ДОГОВІР № 3ICP63-6399
про надання гранту

м. Київ «23» червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Громадська організація "Нью Фешн Зон" (далі – Грантоотримувач), в особі Голови Організації Порядіної-Гривнак Юлії Петрівни, що діє на підставі Статуту, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проєкту «Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 - перша міжнародна онлайн-презентація колекцій українських дизайнерів» (далі – Проєкт), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кошторисі Проєкту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проєкт на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

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

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

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

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

24 ЧЕР 2020

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 1 166 270 грн. 19 коп. (один мільйон сто шістдесят шість тисяч двісті сімдесят гривень 19 копійок) без ПДВ.

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

3. 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 безготівковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантоотримувача.

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

1. Грантоотримувач має право на реалізацію Проєкту 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 проєктів, пов'язаних із кіновиробництвом);

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

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

5) у разі якщо реалізацію Проєкту буде припинено чи не завершено протягом дії цього Договору, у триденний строк повідомити Фонд про такі обставини. У строк, що не перевищує 10 календарних днів з моменту настання

таких обставин, документально підтвердити всі витрати, здійснені за рахунок суми гранту, та повернути Фонду невикористану частину суми гранту;

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

1) надавати організаційно-методичну допомогу Грантоотримувачу;

2) контролювати порядок виконання цього Договору, дотримання строків, правильність, обґрунтованість та цільове використання гранту.

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

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

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

4. Усі публікації Грантоотримувача, що стосуються Проєкту, у будь-якій формі та в будь-який спосіб (включаючи мережу Інтернет) мають містити застереження про те, що їх зміст не є офіційною позицією Фонду.

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

1. Сторони домовились, що фактичні витрати мають відповідати принципам раціонального управління фінансами, бути відображені в бухгалтерському обліку Грантоотримувача та відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проєкту, 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 Проєкту;

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 проєктів, які мають на меті отримання прибутку;

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

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

втрати, 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 Проєкту в порядку, передбаченому цим Договором.

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

IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ

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

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

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

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

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

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

XI. ПОРЯДОК ВИРІШЕННЯ СПОРІВ

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

2. Усі спори або розбіжності, що випливають із умов цього Договору або пов'язані з цим Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або

його розірванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторони не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, визначеному чинним законодавством України.

XII. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до 31 грудня 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:

Порядіна-Гривнак Юлія Петрівна, Голова Організації

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

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

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

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

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

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

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проєктна заявка;

додаток 2 – кошторис Проєкту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;

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

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд	**Грантоотримувач**
Український культурний фонд	Громадська організація "Нью Фешн Зон"
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	Юридична адреса: 04116, м. Київ, вул. Старокиївська, буд. 10, літ. Г Адреса для листування: 02034, м. Київ, вул. Градинська, 3, кв. 113 ЄДРПОУ: 42021562 Банківські реквізити: Назва банку/філії: АТ КБ "ПриватБанк" Р/р: UA783206490000026001052747346 МФО: 320649 Тел.: +38 (097) 917-80-74
Виконавчий директор	Голова Організації
_____ Ю.О. Федів М.П.	_____ Ю.П. Порядіна-Гривнак М.П.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 3ICP63-6399

від «23» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 6. Мода і дизайн

Конкурс: Міжнародної співпраці

Заявка: 3ICP63-6399

Назва проекту: Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 - перша міжнародна онлайн-презентація колекцій українських дизайнерів

Візитна картка проекту

Конкурсна програма
Інноваційний культурний продукт

Лот
ЛОТ 6. Мода і дизайн

Тип проекту
Міжнародний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв
дизайн та мода

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

Назва проекту
Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 - перша міжнародна онлайн-презентація колекцій українських дизайнерів

Голова організації
Порфіна-Гревчак О.Р.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШІН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна, м. Київ

Назва проекту англійською мовою
Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 - the first international online presentation of collections of Ukrainian designers

Коротка інформація про проект, яка включає мету та результати (до 100 слів)
У сезоні 2020 року за підтримки Українського культурного фонду і Офісу з просування експорту України та за ініціативи "New Fashion Zone" 6 дизайнерів та брендів з різних регіонів України представлять свою відповідь на кризу в сфері моди, спричинену COVID-19. Дизайнери розроблять fresh fashion колекції та презентують їх міжнародній fashion спільноті під час онлайн-трансляції в режимі реального часу. Проект спрямований на промоцію українського fashion-сектору, формування "visibility" креативних українських fashion-дизайнерів серед міжнародних байєрів та збільшення кількості іноземних споживачів українського культурного продукту в сфері пост-пандемічної моди. В результаті проєкту учасники отримають можливість укласти перші експортні контракти.

Коротка інформація про проект англійською мовою, яка включає мету та результати (до 100 слів)
In the 2020 season, with the support of the Ukrainian Cultural Foundation and the Export Promotion Office of Ukraine and the New Fashion Zone initiative, 6 designers and brands from different regions of Ukraine will respond to the COVID-19 fashion crisis. Designers will develop fresh fashion collections and present them to the international fashion community during a live webcast. The project is aimed at promoting the Ukrainian fashion sector, forming the "visibility" of creative Ukrainian fashion designers among international buyers and increasing the number of foreign consumers of Ukrainian cultural product in the field of post-pandemic fashion. As a result of the project, participants will be able to conclude their first export contracts.

Загальний бюджет проекту (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
1753190.19

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту)
1166270.19

Сума співфінансування (у гривнях, відповідно до Бюджету проекту. Якщо співфінансування не передбачається - впишіть 0).
586920.00

Голова організації
Порядіна-Грицюк

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШІН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна, м. Київ

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім УКФ)

Джерело співфінансування та сума
586920. особисті кошти організації-заявника, особисті кошти засновників Громадської організації, кошти партнерів та спонсорів.

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

Населений пункт
Україна

Населений пункт
Франція

Початок проекту
червень

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

Тривалість проекту в місяцях
5

Партнери проекту
Партнер проекту - "Imex Buro" (Франція). Функція в проекті: надання консультацій щодо виходу на міжнародні ринки в рамках менторської програми для відібраних дизайнерів з України, а також підтримка "на місці" під час розсилки wow-боксів і призначення онлайн-зустрічей з байєрами.

Підтримка проекту з боку ДУ "Офіс з просування експорту України". Функція в проекті: надання консультацій щодо виходу на міжнародні ринки для відібраних дизайнерів. (Див. Лист підтримки від ДУ "Офіс з просування експорту України").

Ваш основний продукт
Показ мод

Інформація про контактну особу

Голова організації
Порошина-Пасічник Ю.П.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШІН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Україна, м. Київ

Прізвище, ім'я та по-батькові
Порядіна-Гривнак Юлія Петрівна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
Керівник проекту

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника
Громадська організація "Нью Фешн Зон"

Повна назва організації-заявника англійською мовою
NGO New Fashion Zone

Організаційно-правова форма
Громадська організація або об'єднання

Код ЄДРПОУ
42021562

Надайте активне посилання на ваш установчий документ (Статут, Положення тощо)
https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1cUQhf3BEO46VMahT-E9Z3YK-gmTqy_FJ?fbclid=IwAR3RkvCQ6e2_ZbU2US_czU9_9hZIdc_5F9-1kQjwPxWGvyz89cTTMNh-lxc

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ЛОТу
82.30, 70.22 та проект відповідає статутній діяльності Громадської організації

Дата реєстрації організації
2018-03-26

Юридична адреса організації

Голова організації
Порядіна - Гривнак Ю.П.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОН»
«NEW FASHION ZONE»
Ідентифікаційний код 42021562
Україна, м. Київ

04655, м. Київ, вул. Старокиївська, буд. 10, літ. Г

Поштова адреса організації
04655, м. Київ, вул. Старокиївська, буд. 10, літ. Г, БЦ «Вектор», корпус А, 2 поверх

Фактична адреса організації
04655, м. Київ, вул. Старокиївська, буд. 10, літ. Г, БЦ «Вектор», корпус А, 2 поверх

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації
https://newfashion.zone/

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації
Порядіна-Гривнак Юлія Петрівна

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
Терехова Марія Олександрівна, Рудіч Антон Валерійович - засновники організації

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

Голова організації
Порядіна-Гривнак Ю.П.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШІН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021062 м. Київ

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 заявки?
Ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту.
меблірований офіс із всім необхідним обладнанням та технікою; штатні співробітники

Дохід за звітний період
728510

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

Інформація про діяльність організацію-партнера

Додати партнера

Повна назва організації-партнера Примітка: у повній назві не допускається скороченого написання ГО, БО, ТОВ тощо
Монтальбано Консей Сарл

Організаційно-правова форма

Голова організації
Порєдіна-Гливенко Д.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОНЕ»
«NEW FASHION ZONE»
Ідентифікаційний код 42021562
Україна, Київ

Товариство з обмеженою відповідальністю

Код ЄДРПОУ
484343827

Надайте, будь ласка, активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше) на сайті Міністерства Юстиції України або на власному веб-ресурсі чи інших офіційних джерелах
Офіційні документи організації-партнера додані до цього листа із завіреним перекладом з французької.

Вкажіть КВЕДи організації-партнера, які відповідають напрямам програми/ЛОТу
Основна діяльність (по реєстраційному документу) - Консультування підприємств

Дата реєстрації організації-партнера
2015-03-05

Юридична адреса організації-партнера
380 Рю де Гранжв'эй, 07350 Крюа (380 rue Grangevieille, 07350 CRUAS), Франція

Поштова адреса організації-партнера
380 Рю де Гранжв'эй, 07350 Крюа (380 rue Grangevieille, 07350 CRUAS), Франція

Фактична адреса організації-партнера
380 Рю де Гранжв'эй, 07350 Крюа (380 rue Grangevieille, 07350 CRUAS), Франція

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації-партнера
http://www.montalbano-conseil.com/

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

Телефон
+33 6 25 45 06 02

Голова організації
Горюніна-Привиток Л.Л.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШІН ЗОНА»
«NEW FASHION ZONE»
Ідентифікаційний код 42021562
Україна, м. Київ

Електронна пошта
contact@montalbano-conseil.com

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

Чи має керівник організації-партнера 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-партнера
Montalbano Stéphan

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

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації-партнера 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 організації-партнера на момент подання заявки?
Ні

Основні / стратегічні напрями діяльності організації-партнера
Примітка: Зазначте, будь ласка, ту статутну/основну діяльність організації-партнера, яка співпадає з метою та завданнями програми/ ЛОТу
Основна діяльність (по реєстраційному документу) - Консультування підприємств.
Компанія є міжнародною службою підтримки, яка спеціалізується на співпраці зі Східною Європою і представлена безпосередньо або через

Голова організації
Порадіна-Гревчак

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШІН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 37061662 Україна, м. Київ

мережу партнерів в Україні, Казахстані, Польщі, Угорщині, Румунії тощо. Консалтингова підтримка Монтальбано Консей Сарл спрямована на компанії, які бажають експортувати чи імпортувати, і допомагає в організації розвідувальних торгових місій.

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту. Примітка: якщо показник відсутній, зазначте "немає". 1. наявність основних засобів (земельні ділянки, будівлі, споруди, приміщення, комунікації, обладнання, транспортні засоби, тощо) 2. наявність нематеріальних активів, що перебувають у власності або розпорядженні організації (об`єкти авторського права та промислової власності, ноу-хау, ліцензії, роялті, тощо) 3. наявність трудових ресурсів (кількість власних та залучених працівників) 4. наявність матеріальних ресурсів (матеріали, сировина, інші запаси) 5. фінансові ресурси (власні та залучені кошти)
1. в наявності обладнане пприміщення з необхідною технікою та засобами зв'язку;
2. наявність штату працівників.

Чи подавала організація-партнер проект на фінансування УКФ раніше?
Ні

Чи отримувала організація-партнер фінансування від УКФ раніше?
Ні

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

Обґрунтуйте, чому саме цей(-ці) партнер(-и) був(-ли) обраний(-ими) для реалізації спільного проекту? Чи співпрацювали з ним(-и) раніше?
Заявник мав досвід співпраці з компанією "Монтальбано Консей Сарл" в ході Торгової місії у Париж, яку була організована за підтримки ДУ "Офісу з просування експорту України" 2019 року. В ході цього співробітництва "Монтальбано Консей Сарл" зарекомендувала себе як надійний партнер. Тому ми обрали цю компанію для реалізації спільного проекту за підтримки Українського культурного фонду у 2020 р.

Як реалізований проект вплине на розвиток організації-заявника, організації-партнера(-ів) та партнерства в цілому?
Ідея та мета проекту повністю відповідає цілям та географічному охопленню діяльності організації-партнера. Що отримає від реалізації

Голова організації
Розшифрка - Прізвище І.П.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШІН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна, м. Київ

проекту: підтримка перспективних дизайнерів з України, які в майбутньому можуть стати затребуваними серед міжнародних агентів; обмін досвідом з українськими спеціалістами (NFZ). Співпраця Заявника з організацією, яка має глибокі знання французького та міжнародного ринків, спеціалізується з-поміж іншого на організації та проведенні виставок та торгових місій і є зорієнтована на співпрацю з Україною, значно посилить партнерство і дозволить досягти результатів, запланованих в рамках цього проекту, а саме - надати молодим українським дизайнерам можливість представити модний український продукт міжнародним торговим агентам та укласти їх перші експортні контракти. Що стосується NFZ, то цей проект є логічним продовженням реалізації стратегії Заявника і наближає нас до укріплення напрямку експортної підтримки українських дизайнерів, оскільки надає досвід роботи з міжнародними стейкхолдерами.

Яка сфера відповідальності та ступінь залучення кожного з партнерів в партнерстві: як організації-заявника так й організації-партнера(-ів)?
Партнер здійснює організаційну та методичну підтримку та надає інформаційну допомогу в розробці та впровадженні проекту, у проведенні інформаційної кампанії, надає експертну підтримку щодо проведення навчальних сесій "Огляд ринку Франції" та "Важливість зустрічей B2B. Міжнародна практика". Організація-партнер надає інформаційну підтримку NFZ для подальшої сесії в рамках проекту при перебуванні на виставці в Парижі. На NFZ покладається ведення та управління проектом, а також реалізація запланованих в рамках робочого плану активностей.

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

Чи має керівник організації-партнера 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

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

Голова організації
Порлуйна-Гривнак

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42001552 Україна, м. Київ

зазначте коли й де, а також назву статті (статей)
Ні

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації-партнера 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 організації-партнера на момент подання заявки?
Ні

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

Чи має керівник організації-партнера 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

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

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації-партнера 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 організації-партнера на момент подання заявки?
Ні

Детальний опис проекту

Голова організації
Порядіна - Шевченко

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту міста або села / області / країни

Згідно з результатами дослідження "Крос-державне дослідження модної індустрії та його застосування до країн Східної Європи, на прикладі України", підготовленого за сприяння проекту "Association4U" та Українського культурного фонду (жовтень 2018), зібрані емпіричні дані підтверджують необхідність того, щоб державні та неурядові організації в Україні звернули увагу на підтримку та розвиток модної індустрії. Наразі українським fashion-дизайнерам доводиться застосовувати сучасні інструменти маркетингу та продажу, інвестуючи більше в створення національних брендів та мереж продажу.

Таким чином реалізація запропонованого проекту слугує здійсненню двох стратегічних напрямків - спрямованих на інтернаціоналізацію та комерціалізацію творчої індустрії в Україні та популяризацію творчого потенціалу українських дизайнерів. В дослідженні також іде мова про важливість популяризації товарів "виготовлених в Україні".

Реалізація запропонованого проекту, продуктом якого стануть 6 колекцій українських дизайнерів, присвячених відповіді модної індустрії на корона-кризу і презентованих під час міжнародної онлайн-трансляції, призведе до отримання таких очікуваних довгострокових результатів в рамках Лоту 6 Програми "Інноваційний культурний продукт": українські дизайнери отримають вихід на міжнародні ринки модної індустрії; українські бренди стануть відомі за кордоном.

