

**ДОГОВІР № ЗІСР61-6006-2
про надання гранту**

м. Київ

«11» червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олексandrівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та МІЖНАРОДНА ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ "УКРАЇНСЬКА РАДА МОДИ" (далі – Грантоотримувач) в особі Директора Данилевського Олексія Борисовича, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначеных цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проекту «Міжнародний конкурс молодих дизайнерів» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проектній заявці та у кошторисі Проекту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проект на умовах, визначеных цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 30 жовтня 2020 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.

2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначенним у розділі XI проектної заявки.

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

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

ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 1 297 988 грн. 00 коп. (один мільйон двісті дев'яносто сім тисяч дев'ятсот вісімдесят вісім гривень 00 коп.) без ПДВ.

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

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

4. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проєкту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування.

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

ІV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантостримувач має право на реалізацію Проєкту відповідно до умов цього Договору.

2. Грантостримувач 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 ІІ цього Договору;

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

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

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

2. Грантоотримувач гарантує Фонду право використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію (результати досліджень), отримані в процесі реалізації 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, продукт, виготовлений у результаті реалізації Проекту, 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 та відповідати витратам, передбаченим у кешторисі Проекту, форму якого наведено у додатку 2 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

придбання товарів, виконання робіт, надання послуг, що не пов'язані з реалізацією Проекту;

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

витрати, в результаті курсових різниць;

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

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.

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

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

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

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

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

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

XII. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до 31 грудня 2020 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.cult@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

Данилевський Олексій Борисович, директор,

7. Грантостримувач 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 привести до Конфлікту інтересів під час виконання цього Договору, Грантоотримувач зобов'язується негайно повідомити Фонд у письмовій формі.

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

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

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

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

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

- додаток 1 – проектна заявка;
- додаток 2 – кошторис Проекту;
- додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проекту;
- додаток 4 – звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проекту;
- додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

Р/р: UA608201720343110001000000458

МФО: 820172

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Виконавчий директор

Ю.О. Федів



Грантоотримувач

МІЖНАРОДНА ГРОМАДСКА
ОРГАНІЗАЦІЯ "УКРАЇНСЬКА РАДА
МОДИ"

Юридична адреса:

01025, м. Київ, вул. Десятинна, 1/3, кв.
29

Адреса для листування:

01025, м. Київ, вул. Десятинна, 1/3, кв.
29

ЄДРПОУ/ПН: 34494125

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ "КРЕДОБАНК"

Р/р: UA963253650000000260070014584

МФО: 325365

Тел.: +38 067 4428527

Директор



О.Б. Данилевський

УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД

Додаток 1
до Договору про надання гранту № 3ICP61-6006-2
від «11» чвнця 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 6. Мода і дизайн

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: ЗICP61-6006-2

**Назва проекту: Міжнародний конкурс молодих
дизайнерів.**

Візитна картка проекту

Конкурсна програма

Інноваційний культурний продукт

Лот

ЛОТ 6. Мода і дизайн

Тип проекту

Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв

дизайн та мода

Ключові слова за напрями (оберіть два, які найточніше описують ваш проект)

дизайн

мода

Назва проекту

Міжнародний конкурс молодих дизайнерів.

Назва проекту англійською мовою

International Young Designers Contest.

Рицентом



Лагашевський О.Б.

Коротка інформація про проект, яка включає мету та результати (до 100 слів)

Фінал Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів збирає найкращих молодих fashion-дизайнерів Центральної Європи. Кожен з учасників Міжнародного фіналу є переможцем конкурсу у своїй країні, що забезпечує безпредеєнтно високий рівень учасників та увагу до Конкурсу на міжнародному рівні. Конкурс сприяє динамічному розвитку міжкультурного діалогу творчої молоді, яка обрала для себе професійний розвиток у секторі моди та її міжнародної професійної інтеграції. Фінал Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів – подія, проведення якої створює умови для міжнародної співпраці країн-учасниць в напрямку підтримки молодих талантів у fashion-індустрії. Через безпредеєнтний виклик цього року кількаденна подія відбудеться в онлайн-режимі: відеопокази колекцій фіналістів, творча арт online-резиденція, менторські зустрічі фіналістів з експертами, відкрита медіаконференція з членами міжнародного журі, круглий стіл представників міжнародних fashion-організацій. Спеціальну увагу буде приділено створенню якісного відеоконтенту, який допоможе розширити глядацьку аудиторію творчої молоді. Міжнародний конкурс у новітньому діджитал-форматі додасть натхнення молодим дизайнерам та зміцнить їхню мотивацію на тлі викликів сьогодення. Беручи ініціативу проведення конкурсу в такий складний час, Україна демонструє свій потенціал – як центр кооперації креативних індустрій та інтеграції молодих талантів у Європі.

Коротка інформація про проект англійською мовою, яка включає мету та результати (до 100 слів)

The final of the International Young Designers Competition brings together the best young Central European fashion designers on the one podium. Each participant in the International level of the contest is the winner of a competition in their country, which provides an unprecedented level of participation and attention to the contest at the international level. The contest promotes the dynamic development of intercultural dialogue of creative youth, who has chosen for themselves professional development in the fashion sector and its international professional integration. The finale of the International Young Designers Contest creates the conditions for international cooperation of participating countries in support of young talents in the fashion industry. Due to the unprecedented challenge this year, the multi-day event will take place online: video demonstrations of finalists' collections, creative art residence, mentoring meetings with experts, live stream of media conference with members of an international jury, a roundtable of representatives of international fashion organizations. Special attention will be paid to creating

Директор



Даниловський О.Б.

quality video content that will enhance the viewership from creative youth. The new digital format of IYDC will inspire young designers and facilitate their motivation, particular in responding to the current challenging situation. Taking the initiative of holding this contest at such a challenging time, Ukraine is demonstrating its true potential as a hub for cooperation and integration of young talents in European cultural environment.

Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
1742878

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
1297988

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту. Якщо співфінансування не передбачається - впишіть 0).
444890

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім УКФ)

Джерело співфінансування та сума
1. null

Географія реалізації проекту: населений пункт, область (якщо поза межами України — зазначте країну)

Населений пункт
Київ

Початок проекту
2020-07-01

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)
2020-10-30

Тривалість проекту в місяцях
4

Партнери проекту
немас



Левченко

Сор

Раміль Ахмедов

Ваш основний продукт

Конкурс

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Харченко Вікторія Володимірівна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

координатор проекту

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Міжнародна громадська організація "УКРАЇНСЬКА РАДА МОДИ"

Повна назва організації-заявника англійською мовою

International public organization "UKRAINIAN FASHION COUNCIL"

Організаційно-правова форма

Громадська організація або об'єднання

Код ЕДРПОУ

34494125

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)

https://drive.google.com/drive/folders/1HaOusoBbf1-5FG-N0ZAq2R1VaqbjUF_v

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ЛОТу

94.99 Діяльність інших громадських організацій, н.в.і.у.

Дата реєстрації організації



Директор

Лі

Даниле Волись О.В.

2005-02-03

Юридична адреса організації

01025, м.Київ, вул.Десятинна, буд.1/3, кв.29

Поштова адреса організації

01025, м.Київ, вул.Десятинна, буд.1/3, кв.29

Фактична адреса організації

01025, м.Київ, вул.Десятинна, буд.1/3, кв.29

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

<http://fashicncouncil.org.ua>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Данилевський Олексій Борисович

Телефон

Електронна пошта

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи має керівник організації судимість/притягнення до адміністративної відповідальності за вчинення правопорушення/злочину у сфері корупційних зловживань, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації
немає

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до кримінальної відповідальності? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Директор



Данилевський О.Б.

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до відповідальності у сфері корупційних зловживань? Якщо так, зазначте коли й де, а також назву статті (статей)

Ні

Чи є відкриті судові провадження стосовно вашої організації на момент подання заяви?

Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.

ГО володіє усіма необхідними ресурсами для реалізації проекту, в т. ч. командою, офісним обладнанням та сайтом.

Дохід за звітний період

0

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?

Так, у 2019 у ролі партнера

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?

Ні

Додайте активні посилання на успішно реалізовані проекти за підтримки УКФ, якщо такі були

немає

Чи є цей проект продовженням або наступним етапом проекту, реалізованого за підтримки УКФ? Якщо так, назвіть цей проект та додайте активні посилання на інформацію з відкритих джерел на цей проект

Ні

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

Проект

• Проект: <http://fashioncouncil.org.ua/projects>

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту міста або

Директор

Денисовський О.З.

