
Підрозділ:	2	Оплата праці														
Стаття:	2.1	Штатні працівники														
Пункт:	а															
Стаття:	2.2	За трудовими договорами														
Пункт:	в															
Стаття:	2.3	За договорами ЦПХ		5,50	253 300,00	101 283,33										101 283,33
Пункт:	а	Наталія Морун контент менеджер	місяців	2,00	10 000,00	20 000,00										20 000,00
Пункт:	б	Орханук Тетяна, менеджер зі зв'язків з громадськістю	місяців	2,00	10 000,00	20 000,00										20 000,00
Пункт:	в	Марченко Альона, менеджер проекту	місяців	1,50	13 300,00	19 950,00										19 950,00
Пункт:	є	Режисер	місяців	0,20	20 000,00	4 000,00										4 000,00
Пункт:	ж	Фотограф	місяців	0,20	20 000,00	4 000,00										4 000,00



Handwritten signature: В.П.

Пункт:	3	Відделератор	місяців	0,20	20 000,00	1 000,00																4 000,00
Пункт:	II	Відеооператор	місяців	0,20	20 000,00	4 000,00																4 000,00
Пункт:	П	Світлооператор	місяців	0,20	20 000,00	1 000,00																4 000,00
Пункт:	М	Звукооператор	місяців	0,20	20 000,00	4 000,00																4 000,00
Пункт:	Н	Технік-асистент	місяців	0,20	20 000,00	4 000,00																4 000,00
Пункт:	о	Водій 1-го авто	місяців	0,17	20 000,00	3 333,33																3 333,33
Пункт:	п	Водій 2-го авто	місяців	0,17	20 000,00	3 333,33																3 333,33
Пункт:	р	Водій 3-го авто	місяців	0,17	20 000,00	3 333,33																3 333,33
Пункт:	с	Водій 4-го авто	місяців	0,17	20 000,00	3 333,33																3 333,33
Пункт:	т																					-
		Всього по підрозділу 2 "Оплата праці":			5,50	253 300,00	101 283,33															101 283,33
		Підрозділ: 3 Соціальні внески																				41 333,33
Стаття:	3.1	Соціальні внески з оплати праці	місяців	-	-	22 282,33																22 282,33
Пункт:	а					22 282,33																22 282,33
		Всього по підрозділу 3 "Соціальні внески":			-	-	22 282,33															22 282,33
		Розділ: 4 Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)																				2 000,00
Стаття:	4.1	Вартість проїзду (для штатних працівників)		1,00	600,00	600,00																2 000,00
Пункт:	а	Івано-Франківськ - Київ, Якуша В.В.	шт.	1,00	600,00	600,00																2 000,00
Пункт:	б																					-
Пункт:	в																					-
Стаття:	4.2	Вартість проживання (для штатних працівників)		4,00	1 200,00	4 800,00																10 700,00
Пункт:	а	Готель Асторія, м. Львів 1 нч, Якуша В.В.	доба	1,00	600,00	600,00																2 900,00
Пункт:	б	Люба, готель Медевіла, Якуша В.В.	доба	3,00	600,00	1 800,00																5 400,00
Пункт:	в																					-
Стаття:	4.3	Добові (для штатних працівників)		5,00	60,00	300,00																300,00
Пункт:	а	Добові (розрахунок на відряджену особу), Якуша В.В.	доба	5,00	60,00	300,00																300,00
Пункт:	б																					-
Пункт:	в																					-



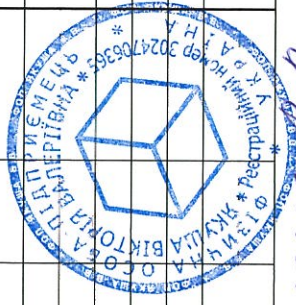
Ю. Якуша В.В.

Всього по підрозділу 4 "Витрати пов'язані з відрядженнями":

Підрозділ:		Обладнання і нематеріальні активи		10,00	1 800,00	5 700,00	5,00	4 800,00	7 300,00	-	-	-	-	13 000,00
Стаття	5.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту запашествовимісвача												
Пункт:	а	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)			шт.									
Пункт:	б	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)			шт.									
Пункт:	в	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)			шт.									
Стаття:	5.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту зрангмостримувача												
Пункт:	а	Програми забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)												
Пункт:	б	Право використання (ліцензія)												
Пункт:	в	Інші нематеріальні активи												

Всього по підрозділу 5 "Обладнання і нематеріальні активи":

