ДОГОВІР № 3NORD41-6217
про надання гранту

м. Київ «04» червня 2020 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Федів Юлії Олександрівни, яка діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Фізична особа-підприємець Єременко Антон Олексійович (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб підприємців та громадських формувань, № 2 361 000 0000 010057 від 05.10.2018р., з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

І. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проєкту «Довідник української моди» (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.

ІІ. 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.

04 ЧЕР 2020

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 492 819 грн. 00 коп. (чотириста дев'яносто дві тисячі вісімсот дев'ятнадцять гривень 00 коп.) без ПДВ.

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

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

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

5. Перерахування коштів здійснюється в 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 визначене 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.nord@ucf.in.ua

2) контактна особа Грантоотримувача:

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

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

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

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

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

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

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	ФОП Єременко Антон Олексійович
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: 08505, Київська обл., м. Фастів, вул. Комарова, буд. 32 Адреса для листування: 02160, м. Київ, прсп. Соборності, 17 ЄДРПОУ/ІПН: 3295710035 Банківські реквізити: Назва банку/філії: АТ КБ «ПриватБанк» Р/р: UA423052990000026208885908702 МФО: 305299 Тел.: +380634206772
Виконавчий директор	ФОП
_____ Ю.О. Федів М.П.	_____ А.О. Єременко М.П.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту №3NORD41-6217

від «01» червня 2020 р.

Сезон: Грантовий сезон 2020

Програма: Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти

Лот: ЛОТ 4. Дебюти

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 3NORD41-6217

Назва проекту: Довідник української моди

Візитна картка проекту

Конкурсна програма
Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти

Лот
ЛОТ 4. Дебюти

Тип проекту
Індивідуальний

Пріоритетний сектор культури та мистецтв
дизайн та мода

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

Назва проекту
Довідник української моди

Назва проекту англійською мовою
Fashion Directory of Ukraine

Коленко А.О

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

Метою проекту є створення довідкового видання, що репрезентує сучасний стан моди України. На сторінках довідника буде зібрано інформацію про кращих представників всіх складових модної індустрії; кейс кожного з героїв довідника складається з художнього фотопортрету, створеного спеціально для видання, інформативного тексту, зробленого на основі особистого інтерв'ю, довідкової інформації, а також фото кращих зразків творчості. Всі тексти будуть подані двома мовами: українською та англійською. Довідник створюється водночас як джерело інформації та як іміджеве видання, що популяризує українську моду. Дизайн довідника відповідатиме стилістиці так званих "coffee-table books" – ілюстрованих книжок великого формату, призначених для уважного неквапливого перегляду. Видання довідника планується повторювати щотрироки, кожного разу актуалізуючи інформацію в ньому.

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

The aim of the project is to create a guidebook that presents the contemporary state of fashion of Ukraine. The guidebook will feature the best representatives of the fashion industry: designers, stylists, photographers, editors, top managers, and retailers. Information on every hero will comprise an info text based on a personal interview, brief summary, as well as the best selected works. All texts will come both in Ukrainian and English. The visual pivot of the guidebook will be the artistic photographic portraits of the book's heroes created specifically for this edition. The directory is created at the same time as a source of information and as an image publication that promotes Ukrainian fashion and Ukraine in general. The design of the guidebook will follow the so-called coffee-table book style - illustrated books intended for thorough, leisurely reading. Information contained in the paper edition will also be available on the website of the same name and design, which will make the directory accessible to the general public.

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

492819

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

492819

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

Бондаренко А.О.

0

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

Населений пункт
Україна

Початок проекту
2020-06-01

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

Тривалість проекту в місяцях
5

Партнери проекту
немає

Ваш основний продукт
Видання

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Єременко Антон Олексійович

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
Керівник проекту

Інформація про організацію-заявника

Повна назва організації-заявника

Фізична особа-підприємець Єременко Антон Олексійович

Повна назва організації-заявника англійською мовою
Individual entrepreneur Yeremenko Anton Oleksiyovych

Організаційно-правова форма
Фізична особа-підприємець

Код ЄДРПОУ
3295710035

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

Вкажіть КВЕДи вашої організації, які відповідають напрямам програми/ЛОТу
_90.03 – Індивідуальна мистецька діяльність; _74.20 – Діяльність у сфері фотографії; _63.99 – Надання інших інформаційних послуг. н.в.і.у

Дата реєстрації організації
2018-10-05

Юридична адреса організації
08505, Київська обл., м. Фастів, вул. Комарова, 32

Поштова адреса організації
08505, Київська обл., м. Фастів, вул. Комарова, 32

Фактична адреса організації
08505, Київська обл., м. Фастів, вул. Комарова, 32

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах організації
https://www.facebook.com/anton.yeremenko

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації
Єременко Антон Олексійович

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
Єременко Антон Олексійович

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

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.
немає

Дохід за звітний період
273083.31

Чи подавали ви проект на фінансування УКФ раніше?
Ні

Чи реалізували ви проект УКФ раніше?
Ні

Єременко А.О

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

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

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

Проект
немає

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту міста або села / області / країни
Протягом останніх років успіхи української модної індустрії стають все більш помітними. Українські дизайнери, фотографи, стилісти, fashion-редактори та менеджери модного сектору стали відомими в Україні і в світі, і, що не менш важливо, стали повноцінними учасниками світової індустрії моди. Восени 2018 року показ українського модного бренду Anton Belinskiy відбувся у завершальний день Paris Fashion Week (2 жовтня) і був у розкладі поряд з Louis Vuitton, Miu Miu та Chanel. Бренд Bevza чотири сезони поспіль бере участь в основній програмі New York Fashion Week. Винайдена українською дизайнеркою Ксенією Шнайдер славнозвісна модель джинсів demi-denims, що виробляється під брендом Ksenia Schnaider, за звітом пошукової системи Lyst стала одним з найбільших трендів 2017 року. Ці джинси носять зірки мірового масштабу на кшталт Бели Хадід, їх навіть скопіював відомий бренд масового одягу Mango. В 2018 році співачка Мадонна обрала два капелюхи українського бренду Ruslan Baginskiy для фотосесії в серпневому номері часопису Vogue Italia. Одяг українського бренду Ienki Ienki сьогодні продається більше ніж в 300 магазинах у всьому світі. Роботи українських фотографів і стилістів посіли провідні місця серед професійних зйомок в профільних медіа. Зокрема, зйомки фотографа Стефана Лисовського можна побачити в Numero, Harpers Bazaar, Elle тощо. В 2018 році на щорічній міжнародній нараді головних редакторів Vogue часопис Vogue Україна було визнанно таким, що розвивається найдинамічніше серед всієї мережі.

Єременко А.О.

Всередині країни в останні роки також можна спостерігати відчутний прогрес в розбудові модної індустрії: ритейлери, що раніше працювали виключно з іноземними модними брендами, міксують їх з українськими, зокрема в бутіках родини Helen Marlen та концептуальному бутику Asthik. Знаком нового етапу розвитку вітчизняної модної індустрії стало відкриття в самому центрі Києва якісно нового за концепцією мультібренду Всі.Свої., де презентовано виключно українські дизайнери. Помітну роль на внутрішньому ринку одягу стали відігравати вітчизняні бренди, зокрема Vovk, MustHave та низка інших.