села / області / країни

Згідно з дослідженням «Fashion DNA Ukraine», проведеним British Council у 2019, випускники університетів та коледжів України, що пропонують курси, пов'язані з модою, на яких навчаються 1552 студенти (дані 2019 року), не мають реальної можливості поза теоретичною програмою познайомитись з міжнародною складовою fashion індустрії. Через брак фінансових можливостей та налагоджених міжнародних партнерств з боку закладів формальної освіти сектора, молоді дизайнери-дебютанти не мають змоги обмінюватися креативними та інноваційними ідеями із молодими дизайнерами інших країн та не володіють інформацією щодо професійної транснаціональної мобільності, яка в теперішній час є необхідною для професійного успіху в fashion-індустрії. Професійні fashion-організації з країн-учасниць конкурсу також засвідчують схожі проблеми в своїх країнах, особливо недостатність підтримки в налагодженні міжнародного стажування та міжнародного обміну для молодих дизайнерів-дебютантів, а також брак бюджетів, ресурсів та професійних компетенцій для просування молодих талановитих дизайнерів на міжнародному рівні. Проведення Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів в online-форматі створить платформу для міжнародного обміну креативними ідеями та know-how між фіналістами конкурсу та можливість для залучення в культурний та творчий обмін глядацької аудиторії всіх країн-учасниць, зокрема творчої молоді, а саме тих її представників, які обрали для себе професійний розвиток в секторі моди. Також об'єднає ресурси партнерських організацій в міжнародному просуванні дизайнерів-дебютантів та подальшій взаємодії для їх міжнародної інтеграції. Беручи на себе ініціативу проведення конкурсу, особливо в такий складний для fashion-індустрії час, Україна демонструє свій потенціал як центр творчої косперації для креативних індустрій та міжнародної інтеграції молодих талантів у Європі.

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

Основною метою ГО "Українська рада моди" є: сприяння розвитку професійної діяльності у сфері моди, дизайну одягу як в Україні та і за її межами, створення професійної спільноти дизайнерів, розвиток і поширення знань про моду та її історію, а також задоволення та захист законних соціальних, економічних, творчих, духовних та інших спільнотних інтересів своїх членів. Основними напрямами діяльності Організації, в установленому законом порядку та в межах наданої чинним законодавством компетенції, є: 1) сприяння зростанню суспільності значущості професійної діяльності у сфері моди в цілому і дизайні одягу

Директор



Гар

Данилевський О.Б.

зокрема, сприяння адекватному відображеню такої діяльності в громадській свідомості та засобах масової інформації; 2) сприяння розвиткові міжнародних творчих та професійних контактів; 3) сприяння підготовці та виходу в світ дизайнерських робіт; 4) проведення конкурсів, концертів, фестивалів, конференцій, семінарів, зборів, курів, майстер-класів, інтернет-навчання та інших публічних заходів; 5) розповсюдження досягнень світowego досвіду. Реалізація проекту дозволить втілити навички, знання та досвід організації для розвитку сектора моди.

Як актуальність вашого проекту співвідноситься із пріоритетами обраної конкурсної програми/ЛОТу

Відповідно до пріоритетів УКФ, реалізація такої міжнародної знакової події, як Міжнародний конкурс молодих дизайнерів, який об'єднує зусилля та ресурси партнерських організацій з 12-15 країн учасниць, допукає до участі в події визнаних міжнародних фахівців в галузі моди (склад журі та міжнародні медіа), робить вагомий внесок у формування позитивного іміджу України в міжнародному середовищі та також сприяє практичному міжкультурному діалогу між країнами-учасницями в питаннях розвитку талановитої молоді та підвищення її міжнародної мобільності. Проект спрямований на підтримку розвитку молодих українських дизайнерів та творчої молоді суміжних креативних індустрій: 1) надаючи їм можливість розширити свій культурний досвід шляхом долучення як глядачів, 2) створюючи платформу для міжнародного обміну творчими ідеями через онлайн-канали конкурсу, 3) привертаючи увагу професійної міжнародної fashion-спільноти до творчого потенціалу креативних індустрій в Україні, 4) залучаючи суміжні фахові професії та підвищуючи компетентність всього сектора в створенні та використанні сучасних діджитал-форматів для творчої співпраці.

Чому ваш проект є унікальним?

Міжнародний конкурс молодих дизайнерів – це єдиний конкурс у східно-європейському регіоні, фіналісти якого обов'язково повинні пройти відбір національних конкурсів. Така умова підвищує привабливість національних конкурсів для потенційних учасників та забезпечує високу конкуренцію, а звідси й високий рівень учасників. Як результат – формується увага до конкурсу серед міжнародного fashion-середовища 8 країн. Конкурс надає рівні можливості всім країнам-учасницям (не більше ніж 2 учасника зожної країни), чого немає в жодному міжнародному існуючому на даний момент конкурсі в Європі. До партнерства в реалізації конкурсу залучена найбільша кількість міжнародних fashion-інституцій в регіоні порівняно з іншими конкурсами. Сьогодні можна впевнено сказати, що в найближчий



час online-формати проведення міжнародних подій будуть дуже запотребованими, і кількість таких подій буде стрімко зростати. Але на сьогодні організація низки пов'язаних подій і заходів online в рамках одного міжнародного конкурсу такого рівня (8 країн-учасниць) гоки що є безпредецентною. Тому дуже важливо не втратити цей момент і продемонструвати інноваційну спроможність fashion-сектора в Україні.

Чому ваш проект є інноваційним?

Проект є інноваційним, адже він передбачає online-формат та кроссекторальність його реалізації в таких секторах культури, як: мода та дизайн, візуальне та аудіовізуальне мистецтво. Програма Конкурсу із залученням молодих дизайнерів одягу з 8 країн, фотографів, стилістів, відеографів з України створюють передумови для прогресивних соціокультурних змін в секторі моди в регіоні. Створюються міжнародні кроссекторальні альянси співпраці. Важливою культурною інновацією проекту є проведення освітньої програми для фіналістів конкурсу в форматі online арт-резиденції. У сучасному світі арт-резиденції є дуже популярним форматом для взаємодії культурних операторів та їх творчого розвитку. В Україні на сьогодні існує близько 20 арт-резиденцій для представників креативних індустрій, та жодної у сфері fashion-дизайну. Тим не менш, навіть у всьому світі існує лише кілька fashion-резиденцій, а саме у США, Великій Британії, Індії, Італії та Франції. Презентація та просування fashion-дизайну в епоху цифрових комунікацій вимагає використання нових технологій від початку розробки ідеї колекції момента її продажу. Швидке зростання каналів цифрового спілкування вимагає від молодих модельєрів об'єднання з професіоналами візуального мистецтва для створення мультимедійних рекламних кампаній з метою запуску та розвитку їхніх власних брендів. Проект передбачає створення online-резиденції. До завдання online-резиденції планується включити завдання з розробки діджитал-презентацій колекцій та створення іміджів готового вбрання. З одного боку, резиденцію буде проводити арт-куратор, який поставить творчі завдання дизайнерам для роботи в online-групах. З іншого боку, фотографи та діджитал-спеціалісти будуть допомагати молодим дизайнерам виконувати творче завдання, використовуючи новітні технології. Інформація про проведення резиденції та творчі напрацювання буде представлена на офіційному сайті конкурсу, що підвищить обізнаність більш широкого загалу молодих дизайнерів щодо використання інноваційних технологій для розвитку своїх брендів. Зміна формату резиденції з offline на online відбулась нещодавно, як відповідь на зміну ситуації в світі.

Директор



Сергій

Яремчук О.Б.

Як ваш проект доповнює культурно-мистецький процес останнього десятиліття в обраному секторі?

Проект доповнить процес творення розвиненої екосистеми культури та креативності в Україні, яка уможливлює породження та розповсюдження в суспільстві нових сенсів та спільніх цінностей, сприяє розвитку сектора моди, який почався з 1997 року від заснування Українського тижня моди. Також проект продовжить процес розвитку української культури в контексті актуальних світових тенденцій. Реалізація проекту стимулюватиме молодих творців більш активно використовувати online не тільки для просування, але й для творчої співпраці та культурного обміну без кордонів.

Який позитивний вплив на розвиток сектору (секторів) матиме ваш проект у перспективі кількох років?

Проект дасть змогу отримати такий позитивний досвід в перспективі кількох років: **підвищення рівня доступності модних подій для творчої молоді, в тому числі студентів та випускників програм з fashion design** **розширення географії партнерств України у секторі моди** **підвищення інтересу до сектора моди з боку споживачів культурних та мистецьких продуктів** **розширення перспектив кар'єри в секторі мода та дизайн** **розвиток міжнародній співпраці в питаннях професійного становлення молодих fashion-дизайнерів, таких як організація міжнародного стажування, міжнародних fashion-інкубаторів, міжнародних менторських програм, як інструментів сприяння міжнародній мобільності молодих талантів.**

Підвищення обізнаності та розширення можливостей молодих дизайнерів у використанні новітніх технологій та online-платформ не тільки як технічних засобів, а також як інструментів для творчої співпраці не лише з колегами по фаху, а також і з представниками інших креативних секторів.

Цілі проекту

Ціль

Провести фінал міжнародного конкурсу у новому on-line форматі, зберегти ключові елементи попередніх off-line подій, трансформувавши їх в діджітал формат.