Ситуаційний аналіз:

Усі сфери діяльності людей наразі потерпають від COVID-19. Світ зупинився в очікуванні, коли смертельна недуга зникне. Зазнала ураження і модна індустрія. Так, у своєму недавньому листі Джорджіо Армані зазначив, що модна індустрія має сповільнитися, а кількість її продукції зманшитися. Дизайнер каже, що так можна змусити споживача цінувати працю, яка вкладена в кожну річ і дорожити нею. Він наголошує на необхідності переглянути суть системи, яка є в цьому бізнесі: "Занепад індустрії почався тоді, коли в сегменті розкоші були впроваджені методики fast-fashion, що імітують нескінченний цикл доставлення нових речей, змушують купувати більше й більше".

Ключові висновки по новому контексту:

- Оскільки компанії в багатьох країнах, в тому числі будинки моди, видавництва глянцевих журналів і невеликі виробники одягу, вимагають від своїх співробітників самоізоляції, це означає - у них немає іншого вибору, окрім як закритися (що сталося з багатьма фабриками й дизайн-студіями) або знайти нові способи ведення бізнесу та нові продукти. Такі нові

Голова організації
Порфіріна-Яковчук Ю.П.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШІН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна

продукти може запропонувати український креативний fashion. Криза і карантин – це не лише збитки, але і час можливостей. Для багатьох дрібних і ще молодих українських брендів з'явилася можливість розширити свою присутність в онлайні і бути представленими не лише в соцмережах, але і на відомих маркетплейсах, а також запропонувати європейському і навіть світовому ринку свіжі fashion-продукти, які можуть бути відповіддю на кризу і виклики, спричинені COVID-19.
- Спад виробництва та розповсюдження синтетичного одягу з Китаю має не лише приспати світову істерію шопінгу, а й створити нові можливості для відродження локального кустарного виробництва, народних ремесел, декоративно-ужиткового мистецтва. Це створює додаткові можливості для позиціонування та просування українського fresh fashion.
- Набуває все більшої популярності sustainable fashion загалом - зміна модної індустрії у бік екологічної чесності та соціальної рівності - в цьому сегменті українським брендам є що запропонувати світові, закликаючи модну індустрію зменшити шкідливий вплив на довкілля.

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)
"New Fashion Zone" (NFZ) - це інноваційна платформа, що формує навколо себе професійну спільноту, залучаючи великих гравців fashion-індустрії України та світу до роботи, щоб спільними зусиллями створювати і зміцнювати позиції вітчизняних представників сфери легкої промисловості на внутрішньому і зовнішньому ринках.
Мета та цілі платформи NFZ спрямовані на створення умов для самовираження, розвитку потенціалу креативних молодих дизайнерів та суспільства в цілому, а також підприємств легкої промисловості загалом, для створення якісного конкурентоспроможного продукту на українській та міжнародній арені. Діяльність платформи спрямована на впровадження передового новітнього досвіду у сфері легкої промисловості, освіти, технологій та моди з метою виведення сфери легкої промисловості в ранг провідної в економіці країни.

Таким чином, актуальність проекту для Заявника (New Fashion Zone) полягає в наступному. Автори проекту націлені провести масштабну кампанію із залучення дизайнерів та брендів до конкурсу дизайнерів, а також консультувати їх на всіх етапах проекту (від підготовки ескізів колекції до її пошиву та онлайн-презентації). Окрім того, автори вже мають вагомі напрацювання з програми менторства на національному рівні, які складуть основу для розробки Міжнародної програми fashion-менторства -

Голова організації
Порєдіна - Главчук

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШІН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021553 Україна, м. Київ

унікальної для України. Серед експертів платформи New Fashion Zone - професіонали високого рівня, представники найбільших модних домів. Це дозволить збільшити вибірку талановитих дизайнерів та fashion-брендів і допомогти їм створити дійсно якісний, затребуваний продукт, адаптувати його до стандартів світового ринку.
Завдяки співпраці з "Imex Buro" (Франція; організація-партнер), розробники цього проекту забезпечать дизайнерам та брендам доступ до найбільших гравців галузі задля створення довготривалих партнерств (як-от колаборації для випуску капсульних колекцій, знайомство з потенційними спонсорами, підрядниками тощо).

Таким чином, з огляду на компетенції залучених до проекту виконавців буде реалізовано наступне:
- організація набору дизайнерів та брендів, аналіз анкет учасників і надання зворотнього зв'язку кожному апліканту;
- якісна організаційна робота по відбору учасників;
- залучення досвідчених українських та міжнародних експертів для підготовки учасників проекту (в рамках програми менторської підтримки);
- розробка, організація та моніторинг перебігу Міжнародної менторської програми;
- залучення іноземних байєрів та торгових агентів;
- започаткування традиції проведення міжнародних онлайн-презентацій колекцій дизайнерів та брендів, розробка дієвої методології та подальша робота в цьому напрямку після завершення проекту.

Як актуальність вашого проекту співвідноситься із пріоритетами обраної конкурсної програми/ЛОТу
Продукт проекту:
Відбір 6 українських дизайнерів для міжнародної онлайн-презентації їх колекцій, присвячених відповіді модної індустрії на корона-кризу, під час Фіналу Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів одягу "New Fashion Zone" 2020, за підтримки Українського культурного фонду.

Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 у рамках УКФ - це окремий проект NFZ: буде проводиться окремий конкурс, окрема інформаційна кампанія (яка міститеме visibility УКФ), окреме оцінювання заявок і, як результат, переможці Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 та переможці Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів одягу New Fashion Zone - це переможці двох різних конкурсів (проєктів). Ментори (3 міжнародних експерта), які працюватимуть з фіналістами Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 у рамках

Головне організаційне
Ворперіна - Пуженко О.П.

УКФ будуть менторами саме в рамках цього проєкту і не долучатимуться у якості менторів в проєкті "Міжнародний конкурсу молодих дизайнерів одягу New Fashion Zone".
Нами було запропоновано провести презентацію колекцій фіналістів Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 в рамках фіналу Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів одягу New Fashion Zone з огляду на наступні фактори:
це надає можливість зменшити проєктні витрати на етапі демонстрації колекцій;
це дозволяє значно розширити аудиторію та міжнародне охоплення проєкту;
це дозволяє використовувати ті бази байєрів, міжнародних контактів та партнерів, що були напрацьовані впродовж п'яти років роботи NFZ та реалізації Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів одягу New Fashion Zone.

Реалізація запропонованого проекту призведе до отримання таких очікуваних довгострокових результатів в рамках Лоту 6 Програми "Інноваційний культурний продукт": українські дизайнери отримають вихід на міжнародні ринки модної індустрії; українські бренди стануть відомі за кордоном.
Проект відповідає таким цілям Програми "Інноваційний культурний продукт": сприяння створенню інноваційного конкурентоспроможного культурного продукту (буде створено колекцій українських дизайнерів для демонстрації міжнародній спільноті у цифровому форматі); інтеграція закордонного досвіду, зокрема, шляхом впровадження нових в Україні, але апробованих у світовій практиці підходів (проведення показів мод в залі без глядачів, онлайн трансляція показів); популяризація українського культурного продукту за кордоном (6 українських дизайнерів презентуватимуть свої колекції та укладуть договори із міжнародними торговими агентами та/або партнерами).
Таким чином, проект відповідає пріоритетам УКФ в рамках Лоту 6, а саме: підтримка українських дизайнерів; промоція українського фешн за кордоном.

Чому ваш проект є унікальним?
Українська мода є ковтком свіжого повітря для світових столиць моди, оскільки пропонує не лише хорошу якість. Українські дизайнери поставили для себе настільки високі планки, що вони можуть у креативності сперечатись із провідними брендами.
Участь у міжнародній онлайн-презентації дає дизайнеру можливість вдосконалюватися, розвиватися, не боятися критики, набувати нових

Топала організація
Порфіна-Трапезник О.П.

клієнтів і отримувати рекламу. Таким чином, на колекції молодих українських дизайнерів зможуть подивитися баєри, модні критики тощо. За останні десять років український модний бізнес зробив квантовий стрибок у розвитку - від підвищення рівня впізнаваності та поваги всередині країни до усвідомленого підходу дизайнерів під час створення колекцій (зокрема, в тому, що стосується sustainable fashion). На сьогоднішній день українські дизайнери - вже достатньо велика та цілком впливова частина креативної індустрії, а це означає виникнення необхідності виходу на зовнішні ринки.
Цей проект пропонує дієвий спосіб вирішення вказаної потреби - шляхом організації міжнародної онлайн-презентації колекцій українських дизайнерів. Сама по собі організація участі дизайнерів у трансляції показів в режимі реального часу є новою ідеєю для України, тому запропонований проєкт є інноваційним і не має аналогів в Україні, в тому числі завдяки використанню методологічних підходів, які до цього не використовувалися. Мова йде про менторську підтримку дизайнерів, обраних для участі в проєкті: завдяки консультаціям та роботі менторів-кураторів обрані дизайнери зможуть якнайкраще підготувати свої колекції до презентації, а також дізнаються про особливості виходу на міжнародні ринки і роботи з міжнародними торговими агентами. З точки зору довгострокового впливу, це дозволить досягти організаційної спроможності українських дизайнерів та забезпечити їх впевненість щодо подальшої самостійної роботи із зовнішніми ринками у майбутньому.
Окрім цього, зважаючи на реалії, пов'язані з COVID-19, одна з родзинок проекту полягатиме в тому, що українські дизайнери представлять fresh fashion продукти та інновації, що, за їх креативним баченням, будуть затребувані у пост-пандемічному світі моди, що змінюється.

Чому ваш проект є інноваційним?
Буде проведена ґрунтовна робота з відбору дизайнерів та брендів. Завдяки міжнародній Менторській програмі у цьому проекті буде проведена підготовка учасників до події: адаптація колекцій під європейські вимоги та тренди, ціноутворення, асортимент та особливості роботи з європейськими байєрами.

Особистий внесок Заявника (New Fashion Zone) у розробку концепції та формату проекту полягає в наступному. Автори проекту націлені провести масштабну кампанію із залучення дизайнерів та брендів до Конкурсу дизайнерів, а також консультувати фіналістів на всіх етапах проекту (від уточнення ескізів до пошиву колекції та її презентації). Окрім того, автори вже мають вагомі напрацювання з програми менторства на національному

Головна організація
Погоджено

рівні, які складуть основу для розробки Міжнародної програми fashion-менторства - унікальної для України. Серед експертів платформи New Fashion Zone - професіонали високого рівня, представники найбільших модних домів. Це дозволить збільшити вибірку талановитих дизайнерів та fashion-брендів і допомогти їм створити дійсно якісний, затребуваний продукт, адаптувати його до стандартів світового ринку.

Завдяки широкій мережі співпраці у секторі легкої промисловості, розробники цього проекту забезпечать дизайнерам та брендам доступ до найбільших гравців галузі задля створення довготривалих партнерств (як-от колаборації для випуску капсульних колекцій, знайомство з потенційними спонсорами, підрядниками тощо).

Запропонований проект має яскраві якісні переваги. Враховуючи, що платформа New Fashion Zone має п'ятирічний досвід проведення Конкурсу дизайнерів, створення якісних навчальних програм та співпраці з найбільшими гравцями fashion-ринку (напрацьовані контакти та бази), а також впізнаване ім'я на ринку, можна гарантувати якісний відбір учасників проекту із залученням великої кількості дизайнерів та брендів з усіх куточків України. Це дасть можливість розкрити таланти великої кількості дизайнерів та брендів. Окрім того, буде проведена якісна підготовка учасників для онлайн-показу із залученням міжнародних експертів. Креативна wow-кампанія, яка супроводжуватиме підготовку онлайн-презентації колекцій, надасть можливість гідно представити fashion галузь України на міжнародній арені, а цілеспрямована тривала комунікація з байєрами та торговими агентами допоможе посилити впізнаваність та затребуваність українського fashion-продукту.

Таким чином, внесок Заявника у реалізацію проекту буде полягатиме у наступному:
- організація набору дизайнерів та брендів, аналіз анкет учасників;
- якісна організаційна робота по відбору фіналістів, широке охоплення серед стейкхолдерів;
- залучення досвідчених українських та міжнародних експертів для підготовки учасників проекту (в рамках програми менторської підтримки);
- розробка, організація та моніторинг перебігу Міжнародної менторської програми для фіналістів;
- залучення іноземних байєрів та торгових агентів на міжнародну онлайн-презентацію українських колекцій, організація та супровід B2B онлайн-зустрічей.

Голова організації
Порфіріна Гриньок М.П.

«NEW FASHION ZONE»
Україна, м.Київ

Менторська програма складатиметься з групових та індивідуальних сесій під керівництвом 3 менторів.
Групові менторські сесії - по 2 години від кожного з трьох менторів (для усіх 6 фіналістів) - відбуватимуться на платформі ZOOM. Ці сесії будуть записані та розміщені у вільному доступі до широкого загалу на сайті NFZ (https://newfashion.zone/), на сайті проєкту та на освітній платформі NFZ (https://nfz-s-school.thinkific.com/).

Індивідуальні менторські сесії з кожним фіналістом будуть відбуватися між менторами та дизайнером теж на платформі ZOOM. Ці сесії будуть в закритому доступі, оскільки там може обговорюватися інформація, що є конфіденційною та складає комерційну таємницю.

Що стосується орієнтаційних онлайн-зустрічей фіналістів з представниками інституцій та організацій, які зголосилися підтримати проєкт експертно (як: Офіс з просування експорту України, французьке Imex Buro), то вони відбуватимуться у відкритому форматі (в ZOOM). Ці сесії будуть записані та розміщені у вільному доступі до широкого загалу на сайті NFZ (https://newfashion.zone/), на сайті проєкту та на освітній платформі NFZ (https://nfz-s-school.thinkific.com/).

Три тижні тому ми зв'язувались з представниками "Who's Next - 2020" і отримали відповідь, що наразі в організаторів немає чіткого розуміння по формату проведення заходу (є плани все-таки проводити офлайн-виставку, але, можливо, захід буде реалізований в онлайн-форматі). Ми продовжуємо вести перемовини з організаторами у розрізі онлайн-партнерства. Але, оскільки, наразі формат заходу невідомий, на даному етапі ми не можемо надати деталі по онлайн взаємодії / партнерству з даним заходом у Франції. Якщо це буде можливим, ми плануємо залучити представників виставки провести для фіналістів проєкту семінар по виходу на міжнародні ринки та підготовці до участі в "Who's Next" наступного року. Якщо проведення даного семінару буде можливим, то використовуватиметься ZOOM. Ці сесії будуть записані та розміщені у вільному доступі до широкого загалу на сайті NFZ (https://newfashion.zone/), на сайті проєкту та на освітній платформі NFZ (https://nfz-s-school.thinkific.com/).

Як ваш проект доповнює культурно-мистецький процес останнього десятиліття в обраному секторі?
Культурно-мистецька цінність отриманих результатів:

Голова оргкомітету
Порядіна - Головчак Ю.П.

«NEW FASHION ZONE»
Ідентифікаційний код 41558
м. Київ

- Відкриття світу і Україні нових імен в сфері українського fashion-дизайну. Молоді дизайнери та бренди, які проходять активний, але складний період свого становлення в фешн-просторі України, отримають необхідну суспільну увагу і підтримку.
- Розвиток модної галузі в Україні, зміцнення її потенціалу як перспективної креативної індустрії в Україні. Демонструючи бажання і вміння створювати нове, власний талант і професіоналізм, молоді українські дизайнери створюють майбутнє не тільки для своїх брендів, але й галузі в цілому.
- Розвиток національної культури за допомогою просування української моди. Заохочуючи представлення нових колекцій, промоцію нових fashion-проектів, інноваційні формати зміцнення спроможності молодих українських fashion-дизайнерів, взаємодіючи з рітейлерами, що продаватимуть українські fashion-бренди за кордоном, - запропонований проект виступає необхідним і закономірним кроком у розвитку модної галузі в Україні.
- Створення позитивного іміджу України на міжнародній арені. Багато хто в світі звик думати про культуру України як про мову, національний одяг (ті самі шаровари та буси на шиї) і щедрість душі. Але в сучасному світі культура – це дещо набагато більше. Це, в тому числі, наш культурний код та цінності, що транслюються через fashion. Завдяки проекту перспективні українські модні дизайнери стануть впізнаваними, а Україна все частіше почне з'являтися в маршрутах міжнародних торгових агентів.
- Забезпечення якості колекцій молодих українських дизайнерів як культурних проектів, які можуть бути експортовані на зовнішній ринок.
- Запропонований проект сприятиме кращому розумінню і гідному ставленню до України та створенню можливості для взаємодії українців зі світом. Його задача – це креативне представлення України у світі засобами культури – а саме моди і культурної дипломатії.