Як бачимо, навіть поверхневий погляд свідчить, що істотні якісні зміни відбулися без перебільшення в кожній галузі української моди як сектора культури та креативній індустрії відбулися. Але дізнатися про ці зміни, їхній зміст та якість дуже складно, при чому як пересічним споживачам, але й фахівцям – адже розуміння того, що таке українська мода, усвідомлення її складових та, як наслідок, концепція висвітлення інформації про неї значно відстають від самої моди. Це загальне твердження містить кілька окремих проблем, і ось найважливіші з них.

Проблематика

Відсутність комплексного уявлення про українську моду як креативну індустрію

Загальні уявлення про місце і значення української моди, її структуру та її місце в суспільстві сьогодні все ще багато в чому нідбиває радянські офіційні уявлення про моду виключно як про певною мірою галузь мистецтва, а не креативну індустрію. В цьому "мистецькому" світі існує тільки дизайнер як творча одиниця, відповідно, цікавою та вартою висвітлення є виключно творча складова його діяльності. Всі інші аспекти креативної індустрії і, зрештою, сама індустрія як система залишаються фігурою замовчення – адже в радянські часи вони просто не існували. Результатами такого ставлення є педалювання виключно "творчих успіхів" окремих дизайнерів майже без представників інших галузей індустрії моди: фотографів, стилістів, ритейла, ЗМІ. Відповідно і критерії успіху дизайнера є такими, що успадковані від радянської системи "моди як мистецтва", є дуже суб'єктивними і не враховують реалії сучасної світової індустрії моди. Зазвичай інформація про успіхи української моди виглядає як персональне досягнення окремого дизайнера. В тих досить рідких випадках, коли розповідається про модний бренд, діяльність модного фотографа чи

стиліста, бутіка, торговельної мережі або медіа, ця інформація так само подається як поодинока історія успіху і не розглядається як елемент загальної системи української модної індустрії.
Створюється однобока і дещо викривлена картина, що не відповідає дійсності, не дає уявлення про загальні процеси, що відбуваються, не корегує з сучасним загальноприйнятним в світі поглядом на моду і, що найгірше, не дає побачити системні зміни та відчутні досягнення молодої української модної індустрії, що створюється саме зараз.

Брак достовірної актуальної інформації про українську моду та її учасників

Наразі в Україні не існує жодного електронного ресурсу або паперового видання, де було б зібрано повну, зважену та актуальну інформацію про чільних учасників української модної індустрії. Низка сайтів, серед яких, перш за все, агрегатори з продажу одягу українських дизайнерів, час від часу розміщують коротку несистемну інформацію про дизайнерів-продавців, але вона дуже часто є недостовірною і не оновлюється. На сайті українського тижня моди Ukrainian Fashion Week є інформація про дизайнерів-учасників, але навіть там вона не завжди оновлюється вчасно і, що головне, не охоплює тих дизайнерів, що з різних причин не беруть участь в цьому тижні моди. Нарешті, коротка інформація про біографію та творчість дизайнерів є на їхніх власних сайтах – але вона є суб'єктивною і вибірковою, до того ж, не всі дизайнери мають власні сайти.
Отже наразі інформація про українських дизайнерів є розпорошеною, часто недостовірною та застарілою – але навіть не це є найбільшою проблемою. Набагато гірше, що інформація про українську моду не охоплює всі кластери моди в її сучасному розумінні як креативної індустрії.

Відсутність сучасних візуально привабливих презентаційних матеріалів про українську моду

Сучасна, зручна, функціональна та естетично вдала форма подання інформації є сьогодні необхідною складовою будь-якої галузі. Особливе значення це набуває в галузях мистецтва та креативних індустрій, де сучасний дизайн та естетика презентації дуже часто є не просто складовими, але й головним сенсом продукту. Тим гіршою видається ситуація з презентацією інформації про українську моду всередині та ззовні країни.
Однією з проблем тут є випадкове візуальне оформлення такої інформації. Зазвичай відомості про учасників української модної індустрії є додатковою

Ткаченко А.О

інформацією на сайтах, які мають свою специфічну мету: продаж одягу, створення новин, інформацію про тиждень моди тощо – отже сторінки з інформацією зроблені в стилістиці тих сайтів і підпорядковані їхній загальній естетиці. Буває, що таку інформацію складно знайти, вона погано впорядкована та незручна для використання.
Нарешті, немає жодного друкованого видання, де було б зібрано всю інформацію про українську модну індустрію. Не існує видання гарної якості, яке у разі потреби можна було б використовувати як джерело інформації і загальну візитівку української моди з презентаційною або інформативною метою. Так само відсутній інтернет-ресурс на який можна було б послатися в разі потреби надати інформацію про українську модну індустрію.

Низький рівень інформованості про українську моду як динамічне та варте уваги загальне явище всередині та ззовні України.

Про українську моду та її успіхи погано і мало знають в Україні. В останні роки ситуація трохи покращилась, але все ж таки більшість пересічних громадян, тобто потенційних споживачів, просто не знає, що українська мода має низку здобутків, якими можна і треба пишатися. На щастя, ситуація з обізнаністю спеціалістів в сфері моди власними успіхами набагато краща, але вони не мають системного джерела інформації, отже змущені кожен створювати власний архів в себе в голові.
Про українську моду так само погано і мало знають в світі. Ні, про неї там знають набагато гірше, ніж в Україні – перш за все через те, що лише частково інформація про українську моду існує якоюсь іншою мовою, окрім української та російської. Закордонним фахівцям, споживачам та симпатикам української моди часто-густо елементарно складно знайти інформацію про українську моду мовою, яка є загальноприйнятною для обміну інформацією в сучасному світі – англійською.
Така ситуація є тим більш прикрою, що сьогодні загальний символічний капітал бренда певної національної моди робить її набагато більш бажаною та популярною, ніж найвдалішії окремі модні витвори або відомі дизайнери. Найкращий приклад того, як працює символічний капітал-словосополучення «французька мода», яке вмить робить бажаним будь-яку річ, або творчість будь-якого дизайнера, що підпадає під таке визначення. Відповідно, зусиль окремих дизайнерів або представників інших галузей модної індустрії, які самотужки намагаються розповісти світу про себе зрозумілою мовою, недостатньо. Окрема інформація про кожного з них буде неповною без сістемної і комплексної інформації про загальне яскраве явище, яке зветься «українська мода».

Єременко К.О.

Висновки
Підсумовуючи, можна зазначити, що відсутність інформативної, сучасної та цілісної картини сучасної української моди створює враження відсутності або слабкості моди як галузі креативної індустрії в Україні. Реальну картину уявляє дуже обмежене коло фахівців, безпосередньо занурених в процеси. Ані симпатики вітчизняної моди всередині країни, ані реальні і потенційні покупці, ані представники сумісних галузей культури та креативних індустрій, нарешті, ані баєри, модні критики та покупці за кордоном не уявляють загальної картини, що дуже шкода, адже вона дала б привід для гордості і сформувала уявлення про українську моду як про реальну успішну індустрію, що швидкс розвивається і має неабиякі досягнення.