Підрозділ:		Витрати пов'язані з орендою													
Стаття:	6.1	Оренда приміщення													
Пункт:	а	Оренда приміщення під організацію зустрічі з учасниками експедиції в Києві			кв м (годин, діб)										
Пункт:	б	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди			кв м (годин, діб)										
Пункт:	в	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди			кв м (годин, діб)										
Стаття:	6.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту				132,00	13 050,00			78 300,00					78 300,00
Пункт:	а	Оренда фото-відео техніки:			день	6,00	1 800,00			10 800,00					10 800,00
		Камера Canon 5D mark 4 , 2 шт по 900 грн за од в день													
		Камера Canon 5D mark 3 1шт 650 за од в день				6,00	650,00			3 900,00					3 900,00
		Камера Canon 5D mark 2 with Marvellis Adv				6,00	360,00			2 100,00					2 100,00
		Штатив, 2 шт, 200 грн за од в день				6,00	400,00			2 400,00					2 400,00
		Оптика для камери:													
		Canon 1# 34, 1 шт, 250 грн в день				4,00	290,00			1 500,00					1 500,00
		Zeiss 50x, 2 шт, 350 грн в день				6,00	700,00			4 200,00					4 200,00
		Canon 24-70, 2 шт, 250 грн за од в день				6,00	500,00			3 000,00					3 000,00
		Canon 100м, 1 шт, 350 грн за од в день			шт	6,00	350,00			2 100,00					2 100,00
		Canon 70-200, 1 шт, 300 грн за од в день			шт	6,00	300,00			1 800,00					1 800,00
		еквіпіжі (саболі 2x, 2 шт, 200 грн за од в день			шт	6,00	400,00			2 400,00					2 400,00



Семко ВВ

	стабілізатор Zhiuil, 1 шт, 700 грн за од в день	шт	6,00	700,00	4 200,00													4 200,00
	плечовий упор, 2 шт, 75 грн за од в день	шт	6,00	150,00	900,00													900,00
	пульт пу для таймлапів, 1 шт, 400 грн за од в день	шт	4,00	50,00	300,00													300,00
	монітор TV-Logic 6", 2 шт, 350 грн за од в день	шт	6,00	700,00	4 200,00													4 200,00
	Голов Гокіус, 2 шт, 300 грн за од в день	шт	6,00	600,00	3 600,00													3 600,00
Пункт:	6 Оренда світлового та звукового обладнання:																	-
	F&V LED bi-color, 3 шт, 400 з од в день		6,00	1 200,00	7 200,00													7 200,00
	LED накамерне, 1 шт, 150 грн за од в день		6,00	150,00	900,00													900,00
	Апл 1.2 KW, 1шт, 600 грн за од в день		6,00	600,00	3 600,00													3 600,00
	генератор Honda 3 KW, 1 шт, 2300 грн в день		6,00	2 300,00	13 800,00													13 800,00
	радіомікрофон Sennheiser, 1 шт, 200 грн за од в день		6,00	200,00	1 200,00													1 200,00
	бум мікрофон пушка Sennheizer + вудка, 1 шт, 400 грн за од в день		6,00	400,00	2 400,00													2 400,00
	звуконий рекордер Zoom H10, 1 шт, 300 грн за од в день		6,00	300,00	1 800,00													1 800,00
Пункт:	в Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.																-
Стаття:	6.3 Оренда транспорту		480,00	624,00	74 880,00													74 880,00
Пункт:	а Оренда мінівену Volkswagen Caddy (або подібного класу) на 5 дів без водія, \$140 за добу, курс для розрахунку 26,7 грн/дол.	годин	120,00	156,00	18 720,00													18 720,00
Пункт:	б Оренда мінівену Volkswagen Caddy (або подібного класу) на 5 дів без водія, \$140 за добу, курс для розрахунку 26,7 грн/дол.	годин	120,00	156,00	18 720,00													18 720,00
Пункт:	в Оренда мінівену Volkswagen Caddy (або подібного класу) на 5 дів без водія, \$140 за добу, курс для розрахунку 26,7 грн/дол.	годин	120,00	156,00	18 720,00													18 720,00
Пункт:	г Оренда мінівену Volkswagen Caddy (або подібного класу) на 5 дів без водія, \$140 за добу, курс для розрахунку 26,7 грн/дол.	годин	120,00	156,00	18 720,00													18 720,00
Пункт:	д Оренда сценічно-послаховочних засобів																	-
Стаття:	6.4 Оренда сценічно-послаховочних засобів																	-
Пункт:	а Оренда сценічно-послаховочних засобів																	-
Пункт:	б Оренда сценічно-послаховочних засобів																	-
Пункт:	в Оренда сценічно-послаховочних засобів																	-
Стаття:	6.5 Інші об'єкти оренди		6,00	1 600,00	9 600,00													9 600,00
Пункт:	а Оренда на 6 днів квадрокоптер квадрокоптер DJI Phantom 4 Pro + 6 ND фільтри (або аналог) - 1 шт, 4-5 вилтів дрону в день на локаціях перебування експедиції в Карпатах, а також для зйомки плавів міст Львова та Києва;	день	6,00	1 600,00	9 600,00													9 600,00
Пункт:	б Найменування (з деталізацією технічних характеристик)																	-
Пункт:	в Найменування (з деталізацією технічних характеристик)																	-