Завдання 1

Залучити до участі в фіналі переможців національних конкурсів / відборів в інших країнах, а саме отримати заповненні анкети, mood boards колекцій, бріфи для стилістів та фізично отримати колекції для зйомки.



Директор

Лариса

Данилевсько О.Б.

Завдання 2

Виготовити та оприлюднити відео презентації колекцій. Завдання 3: Провести on-line творчу резиденцію для учасників конкурсу. Завдання 4: Провести on-line зустрічі міжнародних експертів, які входять до складу журі, з фіналістами. Завдання 5: Отримати поради міжнародних експертів що до вдосконалення колекцій та подальшого професійного розвитку для фіналістів конкурсу. Завдання 6: Організувати роботу журі та сбрати переможця. Завдання 7: Створити лукбук колекції-переможця і оприлюднити його на інформаційних ресурсах, що дозволить отримати вагоме портфоліо для подальшого розвитку власного бізнесу.

Індикатори досягнення цілі

Країн-учасниць – не менше ніж 8 Фіналістів – не менше ніж 15 Відео презентацій колекцій – не менше 15 по 1,5 хвилин Участь в online-резиденції – не менше 10 фіналістів Зустрічей з членами журі – не менше 3 зустрічей в групах. Лукбук колекції переможця оприлюднено не менше, ніж на 5-ти інформаційних ресурсах. Загальне охоплення аудиторії від 300 000 людей.

Ціль

Підвищити інтерес до сфери дизайну та моди як до серйозного професійного вибору для молоді України.

Завдання 1

Створити низку відео, поєднуючи формати шоу, дефіле, презентації та fashion-movies з використанням діджитал-інструментів високого художнього та технічного ґатунку, який матиме великий потенціал для отримання популярності серед цільових аудиторій.

Завдання 2

Створити супутній відеопродукт формату «за лаштунками», який представить супутні до fashion-дизайну фахові компетенції як можливого альтернативного професійного розвитку для випускників в галузі fashion-дизайну. Завдання 3: Спланувати послідовну інформаційну діджитал-кампанію анонсування щодо оприлюднення фінальних відео. Завдання 4: Залучити глядацьку аудиторію до взаємодії із запропонованим контентом шляхом online-голосування, коментарів та поширення контенту. Завдання 5: Оприлюднити та просувати напрацювання як всього проекту, так і зокрема проведення творчої online-резиденції для фіналістів конкурсу.



Деяримо

Рада

Дамчук Володимир О.В.

Індикатори досягнення цілі

Кількість відео – не менше 15 хронометражем 1,5 хвилин Кількість відео «за лаштунками» - 1 відео хронометражем 15 хвилин Кількість переглядів всіх online-матеріалів/продуктів проєкту – 20 тисяч переглядів Кількісні показники взаємодії – 5% від переглядів Кількість online-публікацій про подію та посилання на оригінальні матеріали проєкту – не менше 40

Ціль

Розвиток міжнародних партнерств у сфері моди.

Завдання 1

Оновити партнерські стосунки з організаціями, які займаються розвитком молодих дизайнерів в країнах-учасницях попередніх років

Завдання 2

Розширити мережу партнерських організацій із інших країн Завдання 3: Провести on-line круглий стіл з представниками партнерських організацій, на якому обговорити результати проведення конкурсу в новому on-line форматі та можливості як подальшої підтримки фіналістів, так і інші ініціативи професійного розвитку молодих дизайнерів, зокрема можливостей для транснаціональної мобільності

Індикатори досягнення цілі

Кількість публікацій про партнерські організації на сайті iydc.info – не менше 8 Кількість нових партнерств – не менше 2 Кількість партнерських організацій присутніх на on-line медіа конференції – не менше 8 Кількість учасників круглого столу – не менше 10

Основна мета проєкту

Основною метою проєкту є сприяння створенню інноваційного конкурентоспроможного культурного продукту та професійному становленню молодих дизайнерів (до 28 років) шляхом проведення фіналу міжнародного конкурсу молодих дизайнерів. Додатковою метою проєкту є сприяння обм'яні досвідом між творчою молоддю країн-учасниць.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проєкту

Учасники конкурсу – не менше 15, які представляють не менше ніж 8 країн, випускники учебних закладів з fashion дизайну чи які працюють в індустрії не більше 5 років

Ди Нектар



Лар

Долгополовський О В

Випускники та студенти факультетів з fashion дизайну в Україні – 30% від студентів та випускників 2020 року всіх курсів fashion дизайну (приблизно всього студенів у 2020 - 1500). вік 17-25 років, мешканці великих міст.

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

Студенти та нещодавні випускники програм моди та дизайну, які пов'язують чи мають наміри професійного розвитку в сфері моди та дизайну, та пов'язаних креативних індустрій: 1500, вік 19-25 років, мешканці великих міст

Учні старших класів, які розглядають можливість професійного вибору в сфері моди та дизайну: 2000, вік 16-18 років, мешканці великих міст
Молоді дизайнери, на гочатковому етапі заснування власних fashion- брендів: 20, вік 25-30 років, мешканці великих міст

Молодь, яка працює в креативних індустріях: 1000, вік 20-30 років, мешканці великих міст. активні користувачі соціальних мереж

Творча молодь з країн-учасниць: 1500, вік 20-30 років, більшість випускники програм з fashion дизайну та зайняті в індустрії fashion дизайну не більше 5 років

Опосередкованою аудиторією проекту є споживачі та поціновувачі культурних продуктів та сектора моди. Загальна кількість охоплення – 100 000 (в тому числі й аудиторія з країн-учасниць конкурсу)

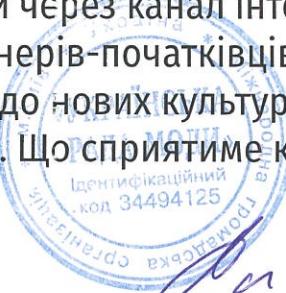
Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Анкетування та опитування учасників конкурсу, відвідувачів лекцій та волонтерів Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів у минулі роки. Інформація отримана від міжнародних партнерських організацій – завдяки дослідженню Fashion DNA Ukraine, проведенню British Council у 2019 році

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

Долучення до Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів мотивує молоді таланти експериментувати з новими підходами, створювати інноваційні культурні продукти та срінтуватися на міжнародні стандарти. Фахові поради міжнародних експертів сприяють професійному розвитку. Участь в творчому процесі online-резиденції сприятиме отриманню нових професійних знань та практичних навичок. Оприлюднення та просування відеопрезентацій колекцій чрез канал інтернету привертає увагу різних гравців індустрії до дизайнерів-початківців. Опосередкована цільова аудиторія отримає доступ до нових культурних продуктів, які будуть створені в рамках проекту. Що сприятиме кращому розумінню молоддю

Дарянина



Данілевський. О.В.

сучасних тенденцій та вимог як в секторі fashion, так і в креативних індустріях загалом. Пов'язана інформаційна кампанія мотивує розвиток нових талантів, в першу чергу в секторі моди та дизайну, та стимулює увагу та підтримку їхнього розвитку. Підвищиться обізнаність та зацікавленість молоді сектором fashion, не з позиції користувачів, а як можливість серйозного професійного вибору.

Хто є зацікавленою стороною (-ами) проекту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проект чи бути під впливом проекту).

1) Профільні виші та заклади неформальної освіти. 2) Існуючі дизайнери та бренди одягу. Бренди зможуть обрати собі молодих спеціалістів для залучення до команди. 3) Підприємства легкої промисловості, що зможуть залучити до роботи молоді кваліфіковані кадри з усіх куточків України. 4) Ukrainian Fashion Week та інші модні проекти в світі.

Опишіть соціальну (супільну) цінність результатів вашого проекту.

Реалізація Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів та його широке висвітлення представлять можливості fashion-дизайну як однієї з креативних індустрій, що мають великий потенціал підвищити зростання економіки та створення нових робочих місць як на національному, так і на міжнародному рівні. Як результат: Підвищиться привабливість цього сектора креативної економіки як серйозного професійного вибору для молоді України; Посилиться мотивація випускників програм fashion-дизайну для створення та розвитку брендів-стартапів; Сформується база для обміну досвідом між партнерами країн-учасниць в питаннях розвитку та професійного становлення молодих fashion-дизайнерів.

Зазначте якісні та кількісні показники короткострокових результатів проекту відповідно до описаних вище цілей та завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

1. Проведення Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів у форматі online за участю не менше 15 молодих дизайнерів із не менш ніж 8 країн з інформаційним охопленням від 10 000.

2) Створено серію відео не менше 15 в креативному форматі з демонстрацією колекцій фіналістів, оприлюднення відео в інтернеті: сумарна кількість переглядів 10 000 тисяч, 70% переглядів українських користувачів, 30% переглядів користувачів країн-учасниць

3) Проведено творчу online-резиденцію за участю мінімум 10 фіналістів, напрацювання резиденції представлена на офіційних інтернет-ресурсах конкурсу з охопленням від 5 000 тис

Фірміт



Данилевський О.Б.