Відсутність такого уявлення у фахівців та широкого загалу гальмує всі процеси, пов'язані з розвитком української моди – від просування на міжнародній арені до зростання продажів всередині країни. Не в останню чергу воно гальмує внутрішній розвиток української модної індустрії, адже самоусвідомлення її учасниками своєї діяльності як окремого самостійного явища, що має неабиякі здобутки і стрімко розвивається, неабияк стимулювало б початківців та допомогло досвідченим професіоналам.

Дієвим інструментом для вирішення цієї проблеми може стати Довідник української моди, реалізований двох форматах: паперової книжки та електронного онлайн ресурсу, в якому буде зібрано та в сучасній естетичній формі презентовано актуальні відомості про найбільш ефективних учасників всіх складових української модної індустрії.

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)
Цей проект, поданий в програму «Дебюти», є якісно новим етапом професійної діяльності для редактора відділу моди часопису «Harper`s Bazaar Украина» Антона Єременка. Попри свій молодий вік Антон вже має великий досвід роботи в модних медіа. Професійне знайомство з модою він розпочав в 2011 році з посади випускового редактора українського сайту про моду та модну індустрію FW-daily.com, паралельно він працював відео-редактором французького сайту про моду Nowfashion.com. З 2016 року Антон працює в "Harper`s Bazaar Украина». В 2017 році він був визнаний кращим українським журналістом сезону spring/summer 2017 в галузі моди за версією профільної премії Mersedes-Benz Fashion Prize. На рахунку Антона – ціла низка інтерв'ю та авторські матеріали про видатних дизайнерів України і світу, значний досвід участі в міжнародних тижнях

моди в якості представника преси. Маючи значний досвід роботи в якості фешн-журналіста та добре орієнтуючись в персоналіях та тенденціях української моди, Антон Єременко вирішив зробити наступний крок в своєму професійному зростанні і дебютувати в якості автора спеціалізованого fashion-видання. Проект спрямований на представлення Антона як експерта у сфері моди та автора професійних видань. Це індивідуальний дебют.

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

Кожне культурне явище, що формується, потребує своїх дослідників, фахівців, які змогли б його описати, зафіксувати та проаналізувати. Без таких спеціалістів будь-яке явище культури приречене на швидке забуття. Сьогодні саме формуються лави істориків та знавців українських моди, і створення довідника допоможе Антону Єременко стати одним з них, заявити про себе не тільки як про журналіста, але і як про дослідника моди.

"Ідея Довідника з'явилася в мене чотири роки тому, коли я працював для французького онлайн-видання Nowfashion, - зазначає Антон Єременко. - Тоді я на власні очі бачив перші перемоги українців у світі і в мене виникла думка зробити альбом портретів найуспішніших співвітчизників у сфері моди. Та за останні роки українська мода перестала бути локальним явищем, окремі перемоги перетворилися на систему. Тому, обмірковуючи свою ідею впродовж кількох років, я зрозумів, що просто фтоальбому буде замало. Потрібна книга, яка стане зрізом стану української індустрії моди"

Чому ваш проект є унікальним?

Довідник української моди є унікальним двічі: всередині України та на міжнародному ринку fashion-видань. Всередині – тому, що Довідник пропонує принципово новий для нашої країни комплексний погляд на сучасну українську моду, адже в Україні досі не існує жодного паперового видання або веб-ресурсу, де системно зібрано відомості про всіх значних учасників вітчизняної модної індустрії; отже, він стане першим.
Але цей Довідник є унікальним навіть в порівнянні з аналогічними закордонними проектами, яких в світі є досить багато. Адже різноманітні іноземні модні довідники кожен мають свою мету і тематику, що підпорядковані потребам їхньої аудиторії. Наприклад, один з найвідоміших проектів такого типу довідник The Fashion Book (видавництво Phaidon) містить таку собі історію європейської та американської моди в персоналіях: відомості про кращих дизайнерів, фотографів за останні 150 років. Природно, що ніхто, окрім українців не зацікавлений в створенні довідника

Єременко А.О.

української моди, отже, попри численні подібні формати, в повному сенсі аналогів українському продукту не буде і не може бути.

Чому ваш проект є інноваційним?

Цей проект є інноваційним для української моди, бо він вперше розглядає її як модну індустрію, показує її під іншим, сучасним кутом зору. До того ж, так сталося, що він ще й описує інноваційну модну індустрію і не просто описує, а великою мірою оприявнює її. Переважна більшість модних довідників, що нині існують, створені на матеріалах історії або сучасного стану умовної "західної" моди, до якої відносяться модні індустрії Європи та США. Саме ця система моди вважається класичною, "нормальною", взірцевою за визначенням і, на думку багатьох, єдиною з можливих. Вочевидь, українська креативна індустрія відрізняється від цього зразка – тому що історія України, її економіка та розвиток креативного сектору і зокрема моди мають свої виразні особливості: радянський спадок, географічне положення між Сходом і Заходом, послідовність економічних криз та особливий, притаманний українській моді акцент на креативність, творчість та відчуття моди як мистецтва. Але значні успіхи представників модної індустрії України свідчать про те, що всі ці досвіди і особливості надали українській моді певні переваги в світовій конкуренції, зробили її здатною пропонувати світу не просто унікальний, але й якісно новий культурний продукт.

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

Останнє десятиріччя в секторі моди України характеризується появою нової, сучасної генерації вітчизняних дизайнерів, що прийшла на зміну попередній, яка існувала в доіндустріальний спосіб, через маленькі ательє, індивідуальний пошив і речі, створені в єдиному екземплярі. Представники нової генерації замінили ательє на дизайн-студії, персональну роботу з клієнтами на угоди з баєрами, а штучні авторські моделі – на партії речей pret-a-porter. Це дозволило кращим з ним увійти в світову систему моди і досягти там неабияких успіхів. Ця нова система потребувала і своєї інфраструктури і всередині країни, тому потроху почали формуватися складові індустрії моди – але її архітектура і досі не добудована, цей процес триває і нині.

Незалежне фахове видання, в якому вібдивається реальна структура української модної індустрії, що формується, та який є джерелом незалежної інформації для гравців сектора і широкого загала, є неодмінною складовою системи модної індустрії.

Який позитивний вплив на розвиток сектору (секторів) матиме ваш проект

Семенко А.С

у перспективі кількох років?
Професіоналізація модного сектору України, самоусвідомлення його як креативної індустрії та оприявнення її як для самих учасників, так і для всього суспільства – необхідний наступний крок для подальшого розвитку. Нині ситуація склалась таким чином, що реальний ступінь індустріалізації сектора набагато випереджає усвідомлення цих процесів. Це має цілком конкретні результати: ті учасники модної індустрії, які вже усвідомили себе її частиною, часто-густо змушені працювати на майданчиках за теренами України, тому що не зустрічають адекватного розуміння своєї діяльності всередині країни.