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

Ми очікуємо такий вплив проекту на цільові аудиторії, середовище, актуальну проблему в перспективі 3-5 років:

- організації, що займаються розвитком українського fashion та легкої промисловості (в тому числі, business support organizations, ТТР, Офіс з просування експорту тощо), активно користуються механікою організації міжнародних онлайн-презентацій колекцій у реальному часі;
- відпрацьована схема залучення українських дизайнерів до участі у міжнародних онлайн-показах розвинулася у інструмент, що може

Голова організації
Горлєєнко Ю.П.

Попередньо до презентації опрацьовано близько 250 міжнародних байєрів та агентів; Надіслано 100 комерційних пропозицій та запрошень; Надіслано 100 wow-боксів з українською айдентикою та матеріалами майбутніх колекцій; Організовано по 2 цільові B2B зустрічі для кожного учасника онлайн-презентації; створено індивідуальний план по роботі з байєрами та потенційними партнерами для кожного фіналіста (всього 6 планів)

Ціль

Забезпечити належну промоцію та висвітлення проекту шляхом реалізації плану заходів комунікаційної стратегії.

Індикатори досягнення цілі

Шляхом конкурсу залучено близько 300 дизайнерів та брендів, з числа яких обрано 6 учасників для участі в міжнародній онлайн-презентації колекцій; загальне медіа-охоплення проекту в Україні склало 500 000 осіб; встановлено контакти з потенційними замовниками українських колекцій з СНД та Європи.

Основна мета проекту

Проблема, яку вирішує проект:

Корона-криза запустила зміни, які будуть не тимчасовими, а істотно змінять обличчя та механіку fashion-індустрії вже в найближчі роки. В сьогоднішніх умовах не тільки байєри, а й відомі міжнародні модні бренди знаходяться у пошуку fashion-продуктів, які зможуть стати ефективною та затребуваною відповіддю на кризу, спричинену пандемією. Якщо раніше Україна дивилися на європейські тренди і намагалася їх наслідувати, то сьогодні все навпаки: Європа, як уособлення застарілої парадигми fashion-мислення, потребує свіжих ідей ззовні. В цих умовах, в креативних українських дизайнерів, які мають нестандартне, недогматичне fashion-мислення, є можливість зарекомендувати Україну як джерело fresh fashion і "постачальника" fashion-інновацій в Європу на прийдешні роки.

Мета проекту:

привернути увагу європейських торгових агентів, ЗМІ, аналітиків моди, модних домів до креативних українських дизайнерів та fashion-брендів, які можуть запропонувати цікаві модні продукти для пост-пандемічного світу fashion, шляхом організації міжнародної онлайн-презентації відібраних колекцій під час Фіналу Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів одягу "New Fashion Zone" 2020.

Голова ... Горобець Ю.П.

Громадська організація "Громадська спілка "NEW FASHION ZONE" Ідентифікаційний код 42021562 Україна, м. Київ

здійснюватися на засадах самоокупності (без фінансової підтримки держави) за рахунок збільшення кількості та сум укладених експортних контактів завдяки зростанню впізнаваності українських дизайнерів та брендів за кордоном;
- українські дизайнери мають стабільний вихід на європейські ринки модної індустрії;
- Україна з'явилася на fashion-радарах: започатковано міжнародні байєрс-тури в Україну.

Сталість проекту полягатиме в наступному:
- Участь українських дизайнерів в онлайн-презентаціях колекцій буде ставати з кожним роком все більш масовою за рахунок напрацювання відповідного досвіду та його обміну серед гравців українського та європейського fashion-ринків.
- Проект сприятиме приверненню уваги до України як джерела fresh fashion продуктів та fashion інновацій для пост-пандемічного світу моди, що забезпечуватиме більш глибоку експансію українського fashion на міжнародні ринки.
- У середньостроковій перспективі реалізація проекту сприятиме побудові цифрової екосистеми розвитку fashion-дизайну, і як наслідок - розвитку експортного цифрового маркетингу українських дизайнерів та fashion-брендів та успіху українських дизайнерських продуктів за межами України.
- Онлайн-ресурси проєкту (сторінки в Instagram та Facebook, а також створений лендінг) будуть наповнюватися контентом і після завершення проєкту. Вони стануть платформою для просування українського fresh fashion на світові ринки. Ці сторінки стануть регулярним транслятором нового фрешу та трендів від українських дизайнерів: кожного сезону колекції українських дизайнерів будуть висвітлювати, як саме саме українські дизайнери відчувають зміни у ринку fashion, та їх пропозиції споживачам, враховуючи регулярні зміни в модній індустрії.
- В результаті проекту буде розроблено алгоритми онлайн-промоції українського fashion-дизайну та здійснення консультаційно-організаційної допомоги у налагодженні експортних перспектив для виробників дизайнерських fashion-продуктів українського походження. Це дозволить в подальшому вдало реалізовувати подібні проекти та масштабувати гарну практику.
- Започаткована традиція щорічної міжнародної онлайн-презентації інноваційних fashion-продуктів від українських дизайнерів.

Цілі проекту

Голова організації
Порєдіна-Павлюк Р.П.

ГЕОМАЛЕНА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШІН ЗОНА» NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна, м. Київ

Здійснити організаційну підготовку до міжнародної онлайн-презентації колекцій українських дизайнерів та забезпечити її безпосереднє проведення

Завдання 1
Сформувати програму міжнародної онлайн-презентації колекцій українських дизайнерів

Завдання 2
Забезпечити логістичну, технічну й організаційну готовність до проведення міжнародної онлайн-презентації колекцій українських дизайнерів

Індикатори досягнення цілі
Сплановано логістику та доставку необхідного обладнання до місця проведення онлайн-презентації, сплановано монтаж подіумних та декоративних конструкцій для проведення онлайн-показів тощо; розроблено план показів; розроблено план відео-трансляції наживо українською та англійською мовами; розроблено механіку підключення українських та міжнародних глядачів у режимі реального часу; здійснена фінальна репетиція онлайн-трансляції показу колекцій для мінімізації організаційних і технічних проблем безпосередньо протягом трансляції; Проведено 6 показів та перформансів відповідно до розробленої адженди онлайн-презентації; близько 2000-3000 осіб взяли участь у якості глядачів відео-презентації (через Zoom); близько 3000 осіб подивилися пряму трансляцію показів у соціальних мережах (Facebook & YouTube)

Ціль
Здійснити пост-презентаційний супровід дизайнерів-фіналістів та підвести підсумки проєкту

Завдання 1
Провести перемовини з байєрами та потенційними партнерами, що висловили попередню зацікавленість

Завдання 2
Розробити для кожного дизайнера-фіналіста індивідуальний план подальшої роботи з байєрами та агентами

Індикатори досягнення цілі

Гоголь Ірина
Порядна Тетяна

Це буде досягнуто за рахунок:
- попереднього відбору 6 найбільш цікавих та спроможних українських дизайнерів та fashion-брендів шляхом організації відкритого онлайн-конкурсу;
- застосування міжнародного досвіду підготовки фіналістів-дизайнерів до онлайн-показу колекцій шляхом впровадження міжнародної Менторської програми та індивідуальних консультацій;
- інтенсивної попередньої онлайн-роботи з міжнародними байєрами, ЗМІ, аналітиками моди напередодні, під час та після онлайн-презентації колекцій;
- пост-презентаційного консультаційного супроводу українських дизайнерів-фіналістів щодо подальшої розбудови ділових контактів із міжнародними байєрами.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Пряма цільова аудиторія: молоді дизайнери та бренди-новачки, а також вже сталі бренди та дизайнери.
Ми додали вже сталі бренди та дизайнерів до цільової аудиторії, оскільки: 1) вони нарівні з молодими брендами зазнають труднощів в умовах кризи; 2) вони також можуть запропонувати цікаві інноваційні fashion-продукти для нового пост-пандемічного світу моди; 3) участь сталих дизайнерів дозволить збільшити медійне охоплення проєкту та привернути більше міжнародної уваги до проєкту.

Кількісні показники: 6 дизайнерів та брендів, що будуть обрані до представлення своїх колекцій під час онлайн-презентації; загальне охоплення на етапі конкурсу - 300.
Якісні показники:
- молоді дизайнери та бренди: талановиті дизайнери та невеликі бренди, не по віку а по досвіду, які мають досвід підготовки колекцій, мають навички і практику випуску колекцій в маленьких тиражах, але ще не вийшли на великі масштаби; які розробляють колекції, які відрізняються своїми авторськими ідеями та при цьому можуть тиражуватися й чітко орієнтовані на кінцевого споживача; можуть мати свої канали просування (офлайн та онлайн), але активно на ринку працюють не більше 3-х років; потенційно мають можливість після проекту відпрацьовувати замовлення та підтримувати відносини з іноземними клієнтами.
- вже сталі бренди і дизайнери: відомі не тільки в Україні, а й за кордоном; мають можливість після проекту відпрацьовувати замовлення та підтримувати відносини з іноземними клієнтами, зацікавлені у створенні

Посада організації
Ю.П. Травчак

Ціль

Провести онлайн-Конкурс для відбору 6 дизайнерів-фіналістів, що представлять свої колекції під час міжнародної онлайн-презентації

Завдання 1

Провести інформаційну кампанію, збір аплікаційних форм від дизайнерів та брендів

Завдання 2

Забезпечити прозоре онлайн-оцінювання заявок експертами та голосування широкої громадськості за фіналістів

Індикатори досягнення цілі

до складу журі входять 3 міжнародних та 2 українських експерти; на розгляд свої заявки подали щонайменше 300 дизайнерів; обрано 6 фіналістів для участі у міжнародній онлайн-презентації колекцій

Ціль

Провести онлайн-навчання (професійні консультації та менторський супровід протягом 10 тижнів) за участю менторів New Fashion Zone, експертів Офісу з просування експорту та міжнародних партнерів проєкту для 6 дизайнерів-фіналістів

Завдання 1

Організувати та провести регулярні менторські сесії з учасниками протягом 10 тижнів підготовки

Завдання 2

Забезпечити готовність колекцій до представлення на міжнародній онлайн-презентації потенційним байєрам, партнерам, аналітикам моди

Індикатори досягнення цілі

Обрані для участі у міжнародній онлайн-презентації колекцій українські дизайнери та бренди отримали по 2 години групових консультацій від кожного ментора і по 2 години індивідуальних консультацій для кожного фіналіста від кожного з 3 менторів (всього: 6 годин групових консультацій + 36 годин індивідуальних консультацій = 42 години) щодо підготовки колекції та налагодження B2B-зв'язків з байєрами; до презентації підготовлено 6 колекцій

Ціль

Голова оргкомітету
Порядковий номер 10.51

Громадська організація «Нью Фешн Зоне» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна, м. Київ

fresh fashion продуктів як відповіді на корона-кризу.

Сегмент: жіночий, чоловічий одяг, аксесуари, одяг для тварин.
Географічне охоплення: вся територія України.

Потреби цільової аудиторії: якісно підготувати колекції з урахуванням світового запиту на пост-пандемічні fresh fashion продукти, отримати менторську підтримку від міжнародних практиків, взяти участь в першій в Україні міжнародній онлайн-презентації колекцій, отримати зворотній зв'язок від цільових покупців (байєрів), отримати міжнародний контракт (продажі).

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

Ми виділили 3 групи непрямої аудиторії проекту:

1) Дизайнери та бренди, які візьмуть участь у Кастингу, але не пройдуть до участі у проєкті (в онлайн-презентації колекцій).
Кількісні показники: близько 300 осіб.
Якісні показники:
- молоді дизайнери та бренди: талановиті дизайнери та невеликі бренди, не по віку а по досвіду, які мають досвід підготовки колекцій, мають навички і практику випуску колекцій в маленьких тиражах, але ще не вийшли на великі масштаби; які розробляють колекції, які відрізняються своїми авторськими ідеями та при цьому можуть тиражуватися й чітко орієнтовані на кінцевого споживача; можуть мати свої канали просування (офлайн та онлайн), але активно на ринку працюють не більше 3-х років; потенційно мають можливість після проекту відпрацьовувати замовлення та підтримувати відносини з іноземними клієнтами.
- вже сталі бренди і дизайнери: відомі не тільки в Україні, а й за кордоном; мають можливість після проекту відпрацьовувати замовлення та підтримувати відносини з іноземними клієнтами; зацікавлені у створенні fresh fashion продуктів як відповіді на корона-кризу.

Сегмент: жіночий, чоловічий одяг, аксесуари, одяг для тварин.
Географічне охоплення: вся територія України.

Потреби аудиторії: отримання зворотного зв'язку від експертів та цільової аудиторії;
потреба в отриманні навичок онлайн-презентації своїх колекцій на широку аудиторію; потреба в отриманні досвіду роботи з експертам та стилістами,

Голова організації
Порошина Ю.П.

знайомства з фешн-сферою, отримання медіа-виходів, досвіду створення / представлення власної колекції у напрямку fresh fashion.

2) Представники великих брендів, фабрик та виробників.
Кількісні показники: близько 30 представників.
Якісні показники: великі бренди, фабрики, виробники - підприємства легкої промисловості, які активно працюють на ринку більше 3-х років, виробляють одяг під власним брендом. Мають свої онлайн та офлайн канали, мають штат працівників більше 10 чоловік. Випускають колекції (або модельний ряд) кожного сезону. Можуть бути орієнтовані як на ринок України, так і на міжнародний. Можуть мати власні виробничі потужності, або виробляти у партнерів.
Групи товарів: жіночий, чоловічий, дитячий одяг, одяг для тварин, аксесуари.
Зацікавленість: обрати для свого підприємства / компанії цікаві моделі і колекції, які будуть випускатись в колаборації з дизайнером. Або обрати дизайнера для партнерства зі своєю компанією, розробка капсульних колекцій.
Потреби аудиторії: пошук дизайнера у штат або на фрі-ланс.

3) Українське fashion-community.
Кількісні показники: близько 400 осіб;
Якісні показники:
1. Представники ритейлу: баєри (агенти, дистриб'ютори, власники дизайнерських бутіків, баєри бутиків).
Зацікавленість: пошук нових імен, новинкок і ексклюзивних колекцій, нових постачальників для шоу-румів; представлення нових колекцій одягу для широкого та вузького сегменту споживачів, підтримка українських брендів.
2. Ательє індивідуального пошиву.
Зацікавленість: пошук дизайнерів для колаборацій, для партнерства, пошук нових клієнтів (для відшиву колекцій).
3. Профільні ВНЗ, курси, школи.
Зацікавленість: нові талановиті студенти.
4. Представники регіональних тижнів моди.
Зацікавленість: нові імена, ексклюзивні колекції, fresh для участі в регіональних показах та тижнях моди.
5. Стилісти.
Зацікавленість: розширення лояльної клієнтської бази серед дизайнерів, пошук нових імен для створення образів, ексклюзивних та оригінальних речей як для своїх клієнтів, так і для формування луків для журналів. PR-майданчик.

Голова оргкомітету
Горелова-Гнєвчек Ю.П.

6. Експерти моди.
Зацікавленість: розширення аудиторії для своїх компаній, закладів освіти.
7. Селебрітіз, Зірки.
Зацікавленість: нові сценічні костюми.
8. Редактори видань, фешн-блогери.
Зацікавленість: новий ексклюзивний контент, нові імена.

Потреби цільової аудиторії (окрім вже зазначенгого): обмін міжнародним досвідом, методологія організації міжнародної онлайн-презентації колекцій українських дизайнерів.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?
Джерело інформації про наявність потреб: досвід компанії New Fashion Zone на ринку і робота з цільовою аудиторією протягом 5 років; проведені за останні 2 роки 5 великих заходів з крупними представниками фешн-сектору (виробники, фабрики, бренди); участь представників New Fashion Zone в якості спікерів або учасників основних профільних конференцій, семінарів, навчань, участь у міжнародних подіях, торговельних місіях та виступах.