- 4) Проведено online-медіаконференцію для українських та зарубіжних online-ЗМІ з показником ЗМІ, які подивились/взяли участь в події від 50, пост публікації на інтернет-ресурсах не менше 10, охоплення не менше 5 000
- 5) Проведено online-круглий стіл з представниками партнерських організацій країн-учасниць (не менше 8), обговорені питання підальшої кооперації у напрямках підтримки розвитку молодих дизайнерів. результати круглого столу представлені на офіційному сайт iydc.info, охоплення від 1000

Зазначте якісні та кількісні показники для довгострокових результатів проекту відповідно до описаних вище завдань (не менше двох показників для кожного завдання).

1. Можливість реалізувати та розвивати Міжнародний конкурс молодих дизайнерів щорічно забезпечить розширення та поглиблення мірежі партнерських організацій країн-учасниць (не менше 8 країн), обмін досвідом та ініціювання низки партнерських ініціатив щодо підтримки професійного розвитку молодих дизайнерів на національному та міжнародному рівні. 2. Розвиток таких форматів творчої реалізації та взаємодії в Україні, як, наприклад, започаткування міжнародного стажування, міжнародні менторські програми, fashion-інкубатори та інші (принаймні по одному з кожного формату в перспективі 5 років). 3. Формування позитивного іміджу України в Європі як одного з перспективних центрів креативних індустрій (зростання участі України в міжнародних знакових подіях).

Декремтюк



Ямилев Соад О.Б.

Опишіть внутрішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту та

Директор



[Signature]

Рамілевський О.Б.

шляхи їх мінімізації

1. Звільнення із складу організації заявника чи партнерської організації відповідальної особи за цим проєктом, що може вплинути на терміни реалізації критичних складових проєкту. Шлях мінімізації: мати попередньо визначених наступників на ключових етапах реалізації проєкту, також впровадити процедуру регулярного інформування всіх ключових членів команди щодо статусу реалізації проєкту. 2. Фінансові проблеми організації при формуванні призового фонду конкурсу щодо стипендій для переможців у престижних навчальних закладах Європейського союзу. Шлях мінімізації: розглянути інші можливості наповнення фонду призерів: участь переможців у професійних тижнях моди країн-учасниць, міжнародне стажування та інші можливості, які можуть бути забезпечені ресурсами партнерських організацій. 3. Ускладнення з наданням фіналістами для зйомки взуття та інших аксесуарів. Шлях мінімізації: виявити фіналістів, хто не зможе відіслати крім своєї колекції взуття до неї та інші аксесуари, домовитись з українськими дизайнерами взуття та аксесуарів про їх підтримку. 4. Наявність IT обладнання та/чи програмного забезпечення, відповідного до технічних вимог до проведення live online-подій. Шлях мінімізації: консультування з організаціями/спеціалістами, які мають попередній досвід проведення live online-подій, отримання рекомендацій та технічних вимог до обладнання та програмного забезпечення, оренда додаткового обладнання за необхідності, лізинг програмного забезпечення. 5. Короткий термін пост-продакш для підготовки відео кілекцій, які надійдуть після 20 вересня. Шлях мінімізації: планування другого етапу знімального процесу в мінімальний строк після отримання всіх колекцій, попереднє узгодження всіх деталей монтажу та відео постпродакш на базі вже виготовлених відеосюжетів.

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

1. Через ситуацію з COVID-19 повна відміна проведення національних конкурсів у деяких країнах чи проведення в більш пізній термін поза термінами плану реалізації цього проєкту. Шлях мінімізації: надати інформацію щодо терміну проведення міжнародного фіналу заздалегідь, виявити країни-учасниці, які не зможуть погодитись на нові терміни, обговорити визначення фіналістів в інший спосіб чи інші альтернативні варіанти. 2. Ускладнення з митним оформленням тимчасового ввезення колекцій фіналістів для відеозйомки. Шлях мінімізації: отримати список необхідних документів для оформлення тимчасового ввезення, отримати додаткові консультації за необхідності, найняти досвідченого митного брокера.



Андрій Борисюк

Даниле Всевій О.І.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Щотижневі наради проектної команди на етапі планування та організації, а також кожең третій тиждень на етапі підбиття підсумків та звітування. Постійна комунікація чөрз ے-мейл та інші діджитал-канали зв'язку з міжнародними партнерам. Відгуки учасників конкурсу (анкетування на початку та в кінці проекту, коментарії у соцмережах на сторінці проекту). Порівняння результатів проведеного анкетування. Активність обговорення проекту в соціальних мережах підписниками сторінки (кількість поширень, активність обговорення, охоплення аудиторії). Кількість повідомлень в ЗМІ та публікації.

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

Унікальність International Young Designers Contest 2020 полягає в участі в ньому виключно переможців та призерів національних конкурсів у своїх країнах. Це означає, що до учасників вже прикута увага національних профільних ЗМІ як до ńайперспективніших молодих дизайнерів своїх регіонів. Це підсилює ефективність інструментів комунікаційної стратегії, підвищує інтерес до Конкурсу українських ЗМІ, що значно спрощує залучення медіа до висвітлення подій конкурсу. Представлення на конкурсі «кращих з найкращих» дає можливість збільшити інтерес міжнародних профільних ЗМІ, а також організаторам використати це для підвищення престижу України як майданчика з величезним креативним потенціалом. Спроможність переформатувати конкурс в онлайн-подію і не залишити дизайнерів-точаківців наодинці з наслідками складної карантинної ситуації підвищить репутацію і сталість конкурсу і як результат – збільшить увагу до події серед всіх цільових аудиторій. Комунікаційні цілі: Промоція України як лідера в галузі fashion-індустрії у Центральній та Східній Європі. Популяризація бренду International Young Designers Contest у фахових колах і серед креативної молоді країн-учасниць та за їхніми межами. Колаборація міжнародних інформаційних ресурсів та їх інтеграція у спільне інформаційне поле задля максимального охоплення різних цільових аудиторій. Формування позитивного іміджу України у світі. Промоція fashion-продукту як складової української культури, соціального та економічного розвитку країни на міжнародному рівні. Якісна взаємодія із існуючими аудиторіями та підтримка їх лояльності. Розширення та оновлення аудиторій, комунікація із аудиторіями покоління Y та Z. Максимальна інтеграція Українського Культурного Фонду на всіх етапах комунікації задля якісної промоції та підтримки іміджу організації.

Аверкин



Рамілевський О.Б.

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

Мета: Чітка, зрозуміла та актуальна комунікація місій та цінностей

International Young Designers Contest 2020, для досягнення стратегічних цілей всіх складових проекту як інноваційного культурного продукту для України. Завдання: Промоція України як лідера в галузі fashion-індустрії у Центральній та Східній Європі; Популяризація бренду International Young Designers Contest у фахових колах і серед креативної молоді країн-учасниць та за їхніми межами; Колаборація міжнародних інформаційних ресурсів та їх інтеграція у спільне інформаційне поле задля максимального охоплення різних цільових аудиторій; Формування позитивного іміджу України у світі; Промоція fashion-продукту як складової української культури, соціального та економічного розвитку країни на міжнародному рівні; Якісна взаємодія із існуючими аудиторіями та підтримка їх лояльності; Розширення та оновлення аудиторій, комунікація із аудиторіями покоління Y та Z.

Інструменти: Створення промо відеоматеріалів (тизер, спеціальні ролики для Youtube-каналу, офіційних сторінок Instagram, Facebook та Telegram) із проявами УКФ; Створення графічного оновленого іміджу International Young Designers Contest 2020(графічний дизайн іміджу, анонсні макети для онлайн та друкованих видань із проявами УКФ, банери тощо); Створення графічних проекцій іміджу IYDC 2020 із проявами УКФ (задля зменшення використання друкованої продукції планується використання візуальних проекцій на локації проведення IYDC та для онлайн-подій конкурсу із проявами УКФ); Створення відповідного фотоконтенту для прес-релізів, презентацій, офіційних сторінок соціальних мереж IYDC та партнера проєкту Ukrainian Fashion Week. Акредитація журналістів: Ефективним інструментом, який допомагає залучити максимальну кількість якісних медіаресурсів, є акредитація журналістів. Акредитація надається національним телеканалам, провідним fashion-, культурним і лайфстайл-виданням, найбільш відвідуваним fashion- та лайфстайл-блогам (спісок акредитації сезону SS20 додано нижче). Обов'язковою умовою надання акредитації є анонс International Young із проявами УКФ. Також кожен ресурс має чітко зазначити, як саме плачується висвітлення подій, це дає змогу відстежити якість покриття та зменшити репутаційні ризики. Активна комунікація із представниками провідних міжнародних фахових медіа (журналісти, фотографи, блогери; із країн-учасниць і не тільки); Організація максимального інформування міжнародних медіа країн-учасниць про програму International Young Designers Contest; Організація онлайн-зустрічей та інтерв'ю із дизайнерами-учасниками та представниками медіа; Підготовка та надання всього інформаційного та візуального контенту із

Рахимов



Рахимов

Ямчук Всеволод О.Б.