Українська мода має або перетворитись на сучасну креативну індустрію, або зникнути, поступившись місцем креативним індустріям інших країн, які в часи відкритих кордонів швидко заповнюють будь-які культурні та споживацькі території.

Цілі проекту

Ціль

Запропонувати комплексне уявлення про українську моду як креативну індустрію з унікальною локальною специфікою. Методологія реалізації: Структура Довідника української моди відбиває реальний стан модної індустрії України, що формується саме зараз. Водночас вона спирається на всесвітньо відомі онлайн ресурси опису глобальної модної індустрії, які є взірцевими в світі моди, визнані та шановані всією професійною спільнотою. За один з кращих таких взірців слугує проект Business of Fashion (BoF) https://www.businessoffashion.com/ , що презентує аналітичну точку зору на світову індустрію моди та об'єднує учасників індустрії з 125 країн світу. Серед напрямків його діяльності – створення та щорічне оприлюднення BoF 500 – впливового списку професіоналів з усього світу, що формують світову модну індустрію. Цей список поєднує різних учасників індустрії, що розподілені за категоріями: дизайнери, моделі, креативний клас (стилісти та фотографи), ритейлери тощо. Цей перелік категорій, що створений на основі реального розвитку світової модної індустрії, взято за основу Довідника української моди, адаптувавши його до наявної ситуації в українській індустрії моди. Окрему увагу приділено критеріям вибору героїв Довідника: насамперед вони мають підтверджувати належність дизайнера, фотографа, стиліста тощо саме до індустрії моди. Формат інформаційних довідників такого типу є досить розповсюдженим в світі і містить стандартні критерії для кожного з кластерів модної індустрії. Проте українська індустрія моди

має помітну місцеву специфіку, отже стандартні критерії часом потребують суттєвої локалізації. Головною мірою це стосується формування списку в кластері "модний дизайнер". Для більшості з тих, хто обраний до цього кластеру, критеріями відбору стали, як і в усьому світі, регулярні сезонні покази на тижнях моди, замовлення від байєрів і відповідно, наявнсть виробництва, а також присутність в концепт-сторах та модних бутіках в Україні та світі. Це стандартні критеріїї, яки є характеристиками сучасного дизайнера. Але українська модна індустрія несе в собі залишки попередньої, доіндустріальної доби, отже вирішено було додати ще дві групи: концептуальних дизайнерів, які, можливо, не презентують регулярно сезонні колекції, але, натомість, створюють моду, яку високо відзначають фахівці. І навпаки – комерційні бренди, які так само не беруть участі в тижнях моди, проте мають надзвичайний комерційний успіх та є улюбленими серед споживачів в усьому світі.

Завдання 1
Представити структуру, складові та специфічні особливості української моди як креативної індустрії.

Завдання 2
Визначити критерії, за якими визначається відповідність героїв Довідника певним секторам модної індустрії.

Індикатори досягнення цілі
1. Відповідність структури модної індустрії України глобальній індустрії моди. 2. Урахування унікальної специфіки української моди.

Ціль
Створити актуальний довідковий ресурс про українську моду та учасників модної індустрії України. Методологія реалізації: На жаль, якість інформації про події та героїв української індустрії моди, що розповсюджується ЗМІ та соціальними мережами, часто-густо далеко не найкраща. Йдеться, насамперед, про достовірність та актуальність інформації, а також уявлення про місце і значення, яке певний факт займає в контексті глобальної індустрії моди. В ситуації, що склалася, при створенні Довідника української моди особливу увагу і окремі зусилля буде приділено перевірці інформації, максимального її підтвердження за допомогою різних джерел, а також ретельний відбір та адекватна оцінка фактів біографії та професійної діяльності героїв Довідника. Командою проекту буде залучено весь свій робочий досвід та професіональні зв'язки, всі можливі відкриті джерела інформації. Кожен факт буде по

можливості підкріплено посилання на відповідний інформаційний ресурс, що гідний довіри.

Завдання 1
Створити списки чільних учасників всіх секторів модної індустрії України, спираючись на визначені критерії; взяти персональні інтервью у максимальної кількості героїв проекту.

Завдання 2
Зібрати максимально повну та перевірену інформацію про професійну діяльність учасників української модної індустрії з відкритих джерел, що заслуговують на довіру.

Індикатори досягнення цілі
1. Відсоток отримання інформації безпосередньо від героїв проекту.
2.Відсоток верифікації відомостей про професійну діяльність учасників української модної індустрії з незалежних джерел (професійні сайти, українські та іноземні рейтингові модні видання тощо)

Ціль
Створити сучасний, візуально привабливий та загально доступний презентаційний проект про українську моду. Методологія реалізації: Для гідної презентації української моди не менш важливим, ніж зміст Довідника, є його візуальна стилістика. Принципово важливим тут було врахувати останні тренди в дизайні паперових та електронних видань про моду – і обрати ті з них, які в змозі найкращим чином презентувати розповідь про тих, хто створює українську моду. Спеціально для проекту буде розроблено мінімалістичний сучасний елегантний дизайн, складовою якого стануть чорно-білі студійні художні портрети героїв довідника. Цей дизайн знайде свій відбиток як в паперовій, так і в електронній версії Довідника. Паперову версію буде вирішено в так званому форматі "coffee table book": художня, добре ілюстрована книжка великого формату, призначена для неквапливого перегляду. Ефектне візуальне рішення і порівняно великий (розміру сторінки паперу А4) формат книги підсилять зміст та одразу просигналізують читачу, ким би він не був – фахівцем модної галузі чи зацікавленим любителем моди – що це видання присвячено моді. Електронна версія Довідника буде виконана в єдиній з паперовою стилістиці і з використанням тих самих структурних елементів. Безумовною перевагою електронної версії є відсутність обмежень на обсяг інформації - отже, в певному сенсі саме онлайн Довідник стане головним джерелом інформації про сучасну

українську модну індустрію. При розробці структури Довідника одним з орієнтирів став відомий далеко за межами модного світу видавничий проект Fashion Now: i-D Selects the World's 150 Most Important Designers (видавництво Taschen) https://www.amazon.com/Fashion-Now-Important-Designers-2005-07-15/dp/B01FIY6IGW Ця перша всебічна антологія сучасної моди витримала вже принаймні три видання і є актуальним джерелом довідкової інформації про дизайнерів вже для кількох поколінь поціновувачів моди.

Завдання 1
Розробити сучасний дизайн Довідника в паперовому та електронному вигляді.

Завдання 2
Створити фотопроект - ексклюзивні художні фотопортрети героїв проекту для візуального оформлення Довідника.

Індикатори досягнення цілі
1. Відповідність концепції дизайну сучасним трендам графічного дизайну в галузі моди. 2. Відсоток ексклюзивних фотопортретів.