У який спосіб кінцеві результати проекту будуть задовольняти (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної(-их) аудиторій?
Проект задовольняє культурні потреби та інтереси прямої цільової аудиторії у наступний спосіб: підготовка до міжнародної онлайн-презентації колекцій за рахунок залучення міжнародних менторів і, як наслідок, отримання міжнародного досвіду та практики просування своїх колекцій у цифрових форматах; участь у міжнародному онлайн-заході, що дозволить презентувати колекції великій кількості цільових байєрів та агентів (навіть більшій, ніж передбачалося спочатку - в рамках офлайн виставки).

Проект задовольняє культурні потреби та інтереси непрямої цільової аудиторії у наступний спосіб:
1) Дизайнери та бренди, які візьмуть участь у конкурсі, але не пройдуть до участі у проекті - отримають фід-бек від експертів і глядачів, таким чином, будуть спроможними внести продуктивні зміни у свій розвиток; отримають можливість познайомитися з представниками великих брендів, фабрик та виробників та домовитися про співпрацю.

2) Представники великих брендів, фабрик та виробників - зможуть підібрати дизайнерів для своїх креативних відділів.

3) Українське fashion-community - нетворкінг, контент, обмін досвідом;

Голова Громадської організації
Порядна Павлюк Ю.П.

залученість до першої в Україні міжнародної онлайн-презентації колекції українських дизайнерів.

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) New Fashion Zone.
Роль: Заявник.
Функція в проекті: управління проектом.
Що отримає від реалізації проекту: отримано досвід організації міжнародної онлайн-презентації колекцій українських fashion-брендів та дизайнерів; напрацьовано методологію інформаційного та консультаційного супроводу українських дизайнерів та брендів в ході підготовки та під час участі міжнародній онлайн-презентації; напрацьовано нові зв'язки з байєрами для подальшого просування продукції українських дизайнерів та брендів на міжнародних ринках; розширено експертизу щодо сучасних трендів взаємодії з торговими агентами.

2) Офіс з просування експорту України.
Роль: Підтримка проекту.
Функція в проекті: надання консультацій щодо виходу на міжнародні ринки в рамках менторської програми для відібраних дизайнерів-фіналістів.
Що отримає від реалізації проекту: підтримка експортно-орієнтованих українських компаній легкої промисловості, як результат - українські fashion-бренди та дизайнери відомі за кордоном; українські дизайнери мають вихід на міжнародні ринки модної індустрії; збільшено кількість іноземних споживачів українського культурного продукту в сфері моди; популяризовано молоді українські fashion-компанії і бренди на цільових ринках та прискорено процес продажів; українські модні дизайнери знайшли нових замовників, вивели на міжнародний ринок свою продукцію, отримали відгук потенційних покупців; присутність українських fashion-брендів та дизайнерів у міжнародному інформаційному полі збільшено.

3) Монтальбано Консей Сарл (Франція).
Роль: Партнер проекту.
Функція в проекті: надання консультацій щодо виходу на міжнародні ринки в рамках менторської програми для відібраних дизайнерів з України; надання підтримки при роботі з європейськими байєрами (організація онлайн-зустрічей, розсилка wow-боксів).
Що отримає від реалізації проекту: підтримка перспективних дизайнерів з України, які можуть стати затребуваними серед міжнародних агентів; обмін

Голова організації
Порядіна-Гнатюк Ю.П.

досвідом з українськими спеціалістами (NFZ).

4) Український культурний фонд.
Роль: Донор проекту.
Функція в проекті: надання фінансової підтримки; участь представників УКФ у публічних заходах в рамках проекту (за бажанням); перевірка звітності за проектом.
Що отримає від реалізації проекту: промоція українського fashion-сектору за кордоном; позиціонування українського fashion як такого, що за оригінальністю моделей сильно виграє у порівнянні з західним популярними марками в умовах пост-пандемії (а саме: в результаті проекту на Українських дизайнерів дивитимуться як на трендсетерів і new name, підкреслюючи дизайнерську унікальність і сміливість без кордонів); формування visibility перспективних українських дизайнерів та брендів серед міжнародних байєрів та близько 500 акредитованих журналістів та fashion-блогерів; численні згадки про УКФ у міжнародних та вітчизняних ЗМІ.

5) Українські дизайнери-учасники онлайн-презентації колекцій
Роль: Бенефіціари проекту.
Функція в проекті: брати вмотивовану участь у всіх запланованих активностях в рамках проекту.
Що отримають від реалізації проекту: створять колекції для представлення під час міжнародної онлайн-презентації в рамках Фіналу Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів одягу "New Fashion Zone" 2020; отримають вихід на європейський та світові ринки; пройдуть навчання в рамках менторської програми для фіналістів та отримають індивідуальні консультації від міжнародних менторів стосовно своїх колекцій; розвинуть мережу контактів у міжнародному fashion-середовищі; отримають можливість укласти контракти з байєрами чи потенційними партнерами; зорієнтуються у тенденціях галузі та отримають зворотний зв'язок від покупців.

6) Українське fashion-community (у широкому смислі).
Роль: Непрямі бенефіціари проекту.
Функція в проекті: спостерігати за активностями в рамках проекту; долучатися до активностей в рамках проекту (за бажанням); розповсюджувати інформацію про проект (за бажанням).
Що отримають від реалізації проекту: популяризація українських fashion-брендів та дизайнерів як таких, що є конкурентоспроможними на міжнародних ринках та можуть запропонувати цікаві fresh fashion продукти

Голова організації
Ворадійка - Главник

для пост-пандемічного світу моди; висвітлення перебігу конкурсу українських дизайнерів (ознайомлення з новими компаніями, трендами українського fashion-сектору тощо), інфо-приводи для споживачів контенту, пов'язаного з fashion і life-style.

7) Регіональні кластери легкої промисловості, регіональні ТПП, профільні навчальні заклади.
Роль: Агенти поширення інформації про проект, зацікавлені сторони.
Функція в проекті: спостерігати за активностями в рамках проекту; долучатися до активностей в рамках проекту (за бажанням); розповсюджувати інформацію про проект (за бажанням).
Що отримають від реалізації проекту: популяризація українських fashion-брендів та дизайнерів; представлення та ознайомлення з новими гравцями модної індустрії, трендами українського fashion-сектору тощо, інфо-приводи для споживачів контенту, пов'язаного з легкою промисловістю; дієвий механізм виходу на міжнародний ринок з мінімальною кількістю вкладених ресурсів (міжнародна онлайн-презентація).

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.
Суспільна (соціальна) цінність отриманих результатів є невід'ємною частиною результатів реалізації проекту, а саме:
- Забезпечення рівного доступу до можливостей самореалізації у культурному секторі. А саме: до участі в проекті запрошуються як молоді fashion-дизайнери, при чому "молодий" означає наявність мінімального досвіду у модному секторі, так і вже сталих дизайнерів та бренди. Проект жодним чином не дискримінує аплікантів на конкурс за ознакою віку, статі, місця проживання, релігійних, політичних тощо переконань. До уваги братиметься тільки мистецька цінність запропонованих колекцій та суміжні критерії. Таким чином, талановиті дизайнери отримають необхідні інструменти підтримки, щоб стати в ряд з європейськими брендами.
- Промоція екологічно- і соціально-відповідального fashion-дизайну. На міжнародних виставках модні колекції в категорії "Sustainable Fashion" набирають все більшої уваги, а у період після пандемії набуватимуть ще більшої популярності. Тож ми плануємо, що українські учасники зможуть запропонувати якісні цікаві проекти, які дозволять позиціонувати український fashion не тільки як такий, що вирізняється особливою естетикою, але й в тому числі як такий, що здатен формувати порядок денний відповідального споживання в модній індустрії.

Зазначте якісні та кількісні показники короткострокових результатів проекту відповідно до описаних вище цілей та завдань (не менше двох

Голова організації
Порядіна-Плевак Ю.П.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕЙШН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42[illegible] Україна, м. Київ

показників для кожного завдання).

Ключові показники результативності проекту будемо відстежувати через проміжні та фінальні індикатори досягнення цілей проекту.

Проміжні індикатори досягнення цілей проекту:

- Шляхом конкурсу залучено близько 300 дизайнерів та брендів, з числа яких обрано 6 учасників для участі в міжнародній онлайн-презентації колекцій;
- Обрані для участі у міжнародній онлайн-презентації колекцій українські дизайнери та бренди отримали по 2 години групових консультацій від кожного ментора і по 2 години індивідуальних консультацій для кожного фіналіста від кожного з 3 менторів (всього: 6 годин групових консультацій + 36 годин індивідуальних консультацій = 42 години) щодо підготовки колекції та налагодження B2B-зв'язків з байєрами;
- Попередньо до презентації опрацьовано близько 250 міжнародних байєрів та агентів;
- Надіслано 100 комерційних пропозицій та запрошень;
- Надіслано 100 wow-боксів з українською айдентикою та матеріалами майбутніх колекцій;
- Організовано по 2 цільові B2B зустрічі для кожного учасника онлайн-презентації;
- Близько 2000 - 3000 осіб виступили глядачами міжнародної онлайн-презентації відібраних колекцій під час Zoom-відео-конференції в рамках Фіналу Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів одягу "New Fashion Zone" 2020; крім того, щонайменше 3000 осіб подивилися подію через трансляції у соціальних мережах (Facebook та YouTube);
- Організовано 6 показів під час міжнародної онлайн-презентації відібраних колекцій в рамках Фіналу Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів одягу "New Fashion Zone" 2020.

Фінальні індикатори досягнення цілей проекту:

- Встановлені контакти з потенційними замовниками зі щонайменше 5 країн, серед яких Франція, Німеччина і країни СНД.
- 100 байєрів, потенційних партнерів, зацікавлених в контенті організацій, що виявили інтерес до міжнародної онлайн-презентації колекцій українських дизайнерів;
- Загальне медіа-охоплення проекту в Україні склало 500 000 осіб.

Нижче надаємо якісні та кількісні показники короткострокових результатів проекту відповідно до цілей проекту:

Голова організації
Ворвуліна-Гревнак

1) Ціль 1: Провести онлайн-Конкурс для відбору 6 дизайнерів-фіналістів, що представлять свої колекції під час міжнародної онлайн-презентації.
Кількісні показники результату: близько 300 конкурсантів залучено до участі у конкурсі; залучено 3 членів міжнародного конкурсного журі та українські експерти; обрано 6 фіналістів.
Якісні показники результату: до участі у проєкті обрано в тому числі нестоличні бренди / дизайнерів; до участі у проєкті обрано дизайнерів / бренди, які представляють категорії fashion, що відповідають контексту (пост-пандемічний світ моди).
Вплив на цільові аудиторії, середовище, актуальну проблему: привернуто суспільну увагу та увагу стейкхолдерів до важливості представлення на міжнародній арені саме українських дизайнерів з їх свіжими креативним ідеями;
ті конкурсанти, які не пройшли відбір, отримали професійні консультації оцінки від експертів стосовно своїх пропозицій;
великі виробники сфери легкої промисловості та бренди отримали можливість познайомитися з талановитими дизайнерами та запросити їх у свої креативні команди;
відібрані до участі у проєкті дизайнери отримали можливість взяти участь у міжнародній менторській програмі в рамках підготовки до виставки.

2) Ціль 2: Провести онлайн-навчання (професійні консультації та менторський супровід протягом 10 тижнів) за участю менторів New Fashion Zone, експертів Офісу з просування експорту та міжнародних партнерів проєкту для 6 дизайнерів-фіналістів.
Кількісні показники результату: 6 дизайнерів та/або брендів взяли участь у менторський програмі; обрані дизайнери та бренди отримали 42 години менторських і експертних консультацій.
Якісні показники результату: до складу менторів увійшли представники не тільки України, але й Франції; обрані дизайнери / бренди отримали знання щодо підготовки колекції та налагодження B2B-зв'язків з міжнародними байєрами та партнерами.
Вплив на цільові аудиторії, середовище, актуальну проблему: обрані фіналісти підвищили свою впевненість та організаційну спроможність достойно представити відповідь Української моди на ті зміни, що відбуваються в сфері фешн у зв'язку з корона-кризою;
вперше в Україні реалізовано міжнародну менторську програму підготовки fashion-дизайнерів до участі у міжнародній онлайн-презентації колекцій.

3) Ціль 3: Здійснити організаційну підготовку до міжнародної онлайн-презентації колекцій українських дизайнерів та забезпечити її

Голова організації
Порєйка - Гривнак

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код Україна, м.

безпосереднє проведення.
Кількісні показники результату: підготовлено 6 колекцій до представлення під час міжнародної онлайн-презентації;
попередньо до виставки опрацьовано близько 250 міжнародних байєрів та агентів; надіслано 150 комерційних пропозицій та запрошень; близько 2000-3000 осіб взяли участь у якості глядачів міжнародної онлайн-трансляції колекцій.
Якісні показники результату: підготовлено адженду (програму) міжнародної онлайн-презентації колекцій, що включатиме покази, відео-презентації колекцій, перформанси;
розроблено wow-стратегію просування івенту міжнародним байєрам та потенційним партнерам (в тому числі wow-бокси з українською айдентикою).
Вплив на цільові аудиторії, середовище, актуальну проблему: фіналісти отримають вихід на європейських байєрів, фешн-ЗМІ, аналітиків моди та потенційних партнерів; фіналісти створять відео-контент для просування своїх колекцій у соціальних мережах.

4) Ціль 4: Здійснити пост-презентаційний супровід дизайнерів-фіналістів та підвести підсумки проєкту.
Кількісні показники результату: організовано по 3 цільові B2B зустрічі для кожного фіналіста;
отримано 3 попередні замовлення на колекції фіналістів, що брали участь у презентації.
Якісні показники результату: зацікавленість торгових агентів та потенційних партнерів з Європи українськими fashion-брендами і дизайнерами зросла; тональність згадок у медіа про міжнародну онлайн-презентацію українських колекцій переважно позитивна.
Вплив на цільові аудиторії, середовище, актуальну проблему: фіналісти проєкту розвинули мережу контактів у міжнародному fashion-середовищі, отримали можливість укласти перші контракти з байєрами; збільшено кількість іноземних споживачів українського культурного продукту в сфері моди; популяризовано українські fashion-продукти на цільових ринках та прискорено процес продажів; українські модні дизайнери знайшли нових замовників, вивели на міжнародний ринок свою продукцію, отримали відгук потенційних покупців.

5) Ціль 5: Забезпечити належну промоцію та висвітлення проекту шляхом реалізації плану заходів комунікаційної стратегії.
Кількісні показники результату: вперше в Україні реалізовано міжнародну онлайн-презентацію колекцій; загальне медіа-охоплення проекту в Україні

Голова організації
Порядина-Травчак Ю.Р.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 43022562 Україна, м. Київ

склало 500 000 осіб.
Якісні показники результату: встановлено контакти з потенційними замовниками українських колекцій не тільки з СНД та Франції, а й інших європейських країн; зміцнено сприйняття української моди як перспективної і свіжої складової українського і міжнародного креативного секторів.
Вплив на цільові аудиторії, середовище, актуальну проблему: здійснено популяризацію українських fashion-брендів та дизайнерів як таких, що можуть запропонувати затребувані інноваційні фешн-продукти для пост-пандемічного світу моди; презентовано та протестовано цифровий механізм виходу на міжнародний ринок з мінімальною кількістю вкладених ресурсів (онлайн-презентація колекцій).

Зазначте якісні та кількісні показники для довгострокових результатів проекту відповідно до описаних вище завдань (не менше двох показників для кожного завдання).
Кількісні показники результату у довгостроковій перспективі:
- збільшено кількість експортних контрактів українських fashion-дизайнерів;
- збільшено кількість навчань українських дизайнерів та представників fashion-ком'юніті (реалізація міжнародної менторської програми для дизайнерів щонайменше двічі на рік);
- збільшено частотність участі українських fashion-дизайнерів у подібних міжнародних онлайн-презентаціях колекцій (щонайменше двічі на рік у перші 3 роки та щосезону у наступні 5 років).