проявами підтримки Українського Культурного Фонду; Моніторинг та збір випущених матеріалів на міжнародних ресурсах для оцінки якості комунікації. Запровадження системи медіапартнерства з International Young Designers Contest 2020, що передбачає підписання двостороннього протоколу про наміри, який в свою чергу має ряд зобов'язань для медіапартнерів по висвітленню подій IYDC 2020, а саме ряд анонсних, спеціальних та пост-PR публікацій із проявами підтримки Українським Культурним Фондом. Планується запровадження співпраці із національними та міжнародними медіаресурсами. Бажані медіаресурси для співпраці (спісок всіх медіапартнерів буде залежити від країн-учасниць конкурсу): Fashion-медіа: Elle.UA, онлайн-версія видання, 931 000 відвідувань сайту на місяць, Elle, Harper's Bazaar Poland; онлайн-версія видання, 120 000 відвідувань сайту на місяць, Glamour Hungary, 1 700 000 відвідувань сайту на місяць; Культурні та лайфстайл-медіа: Jetsetter, онлайн-видання, 180 000 відвідувань сайту на місяць, Букви, онлайн-видання, 2 950 000 відвідувань сайту на місяць; Англомовні медіа: What's On, друкована версія, тираж 12 000 примірників. Онлайн презентація програми International Young Designers Contest: Організація онлайн прес-конференції для фахових та масових медіа (друковані ЗМІ, онлайн-ресурси, ТВ, блогери та фотографи); Підготовка та демонстрація супровідного контенту (відеотизер конкурсу, детальна програма, візуальний контент із проявами УКФ); Детальне інформування медіа про повну програму International Young Designers Contest та спеціальні проекти. Пост-продакшн віртуальних матеріалів презентації та їх подальше використання у промо-компанії із проявами УКФ; Моніторинг медіапокриття події. Створення та розилка піар-матеріалів: Анонсування дат проведення IYDC 2020 із візуальним контентом, в який інтегрувано прояви УКФ; Підготовка та публікація спеціальних матеріалів разом із медіапартнерами та іншими ЗМІ перед конкурсом із інтеграцією УКФ; Анонсування конкурсантів та склад журі та спеціальних проектів IYDC із інтеграцією УКФ; Анонсування програми та формату конкурсу; Реліз спеціальних онлайн навчальних заходів та технологічної онлайн Art Residence для дизайнерів IYDC, за участі та партнерства європейських навчальних закладів; PR-підтримка переможця IYDC: Збір інформації повної інформації про переможця та написання прес-релізу колекції дизайнера; Підготовка лукбуку дизайнера до розсылки (адаптація форматів для надання фото представникам медіа, а саме адаптація матеріалів у PDF-презентацію); Загальне розповсюдження прес-матеріалів дизайнера серед медіа; Розміщення прес-релізу на таких ресурсах, як ELLE.UA, Jetsetter, Tochka.net, сайт телеканалу Прямий, Fashionweek.ua, Studiofmydreams.com; Медіамоніторинг медіапокриття; Моніторинг медіапокриття (орієнтовна загальна кількість публікацій у професійних

Референт



Ра

Яценко Володимир О.Б.

медіа: анонсних 30+, пост-піар 30+). SMM: International Young Designers Contest має окрему медіапідтримку через офіційний сайт та сторінки в соціальних мережах партнера Ukrainian Fashion Week: Instagram - 40 400 підписників, Facebook - 33 508 підписників, Youtube - 1420 фоловерів, Telegram - 862 підписників (ці показники в динаміці та є актуальними лише на момент подачі заявки). А також власних офіційних сторінок у соціальних мережах, що перебувають на стадії активного розвитку: Instagram - 665 підписників, 836 підписників. Розробка SMM-стратегії та контент-плану на півроку для Instagram SMM-спеціалістом із інтеграцією УКФ; Підготовка контенту для Instagram SMM-спеціалістом із інтеграцією УКФ; Ведення сторінки Instagram SMM-спеціалістом до, під час та після конкурсу з інтеграцією УКФ, включаючи регулярні сторіз та прямі включення; Підрахунок KPI сезону (кількісні та якісні показники приросту та активності аудиторії, розширення географії); Розробка стратегії та контент-плану для Youtube-каналу редактором каналу із інтеграцією УКФ; Підготовка відеоконтенту для Youtube-каналу редактором каналу та production-командою із інтеграцією УКФ; Активне ведення Youtube-каналу редактором каналу до, під час та після сезону із інтеграцією УКФ; Дублювання всіх інфопривідів у Telegram-канал; Інтеграція у контент-план соціальних сторінок конкурсу використання контенту дизайнерів-учасників, а також активне використання їх соціальних мереж для розширення аудиторії та географії медіапокриття. Залучення блогерів та інфлюенсерів до участі у спеціальних проектах: Створення мінісеріалів-щоденників діджитального формату проведення фіналу конкурсу для Youtube-каналу, що дасть змогу розширити аудиторію, промоутувати програму та окремі заходи IYDC, інтегруючи прояви УКФ до початку сезону; Використання контенту про події та моніторинг соціальних мереж медійних осіб fashion-спільноти SMM-спеціалістом для збільшення охоплення висвітлення подій конкурсу та інтеграції УКФ. Оновлення сайту International Young Designers Contest: Оновлення інтерфейсу офіційного сайту для підтвердження репутації та іміджу компанії; Оновлення функціоналу сайту для комфортного використання його як інструменту для швидкого отримання інформації про програму, новини, події, презентації тощо; Оновлення функціоналу сайту для продуктивної інтеграції його із соціальними мережами задля збільшення загальних показників KPI; Розробка контент-плану згідно із загальною комунікаційною стратегією редактором сайту; Наповнення сайту до, під час та після проведення конкурсу із повним висвітленням всіх подій IYDC та проявами Українського Культурного Фонду; Дублювання всіх матеріалів на офіційний сайт партнера Ukrainian Fashion Week. Міждисциплінарні колаборації як частина промокампанії для розширення географії медіапокриття: В рамках проекту буде реалізовано спеціальні

Директор



ПІ

Данилевський О.В.

онлайн навчальні заходи та технологічну онлайн Art Residence для дизайнерів IYDC, за участі та партнерства європейських навчальних закладів (куратор – креативний директор провідного інституту моди та дизайну Istituto Europeo di Design (IED), професор Джованні Оттонелло), що стане додатковим інформаційним приводом під час промокампанії.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?

Орієнтовний список медіа, що будуть безпосередньо залучені до медіапідтримки/будуть отримувати інформацію про проект для медійної підтримки просекту:

Vogue, ELLE, Новое Время, Jetsetter, Studio of My Dreams/ BZH Life, Bestin, Buro 24/7, Marie Claire, Don't take fake, L'Officiel, Harper`s Bazaar Ukraine, Cosmo, HDFASHION & LIFESTYLE, Maincream, OREST, 23-59, The Village, tochka.net, Хмарочос, The Page, Review, News, Вykvu, Delo.ua, Громадське, Україна молода, Наш Київ, Вести, РБК-Україна, IZUM.ua, Clutch, УКРІНФОРМ, Insider, Единственная, КП в Україні та інші
TV: ICTV, 1+1, UA: Суспільне мовлення, СТБ, Прямий. Новий канал, Телерадіокомпанія "Київ", Телеканал "Первый Деловой", UA.TV, Телеканал Україна та інші.

Список міжнародних медіа буде залежати від фінального списку країн-учасниць конкурсу.

З якими лідерами думок планується співпраця?

Планується запросити до співпраці таких блогерів: Polina Park, Typical Modeling, Mary Furtas, Аліна Бойко, Інна Грицик, Польна Неня, Дмитро Дір, Канал - КФЛ, Юлія Єрмоляєва, Настя Побережна, Роман Тимофєєв, Наталія Чуловська, канал 'Створюю в Україні', Леонід Мартинчик, Studioofmydreams, Топ-моделі по-українськи та інші.

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті реалізації комунікаційного плану проекту?

Цього сезону, враховуючи світові обставини, результатами медіапокриття мають стати 30+ анонсних публікацій та 30+ пост-піар публікацій в медіа, пости від всіх залучених блогерів, дизайнерів, учасників проекту. Розробка SSM-стратегії є частиною комунікаційної стратегії та робочого плану. Точну кількість публікацій та їх охоплення може визначити лише SMM-спеціаліст, відштовхуючись від загального плану роботи. Плануються публікації у форматах постигну та сторіз на таких стадіях реалізації: анонси фіналістів, анонси журі, інформація про дизайнерів, анонси дат, анонси прес-конференції, прес-конференція, результати прес-конференції, фінальне шоу та інші. Для публікацій буде використаний як спеціально створений

Директор



Софія

Раміла Всевільська О.Б.