Ціль
Підвищити інформованість про українську моду всередині та ззовні України; сприяти промоції української моди в Україні та в світі. Методологія реалізації: Мету проекту можна умовно розділити на дві складові - презентаційну та інформаційну. Презентаційну задачу краще за все виконує паперова версія Довідника: буде зроблено персональну розсилку паперових примірників представникам цільової аудиторії проекту: діячам міжнародної та вітчизняної модної індустрії, українським посольствам тощо. З інформаційною задачею набагато ефективніше впорається електронна версія Довідника, якою може користуватись будь-яка кількість людей в усьому світі. Зазначимо, що і паперова, і електронна версія будуть двомовними: українською та англійською мовою. Одним з дієвих інструментів поширення інформації про вітчизняну моду в Україні та за її межами стане онлайн презентація Довідника, що відбудеться у вигляді серії круглих столів, на яких зберуться вітчизняні та міжнародні представники модної індустрії. Всього планується п'ять фахових круглих столів: з дизайнерами, ритейлерами, фотографами і стилістами, менеджерами модної індустрії та представниками модної преси. Зацікавлені глядачі матимуть змогу подивитись та послухати дискусії на круглих столах онлайн, або в запису

Соколова А.О

- на каналі youtube. Поширити інформацію про круглі столи допоможе флешмоб, який буде проведено в соціальних мережах facebook, Instagram, Telegram тощо. Координація флешмобу відбуватиметься на сторінці Довідника в facebook.

Завдання 1
Надати переклад всієї інформації Довідника в паперовому та електронному вигляді англійською мовою.

Завдання 2
Зробити онлайн презентацію Довідника в формі серії круглих столів для преси та професійної спільноти, підсилену флешмобом в соціальних мережах. Зробити персональну адресну розсилку паперової версії Довідника представникам світового топ-списку модних редакторів, журналістів, дослідників та істориків моди, а також серед дипломатичних представництв України за кордоном та інституцій, що опікують промоцією України в світі.

Індикатори досягнення цілі
1. Відсоток інформації англійською мовою в Довіднику. 2. Кількість переглядів подій онлайн презентації Довідника. 3. Сукупний розмір аудиторії, що буде задіяна у флешмобі в соціальних мережах. 4. Наявність інформації про Довідник в топових модних медіа та соцмережах. 5.Наявність інформації про Довідник та посилання на нього на сайтах і персональних сторінках в соцмережах представників топ-списку світової модної індустрії.

Ціль
Видання друкованого довідника про українську моду та його онлан версію

Завдання 1
Підготувати необхідні матеріали (текст, фото, макети)

Завдання 2
Створити сайт з матеріалами довідника

Індикатори досягнення цілі
Вихід книги накладом 300 примірників та один веб-сайт

Основна мета проекту

Метою проекту є презентація в Україні та в світі сучасної вітчизняної моди як унікального культурного явища та нового феномену в глобальній модній індустрії.

На відміну від багатьох попередніх років сьогодні, коли ми говоримо "українська мода", йдеться не лише про самих лише вітчизняних модних дизайнерів та їхні творчі здобутки. Мова йде, нарешті, про розбудову української модної індустрії - комплексної системи, що складається, окрім дизайнерів, із модних фотографів та стилістів, ритейлерів, модельних агенцій, журналістів профільних медіа та менеджерів модного сектору. Саме такий, цілісний погляд на українську моду як сектор сучасної культури та креативної індустрії покладено в основу принципів створення цього проекта.

Коли певне явище виходить на новий рівень, виникає природне бажання зафіксувати його і ретельно описати. Прі цьому треба пам'ятати, що українська індустрія моди швидко розвивається, отже змінюється. Отже, фіксація потрібна, але водночас вона має бути пластичною, такою, що включає можливість змін. Тому Довідник української моди буде видано в двох варіантах: у формі паперового видання та у вигляді сайта.

Завдяки креативності та наполегливості вітчизняних гравців модного сектору, українська мода стала новим феноменом у глобальному fashion-світі, і цей проект задуманий як перше презентаційне видання про цей феномен.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Безпосередня аудиторія проекту
- Представники всіх кластерів модної індустрії України та світу
- Академічна спільнота та професійні ЗМІ в Україні та світі
- Дипломатичні місії України за кордоном, громадські організації української диаспори, державні інституції, що опікуються промоцією України в світі через культуру.

Кількісні показники
- 80 представників модного кластеру України
- 500 членів професійного списку Business of Fashion
40 найвливовіших істориків моди, кураторів та головних редакторів профільних ЗМІ в Україні і світі
- 10 посольств в найбільш впливових для світу моди країнах

- 10 культурних центрів України закордоном, розташованих у впливових для світу моди країнах
- 10 громадських організацій української діаспори, розташованих у впливових для світу моди країнах
- Український інститут

Якісні показники
- Найбільш впливові представники індустрії, які формують та просувають її
- Особи, які визначають академічний та медіадискурс в галузі моди в Україні та світі
- Інституції, що зацікавлені в просуванні позитивного іміджу України в світі та збільшенні інформації про нашу країну за кордоном.

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

Особливостями опосередкованої аудиторії проекту є великий відсоток в ній потенційної аудиторії, а також тим, що її дуже складно виміряти. Наприклад, до опосередкованої аудиторію проекту належить будь-хто, хто цікавиться модою і купляє одяг. Але чи придбав він одяг саме українських дизайнерів? Чи придбає колись? Але ж це може статися щомиті – і ось він вже частина аудиторії.
Це одна особливість цієї аудиторії – майже не-вимірюваність, з природніх причин.
На цю аудиторію розрахована переважно електронна версія Довідника української моди, яка, згідно осоливостей інтернету, не має обмежень в кікості – як і аудиторія проекту.

Опосередксвана аудиторія проекту
- Широкий загал поціновувачів моди та споживачів одягу в Україні та світі
- Симпатики України в Україні і світі.

Кількісні показники
- За низкою соціологічних досліджень, до змін та іновацій, а також до того, щоб постійно дізнаватись чогось нового, готові в середньому 15% суспільства. Мода від українських дизайнерів наразі є певною споживацькою та соціальною іновацією. Відповідно, опосередкована аудиторія проекта - 15% працездатного населення України та країн, в яких продаються речі українських дизайнерів або є інформація про них.
- Охоплення у социальних мережах за рахунок постів героїв проекту сягне мільйонів людей з України та інших країн.

Єременко А.О

Якісні показники
- Люди, що не обтяжені споживацькими стереотипами, відкриті до всього нового
- Цінносні споживачі. Люди, зацікавлені в позитивній інформації про Україну.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?
Представники всіх кластерів модної індустрії України та світу.
Українська модна індустрія розвивається бурхливими темпами, що призводить до професіоналізації цього сектору креативної індустрії. В свою чергу професіоналізація вимагає визначення чітких критеріїв долучення до фахової спільноти та наявність інформативної актуальної інформації про представників індустрії.
Окремою проблемою вітчизняної моди є успадкований від пострадянського суспільства комплекс меншовартості перед «світовою модою», якого частково можна позутися, створивши фаховий інформаційній ресурс про професіоналів української моди. В Довіднику кожен буде представлений максимально повно і водночас в необхідному загальному контексті.
Довідник також допоможе представникам модної індустрії з-за кордону з орієнтацією в світі української моди, якої вони потребують, намагаючись залучити вітчизняну модну індустрію до глобальних модних процесів.