Якісні показники результату у довгостроковій перспективі:
- практику організації міжнародної онлайн-презентації колекцій масштабовано та апробовано на інших форматах fashion-заходів,
- розширено географію організацій-партнерів для здійснення програми міжнародної менторської підтримки українських дизайнерів (долучення модних бюро Італії, Великобританії, США, Близького Сходу, тощо).

Вплив проекту на цільові аудиторії, середовище, актуальну проблему у перспективі кількох років:
- організації, що займаються розвитком українського fashion та легкої промисловості (в тому числі, business support organizations, ТТР, Офіс з просування експорту тощо), активно користуються механікою організації міжнародних онлайн-презентацій колекцій у реальному часі;
- відпрацьована схема залучення українських дизайнерів до участі у міжнародних онлайн-показах розвинулася у інструмент, що може

Голова організації
Горбуліна - Гнилюк Н.В.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШІН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 4[illegible]62 Україна, м. Київ

здійснюватися на засадах самоокупності (без фінансової підтримки держави) за рахунок збільшення кількості та сум укладених експортних контактів завдяки зростанню впізнаваності українських дизайнерів та брендів за кордоном;

- українські дизайнери мають стабільний вихід на європейські ринки модної індустрії;
- Україна з'явилася на fashion-радарах: започатковано міжнародні байєрс-тури в Україну.

Голова організації
Порцяна-Дивчак

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

1) На етапі онлайн-конкурсу рекламна діяльність та інформаційна кампанія не генерують достатньої кількості якісних пропозицій від дизайнерів, що відповідають критеріям відбору.

Головна організаторка
Порядіна-Грицевич

Рівень серйозності: високий.
Імовірність ризику: низька.
План подолання та/або уникнення ризику. Широка та інтенсивна рекламна діяльності з використанням різних засобів масової інформації та каналів розповсюдження.

2) Після обрання дизайнерів для участі у проєкті один або частина з них відмовились від участі в складі національного стенду в силу фінансових та/або особистих причин.
Рівень серйозності: середній.
Імовірність ризику: середня.
План подолання та/або уникнення ризику: Додатково на конкурсній основі відібрати заміну тим учасникам, що відмовились (з "waiting list", сформованого за результатами онлайн-конкурсу; із залученням міжнародних експертів з журі онлайн).

3) Обрані дизайнери не встигнуть вчасно підготувати свої колекції до участі у виставці.
Рівень серйозності: високий.
Імовірність ризику: низька.
План подолання та/або уникнення ризику: Індивідуальна менторська підтримка кожного дизайнера; регулярний моніторинг гід час проекту.

4) Невелика кількість міжнародних торгових агентів заздалегідь підтвердили B2B онлайн-зустрічі з відібраними українськими дизайнерами.
Рівень серйозності: високий.
Імовірність ризику: середня.
План подолання та/або уникнення ризику: підключення маркетингу (розробка wow-стратегії та розсилка wow-боксів з українською айдентикою та зразками тканини та фурнітури з колекцій); залучення місцевих міжнародних експертів із особистими зв'язками та знаиомствами; допомога партнерів з Франції (Imex Buro) в організації онлайн-зустрічей з байєрами.

5) Ризик відхилення фактичної вартості виконаних робіт від планової вартості розхідних статей за проектом.
Рівень серйозності: середній.
Імовірність ризику: низька.
План подолання та/або уникнення ризику: Регулярний фінансовий моніторинг під час проекту.

Головне організаційне
Порядіна-Гривнак

6) Ризик неправильної оцінки тривалості робіт за проектом.
Рівень серйозності: високий.
Імовірність ризику: низька.
План подолання та/або уникнення ризику: Деталізація фаз, етапів і стадій проекту; регулярний моніторинг під час проекту у відповідності до календарного плану проекту.

7) Ризик недотримання постачальниками, підрядниками або іншими партнерами термінів виконання договірних зобов'язань щодо забезпечення процесу підготовки до виставки.
Рівень серйозності: середній.
Імовірність ризику: середня.
План подолання та/або уникнення ризику: Робота з перевіреними та надійними постачальниками / підрядниками; співпраця з партнерами на основі меморандуму про взаєморозуміння і співпрацю; регулярний моніторинг під час проекту; готовність до залучення інших постачальників / підрядників.

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

1) Креативний продукт учасників (колекції) не зацікавив міжнародний ринок і байєрів.
Рівень серйозності: середній.
Імовірність ризику: низька.
План подолання та/або уникнення ризику: залучення міжнародних експертів з профільним досвідом у якості консультантів українських дизайнерів-фіналістів; попередня робота з байєрами та агентами, що надасть змогу отримати зворотній зв'язок та внести корективи у продукт до онлайн-презентації.

2) Карантинні та обмежувальні заходи, пов'язані з поширенням COVID-19 восени 2020 р.
Рівень серйозності: високий.
Імовірність ризику: висока.
План подолання та/або уникнення ризику: Майже всі активності по проєкту переведені в онлайн-режим: зокрема, 1) скасовано участь українських дизайнерів у виставці в Парижі; 2) замість цього запропоновано провести міжнародну онлайн-презентацію колекцій у режимі реального часу. Онлайн-конкурс дизайнерів на участь у проєкті, онлайн-програма менторської підтримки дизайнерів, онлайн-спілкування з байєрами та потенційними

Голова організаційного
Порядіна-Гнилицька О.Р.

«NEW FASHION ZONE»
Ідентифікаційний

партнерами повністю виведені з офлайн та передбачають спілкування тільки в цифрових форматах. Показ колекцій, що транслюватиметься онлайн, відбуватиметься у порожньому залі без глядачів, із дотриманням вимог до соціальної дистанції, облаштуванням приміщення засобами дезинфекції та наданням учасникам засобів індивідуального захисту (масок та санитайзерів).

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

Завдання моніторингу та оцінки в рамках даного проекту "New Fashion Zone" вбачає в максимально повному та об'єктивному оцінюванні прогресу і результатів представлення молодих українських дизайнерів міжнародним торговим агентам. Оцінювання буде спрямоване на те, щоб виділити результати діяльності проекту, а також чинники, що сприяють / заважають досягненню кінцевої мети відбору, менторської підтримки та заходів з організації участі обраних дизайнерів у міжнародній виставці, що впроваджуватимуться.

Дані, отримані шляхом здійснення регулярного та ситематичного моніторингу та оцінки, будуть використовуватися для аналізу прогресу на рівні робочих процесів та їх результатів, а також, у разі необхідності, вчасного перепрограмування діяльності з метою досягнення визначених цілей. Налагоджена система проектного моніторингу та оцінки буде влаштована таким чином, щоб допомогти Керівнику проекту вчасно виявляти проблеми в реалізації заходів і своєчасно вирішувати їх.

Дані, отримані шляхом здійснення моніторингу та оцінки, будуть використовуватися для узагальнення результатів залучених до проекту дизайнерів; для визначення реального досягнення цілей (можливе опитування учасників на виході з приводу того, як участь у проекті та менторській програмі вплинула на них; збір даних про кількість укладених домовленостей тощо); для використання отриманої інформації з метою вдосконалення стратегії підтримки дизайнерів у майбутньому; для аналізу співвідношення витрат на окремі компоненти проекту та їх результатів, тобто економічної ефективності запланованих заходів та проекту в цілому; для підготовки поточних і фінального звіту для УКФ.

Планується залучити одного співробітника "New Fashion Zone", який відповідатиме за реалізацію заходів з моніторингу та оцінки. Працівник керуватиметься принципами внутрішньої організаційної етики, процедурами з моніторингу та оцінки, а також використовуватиме внутрішню реєстраційну інформаційну систему для фіксації даних за такою схемою. "внесок- процес - результат - наслідок - вплив".

На рівні внеску працівник відстежуватиме всі витрати і ресурси, які були

Голова організації
Порєрїна-Главнак

інвестовані в певні робочі процеси в рамках проекту (фінансові, трудові, часові ресурси); на рівні процесу відстежуватимуться види діяльності, що впроваджуються (показники за проведеними зустрічами, наданими консультаціями тощо). На рівні результатів працівник буде відстежувати безпосередні результати діяльності, виконаної на рівні процесу: охоплення дизайнерів запланованими навчаннями, кількість дизайнерів, які уклали експортні контракти тощо. Базовим інструментом для збору даних на цих трьох рівнях буде ведення проектного обліку. Рівні наслідків та впливу під час моніторингу та оцінки вимірюватимуться, у свою чергу, фіксацією змін на рівнях знань учасників про fashion-підприємництво та вихід на міжнародні ринки (рівень наслідків), та зміни в тенденціях зростання цікавості міжнародних торгових агентів до українських fashion-брендів і дизайнерів (рівень впливу). В Робочому плані проекту врахований часовий ресурс на моніторинг проекту (Див. "Додаток. Робочий план та терміни реалізації проекту (зі змінами)").

Інструменти внутрішнього моніторингу проекту:

1) Ціль 1 проекту: Проведести онлайн-Конкурс для відбору 6 дизайнерів-фіналістів, що представлять свої колекції під час міжнародної онлайн-презентації.
Джерела збору моніторингової інформації: заявки конкурсантів на участь у Конкурсі; протоколи оброблених експертами заявок; протоколи засідань експертного журі під час Кастингу; листи оцінювань експертами представлених учасниками образів з колекцій; обробка голосів громадян, що голосуватимуть за колекції на відкритому веб-сайті проєкту.
Графік збору моніторингової інформації: червень 2020 (раз на 2 тижні).
Відповідальна особа: Тетяна Козловська

2) Ціль 2 проекту: Провести онлайн-навчання (професійні консультації та менторський супровід протягом 10 тижнів) за участю менторів New Fashion Zone, експертів Офісу з просування експорту та міжнародних партнерів проєкту для 6 дизайнерів-фіналістів.
Джерела збору моніторингової інформації: графік індивідуальних та групових консультацій; індивідуальне поточне звітування учасників (відібраних дизайнерів) про перебіг їхньої участі у менторській програмі (раз на два тижні); звіти експертів; фото- і відео-документування процесу підготовки колекцій дизайнерами; інформація про досягнення індикаторів проекту.
Графік збору моніторингової інформації: липень - жовтень 2020 (раз на два тижні).

Голова організації
Порецька-Гревчак Ю.Р.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОНА» FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 40021562 Україна, м. Київ

Відповідальна особа: Юлія Порядіна-Гривнак.

3) Ціль 3 проекту: Здійснити організаційну підготовку до міжнародної онлайн-презентації колекцій українських дизайнерів та забезпечити її безпосереднє проведення.
Джерела збору моніторингової інформації: договори з підрядниками / постачальниками (суб контракти); складена адженда (програма) онлайн презентації; логістична документація; система бухгалтерського обліку, Угоди про співпрацю з партнерами.
Графік збору моніторингової інформації: липень - жовтень 2020 (раз на 2 тижні).
Відповідальна особа: Юлія Порядіна-Гривнак.

4) Ціль 4 проекту: Здійснити пост-презентаційний супровід дизайнерів-фіналістів та підвести підсумки проєкту.
Джерела збору моніторингової інформації: листування з торговими агентами, онлайн- зустрічі з байєрами; звітування учасників (відібраних дизайнерів); інформація про досягнення індикаторів проекту.
Графік збору моніторингової інформації: жовтень 2020 (раз на тиждень).
Відповідальна особа: Елеонора Тривіньо.

5) Ціль 5 проекту: Забезпечити належну промоцію та висвітлення проекту шляхом реалізації плану заходів комунікаційної стратегії.
Джерела збору моніторингової інформації: ЗМІ, соціальні мережі, інформація про досягнення індикаторів проекту (у відповідності до Комунікаційної стратегії).
Графік збору моніторингової інформації: червень - жовтень 2020.
Відповідальна особа: Наталія Толуб.

Які ключові повідомлення, яких спікерів буде обрано для поширення інформації про проект серед прямої(-их) цільової (-их) аудиторії (-ій), опосередкованої аудиторії, потенційних партнерів, широкої аудиторії?
У відповідності з рішенням Наглядової Ради УКФ №86 від 21.04.2020, що передбачає переведення подій та залучення учасників у онлайн або діджитальні формати через високий ризик продовження заборони проведення масових заходів в умовах карантину та поширення коронавірусної інфекції COVID-19, комунікаційна стратегія проєкту ГО "New Fashion Zone" набула змін. Ключові зміни, що були внесені до цієї стратегії:
- прибрано Завдання 4. Забезпечити висвітлення участі відібраних дизайнерів та брендів у міжнародній виставці "Who's next Paris" у зв'язку із

Голова організації
Порядіна-Гривнак Ю.П.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна, м. Київ

скасуванням офлайн участі фіналістів конкурсу дизайнерів у щорічній виставці "Who's Next - 2020" у Парижі та відповідних підготовчих організаційних заходів,
- замість цього: було проведено перемовини з івент-агенцією №1 в Україні "Ant@Hill" (Лист підтримки додано до заявки), які зголосилися на безоплатній основі розробити wow-стратегію просування міжнародної онлайн-презентації колекцій українських дизайнерів, що проходитиме в пустому залі без глядачів, але транслюватиметься наживо не тільки в Україні, а й в Європі, через сервіс Zoom (формат відео-конференцій із залученням перекладачів, які забезпечать синхронний переклад на англійську мову для міжнародних глядачів), а також транслюватиметься у соціальних мережах (Facebook та YouTube);
- решта завдань комунікаційної стратегії були адаптовані та видозмінені відповідно до потреб переформатування проєкту в онлайн;
- до цільових аудиторій окрім молодих дизайнерів та брендів були додані вже сталі українські дизайнери та бренди, оскільки їх участь дозволить збільшити медійне охоплення проєкту та привернути більше міжнародної уваги до проєкту;
- презентація колекцій буде проходити в рамках Фіналу Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів одягу New Fashion Zone. Це дасть можливість залучення більш широкої міжнародної уваги, оскільки з моменту подачі заявки до Фіналу конкурсу приєдналися нові партнери: Frankfurt Style Award (Німеччина) та ZIPhouse Design and Technology Excellence Center (Молдова), а також інші міжнародні партнери (відповідні Меморандуми по співпрацю додані до заявки).

Мета комунікаційної стратегії - представити "відповідь" талановитих креативних українських дизайнерів та брендів на кризу світу моди, спричинену COVID-19, та популяризувати їх в Україні та закордоном шляхом проведення відкритого онлайн-конкурсу та участі відібраних фіналістів у міжнародній онлайн-презентації своїх колекцій.

Концептуальні меседжі комунікаційної стратегії:
- Українські дизайнери – це вільний (від стереотипів) погляд на зміни у fashion та креативна відповідь кризі. Український креатив – сміливий, енергійний, інший. Українські дизайнери - це свіжий погляд на традиційний модний бізнес.
- Нові тренди моди або що носити в пост-кризові та між-кризові періоди (тренди, які, скоріше за все, будуть показані в проєкті: екологія (за день погода може змінитись на 17 градусів, але українська мода знає відповідь), зручний одяг для самоізоляції; спорт-кежуал – як заміна ділового стилю –

Голова організації
Порядна-Гривнак Ю.Р.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОНА» NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021552 Україна

зручний низ і класний верх для конференцій онлайн; нові матеріали тощо).
- Зміна глобальної парадигми fashion-сектору. тепер світова спільнота шукає нові ідеї у країнах, що розвиваються. Війна, економічні та політичні зміни – передумови швидкої реакції України на зміни. Тому саме Україна – це місце на мапі, де слід шукати свіжі ідеї. Зміни – це є квінтесенція креативного коду українських креаторів, оскільки вони частина нашого життя.
- Додайте Україну у свій календар fashion-подій. Ми інноваційні. Ми будемо з вами онлайн. Щоб відвідати нас, достатньо працюючого інтернету і години в вашому графіку.
- Українські дизайнери дадуть відповідь на виклики часу у показі "The Response of Fashion: 6 ідей та їх комбінації для майбутнього індустрії".