контент, так і існуючий контент від дизайнерів та організаторів. Конкурс має окремі сторінки в соціальних мережах. Тим не менш, промотування конкурсу лише через соціальні мережі Конкурсу не є доцільним рішенням, оскільки пряма ЦА конкурсу досить вузька. Додатковим ефективним способом промоції через соціальні мережі проекту є також використання соціальних ресурсів партнерів Ukrainian Fashion Week. Очікуваний приріст аудиторії мереж конкурсу є мінімум 500 підписників за період реалізації проекту. Орієнтовна кількість переглядів відео – мінімум 500 переглядів кожного определеного відео на офіційному Youtub-каналі партнерів конкурсу Ukrainian Fashion Week. Орієнтовне загальне охоплення проекту через усі методи комунікації – 3 200 000.

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

Висвітлення всіх етапів підготовки, проведення, підбиття підсумків та інші напрацювання будуть розміщені на офіційному веб-сайті Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів та на офіційних сторінках в соціальних мережах. Також такі матеріали будуть частково висвітлені на ефіційних ресурсах організацій-партнерів в залежності релевантності такої інформації для країни-учасниці. Виставка ілюстрацій та покаж відео будуть вільними для відвідування серед широкої публіки.

Чи передбачає діяльність за проектом подальший розвиток та функціонування отриманих за результатами проекту продуктів та на яких засадах (самоокупності, фінансування з бюджету, грантової підтримки і т.д.)?

Міжнародний конкурс молодих дизайнерів передбачає його щорічне проведення та розвиток через розширення географії учасників конкурсу та Fashion Visual Art резиденції, посилення навчальної програми та збільшення кількості слухачів/відвідувачів/волонтерів. Зростання авторитету конкурсу посилить увагу міжнародних ЗМІ, насамперед впливових fashion медіаресурсів. Усе зазначене підвищить можливість залучати комерційних партнерів до фінансування конкурсу. Багаторічне партнерство в рамках організації конкурсу fashion-інституцій з більшості країн Центральної Європи підвищує спроможність конкурсу обійтися важливу позицію в fashion-екосистемі регіону, мати часткове фінансування за рахунок грантової підтримки через програми Креативної Європи.

Доступ до напрацювання проекту та матеріалів його подальшого розвитку буде забезпечено через постійне доповнення контенту та підтримку функціонування сайту iydc.info, на якому також буде оприлюднюватися інформація обміну досвідом між організаціями-партнерами з країн



учасниць. Сайт буде фінансуватись за рахунок грантової підтримки та самофінансування.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?

Використовуючи гублічність членів ГО "Українська Рада моди" (Данилевська, Нечипорук, Пустовіт, Фролов), яких запрошуєть в ролі спікерів та презентаторів на різні конференції, семінари, дискусійні панелі, пов'язані з креативними індустріями, презентація досвіду Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів стане складовою їхньої участі в подібних заходах.

Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?

Партнерства поділяємо на чотири групи: партнерства з міжнародними fashion-інституціями, діяльність яких включає питання розвитку молодих дизайнерів (в тому числі з міжнародними навчальними закладами), міжнародними fashion-експертами та представниками міжнародних fashion медіа, органами державної влади та спонсорами. Так, за час роботи над проектом налагоджено діалог та встановлено зв'язки з: Чеська Рада Моди; Естонський Інститут Мистецтв Центр Креативних Індустрій в Естонії; Організаційний комітет конкурсу молодих дизайнерів в Грузії; Агенція Моди та Дизайну в Угорщині; Латвійський коледж культури Латвійська Рада Моди; Центр Дизайну та Технологій в Молдові; Організаційний комітет конкурсу молодих дизайнера в Польщі; Організаційний комітет конкурсу молодих дизайнерів в Литві; Організаційний комітет Romanian Fashion Philosophy; Організаційний комітет FashionLIVE Slovakia Європейський Інститут Дизайну в Мілані. Ці зв'язки планується підтримувати. Для просування напрацювань проекту та подальшого розвитку міжнародного творчого та культурного обміну планується налагоджувати контакти та розвивати зв'язки з відділами культури Посольств країн-учасниць. Плануються також подальші партнерства з Міністерством інформаційної політики в Україні, Міністерством культури України, Київською Державною Адміністрацією, Посольствами Польщі, Угорщини, Естонії, Литви.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту

2

Кількість жінок у команді проекту

Дарченко



Рада

Данилевська О.Б.

7

Кількість людей віком від 17 до 34

3

Кількість людей віком від 35 до 50

1

Кількість людей віком від 51 до 60

5

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком від старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту?

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

ні

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?

Ні

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників ветеранів АТО?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників тимчасово переміщених осіб?

важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із малозабезпечених сімей, дітей-сиріт?

важко відповісти



Фурманов

Дашкевич О.Б.

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії людей з інвалідністю?

так

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

так



Дарченко

Романівський О.Ю.

Декларація добросовісності

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

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

Я підтверджую, що не отримую іншої фінансової підтримки на витрати, які покриває УКФ.

ПІБ Грантоотримувача

Підпис

Дата заповнення

Данилевська О.Б.

Aw

Грантоотримувач:



Фонд:



Документ було автоматично згенеровано у СУП УКФ, вт, 9 черв 2020 р., 11:20

Директор

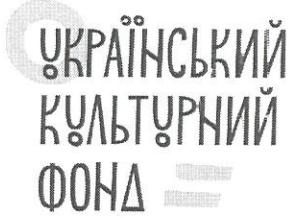
Данилевська О.Б.

Додаток № 2

до Договору про надання гранту

№ ЗІСР61-6006-2

від "11" листопада 2020 року



Назва конкурсної пропозиції: Іноваційний культурний продукт

Назва ЛОТ-у: Мода і дизайн

Назва Заявника: МІЖНАРОДНА ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ "УКРАЇНСЬКА РАДА МОДИ"

Назва проекту: Міжнародний конкурс молодих дизайнерів

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, сума в грн
РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ			
1	Український культурний фонд	74,47%	1 297 988,00
2	Співфінансування*: Кошти організацій-партнерів, ТОВ "Тиждень Моди"	25,53%	444 890,00
2.1.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-		
3	Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)		
	Всього		1 742 878,00

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



Директор

Данилевський Олексій Борисович

Кошторис витрат по Гранту (плановий)													
Назва заявника:		МІЖНАРОДНА ГРОМАДСКА ОРГАНІЗАЦІЯ "УКРАЇНСЬКА РАДА МОДИ"											
Назва проекту:		Міжнародний конкурс молодих дизайнерів											
Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Витрати за рахунок Співфінансування ТОВ "Тиждень Моди"			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ		
				Планові витрати відповідно до заявки			Планові витрати відповідно до заявки						
				Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн. (=4*5)	Загальна сума, грн. (=4*5)	Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=7*8)				
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	16	17		
Розділ:	II	Витрати											
Підрозділ:	1	Оплата праці											
Стаття:	1.1	Штатні працівники				28 800,00			-	28 800,00			
Пункт:	1.1.1.	ДАНИЛЕВСЬКИЙ Олексій Борисович, директор	місяців	4	4 000,00	16 000,00			-	16 000,00			
Пункт:	1.1.2.	СЕРГІЄНКО Ганна Володимирівна, бухгалтерка	місяців	4	3 200,00	12 800,00			-	12 800,00			
Стаття:	1.2	За трудовими договорами				-			-	-			
Стаття:	1.3	За договарами ЦПХ				61 100,00			-	61 100,00			
Пункт:	1.3.1.	МАРЧУК Мирослава Володимирівна, адміністраторка	місяців	2	4 700,00	9 400,00			-	9 400,00			
Пункт:	1.3.2.	ЧИРКОВА Ірина Ігорівна, коректорка	місяців	3	4 400,00	13 200,00			-	13 200,00			
Пункт:	1.3.3.	ДЕРБІШЕВА Едіє Наріманівна, продюсерка проекту	місяців	2	4 500,00	9 000,00			-	9 000,00			
Пункт:	1.3.4.	ВЕДУТА Валерій, фотограф, зйомка лукбуку колекції-переможця	послуга	1	12 500,00	12 500,00				12 500,00			
Пункт:	1.3.5.	КОБЗЕНКО Олексій Петрович, логіст	послуга	1	17 000,00	17 000,00				17 000,00	логістика по отриманню і поверненню колекцій через DHL, збір документів, страхування, замітнення/розмітнення		
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":						89 900,00			-	89 900,00			
Підрозділ:	2	Соціальні внески											
Стаття:	2.1	Соціальні внески з оплати праці				19 778,00			-	19 778,00			
Пункт:	2.1.1.	ДАНИЛЕВСЬКИЙ Олексій Борисович, директор	місяців	4	880,00	3 520,00			-	3 520,00			
Пункт:	2.1.2.	СЕРГІЄНКО Ганна Володимирівна, бухгалтерка	місяців	4	704,00	2 816,00			-	2 816,00			
Пункт:	2.1.3.	МАРЧУК Мирослава Володимирівна, адміністраторка	місяців	2	1 034,00	2 068,00			-	2 068,00			
Пункт:	2.1.4.	ЧИРКОВА Ірина Ігорівна, коректорка	місяців	3	968,00	2 904,00			-	2 904,00			
Пункт:	2.1.5.	ДЕРБІШЕВА Едіє Наріманівна, продюсерка проекту	місяців	2	990,00	1 980,00			-	1 980,00			
Пункт:	2.1.6.	ВЕДУТА Валерій, фотограф, зйомка лукбуку колекції-переможця	послуга	1	2 750,00	2 750,00			-	2 750,00			
Пункт:	2.1.7.	КОБЗЕНКО Олексій Петрович, логіст	послуга	1	3 740,00	3 740,00			-	3 740,00			
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":						19 778,00			-	19 778,00			
Розділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)											
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядженнями":						-							
Підрозділ:	4	Обладнання і нематеріальні активи											
Стаття:	4.1	Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту грантоотримувача											
Стаття:	4.2	Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту грантоотримувача											
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні активи":													
Підрозділ:	5	Витрати пов'язані з орендою											
Стаття:	5.1	Оренда приміщення				16 000,00			-	16 000,00			
Пункт:	5.1.1.	Київ, Набережне шосе, 25 (25 кв.м), ТОВ "Каліпсо"	місяців	4	4 000,00	16 000,00			-	16 000,00	Окрімє приміщення на час реалізації проекту, 160 грн за 1кв.м на місяць, загалом 25 кв.м		
Стаття:	5.2	Оренда техніки, обладнання та інструменту				262 010,00			-	262 010,00			