Академічна спільнота та професійні ЗМІ в Україні та світі.
Внаслідок досягнень українських дизайнерів останніх років та тренду на вивчення культури та побуту Східної Європи, цікавість до української моди серед представників преси та академічних дослідників зростає. Але, на жаль, сьогодні інформація про сучасну українську моду та її представників, про їхні біографії, досягнення, творчий шлях, характеристики творчості тощо розпорошена, а її пошук є досить складним. Не існує сайтів або видань, де була б зібрана та зберігалась така інформація. Інформація, що є в інтернеті, часто є неперевіреною і такою, що не відповідає реальності. Всі, хто пишуть про українську моду абу вивчають її, потребують бодай один Довідник, де буде зібрано перевірену коректну інформацію про українську моду.

Дипломатичні місії України за кордоном, громадські організації української діаспори, державні інституції, що опікуються промоцією України в світі через культуру.
Ці інституції мають професійну потребу в культурному продукті, за допомогою якого можна в доступній, привабливій і цікавій формі

Ярмолюк А.О

розповісти про сучасну Україну. Мода за самою своєю природою є одним з культурних продуктів, що близький і цікавий найширшим верствам населення, до того ж мода красива і видовищна - отже, вона є дуже вдалою для промоції країни.

Широкий загал поціновувачів моди та споживачів одягу в Україні та світі
Ця аудиторія має величезний брак інформації про українську моду – і, як не дивно, справи з українськими споживачами не набагато кращі, аніж з закордонними. Десятиріччя зневаги до всього вітчизняного створили міцний бар'єр для неупередженого сприйняття вітчизняної моди, і сьогодні треба докладати спеціальних зусиль, зокрема в галузі промоції, аби його подолати. Іноземні споживачі часто-густо просто не мають гадки про існування української моди, адже мають над-пропозицію на місцевому модному ринку. Але і ті, і інші безперечно оцінили б креативність та сучасність укранської моди – якби дізналися про неї більше.

Симпатики України в Україні і світі
Люди всередині та ззовні країни, що вірять в Україну, потребують позитивних кейсів. Бурхливий розвиток української моди, її креативність та спорідненість світовим трендам є частиною загального сплеску культурної та соціальної активності в Україні останніх п'яти років. Одним з головних трендів в цьому процесі є виокремленні українських культурних секторів і подання їх як самостійного цікавого явища світу моди. Сімпатики можуть зовсім не цікавитись модою, але із задоволенням дізнаються про становлення української модної індустрії та її успіхи як про ще одну історію успіху сучасної України.

У який спосіб кінцеві результати проекту будуть задовольняти (повністю або частково) культурні потреби та інтереси обраної(-их) аудиторій?
Створення довідника презентує українську моду як креативну індустрію. Відбудеться залучення української моди в культурний обіг, а також утвердження української модної індустрії на модній мапі світу серед академічної спільноти та ЗМІ в Україні та світі. Книга створить новий напрям для промоції України для дипломатичних місій. Крім цього довідник створить в споживацькій свідомості широкого загалу поціновувачів моди поняття «українська мода». А симпатики України всередині країни та за її межами отримають явний доказ успіхів цілої креативної індустрії.

Довідник створіть банк перевіреної інформації про індустрію моди в Україні. Для професійної спільноти це сприятиме подальшій професіоналізації сектору. Для академічної спільноти та ЗМІ він стане

джерелом надійної перевіреної інформації. Для дипломатів він буде основною довідкою для проведення культурних заходів. Широкий загал любителів моди зможуть дізнатись більше про улюблених дизайнерів та професіоналів індустрії або відкрити для себе нових, а симпатика нашої країни – інформацію про успіхи української моди в світі.

Довідник стане презентаційним поліграфічним та водночас онлайн-виданням про модну індустрію України. Представники індустрії, академічна спільнота та ЗМІ матимуть осучаснене уявлення про можливості представлення індустрії моди. Дипломаті отримають роздатковий матеріал у вигляді coffee-table book. Широкий загал отримає доступне видання, що створює загальне уявлення про стан речей у українській моді, а симпатики країни – подарункове видання.

Книга стане промоцією вітчизняної моди в Україні та світі. Для представників індустрії це надає нові можливості для промоції. Академічна спільнота та ЗМІ отримають можливість для дослідження української моди та створення інформаційного контенту про неї. Широкий загал зможе розширити свої споживацькі симпатії.

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).
Самою природою проекту Довідник української моди передбачається, що опосередкований вплив на проект може, буде і навіть повинен чинити весь персональний склад української моди як кластеру креативної індустрії, всі, хто в ній працює. Вони роблять це опосередковано - через свою професійну діяльність. А ось їхні професійні успіхи або професійні поразки вже безпосередньо, прямим чином впливають на зміст Довідника, змушуючи виправляти або розширювати тексти та навіть, в окремих випадках, змушуючи додавати нових героїв проекту до списку або викреслювати тих, хто був занесений до списку раніше.
Втім, може статися так, що окреми представники української індустрії моди або представники організації, що є її частиною, виявлять бажання безпосередньо вплинути на проект, запропонувавши до списку себе або партнерів по цеху. Команда проекту і, перш за все, автори текстів свідомі такої можливості, але ще коли проект був на рівні ідеї, одразу було вирішено, що одним із засадничих його принципів буде принцип незалежного і неупередженого вибору і оцінювання, що базується виключно на професіональних успіхах героїв проекту. Цей принцип команда вважає наріжним каменем проекту, найменший відхід від цього

Єременко А.О

принципу унеможливлює успішну реалізацію проекту.

Можливо також, що самі герої проекту, свідомо або несвідомо будуть намагатися вплинути на його результати, повідомляючи про себе неповну або максимально компліментарну інформацію, уникаючи негативних або нейтральних повідомлень. Аби максимально зменшити таку можливість, в роботі над проектом підвищена увага приділяється перевірці та верифікації відомостей, отриманих від героїв проекту.

Однією з умов незалежної роботи команди проекту є незалежне від професійної модної спільноти джерело фінансування Довідника. Можливість реалізації проекту за грант Українського культутрного фонду може стати саме тим інструментом, що уможливлює незалежний і неупереджений вибор і оцінювання професійної діяльності героїв Довідника.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів вашого проекту.
Результатом проекту є оприявнення загальної картини феномену під назвою «українська мода» та наповнення його позитивним змістом. Це перший крок до формування в широкій суспільній свідомости сталої позитивної реакції на термін «українська мода» та появі в колективній свідомості загального бренду під назвою «українська мода» з власним символічним капіталом.

Його впровадження та позитивний сенс допомагатиме просуванню та популярності всієї вітчизнянсї модної індустрії, а також укріплення позитивного іміджа України - так само як терміни «французька мода» або «італіська мода» сприяють популярності цих країн.

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

1. Презентація української моди як креативної індустрії.
Кількісні показники:
- визначення переліку та кількості наявних галузей в українській індустрії моди: не менше 5 галузей;
- визначення кількості та переліку критеріїв учасника українській індустрії моди: не менше 4 критеріїв.
Якісні показники:

Оксименко А.О.