Завдання комунікаційної стратегії:
Завдання 1. Забезпечити інформування широкої громадськості про початок проєкту;
Завдання 2. Забезпечити висвітлення онлайн-Конкурсу для відбору 6 дизайнерів-фіналістів, що представлять свої колекції під час міжнародної онлайн-презентації;
Завдання 3. Забезпечити ефективну діяльність по міжнародному просуванню колекцій, відібраних шляхом конкурсу українських дизайнерів та брендів, перед їх безпосереднім онлайн-показом, під час та після нього;
Завдання 4. Забезпечити висвітлення міжнародної онлайн-презентації 6 колекцій українських дизайнерів в рамках Фіналу Міжнародного конкурсу молодих дизайнерів одягу New Fashion Zone;
Завдання 5. Забезпечити інформування широкої громадськості про результати міжнародної онлайн-презентації 6 колекцій українських дизайнерів та завершення проєкту.

Цільові аудиторії комунікації відповідно до вказаних завдань і Ключові месседжі відповідно до завдань та цільових аудиторій, а також детальний робочи план комунікаційної стратегії викладено у додатку до цієї заявки "Додаток. Комунікаційна стратегія New Fashion Zone в рамках проекту (зі змінами)".

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?
Методи комунікації та канали:
- Методи: зв'язки з громадськістю; реклама; PR; персональні комунікації;

Голова організації
Рарідіна-Гривнок Ю.П.

Громадська організація «Нью Фешн Зоне» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 21562 Україна, м. Київ

торгівельний маркетинг.
- Канали: соціальні мережі, ЗМІ, профільні інтернет-платформи, культурно- та суспільно-орієнтовані платформи, блоги, модні видання, сайт NFZ, email-маркетинг, дзвінки, лідери думок (influencer marketing), партнерський маркетинг, через особистий бренд експертів-менторів проекту та виконавців проекту; сарафанний маркетинг.

Комунікаційний план проекту містить комплекс взаємопов'язаних заходів, які забезпечують ефективне інформування цільових аудиторій та громадськості про старт проекту, його перебіг та результати. У плані передбачені різні канали комунікації відповідно до різних цільових аудиторій та ключових повідомлень, передбачена співпраця зі ЗМІ, заплановано вимірювані кількісні та якісні показники реалізації комунікаційного плану проекту. Детальний план див. у "Додаток. Комунікаційна стратегія New Fashion Zone в рамках проекту (зі змінами)".

Комунікація проекту відповідає принципам толерантності, підтримки розмаїття, сприяє налагодженню міжрегіонального діалогу. Комунікаційний план сприяє приверненню уваги до результатів проекту та отриманих культурних продуктів для прямих та опосередкованих аудиторій, а також сприяє підсиленню ролі fashion у креативному розвитку українського суспільства.

Див. деталі у "Додаток. Комунікаційна стратегія New Fashion Zone в рамках проекту (зі змінами)".

Відеоролики, що розміщуватимуться на платформі проєкту, учасники (апліканти) зніматимуть самостійно для участі у конкурсному відборі. Зйомка цих роликів відбувається за рахунок учасників і не передбачає відрахувань з бюджету проєкту.
Вимоги до цих відеороликів (відео-презентації ідеї колекції) аплікантів для участі у конкурсному відборі будуть наступними:
формат: mp4 або avi. розширення 1280x720;
тривалість: до 2,5 хвилин;
Вимоги до змісту (контенту) відеороликів: дизайн 2 образів; ім'я та прізвище дизайнера, а також коротке інтро про самого дизайнера; чітко продемонструвати передню та задню частини виробів, по можливості і необхідності – внутрішні частини виробу; розкриття меседжу, ідеї, концепту колекції, а також посилу до віртуальної аудиторії; демонстрація матеріалів, пояснення їх складу та обґрунтування вибору кольорів. Ролик має бути створений таким чином, щоб члени журі мали змогу оцінити колекцію, яка

Голова організації
Горлєєва-Гревнюк О.В.

має передавати посил та ідею колекції.
Якщо говорячи про відео-ролики, шановна комісія мала на увазі статтю витрат (стрічка 113 в бюджеті), то тут маються на увазі зовсім інші відео-ролики: за рахунок бюджету проєкту будуть створюватися відео-ролики для фінальної онлайн-презентації колекцій дизайнерів-фіналістів, які потім будуть розіслані байєрам, що не змогли взяти участь в онлайн-презентації.

Технічне завдання по створенню сайту проєкту додане окремим файлом. Підрядник обиратиметься на основі відкритої тендерної процедури після офіційного запуску проєкту (оголошення публікуватимуться на таких порталах, як "Турт", "Громадський простір", "Велика ідея", а також веб-сайті NFZ), тому наразі немає можливості надати інформацію про / від підрядника.

Обґрунтування доцільності створення окремого веб-ресурсу проєкту:
наразі веб-сайт NFZ не пристосований технічно та не має необхідних потужностей для розміщення всього контенту, який передбачається розміщувати на окремому веб-ресурсі;
створення окремого веб-ресурсу важливо з точки зору сталості результатів проєкту, оскільки по завершенню фінансування від УКФ веб-сайт поповнюватиметься контентом і використовуватиметься як платформа для позиціонування та просування українського фреш-fashion серед міжнародної спільноти (мова йде передусім про англомовну версію сайту);
з точки зору залучення байєрів, потенційних партнерів, аналітиків моди взяти участь у презентації колекцій українських дизайнерів наявність окремого веб-ресурсу ефективніша за розміщення інформації на сайті NFZ, оскільки сайт NFZ має багато підрозділів та іноземній професійній аудиторії, на залучення якої розрахований проєкт, буде складно розібратися в багатьох розділах сайту;
для додаткового охоплення української аудиторії на сайті NFZ буде створений розділ, який буде містити посилання з прямим переходом на сайт проєкту.

Агенція "Ant@Hill" розроблятиме тільки креативну стратегію (результатом роботи "Ant@Hill" має стати технічне завдання на наповнення wow-боксів, а також стратегія їх позиціонування та розповсюдження). Таким чином, "Ant@Hill" не бере на себе функції рекламної агенції та не виконує робіт по просуванню проєкту.
Рекламний бюджет, закладений в кошторисі проєкту, передбачений на виконання наступного: рекламне, PR та маркетингове просування проєкту

Голова організації
Порфіна-Гнилчак О.Р.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна

(в тому числі: реалізація SMM-стратегії (Фейсбук, Інстаграм - таргетована реклама та постинг відповідно до контент-плану проєкту), стріми підготовки колекцій, копірайтинг), а також популяризацію та інформування в рамках проєкту. Рекламний бюджет також включає роботу модераторів (відповіді на питання, коментарі) на каналах трансляції під час онлайн-Презентації колекцій (у Фейсбук та Youtube). Таким чином, робота "Ant@Hill" та робота підрядника (рекламної агенції) - це два різні напрямки діяльності: тому робота "Ant@Hill" не закладена в бюджет, а статті на роботу рекламної агенції (абонентське, тобто, пакетне помісячне обслуговування) - закладені в бюджет проєкту.

З приводу переліку осіб, серед яких буде розповсюджено wow-бокс. Наразі немає можливості та доцільності говорити про точний перелік цих осіб / інституцій, оскільки:
цей перелік буде формуватися в залежності від того, який сегмент фешн-індустрії (жіночий, чоловічий, дитячий одяг тощо) представлятимуть фіналісти конкурсу. В залежності від цього ми зможемо підібрати саме тих байєрів, потенційних партнерів / інституцій, яким цікавий відповідний сегмент, профілі та тематики колекцій фіналістів.
Наразі ми можемо говорити тільки про орієнтовний перелік. Серед таких мережеві та окремі шоу-руми, магазини та он-лайн площадки, які зацікавлені у оновленні асортименту та у роботі з fresh-дизайнерами (Франція, Німеччина, Італія, Канада та інші). Наприклад: Boutique Jacques, Maison de Mode, Mvg Fashion, Spree, Biondini Paris, Brand Bazar, Brooks Brothers, CARBON BUYING, CB Distribution, Centre Villestore, CheckRoom, Dear Good, Drake's, F.lli Parenti ,FAN, Farfetch, FIVE0FIVE, FLORENCE, Fresh Cotton, DESCHAMPS, Harry Rosen, IMONI Showroom Paris та ін.
Орієнтовний перелік фешн-ЗМІ, яким буде розіслано wow-бокси: Business of Fashion (BoF), Vogue, Times тощо. Ми плануємо, що байєри, яким буде надіслано бокси, представлятимуть великі міжнародні аппарел-компанії, наприклад, Kidiliz Group, Barrie, Des Petits Hauts, Duror NV, Gant, Johnston of Elgin, Boden, By Sophie Paris, Claudia Strater, Daks, Dunhill, Harry Rosen.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?
Перелік порталів, з якими узгоджено безкоштовне розміщення матеріалів: VTrendi (https://www.vtrendi.com.ua/); Tut-ua (http://www.tut-ua.com/); WOWNOW.how; Gossip, DEFILE, PARMODE blog, O`Ukraine, Burda Style, STUDIO OF MY DREAMS, Lucky Ukraine; Fashion TV Ukraine; журнал JOY; Розміщення новини на сайті jetsetter.ua; Публікація на сайті журналу "Все для легкой промышленности".

Голова організації
Порєдіна-Грицюк

Деталі щодо опису конкретних дій, що відповідають завданням комунікаційної стратегії, із вказанням термінів виконання і показників результату Див. у "Додаток. Комунікаційна стратегія New Fashion Zone в рамках проекту (зі змінами)".

З якими лідерами думок планується співпраця?
В якості спікерів для поширення інформації про проект серед прямої цільової аудиторії, опосередкованої аудиторії, потенційних партнерів, широкої аудиторії будуть залучені:
- представники Офісу з просування експорту України;
- Хмельницький кластер легкої промисловості (Поділля);
- Львівський кластер легкої промисловості;
- Ukrainian Fashion Cluster (Харківський кластер);
- представники регіональних ТПП;
- представники та директори профільних навчальних закладів, курсів;
- Frankfurt Style Award (Німеччина) та ZIPhouse Design and Technology Excellence Center (Молдова), а також інші міжнародні партнери.

Серед лідерів думок (авторитетні представники творчої еліти, медійні особи, фешн блогери, що готові підтримати проект в інформаційному просторі), з якими планується співпраця:
- члени журі Конкурсу молодих дизайнерів NFZ, серед яких: Наталья Лук'янець, Марія Якименко (актор, блогер), стилісти;
- представники профільних навчальних закладів, серед яких Мистецький інститут художнього моделювання та дизайну ім. Сальвадора Далі, Київський університет імені Бориса Грінченка (инфлюенсер: Ліана Білякович) та ін.

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті реалізації комунікаційного плану проекту?
Кількісні показники результату:
- вперше в Україні реалізовано міжнародну онлайн-презентацію колекцій;
- загальне медіа-охоплення проекту в Україні склало 500 000 осіб

Якісні показники результату: встановлено контакти з потенційними замовниками українських колекцій не тільки з СНД та Франції, а й інших європейських країн, зміцнено сприйняття української моди як перспективної і свіжої складової українського і міжнародного креативного секторів.

Голова організації
Порядіна-Гнатишак О.Р.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОН» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42025... Україна, м. Київ

Вплив на цільові аудиторії, середовище, актуальну проблему: здійснено популяризацію українських fashion-брендів та дизайнерів як таких, що можуть запропонувати затребувані інноваційні фешн-продукти для пост-пандемічного світу моди; презентовано та протестовано цифровий механізм виходу на міжнародний ринок з мінімальною кількістю вкладених ресурсів (онлайн-презентація колекцій).

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

Вільний доступ до напрацювань та/або кінцевих результатів проекту буде забезпечений шляхом:

- зйомки та монтажу короткого фільму (до 15 хвилин) із відображенням основних етапів проекту та його напрацювань і кінцевих результатів (буде доступний на сайті NFZ, а також презентований у ЗМІ);
- створення лендінгу (веб-сайту) проєкту, який поповнюватиметься контентом щосезону і після завершення проєкту;
- створення відео і фото про колекції, створені дизайнерами-фіналістами для просування ними своїх колекцій у соціальних мережах;
- розміщення інформації, текстових, фото- і відео-звітів із поточними, проміжними та фінальними результатами і напрацюваннями проекту на сайті NFZ, у соціальних мережах (просування на регулярне поповнення контентом Інстаграм та Фейсбук-сторінок проєкту) та ЗМІ.

Заходи для публічного представлення результатів та культурних продуктів проекту відображені у файлі "Додаток. Комунікаційна стратегія New Fashion Zone в рамках проекту (зі змінами)".

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)?

Подальший розвиток та функціонування отриманих за результатами проекту продуктів:

- Вихід формату участі українських дизайнерів у міжнародних онлайн-презентаціях колекцій на самоокупність: за рахунок внесків самих учасників, оскільки база байєрів буде вже напрацьована, впізнаваність українських дизайнерів та зацікавленість в їх продуктих зросте, а також буде опрацьована відповідна методологія.
- Масштабування практики участі українських дизайнерів у міжнародних онлайн-презентаціях: такі трансляції наживо можуть організовуватись також для проведення тижнів моди, участі українських дизайнерів у

Голова організації
Порядка - Правик О.Д.

«NEW FASHION ZONE»

міжнародних конкурсах тощо.
- Крос-секторні колаборації: напрацьована методологія може бути застосована в інших галузях або з іншими групами товарів у креативних індустріях при об'єднанні учасників.

Подальша діяльність для продовження довгострокового впливу проекту:
- буде забезпечено вільний доступ до продуктів проекту онлайн (сайт NFZ, соціальні мережі, лендінг проекту) та офлайн (можливість навчання в академії NFZ тощо);
- буде забезпечено вільний доступ до інформації про проект та його результати (відповідно до Комунікаційної стратегії проекту, а також розміщення фото, відео, змістовного, фінансового та аудиторського звітів про проект у вільному доступі на сайті NFZ);
- планується організація навчання (щонайменше 2 набори на рік на менторську програму для дизайнерів) та подальше удосконалення програми міжнародної менторської підтримки українських дизайнерів як механізму поширення знань, отриманих учасниками та організаторами під час проекту.

План співпраці з УКФ, а також поширення інформації про проект через різні канали комунікації:
- Забезпечення "visibility" Фонду: запрошення представників Фонду на всі публічні онлайн-заходи в рамках проекту у якості спікерів та/або гостей; брендування всіх матеріалів, виготовлених в рамках проекту (банери, поліграфічна продукція тощо) логотипом УКФ;
- Поширення інформації у соціальних мережах із хештегом #запідтримкиУКФ;
- Складання та подання звітності. Фонд отримає фінансовий, змістовний, аудиторський звіти по проекту. Крім того, інформація про проект буде включена у річний звіт NFZ;
- Підготовка проектів на фінансування УКФ у подальшому (в рамках Лотів, що передбачають міжнародну співпрацю).

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?
На сьогоднішній день NFZ об'єднує та розвиває в рамках своєї діяльності, в рамках яких організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями:
- нова освітня платформа "New Fashion Zone Education". На цій платформі зацікавлені в експортуванні українські fashion-бренди зможуть пройти відповідне навчання від експертів NFZ;
- "Fashion Бюро" - платформа колаборації дизайнерів з брендами одягу і

Голова організації:
Горлєєва - Травицька Ю.Р.

підприємствами легкої промисловості з метою розробки дизайнерами капсульної колекції для тиражного виробництва підприємством. В рамках цього напрямку ми готові ділитися з виробниками напрацьованою методологією підготовки колекцій дизайнерів до експорту, а також створення експортних альянсів виробництв легкої промисловості;
- "New Fashion Zone Консорціум", який об'єднує гравців ринку - молодих дизайнерів, відомі бренди і виробництва, маркетологів і менеджерів індустрії. В рамках Консорціуму може бути продовжений діалог про позиціонування українського fashion за кордоном з метою закріплення впізнаваності українських дизайнерів серед міжнародних торгових агентів та збільшення продажів;
- "New Fashion Zone community" - професійна еко-система для талановитих та амбітних дизайнерів, модельєрів, брендів і представників fashion індустрії. Напрацьована в рамках проекту міжнародна програма менторської підтримки буде удосконалюватися завдяки зворотнього зв'язку від безпосередніх бенефіціарів - тобто самих молодих дизайнерів;
- ТД "Trace House", який займається збільшенням об'єму продажів членів NFZ. У співпраці з Офісом просування експорту України ми готові ділитися своїми напрацюваннями, а також адаптувати методологію підготовки українських виробників до участі у міжнародних виставкових заходах, навіть якщо вони не належать до сектору моди, а представляють суміжні креативні індустрії.