Пункт:	5.2.1.	Оренда звукового обладнання:			-		-	-	
Підпункт:	5.2.1.1.	Акустичні колонки Nexo PS 15/PS 10	шт.	10	1500,00	15000,00		-	15 000,00
Підпункт:	5.2.1.2.	Акустичні колонки Sub 1000	шт.	4	1650,00	6600,00		-	6 600,00
Підпункт:	5.2.1.3.	ПідсилювачAmp-rack Crest/Camco	шт.	2	960,00	1920,00		-	1 920,00
Підпункт:	5.2.1.4.	Пульт керування Yamaha QL1 / TF1	шт.	1	3000,00	3000,00		-	3 000,00
Підпункт:	5.2.1.5.	Радіомікрофони Sennheiser ew500G2	шт.	1	940,00	940,00		-	940,00
Підпункт:	5.2.1.6.	Ді-бокс BSS/Countruman/Whirlwind	шт.	1	350,00	350,00		-	350,00
Підпункт:	5.2.1.7.	Комплект сигнальної комутації	комплект	1	2000,00	2000,00		-	2 000,00
Підпункт:	5.2.1.8.	Комплект силою комутації	комплект	1	2000,00	2000,00		-	2 000,00
Пункт:	5.2.2.	Оренда світлового обладнання			-		-	-	
Підпункт:	5.2.2.1.	Прилад динамічного світла Robe Point	шт.	8	1 600,00	12 800,00		-	12 800,00
Підпункт:	5.2.2.2.	Прилад заливного світла ARRI studio 2000W	шт.	24	600,00	14 400,00		-	14 400,00
Підпункт:	5.2.2.3.	Прилад заливного світла 34 (ETC)	шт.	40	650,00	26 000,00		-	26 000,00
Підпункт:	5.2.2.4.	Прилад слідуючого світла Cyrano 2500	шт.	2	3 500,00	7 000,00		-	7 000,00
Підпункт:	5.2.2.5.	Ферми алюмінієві	м	90	540,00	48 600,00		-	48 600,00
Підпункт:	5.2.2.6.	Пульт керування GrandMA On PC	шт.	1	3 000,00	3 000,00		-	3 000,00
Підпункт:	5.2.2.7.	Комплект сигнальної комутації	комплект	1	2 000,00	2 000,00		-	2 000,00
Підпункт:	5.2.2.8.	Комплект силою комутації	комплект	1	2 000,00	2 000,00		-	2 000,00
Пункт:	5.2.3.	Оренда телевізійної техніки:			-		-	-	
Підпункт:	5.2.3.1.	Камера Blackmagic Pocket Cinema (3 камерих3 дні)	змін	9	4 100,00	36 900,00		-	36 900,00
Підпункт:	5.2.3.2.	Комплект оптики Carl Zeiss Compact Prime	змін	9	2 100,00	18 900,00		-	18 900,00
Підпункт:	5.2.3.3.	Комплект звуку Sennheizer+Zoom 3	змін	9	2 100,00	18 900,00		-	18 900,00
Підпункт:	5.2.3.4.	Освітлювальний прилади/відбивачі	змін	9	800,00	7 200,00		-	7 200,00
Підпункт:	5.2.3.5.	PTO RubyRoad	змін	3	10 000,00	30 000,00		-	30 000,00
Підпункт:	5.2.3.6.	комплект комутації	комплект	1	2 000,00	2 000,00		-	2 000,00
Підпункт:	5.2.3.7.	звуковий пульт Behringer	шт.	1	500,00	500,00		-	500,00
Стаття:	5.3	Оренда транспорту			-		-	-	
Стаття:	5.4	Оренда сценічно-постановочних засобів			-		32 390,00	32 390,00	
Пункт:	5.4.1.	Конструкція для задника	шт.		-	1	18 900,00	18 900,00	18 900,00
Пункт:	5.4.2.	Конструкція пультова	шт.		-	1	13 490,00	13 490,00	13 490,00
Стаття:	5.5	Інші об'єкти оренди			-		-	-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою":					278 010,00		32 390,00	32 390,00	
Підрозділ:	6	Витрати на харчування та напої							
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та напої":					-		-	-	
Підрозділ:	7	Матеріальні витрати							
Стаття:	7.1	Основні матеріали та сировина			-		-	-	
Стаття:	7.2	Носії, накопичувачі			-		-	-	
Стаття:	7.3	Інші матеріальні витрати			11 400,00		-	11 400,00	
Пункт:	7.3.1.	Жорсткий диск для архівування медіа матеріалів	шт.	2	3 000,00	6 000,00		-	6 000,00
Пункт:	7.3.2.	Маршрутайзер Linksys WRT3200ACM	шт.	1	5 400,00	5 400,00		-	5 400,00
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":					11 400,00		-	11 400,00	
Підрозділ:	8	Поліграфічні послуги							
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":					-		-	-	
Підрозділ:	9	Послуги з просування							
Пункт:	9.1.	Послуги з фотофіксації частини проекту	послуга	1	24 000,00	24 000,00		-	24 000,00
Пункт:	9.2.	Таргетування реклами в соціальних мережах, ФОП Проскуріна	послуга	1	9 500,00	9 500,00		-	9 500,00
Пункт:	9.3.	Реклама у ФБ	послуга	1	5 100,00	5 400,00		-	5 400,00
Пункт:	9.4.	Реклама в Інста	послуга	1	5 400,00	5 400,00		-	5 400,00
Пункт:	9.5.	Реклама на YouTube	послуга	1	8 000,00	8 000,00		-	8 000,00
Пункт:	9.6.	Послуги із створення графічного дизайну проекту	послуга	1	29 500,00	29 500,00		-	29 500,00
Всього по підрозділу 9 "Послуги з просування":					81 800,00		-	81 800,00	
Підрозділ:	10	Створення web-ресурсу							
Пункт:	10.1.	Витрати з оновлення сайту, ФОП Швець О.В.	послуга	1	32 340,00	32 340,00		-	32 340,00