- презентація структури української індустрії моди;
- Верифікація учасників української індустрії моди.

2. Створення банку перевіреної інформації про індустрію моди України.
Кількісні показники:
- наявність ексклюзивних інтерв'ю з героями проекту: не менше 95% від загальної кількості описаних кейсів;
- наявність підтвердження інформації, викладеної в Довіднику про героїв проекту: не менше 80 % інформації.
Якісні показники:
- створення інформативних професійних профайлів учасників української модної індустрії;
- достовірна несуперечлива інформація в професійних профайлах учасників української модної індустрії.

3. Презентаційне поліграфічне видання та сучасний сайт про модну індустрію України.
Кількісні показники:
2 носія інформації про українську індустрію моди: сайт та паперова книга;
тираж паперової версії Довідника: 300 примірників;
наявність художніх фото з героями проекту: не менше 90 % від загальної кількості фото.
Якісні показники:
різноманітність, зручність та доступність для споживачів форм презентації української індустрії моди;
художній фотопроект всередині Довідника.

4. Промоція української моди в Україні та в світі.
Кількісні показники:
- відсоток інформації англійською мовою в паперовій та електронній версії Довідника: 100 %;
- відвідуваність сайту: в середньому 5000 відвідувачів за перший місяць;
- цільова персональна розсилка Довідника представникам світового топ-списку модних журналістів, дослідників та істориків моди, а також в посольства та культурні центри: 50 примірників.
Якісні показники:
- доступність інформації про українську моду для фахівців і широкого загалу за межами України;
- поширення серед широкого загалу любителів моди інформації про Довідник;
- інформування про українську моду як успішну креативну індустрію

провідних дослідників та інфлюенсерів глобальної системи моди і зацікавлених українських інституцій.

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

1. Презентація української моди як креативної індустрії.
Кількісні показники:
- фіксація появи нових галузей в українській індустрії моди, які виникнуть в результаті подальшої розбудови модної індустрії країни;
- корегування кількості учасників українській індустрії моди шляхом перевірки на відповідність/невідповідність професійним критеріям.
Якісні показники:
- синхронізація відомостей про українську систему моди з глобальною модною індустрією;
- відповідність інформації про учасників української модної індустрії глобальним стандартам.

2. Створення банку перевіреної та актуальної інформації про індустрію моди України.
Кількісні показники:
- регулярне збільшення кількості профайлів в електронній версії Довідника: не менше 10 за рік;
- відстеження змін в професійному житті героїв проекту та корегування інформації про дизайнерів в електронній версії Довідника: за потреби.
Якісні показники:
- формування уявлення про Довідник як головне джерело достовірної інформації про українську індустрію моди;
- створення Довіднику репутації надійного джерела для пошуку інформації для посилань.

3. Презентаційне поліграфічне видання та сайт про модну індустрію України.
Кількісні показники:
- періодичне перевидання паперової версії Довідника з урахуванням змін, що постійно відображатимуться на сайті проекту: раз на 3 роки;
- осучаснення дизайну паперового Довідника і сайту відповідно до тенденціям в графічному дизайні в царині моди: щорічно.
Якісні показники:

Єременко А.О.

- сталість проекту; постійна наявність актуального презентаційного видання про українську моду;
- відповідність дизайну проекту змінам і оновленням.

4. Промоція української моди в Україні та в світі.
Кількісні показники:
- кількість заходів на сайт та гіперпосилань із закордону: не менше 20% загального трафіку;
- посилання на інформацію з Довідника в медіа та соціальних мережах України: не менше 10 на рік про кожного дизайнера;
- посилання на інформацію з Довідника в медіа та соціальних мережах світу: не менше 5 на рік про кожного дизайнера;
- використання інформації з Довідника в дослідженнях, виставкових проектах, оглядах, ессе тощо: не менше 10.
Якісні показники:
- сайт Довідника як головне джерело англомовної інформації про українську моду;
- збільшення споживацької уваги до української моди всередині країни: - збільшення продажів українських дизайнерів;
- збільшення професійної уваги до всіх кластерів української індустрії моди з боку баєрів, редакторів профільних журналів, міжнародних ритейлерів тощо; збільшення споживацької уваги до української моди;
утвердження української моди на модній мапі світу як неодмінної складової глобальної системи моди.

Ременяк А.О

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

- Хтось з членів команди через особисти обставини може вийти з її складу раніше, ніж проект буде завершено. В такому разі буде оперативно знайдено іншу людину з аналогічними професійними навичками. Жоден з процесів в проекті не зав'язаний на унікальні, неповторні навички, знання та досвід.

- Певні члени команди можуть виходити з графіку виконання робіт. Для запобігання цьому розроблено робочий графік проекту, дотримання якого унеможливлює таку ситуацію.

- Можливе недотримання термінів виконання робіт підрядниками або неможливість виконання завдання в повному обсязі. Зоною найбільшого ризику для проєкту є фаза друку довідника. Через форс-мажорні обставини як от карантин, закриті кордони тощо видавництво може не дотриматись термінів через брак паперу або неможливість контактів з власною типографією. Для мінімізації цього ризику було обрано видавництво ArtHuss, що розташовано в Києві та має власну типографію в одному приміщенні з видавничим офісом.

- Через форс-мажорні обставини як от карантин можливі складнощі з отриманням матеріалів для створення та презентації Довідника, втім, це малоімовірно, адже інформацію та інтерв'ю, необхідні для цього, можна брати за допомогою електронних засобів контакту, уникаючи особистих зустрічей, відряджень тощо.

Семенко А.О

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

- Не всі герої проекту обов'язково перебуватимуть в Україні в терміни, заплановані для фотографування; їхнє пересування також може бути обмежено карантинними заходами. Роботу з інформацією та інтерв'ю це не обмежує; щодо створення художніх фотопортретів героїв Довідника - в цьому випадку в концепції проекту закладено можливість використовувати надані героями портрети (хоча це й небажано, з огляду на те, що всі фотопортрети мають бути виконані в єдиній стилістиці, що відповідає загальні концепції дизайну видання).

Через імовірне коливання курсу гривні та (або) можливе подорожчання паперу розрахована ціна друку 300 примірників обраного формата довідника може збільшитись. В такому випадку будуть проведені відповідні корегування технічного завдання на друк: можуть бути відкореговані тираж, якість паперу та, у крайньому разі, формат (фізичні розміри) Довідника.

Одним з серйозних ризиків проекту є ситуація в країні щодо поширення COVID-19. Аби мінімізувати вплив цієї ситуації на проект, презентацією Довідника буде проведено в онлайн форматі із використанням сайту проекту, медіа інструменту zoom та платформи youtube, а також із залученням соціальних мереж і акаунтів героїв проекту та медіа-партнерів (докладніше про медіа-можливості першої та другої групи дивись відповідні пункти заявки).
Оскільки презентація Довідника від початку була розрахована на вузькоспеціалізовану аудиторію, перенесення її в онлайн дозволить навіть збільшити її аудиторію за рахунок дизайнерів та представників профільних медіа з інших міст України, які не мали б змоги відвідати фізичну презентацію і Києві.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?