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

Як вже було згадано раніше, в рамках цього проекту планується тісна співпраця з ДУ "Офіс з просування експорту України" (Лист підтримки знаходиться у Додатках до заявки), а також розбудова партнерств з "дружніми" міжнародними конкурсами дизайнерів (за період після подачі заявки почали співпрацювати з Frankfurt Style Award (Німеччина) та ZIPhouse Design and Technology Excellence Center (Молдова)).

Вказані партнери залучатимуться під час Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 у рамках УКФ наступним чином:
здійснення інформаційної підтримки на етапі залучення байєрів (обидва партнери мають напрацьовану базу байєрів, серед яких буде розповсюджено інформацію про українських проєкт);
підтримка у створенні списку для розсилки wow-боксів: обидва партнери мають напрацьовану базу байєрів, представників ЗМІ, аналітиків моди тощо, які потенційно можуть цікавитися українським fashion та які можуть бути обрані командою проєкту для отримання боксу;

Голова організації
Порядіна-Привчок Ю.П.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОН» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код

інформаційна підтримка на етапі онлайн-презентації колекцій фіналістів для забезпечення ширшого міжнародного охоплення та привернення активної уваги міжнародної фахової спільноти.

Також з метою зміцнення репутаційної складової проекту, забезпечення регулярного висвітлення ключових віх проекту, приросту аудиторії, що спостерігає за перебігом проекту тощо ми намагитимемося укласти партнерство з одним із модних / суспільно-орієнтованих видань щодо інформаційної підтримки проекту й запуску ексклюзивної рубрики на час реалізації проекту. Наразі вже існують попередні домовленості з "IzumUa" щодо створення спецпроекту про український fashion.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту
1

Кількість жінок у команді проекту
5

Кількість людей віком від 17 до 34
0

Кількість людей віком від 35 до 50
6

Кількість людей віком від 51 до 60
0

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

Голова організації
Порядіна-Грабовська О.П.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕЙШЕН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна, м. Київ

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?
важко відповісти

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?
Так. 20 осіб

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?
так

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

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

Голова організації
Порядна-Главинська Н.Р.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕЙЧІ ЗОНЕ» NEW FAMILY ZONE
Ідентифікаційний код 42021652
Україна, м. Київ

Декларація доброчесності

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

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

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

ПІБ Грантоотримувача	Підпис	Дата заповнення
Порєдіна-Пташник Ю.П.		

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна, м.Київ

Фонд:

Грантоотримувач:

ГО Ньюю Фешн Зон

Документ було автоматично згенеровано у СУП УКФ, пт, 12 черв 2020 р., 13:07

Додаток № 2
до Договору про надання гранту
№ 3ІСРБЗ-6399
від "23" червня 2020 року

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Назва конкурсної програми:
Назва ЛОТ-у: Лот 6. Мода і дизайн
Назва Заявника: Громадська організація "Нью Фешн Зона"
Назва проекту: Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 - перша міжнародна онлайн-презентація колекцій українських дизайнерів

	Організація-донор	Фінансування проекту, в %%	Фінансування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1	**Український культурний фонд**	**66,52%**	**1 166 270,19**
2	**Співфінансування* :**	**33,48%**	**586 920,00**
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	33,48%	586 920.00
3	**Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)**		
	Всього		**1 753 190,19**

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

Голова організації
Порєдіна-Гнєвчак Ю.П.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОНА» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна, м. Київ

Кошторис витрат по Гранту (плановий)

Назва заявника: Громадська організація "Нью Фешн Зон"

Назва проекту: Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 - перша міжнародна онлайн-презентація колекцій українських дизайнерів

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Витрати за рахунок Співфінансування			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	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*		10,00	18 400,00	92 000,00	5,00	23 900,00	119 500,00	211 500,00	
Пункт:	а	Керівник проекту, Порядіна Юлія	місяців	5,00	9 400,00	47 000,00			-	47 000,00	проектний менеджмент. місячний розмір винагороди за рахунок гранту УКФ приведено у відповідність з СТС
Пункт:	б	Маркетолог, Сергій Чирков	місяців	5,00	9 000,00	45 000,00			-	45 000,00	створення контент-планів, контроль, впровадження меседжів, робота з каналами комунікації (он-лайн)
Пункт:	в	Ментор, Експерт-спеціаліст з налагодженняав'язків - Марія Терехова	місяців			-	5,00	23 900,00	119 500,00	119 500,00	
Стаття	1.2	*За трудовими договорами*		-	-	-	5,00	63 000,00	79 000,00	79 000,00	
Пункт:	а	Витрата за надання послуг ведучого (професійний ведучий) - проведення Презентації (показів) учасників	год			-	3,00	8 000,00	24 000,00	24 000,00	
Пункт:	б	Витрата за надання послуг режисеру заходу - Презентація учасників	заход			-	1,00	25 000,00	25 000,00	25 000,00	Презентація учасників: складання контентного плану заходу, сценарію, комунікація з технічною службою заходу на рахунок відгтовки світла, звуку, проведення репетиції, постановки
Пункт:	в	Витрата за надання послуг координатору заходу - Презентація учасників	заход			-	1,00	30 000,00	30 000,00	30 000,00	Підготовка технічного плану заходу, комунікація з усіма підрядниками і технічними службами, контроль кожної служби під час заходу, контроль монтажу та демонтажу
Стаття	1.3	*За договорами ЦПХ*		54,00	72 264,60	283 970,19	12,00	35 150,00	74 150,00	358 120,19	
Пункт:	а	Менеджер по комунікаціям, Наталя Толуб	місяців	5,00	11 000,00	55 000,00	5,00	6 000,00	30 000,00	85 000,00	
Пункт:	б	Фахівець з продажів на міжнародному ринку, Ельвіна Емірзакова	місяців	4,00	13 000,00	52 000,00	4,00	5 000,00	20 000,00	72 000,00	
Пункт:	в	Витрата за надання послуг міжнародного експерту-ментору Adrian (Париж) за участь у журі на відборі дизайнерів та брендів під час відбіркового етапу	заход	1,00	8 937,89	8 937,89	1,00	8 050,00	8 050,00	16 987,89	
Пункт:	г	Витрата за надання послуг міжнародного експерту-менторуKarmachova (Париж) за участь у журі на відборі дизайнерів та брендів під час відбіркового етапу	заход	1,00	8 937,89	8 937,89	1,00	8 050,00	8 050,00	16 987,89	
Пункт:	д	Витрата за надання послуг міжнародного експерту-ментору Ментор 3 (Париж) за участь у журі наавідборі дизайнерів та брендів під час відбіркового етапу	заход	1,00	8 937,89	8 937,89	1,00	8 050,00	8 050,00	16 987,89	
Пункт:	е	Менторська програма: Витрата за надання послуг міжнародного експерту-ментору Adrian (Париж) - 2 години консультацій групових для всіх учасників	год	2,00	3 575,16	7 150,31			-	7 150,31	
Пункт:	є	Менторська програма: Витрата за надання послуг міжнародного експерту-ментору Karmachova (Париж) - 2 години консультацій групових для всіх учасників	год	2,00	3 575,16	7 150,31			-	7 150,31	Фінансово-правові відносини з нерезидентами - договір про надання послуг з фізичною особою (нерезидентом). Утримання 19,5%. ЄСВ не стягується - нерезидент України не є застрахованою особою відповідно до законодавства України.
Пункт:	ж	Менторська програма: Витрата за надання послуг міжнародного експерту-ментору Ментор 3 (Париж) - 2 години консультацій групових для всіх учасників	год	2,00	3 575,16	7 150,31			-	7 150,31	
Пункт:	з	Індивідуальна Менторська програма: Витрата за надання послуг міжнародного експерту-ментору Adrian (Париж) - 2 години консультацій індивідуальних для кожного учасника (6 учасників)	год	12,00	3 575,16	42 901,86			-	42 901,86	
Пункт:	к	Індивідуальна Менторська програма: Витрата за надання послуг міжнародного експерту-ментору Karmachova (Париж) - 2 години консультацій індивідуальних для кожного учасника (6 учасників)	год	12,00	3 575,16	42 901,86			-	42 901,86	
Пункт:	л	Індивідуальна Менторська програма: Витрата за надання послуг міжнародного експерту-ментору Ментор 3 (Париж) - 2 години консультацій індивідуальних для кожного учасника (6 учасників)	год	12,00	3 575,16	42 901,86			-	42 901,86	
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				64,00	90 664,60	375 970,19	22,00	122 050,00	272 650,00	648 620,19	
Підрозділ	2	Соціальні внески								-	
Стаття	2.1	*Соціальні внески з оплати праці*	місяців	19,00	6 328,00	120 280,00	19,00	21 538,00	54 670,00	98 450,00	
Пункт:	а	ЄСВ. Керівник проекту, Порядіна Юлія	місяців	5,00	2 068,00	10 340,00			-	10 340,00	
Пункт:	б	ЄСВ. Маркетолог, Сергій Чирков	місяців	5,00	1 980,00	9 900,00			-	9 900,00	
Пункт:	в	ЄСВ. Ментор, Експерт-спеціаліст з налагодження зв'язків - Марія Терехова	місяців			-	5,00	5 258,00	26 290,00	26 290,00	
Пункт:	г	ЄСВ. Менеджер по комунікаціям, Наталя Толуб	місяців	5,00	2 420,00	12 100,00	5,00	1 320,00	6 600,00	18 700,00	
Пункт:	д	ЄСВ. Фахівець з продажів на міжнародному ринку, Ельвіна Емірзакова	місяців	4,00	2 860,00	11 440,00	4,00	1 100,00	4 400,00	15 840,00	
Пункт:	е	Витрата за надання послуг ведучого (професійний ведучий) - проведення Презентації (показів) учасників	год				3,00	1 760,00	5 280,00	5 280,00	
Пункт:	є	Витрата за надання послуг режисеру заходу - Презентація учасників	год				1,00	5 500,00	5 500,00	5 500,00	
Пункт:	ж	Витрата за надання послуг координатору заходу - Презентація учасників	год				1,00	6 600,00	6 600,00	6 600,00	
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				19,00	6 328,00	120 280,00	19,00	21 538,00	54 670,00	98 450,00	
Розділ:	3	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)								-	
Стаття	3.1	*Вартість проїзду (для штатних працівників)*		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття	3.2	*Вартість проживання (для штатних працівників)*		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття	3.3	*Добові (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 їх при реалізації проекту грантоотримувачем*		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття	4.2	*Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту грантоотримувачем*		-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні активи":				-	-	-	-	-	-	-	
Підрозділ	5	Витрати пов'язані з орендою								-	
Стаття	5.1	*Оренда приміщення*		1,00	170 000,00	170 000,00	-	-	-	170 000,00	

Головний організатор

Порядіна-Тканенко Ю.П.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОН» «NEW FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42023589 Україна, м. Київ