Пункт:	€	зведення фільму / тизера (саундмастер), 15 хв	7,00	1 000,00	7 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7 000,00		
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування	-	-	30 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30 000,00		
Пункт:	а	Страхування життя учасників орг педліції	-	-	11 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11 000,00		
Пункт:	б	Додаткове страхування мінівенів. Додаткове страхування знижує суму застави з 3000 доларів до 600 доларів	-	-	24 000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	24 000,00		
Пункт:	в	Вказати предмет страхування	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Стаття:	14.3	Видавничі послуги	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Пункт:	а	Послуги коректора	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Пункт:	б	Послуги верстки	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Пункт:	в	Друк книг	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Пункт:	г	Друк журналів	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Пункт:	д	Інші витрати (вказати надану послугу)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Стаття:	14.4	Інші прямих витрати	99,00	16 112,00	195 144,00	75,00	14 400,00	168 200,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	363 344,00		
Пункт:	а	Приміт для гостей експедиції (економ клас). Стокгольм - Львів (2 чол) - 10 116 грн Мадрид - Львів (2 чол) - 14036 грн Париж - Львів (1 чол) - 8 612 грн Барселона - Львів (1 чол) - 6 844 грн Лондон - Львів (2 чол) - 8 384 грн Берлін - Львів (1 чол) - 6450 грн Мілан - Львів (1 чол) - 4 725 грн Копенгаген - Львів (1 чол) - 7050 грн Амстердам - Львів (1 чол) - 8 848 грн	12,00	6 256,00	75 072,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75 072,00	
Пункт:	б	Перевернення гостей експедиції з Києва (економ клас): Київ - Стокгольм (2 чол) - 10 116 грн Київ - Мадрид (2 чол) - 14036 грн Київ - Париж (1 чол) - 8 612 грн Київ - Барселона (1 чол) - 6 844 грн Київ - Лондон (2 чол) - 8 384 грн Київ - Берлін (1 чол) - 6450 грн Київ - Мілан (1 чол) - 4 725 грн Київ - Копенгаген (1 чол) - 7059 грн Київ - Амстердам (1 чол) - 8 848 грн	12,00	6 256,00	75 072,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	75 072,00
Пункт:	в	Проживання гостей експедиції в готелі Львова (1 ніч)	12,00	600,00	7 200,00	12,00	1 900,00	32 800,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30 000,00	
Пункт:	г	Проживання в готелі Львова 5 журналістів 2 оператора фотограф 2	8,00	600,00	4 800,00	8,00	1 400,00	11 200,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16 000,00	
Пункт:	д	Проживання гостей експедиції в готелі Верховини (3 ночі)	12,00	600,00	7 200,00	12,00	4 200,00	50 400,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57 600,00	
Пункт:	е	Проживання гостей експедиції в готелі Верховини (3 ночі) - 16 чол. 8 номерів	8,00	600,00	4 800,00	8,00	3 800,00	26 800,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33 600,00	
Пункт:	є	Проживання гостей експедиції в готелі Києва (1 ніч)	12,00	600,00	7 200,00	12,00	1 900,00	22 800,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30 000,00	



Handwritten signature and initials in blue ink.

Пункт:	е	Перелік годей еспедитції Івано Франківськ-Київ (МАУ)	чол.	23,00	600,00	13 800,00	23,00	1 400,00	32 200,00				46 000,00
Пункт:	б												13 800,00
Всього по підрозділу 14 "Інші прями виграи"													
Всього по розділу II "Витрати"													
1 128 034,67													
181 400,00													
808 044,00													
1 309 434,67													

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ



BB

[Handwritten signature]