Пункт:	10.2.	Витрати з обслуговування сайту	місяць	3	6 200,00	18 600,00		-	18 600,00	ТЗ надано в Додаткових матеріалах
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":					50 940,00		-	50 940,00		
Підрозділ:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації								
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації":					-					
Підрозділ:	12	Послуги з перекладу								
Пункт:	12.1.	Письмовий переклад	сторінка	40	160,00	6 400,00			6 400,00	
Пункт:	12.2.	Редагування письмового перекладу	сторінка	20	40,00	800,00			800,00	
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу":					7 200,00		-	7 200,00		
Підрозділ:	13	Адміністративні витрати								
Пункт:	13.1.	Юридичні послуги	послуга	1	18 500,00	18 500,00		-	18 500,00	
Пункт:	13.2.	Аудиторські послуги	послуга	1	26 500,00	26 500,00		-	26 500,00	
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати":					45 000,00		-	45 000,00		
Підрозділ:	14	Інші прямі витрати								
Стаття:	14.1	Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення				-				
Стаття:	14.2	Витрати на послуги страхування			19 220,00			-	19 220,00	
Пункт:	14.2.1.	Послуги по страхуванню колекцій	послуга	1	19 220,00	19 220,00		-	19 220,00	
Стаття:	14.3	Видавничі послуги				-				
Стаття:	14.4	Інші прямі витрати			694 740,00		412 500,00	1 107 240,00		
Пункт:	14.4.1.	Послуги координаторки проекту, ФОІ1 Харченко	місяців	4	14 500,00	58 000,00		-	58 000,00	
Пункт:	14.4.2.	Послуги координатора по роботі з міжнародним журі, координація роботи on-line резидентції, ФОП Дімітрієвич	місяців	2	12 750,00	25 500,00		-	25 500,00	
Пункт:	14.4.3.	Послуги по створенню і реалізації комунікаційної програми, ФОП Марусик	місяців	4	12 165,00	48 660,00		-	48 660,00	
Пункт:	14.4.4.	Доставка/відправка колекцій, DHL:				-				Розрахункова вага відправлення 20 кг, в середньому - 2 колекції на країну.
Підпункт:	14.4.4.1.	Таллінн - Київ	послуга	1	7 175,00	7 175,00		-	7 175,00	
Підпункт:	14.4.4.2.	Київ - Таллінн	послуга	1	6 431,00	6 431,00		-	6 431,00	
Підпункт:	14.4.4.3.	Тарту - Київ	послуга	1	7 175,00	7 175,00		-	7 175,00	
Підпункт:	14.4.4.4.	Київ - Тарту	послуга	1	6 431,00	6 431,00		-	6 431,00	
Підпункт:	14.4.4.5.	Кишинів - Київ	послуга	1	6 875,00	6 875,00		-	6 875,00	
Підпункт:	14.4.4.6.	Київ - Кишинів	послуга	1	6 198,00	6 198,00		-	6 198,00	
Підпункт:	14.4.4.7.	Кишинів - Київ	послуга	1	6 875,00	6 875,00		-	6 875,00	
Підпункт:	14.4.4.8.	Київ - Кишинів	послуга	1	6 198,00	6 198,00			6 198,00	
Підпункт:	14.4.4.9.	Вільнюс - Київ	послуга	1	7 175,00	7 175,00		-	7 175,00	
Підпункт:	14.4.4.10.	Київ - Вільнюс	послуга	1	6 431,00	6 431,00		-	6 431,00	
Підпункт:	14.4.4.11.	Рига - Київ	послуга	1	7 175,00	7 175,00		-	7 175,00	
Підпункт:	14.4.4.12.	Київ - Рига	послуга	1	6 431,00	6 431,00		-	6 431,00	
Підпункт:	14.4.4.13.	Рига - Київ	послуга	1	6 875,00	6 875,00			6 875,00	
Підпункт:	14.4.4.14.	Київ - Рига	послуга	1	6 198,00	6 198,00		-	6 198,00	
Підпункт:	14.4.4.15.	Будапешт - Київ	послуга	1	7 175,00	7 175,00		-	7 175,00	
Підпункт:	14.4.4.16.	Київ - Будапешт	послуга	1	6 431,00	6 431,00		-	6 431,00	
Підпункт:	14.4.4.17.	Будапешт - Київ	послуга	1	7 175,00	7 175,00		-	7 175,00	
Підпункт:	14.4.4.18.	Київ - Будапешт	послуга	1	6 431,00	6 431,00		-	6 431,00	
Підпункт:	14.4.4.19.	Баку - Київ	послуга	1	7 175,00	7 175,00		-	7 175,00	
Підпункт:	14.4.4.20.	Київ - Баку	послуга	1	6 431,00	6 431,00		-	6 431,00	
Підпункт:	14.4.4.21.	Баку - Київ	послуга	1	7 175,00	7 175,00	*	-	7 175,00	
Підпункт:	14.4.4.22.	Київ - Баку	послуга	1	6 431,00	6 431,00	*	-	6 431,00	
Підпункт:	14.4.4.23.	Софія - Київ	послуга	1	6 875,00	6 875,00	*	-	6 875,00	
Підпункт:	14.4.4.24.	Київ - Софія	послуга	1	6 198,00	6 198,00	*	-	6 198,00	
Підпункт:	14.4.4.25.	Софія - Київ	послуга	1	6 875,00	6 875,00	*	-	6 875,00	
Підпункт:	14.4.4.26.	Київ - Софія	послуга	1	6 198,00	6 198,00	*	-	6 198,00	
Пункт:	14.4.5.	Послуги по створенню і обслуговуванню локації (оренда, проектировані, екрані, обслуговування світлового та звукового обладнання,, прибирання, охорона)	послуга				*	160 000,00	160 000,00	Комплексна послуга від ТОВ Тиждень моди (у ТМ є Договір про співпрацю з Мистецький Арсенал).

Пункт:	14.4.6.	Послуги по розробці макетів декорації	послуга	1	12 500,00	12 500,00			-	12 500,00	TЗ на виготовлення декорацій в Додаткових матеріалах
Пункт:	14.4.7.	Послуги з виготовлення, монтажу, демонтажу декорації	послуга			-	1	85 000,00	85 000,00	85 000,00	TЗ на виготовлення декорацій в Додаткових матеріалах
Пункт:	14.4.8.	Послуги з макіяжу для моделей під час фінального шоу конкурсу (40 моделей)	осіб	40	520,00	20 800,00			-	20 800,00	
Пункт:	14.4.9.	Послуги стилістів-першуків для моделей під час фінального шоу конкурсу (для 40 моделей)	послуга	40	520,00	20 800,00			-	20 800,00	
Пункт:	14.4.10.	Послуги із виготовлення відеоконтенту: відеоінженерінг,монтаж, постпродакшен,озвучаніс,графічне оформлення, титри, інфографіка, color grading, саунд-дизайн, зведення звуку, дата-інженер:				-			-		
Підпункт:	14.4.10.1.	монтаж+color grading	змін	12	2 500,00	30 000,00			-	30 000,00	
Підпункт:	14.4.10.2.	графічне оформлення	змін	12	2 000,00	24 000,00			-	24 000,00	
Підпункт:	14.4.10.3.	інвест	змін	1	3 000,00	3 000,00			-	3 000,00	
Підпункт:	14.4.10.4.	зведення звуку/музичне оформлення	змін	12	1 500,00	18 000,00			-	18 000,00	
Підпункт:	14.4.10.5	музика	треків	12	1 000,00	12 000,00			-	12 000,00	
Пункт:	14.4.11.	Послуги з обслуговування технічних засобів, задіяних у відеозйомці:				-			-		
Підпункт:	14.4.11.1.	послуги оператора (зміна)	змін	9	3 200,00	28 800,00			-	28 800,00	
Підпункт:	14.4.11.2.	послуги інженера	змін	0	3 000,00	27 000,00			-	27 000,00	
Підпункт:	14.4.11.3.	послуги режисера	змін	9	3 500,00	31 500,00			-	31 500,00	
Пункт:	14.4.12.	Проведення кастингу моделей для фінального показу і фітингу, ФОІЛ Какуріна	послуга	1	17 500,00	17 500,00				17 500,00	Електронний кастинг - 1 серпня-29 серпня, кастинг - 30-31 серпня, фітинг - 2 вересня та 25 вересня, місця проведення - Мистецький Арсенал, офіс проекту І ліна договірна
Пункт:	14.4.13.	Послуги модельного агентства, 40 моделей,	послуга			-	1	48 000,00	48 000,00	48 000,00	40 моделей х1200 грн за згідний день
Пункт:	14.4.14.	Плюступ і вантажного перевезення подіумів конструкцій	послуга			-	1	30 000,00	30 000,00	30 000,00	
Пункт:	14.4.15.	Послуги з PR-компанії колекції-переможця: публікація лукбук колекції на fashionweek.ua, jetsetter.ua, elle ua прямий. ua, studioofmydream.ua, orest, tochka.net	послуга	1	142 467,00	142 467,00				142 467,00	Лукбук колекції переможця буде оприлюднено в період до 20 жовтня. Орієнтовний розрахунок: jetsetter.ua - 32000грн, elle ua - 32000 грн, прямий. ua - 38000 грн, studioofmydream.ua - 12000, tochka.net-28467 грн. Загальне охоплення від 300000
Пункт:	14.4.16.	Транспортні послуги по перевезенню колекціймісце зберігання-локалізація-місце зберігання-хаб логістичної компанії	послуга			-	1	29 500,00	29 500,00	29 500,00	
Пункт:	14.4.17.	Послуги з організації простору Мистецького Арсеналу (підготовка локації для шоу і зйомок за адресою вул. Лаврська 10-12)	послуга	*			-	1	60 000,00	60 000,00	60 000,00 клінінг
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":					713 960,00				412 500,00	1 126 460,00	
Всього по підрозділу II "Витрати":					1 297 988,00				444 890,00	1 742 878,00	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ											

Директор
(Посада)

ДАНИЛЕВСЬКИЙ О.Б.

(Печатка, підпис, ЛІБ)



Директор

Даниловський О.Б.