Пункт:	а	Оренда Локації Pochayna Event Hall (2000 кв.м) - для проведення Презентації колекцій учасників	доба	1,00	170 000,00	170 000,00	-	-	-	170 000,00	Розрахунок вартості Оренди Локації за рахунок гранту від УКФ: - оренда основного залу Congress Hall – 37500 грн - оренда залу Lounge Space – 12500 грн - оренда залу Gig Space під backstage – 12500 грн - оренда лабораторії (4 шт) під backstage – 5950 грн - оренда проектора (центрального) – 32500 грн - звукове обладнання – 12500 грн - світлове обладнання – 11250 грн - робота монтажників – 3000 грн - клінінг – 4000 грн - охорона – 7000 грн - монтаж/демонтаж – 31300 Локація орендується подобово Оренда локації Pochayna Event Hall (2000 кв.м) для проведення Презентації колекцій учасників проекту. Підібрана велика локація, щоб була можливість зонування та мінімізації контактів учасників (дизайнерів, моделей, стилістів). А також із урахуванням технічних можливостей (сцени, звуку, додаткових приміщень для підготовки показів дизайнерів). У вартість локації входить: сцена, звук, світло, технічні пульти, екран (стіна) У вартість локації НЕ входить: супровід додаткових спеціалістів (техніків світла), техніків з налаштунку он-лайн трансляцій, точки доступу до безперебійного інтернету, відеокамери для трансляції. Доцільність оренди приміщення строком на добу (24 години) обумовлюється наступним: - Вибрана локація відповідає вимогам з дотримання соціального дистанціювання в умовах запобігання поширенню COVID-19, а саме: її площа дозволяє вільно розмістити усіх запланованих учасників, дотримуватися соціального дистанціювання, вільно розмістити по різним залам гримерні кімнати різних дизайнерів та їх помічників, моделей, самих гримерів та стилістів. - Локація є технічно оснащеною у необхідному обсязі, що відповідає потребам проведення міжнародної онлайн-презентації колекцій (а саме: наявність великої сцени, стіни для проектора, якісного звукового обладнання). - Локація не потребує додаткового декору, що знижує проектні витрати. - Термін оренди приміщення має складати не менше, ніж 24 години, оскільки враховує час для монтажу подіумної конструкції, налаштування звукового та відео-обладнання, проведення репетицій, а також демонтажу встановленої конструкцій. - В рамках проекту Ukrainian Fresh Fashion Days 2020 за підтримки УКФ локація оплачується частково - тільки за
Стаття:	5.2	*Оренда техніки, обладнання та інструменту*		1,00	45 000,00	45 000,00	1,00	20 000,00	20 000,00	65 000,00	
Пункт:	а	Оренда Технічного обладнання для проведення Презентації колекцій учасників	шт.	1,00	45 000,00	45 000,00	1,00	20 000,00	20 000,00	65 000,00	Оренда Технічного обладнання для проведення Презентації колекцій учасників. А саме: обладнання для безперебійного доступу в інтернет (виділена лінія та WiFi точка окрема), обладнання та програмне забезпечення для трансляцій в соц мережі (пристрої захвату), 2 відеокамери для трансляції, мікрофони-петлички для ведучого та модератору, конструкції для встановлення камер для різного ракурсу, комутація, робота техніків. Витрати по складових та розрахунок вартості надані на окремій вкладці "Тех обладнання".
Стаття:	5.3	*Оренда транспорту*		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	5.4	*Оренда сценічно-постановочних засобів*		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	5.5	*Інші об'єкти оренди*		-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою":				2,00	215 000,00	215 000,00	1,00	20 000,00	20 000,00	235 000,00	
Підрозд	6	**Витрати на харчування та напої**								-	
Стаття:	6.1	*Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо*		-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 6 "Витрати на харчування та напої":				-	-	-	-	-	-	-	
Підрозд	7	**Матеріальні витрати**								-	
Стаття:	7.1	*Основні матеріали та сировина*		100,00	600,00	60 000,00	100,00	400,00	40 000,00	100 000,00	
Пункт:	а	Виготовлення WOW-box - креативних презент-запрошень	шт.	100,00	600,00	60 000,00	100,00	400,00	40 000,00	100 000,00	Виготовлення WOW-box - креативних презент-запрошень: це буде невеличкий пакуночок, куди буде входити сучасна айдентика України та креативно презентовані інсталяції зі шматочків тканин/фурнітури, які будуть використовуватися дизайнерами-фіналістами в їх колекціях. Розрахунок вартості одиниці: Деталі, які стосуються зовнішнього вигляду, пакування та наповнення WOW-box розроблятиме наш партнер "Ant@Hill" в ході проектної роботи, тому наразі розрахунок витрат на виготовлення одного боксу є орієнтовним і передбачає наступне: упаковка - 20% вартості; українська сувенірна продукція - 40% вартості; матеріали, що використовуватимуться в колекціях (зразки тканини, фурнітури тощо) - 20% вартості; інформаційна продукція англійською мовою про колекції, які будуть представлені, та проект - 20% вартості.
Стаття:	7.2	*Носії, накопичувачі*		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	7.3	*Інші матеріальні витрати*		-	-	-	-	-	-	-	
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				100,00	600,00	60 000,00	100,00	400,00	40 000,00	100 000,00	
Підрозд	8	**Поліграфічні послуги**								-	
Стаття:	8.1	*Послуги із виготовлення:*		1,00	13 000,00	13 000,00	1,00	8 000,00	8 000,00	21 000,00	
Пункт:	а	Дизайн і розробка графічного контенту проекту (статичні і динамічні заставки, картинки, віжуали, звіт)	шт.	1,00	13 000,00	13 000,00	1,00	8 000,00	8 000,00	21 000,00	Дизайн і розробка графічного контенту проекту. А саме: статичні і динамічні заставки, картинки, віжуали для свого проекту - дизайн сайту, картинки для рекламних пості, картинки для запрошень учасників, експертів, байєрів, гостей, заставки на екран для кожного учасника на Презентації, дизайн та верстка он-лайн звіту
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				1,00	13 000,00	13 000,00	1,00	8 000,00	8 000,00	21 000,00	
Підрозд	9	**Послуги з просування**								-	
Пункт:	а	Послуги агенції по рекламі та просуванню: прямі витрати на рекламу (рекламний бюджет), SMM на протязі всього проекту, ведення соц мереж, копірайтинг	місяць	5,00	22 300,00	111 500,00			-	111 500,00	Послуги агенції по рекламі та просуванню: прямі маркетингові бюджети на проект, SMM (ФБ, Інстаграм - таргетин, постинг відповідно до контент-плану проведення проекту), стріми підготовки, копірайтинг - популяризація та інформаційне сповіщення на протязі проекту. Модерація на каналах трансляції Презентації (ФБ, Youtube)– відповіді на питання, коментарі. Розрахунок вартості по складових (кількість, тривалість, вартість): Це комплексне щомісячне пакетне обслуговування проекту «під ключ», що включає в себе щомісячну SMM підтримку у Facebook, Instagram за напрямками: - комерційне просування постів, таргетинг - 45% вартості (таргетинг, постинг, стріми відповідно до контент-плану проведення проекту); - розробка щомісячного контент-плану 10% вартості; - копірайтинг - 30% вартості (популяризація та інформування протягом проекту); - обробка графічних матеріалів - 5%; - робота продакт менеджера - 10%) - модерація на каналах трансляції Презентації колекцій (ФБ, Youtube) - відповіді на питання, коментарі.
Пункт:	б	Комунікаційна стратегія: Розміщення статей, аналітичних статей, інтервю, створення репортажів, сюжетів	комплекс заходів	1,00	46 000,00	46 000,00			-	46 000,00	Розміщення: Opinion UA у розділі "Суспільство" - інтерв'ю, SPACE Magazine в рубриці "Мода" - стаття, Hromadske UA - інтерв'ю, Na Chasi - Аналітична стаття, Korydor - Аналітична стаття. Розрахунок вартості (тривалість інтерв'ю, кількість репортажів/статей/знаків у статтях, вартість за одиницю тощо): Na Chasi - Аналітична стаття - 8000 грн Розміщення статті на ресурсі, також пости з посиланням на статтю у Facebook (з бустом), Twitter та Telegram. Кількість знаків – не обмежена. SPACE Magazine в рубриці "Мода" - стаття - 2600 грн (1 розворот (текстові та фотоматеріали необмежені в рамках розвороту) jetsetter.ua - стаття або новина - 19500 грн (2000-4000 знаків та фотоматеріали) vivaua (он-лайн) - стаття - 9000 грн (Стаття до 2000 знаків, 4 фото, 4 лінки. Закріплення анонсу на слайдері рубрики в топ-5 - 3 тижні) Hromadske UA - інтерв'ю —6900 грн (інтерв'ю тривалістю до 10 хвилин (готового матеріалу)). Примітка: ресурс Opinion UA (який зазначений в комунікаційнии стратегії проекту) - закривається, тому зроблено відповідні заміни: додано ресурс jetsetter.ua та замість ресурсу Korydor додано viva.ua.
Пункт:	в	Фотограф - на протязі Презентації (покази колекцій) та обробка фотографій	год	4,00	1 400,00	5 600,00	-	-	-	5 600,00	Фотозйомка під час Презентації колекцій учасників. Обробка фотоматеріалу. Із розрахунку 4 години (бекстейдж підготовка та проведення показів)
Пункт:	г	Відеозйомка (1 оператор) - на протязі Презентації (покази колекцій)	год	4,00	2 000,00	8 000,00			-	8 000,00	Відеозйомка під час Презентації колекцій учасників - оператор з динамічною камерою. відеозйомка бекстейджу та підготовки дизайнера та відеозйомка показу - динамічна камера (окремо від загальних статичних камер камер), з камерою FullHD. Із розрахунку 4 години зйомки. Збір чорнового матеріалу для подальшого відеомонтажу та виготовлення роликів
Пункт:	д	Абонентська плата за користування сервісом Zoom: пакет Бізнес	місяць	3,00	540,00	1620,00			-	1 620,00	Використовується для: - загальна зустріч учасників з експертами-журі після відбору за результатами оцінювання - консультації з менторами та відібраними учасниками (у супроводі синхронних перекладачів) - пряма трансляція Фінальної Презентації - зустрічі з потенційними байєрами та партнерами після Презентацій Із розрахунку на 3 місяці - пакет Бізнес (20 $/міс) на 1 місяць - Бізнес розширений для Веб-конференцій (110 $/міс) Пакет дозволяє: 100 інтерактивних учасників та 10000 глядачів, пряма трансляція на Facebook Live и YouTube (за попереднім налаштуванням інтеграції), можливість окремого каналу для синхронного перекладача
Пункт:	е	Абонентська плата за користування сервісом Zoom: пакет Бізнес розширений для Веб-конференцій	місяць	1,00	3 000,00	3 000,00				3 000,00	
Всього по підрозділу 9"Послуги з просування":				18,00	75 240,00	175 720,00	-	-	-	175 720,00	
Підрозд	10	**Створення web-ресурсу**								-	
Пункт:	а	Створення web-ресурсу та його підтримка - лендінгу проекту, де будуть розміщуватись матеріали всіх учасників конкурсу, описи, відео, члени журі, оцінки. Можливість голосування за учасників, трансляції Презентації	шт	1,00	50 000,00	50 000,00	1,00	40 000,00	40 000,00	90 000,00	Створення web-ресурсу - лендінгу проекту, де будуть розміщуватись матеріали всіх учасників конкурсу, описи, відео, члени журі, оцінки. Можливість голосування за учасників, трансляції Презентації. Ресурс на українській та англійській мовах. Підтримка ресурсу (завантаження всіх матеріалів, технічні налаштунки для пошукових систем в україні та за кордоном) - на протязі 5ти місяців. ТЗ та розрахунок вартості створення та підтримки ресурсу надано окремим файлом. Постачальник, який надаватиме послугу зі створення та підтримки ресурсу, буде обраний шляхом відкритого тендеру після початку проекту. Моніторинг цінових пропозицій: https://ahrg.su/ https://yabloko.studio/ https://uweb.agency/
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":				1,00	50 000,00	50 000,00	1,00	40 000,00	40 000,00	90 000,00	
Підрозд	11	**Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних**								-	
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях				-	-	-	-	-	-	-	
Підрозд	12	**Послуги з перекладу**								-	
Пункт:	а	Послуги Синхронного перекладу - профільний переклад (1 перекладач англ-укр) - для Загальної зустрічі учасників і експертів за підсумками Відбіркового етапу	година	2,00	1 500,00	3 000,00			-	3 000,00	Послуги Синхронного перекладу з англійської на українську в он-лайні (в кабінеті ZOOM з виділеним каналом для перекладача). Із розрахунку 2 години. Для заходу: загальна зустріч всіх учасників та членів журі за підсумками Відбіркового етапу - загальне враження та загальні коментарі від експертів
Пункт:	б	Послуги Синхронного перекладу - профільний переклад (1 перекладач англ-укр) - для Презентації колекцій учасників	година	5,00	1 500,00	7 500,00			-	7 500,00	Послуги Синхронного перекладу з англійської на українську в он-лайні (під час трансляції в ZOOM з виділеним каналом для перекладача). Із розрахунку 5 години. Для заходу: Фінальна Презентація колекцій учасників

Голова організації
Павловська-[illegible] Ю.В.

Громадська організація «Нью фешн зон» «NEW FASHION ZONE» ідентифікаційний код 42221562 Україна, м. Київ

Пункт:	в	Послуги Синхронного перекладу - профільний переклад (1 перекладач англ-укр) - для B2B зустрічей після Презентації -потенційних байєрів з учасниками проекту (особисті зустрічі)	година	6,00	1 500,00	9 000,00				9 000,00	Послуги:Синхронного перекладу - профільний переклад (1 перекладач англ-укр) - для B2B зустрічей після Презентації -потенційних байєрів з учасниками проекту (особисті зустрічі) Із розрахунку: 1 година на зустріч, 6 зустрічей
Пункт:	г	Послуги з перекладу текстових матеріалів проекту	сторінка	102,00	150,00	15 300,00			-	15 300,00	Послуги:перекладу текстових матеріалів проекту: А саме: переклад інформації про проект на лендінг проекту. Інформації про всіх учасників проекту, анонсів та релізів проекту які будуть відсилатися на міжнародну аудиторію. 6 інформаційних листів про учасників для розсилки на міжнародні ресурси, баєрів, партнерів, 1 стаття з відсунками проекту для інформування міжнародної громадськості. Орієнтовно із розрахунку 102 аркуша А4
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу":				115,00	4 650,00	34 800,00	-	-	-	34 800,00	
Підроз:	13	Адміністративні витрати								-	
Пункт:	а	Аудит	місяць	5,00	10 164,00	50 820,00			-	50 820,00	
Пункт:	б	Послуги бухгалтерські, фінансові та еквантинг	місяць	5,00	6 836,00	34 180,00				34 180,00	
Пункт:	в	Послуги юридичні (з учасниками, експертами, підрядниками))	місяць	5,00	6 000,00	30 000,00			-	30 000,00	Розрахунок вартості послуги: Абонентське обслуговування - 15 годин на місяць Із розрахунку: 3 години на договір та 2-3 години на заключення та супровід. Об'єм: договір з УКФ, юридичні консультації на всіх етапах, складання договорів, заключення та супровід: - з менторами-експертами (3 шт) -з підрядниками (локація, агенції по рекламі та просуванню, технічне забезпечення, договорів з ЗМІ на розміщення статей та інтерв'ю, розробка сайту, синхронний переклад, аудиторські і фінансові послуги); -договорів ЦПХ (2 шт); - угод з учасниками-переможцями; -переклад та нотаріальне завірення іноземних договорів.
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні витрати":				15,00	23 000,00	115 000,00	-	-	-	115 000,00	
Підроз:	14	Інші прямі витрати								-	
Стаття:	14.1	*Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення*		7,00	9 000,00	63 000,00	7,00	2 000,00	14 000,00	77 000,00	
Пункт:	а	Послуги Монтажу відеороликів кожного учасника (6 роликів), з матеріалу який був знятий на Презентації колекцій та 1 загальний ролик (підсумковий)	шт	7,00	9 000,00	63 000,00	7,00	2 000,00	14 000,00	77 000,00	Послуги Монтажу відеороликів кожного учасника (6 роликів) Із розрахунку: 4 години зйомки (бекстейдж та Презентація показів). Монтаж та зйомка 6 відеороликів переможця: Пре-продакшен: - складання та затвердження сценарного плану та стилістики ролику (з дизайнером). Вартість 300 грн; - відеозйомка бекстейджу та підготовки дизайнера - динамічна камера (зі змінами локацій). Із розрахунку 4 години зйомки (окремо відеооператор з динамічною камерою знімає самі покази всіх переможців на Презентації - цей матеріал). Обладнання для зйомки: камера, електронний стабілізатор для камери, накамерне освітлення (led панель), мікрофон-петличка. Вартість - 4800. Пост-продакшен: - монтаж та обробка відео (лінійний монтаж, брендування, графіка, корекція кольорів, зменшення дефектів, титрування, додаткові ефекти, slow motion, vfx effects, робота з музикою/звуком і тп). Вартість 5900 грн. Результат: 11000 грн готовий ролик для одного дизайнера. У вартість входить 4 ролики: 1. 1920x1080 16:9 long play - 3-6 хв 2. 1920x1080 16:9 - short play - до 1 хв. 3. вертикальний (інстаграм, пінтерест і тд) 1280x720 18:9 - long 4. вертикальний (інстаграм, пінтерест і тд) 1280x720 18:9 short play
Стаття:	14.2	*Витрати на послуги страхування*		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	14.3	*Видавничі послуги*		-	-	-	-	-	-	-	
Стаття:	14.4	*Інші прямі витрати*		1,00	28 000,00	20 000,00	179,00	22 950,00	137 000,00	157 000,00	
Пункт:	а	Телефонія (мобільна, іноземні переговори)	місяць			-	5,00	1 000,00	5 000,00	5 000,00	
Пункт:	б	Послуги візажистів і перукарів для учасників під час Презентації (для 6 учасників)	образи			-	36,00	800,00	28 800,00	28 800,00	
Пункт:	в	Послуги моделей для учасників під час Презентації (для 6 учасників)	осіб			-	36,00	800,00	28 800,00	28 800,00	Із розрахунку 6 моделей для кожного з 6ти учасників
Пункт:	г	Доставка WOW-box (100 шт) Київ-Париж/Німеччина службою доставки та доставка до адресатів в залежності від країни	шт	-	-	-	100,00	350,00	35 000,00	35 000,00	
Пункт:	д	Послуги технічних спеціалістів-консультантів по створенню технічного плану та супроводженню он-лайн трансляції (Презентація колекцій)	шт	1,00	20 000,00	20 000,00			-	20 000,00	Послуги технічних спеціалістів-консультантів по створенню технічного плану та супроводженню он-лайн трансляції (Презентація колекції): створення технічного плану, підбір технічного супроводження та обладнання, планування та контроль проведення заходу. Налаштування всіх складових (підготовка налаштувань zoom для масштабних заходів, підключення всіх каналів трансляції, модерація на каналах трансляції) Із розрахунку: підготовка плану заходу/годів до заходу та супроводження під час заходу
Пункт:	е	Послуги Call-center на збір заявок та комунікацію з учасниками	місяць			-	2,00	20 000,00	40 000,00	40 000,00	
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":				8,00	28 000,00	83 000,00	186,00	24 950,00	151 000,00	234 000,00	
Всього по розділу II "Витрати":						1 166 270,19			586 920,00	1 753 190,19	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ						-			-	-	

Голова організації Порлефіна-Пивчак Ю.П.

(Посада) (Печатка, ініціали, прізвище)

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «ФАШІН ЗОНА» «FASHION ZONE» Ідентифікаційний код 42021562 Україна, м. Київ

Заказчик:/ Мероприятие: New F	
Контактное лицо: Tatyana Kozl	
Дата: 16/17.10.20	
Количество участников 300+	
Форма расчета: ТОВ .Фоп .	

Компания: Pochayna Event Hall	
Менеджер:Владислав	
Email:	

	Локация	ометраж собы	сть за 1 день	сть за 1 день	Примечание
	Congress Hall	1 день	75000	90000	(площа - 1760 м2) - будет основой показ
	Lounge Space	1 день	25000	30000	(площадь -650 м2) паралельно показ+ форум
	Gig Space	1 день	25000	30000	для СМИ + организаторов
	Лабораторії - 4 шт	за 4 лаборатории	8333	10000	м2 - для организаторов , дизайнеров ,и моделей
	BioGarden. Открытая локация на св	1 день	бонус	бонус	200 м2
	Работа проекции (центр)	1 день	32500	39000	Центральный проектор на 25000 люменов
	Робота звукового оборудован	1 день	25000	30000	Акустические системы L-accustics на 25 кВатт
	Работа светового оборудован	1 день	22500	27000	Настройки света на показ
	Грузчики на монтаж	4 чел	200грн /1 час	6000	
	Клининг	4 чел	200грн. / 1 час	8000	
	Охрана	7 чел	200грн. / 1 час	14000	(Время работы персонала может еще
	Монтеж/демонтаж	8 часов		62600	
		Общая сумма:	241333,33	346600	

Головна Організаторка
Порєдічна - Ткачук

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «НЬЮ ФЕШН ЗОНЕ»
«NEW FASHION ZONE»
Ідентифікаційний код
Україна