1. Щотижневе перспективне планування та звіт про виконання поточного тижневого плана, корекція плана в разі потреби – для фотозйомок, написанню текстів та верстці.
2. Використання програми google analytics - для моніторинга плану комунікаційної компанії та охоплення аудиторії.
3. Сервіс відстежування почтових відправлень (трекінг) Укрпошти – для моніторинга плану персональної розсилки та отримання примірників Довідника адресатами.

Гуменюк Н.О

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?
Ключовими повідомленнями в комунікації проекта стануть:
- індустрія моди України (для цільової професійної аудиторії);
- перший Довідник українськсї моди (для цільової непрофесійної аудиторії);
- бренд «українська мода» з власним символічним капіталом (для опосередкованої аудиторії);
- феномен української моди (для широкої аудиторії).

Ці повідомлення розташовані від тих, що призначені для професійної частини прямої цільової аудиторії – аж до тих, що спрямовані на найширшу, маосву аудиторію. Відповідно, для кожного повідомлення буде обрано оптимальних спікерів, яких ця аудиторія здатна почути якнайкраще. Особивсіть спікерів для різних аудиторій в даному випадку полягає в тому, що у міру розширення аудиторії спікери через свою популярність охоплюють все більше аудиторій.

- ритейлери (власники та топ-менеджери модних бутіків та торгових центрів з продажу модного одягу) - для цільової професійної аудиторії;

- менеджери моди (організатори тижнів моди та інших масштабних подій в галузі моди) - для цільової професійної аудиторії + для цільової непрофесійної аудиторії;

- популярні модні дизайнери – для цільової професійної аудиторії + для цільової непрофесійної аудиторії + для опосередкованої аудитсрії);

- редактори моди провідних міжнародних модних часописів – для цільової професійної аудиторії + для цільової непрофесійної аудиторії + для опосередкованої аудиторії + для широкої аудиторії)

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?
Презентація Довідника відбудеться в два етапи.
Перший етап - флешмоб, який буде розгорнуто в соціальних мережах Instagram, facebook, telegram тощо заздалегідь для просування сайту Довідника та його презентації. Флешмоб буде розпочато силами героїв проекту, більшість з яких потужно представлені в соцмережах і мають свою

Яременко Н.О.

масштабну аудиторію. Координаційним центром та джерелом контенту для флешмоба стане сторінка Довідника в соціальній мережі facebook.
Другий етап - онлайн презентація проекту, що складатиметься з серії круглих столів з представниками модної індустрії. Планується 5 подій, в кожній з яких буде задіяно не менше 5 представників певного кластеру української індустрії моди. Глядачі зможуть долучитись до круглих столів онлайн за допомогою zoom, або згодом переглянути їх в youtube.

Вибір методів комунікації частково продиктований умовами карантину у зв'язку з пандемією коронавіруса, але, насправді, обрані методи комунікації є найдоречнішими, тому що ідеально пасують до комунікативних звичек, що вже склалися в модному інформаційному сегменті України та світу. Контент тут поширюється величезною мірою через соціальні мережі - з величезним відривом тут очолює список Instagram. До того ж особливість спікерів проекту полягає в тому, що вони самі є професійними творцями контенту (стилісти, фотографи), або такими, що звертають на якість контенту на своїх сторінках величезну увагу (дизайнери, ритейлери). Таким чином методи першого етапу комунікації проекту обиратимуть самі його спікери, відповідно до загальних трендів та власної фантазії.

Найвідоміші та найкращі представники української моди поширюватимуть інформацію про Довідник, в якому вони будуть представлені, на своїх власних сторінках в соцмережах (деякі з таких сторінок двомовні або ведуться тільки англійською мовою, мають тисячі підписників, і значна їхня частина – з закордону). Паралельно ці дизайнери ведуть дуже популярні сторінки і в інших поширених соціальних мережах. З великою вірогідністю кожен з 80 героїв проекту щонайменше один раз повідомить про Довідник української моди на своїй сторінці в facebook, Instagram, youtube тощо.

Які ЗМІ будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту?
При формуванні інформаційної стратегії проекту не було потреби обирати між суто професійними каналами комунікації та такими, що розраховані на широку аудиторію, адже особливість моди полягає в тому, що професійні модні медіа є надпопулярними.
В інформаційному супроводі проекта будуть задіяні ці та інші мережеві модні видання, представлені в Україні, а також майже всі локальні медіа, що мають відношення до моди:

Vogue (сайт)
Elle (журнал + сайт)
Harper`s Bazaar (журнал + сайт)

Єременко А.О

L`Officiel (сайт)
Marie Claire (сайт)
Bestin.ua
Jetsetter
Buri247
Orest.com.ua

Будуть залучені також найбільш популярні суспільно-політичні та розважальні медіа-майданчики: програми теленовин, портали світської хроніки тощо.

Результатам проекту буде присвячено:

- не менше 3 телесюжетів;
- не менше 5 публікацій в загально-національних ЗМІ;
- не менше 10 публікацій в профільних ЗМІ;
- не менше 80 публікацій в соціальних мережах.

З якими лідерами думок планується співпраця?
Особливість проекту полягає в тому, що всі без виключення лідери думок модної індустрії України водночас є героями Довідника. Відповідно всі вони, по-перше, будуть обізнані про Довідник і, по-друге, природно зацікавлені в розповсюдженні інформації про нього. Саме герої проекту стануть його найкращими і найефективнішими амбасадорами. Ось приклади лідерів думок для різних аудиторій:

- ритейлери (приклад: Ася Мхітарян та Дмитро Євенко, бутік Astnik) - для цільової професійної аудиторії;

- менеджери моди (приклад – Ірина Данілевська, організатор Ukrainian Fashion Week) - для цільової професійної аудиторії + для цільової непрофесійної аудиторії;

- популярні модні дизайнери (приклад: Ксенія Шнайдер, Руслан Багінський, Тетяна Семенченко (бренд Vovk) – для цільової професійної аудиторії + для цільової непрофесійної аудиторії + для опосередкованої аудиторії);

- редактори моди провідних міжнародних модних часописів (приклад: Тетяна Соловей, редакторка журнала Vogue Україна) - для цільової професійної аудиторії + для цільової непрофесійної аудиторії + для опосередкованої аудиторії + для широкої аудиторії;

Планується також адресна розсилка Довідника щонайменше десятьом представникам топ-списку членів міжнародної професійної модної спільноти, серед яких

Валері Стіл (директорка FIT Museum)
Крістофер Брюар (профессор Единбургзького коледжу мистецтв)
Олів'є Сайяр (директор музею міської моди Парижу)
Кеті Хорін (контріб'юторка The New York Times)
Сьюзі Менкес (редакторка Vogue Internationa)
Джессіка Мішо (контріб'ютерка l`Officiel Paris, Vogue Japan, Odda magazine)
Ліана Сатенштейн (редакторка Vogue.com)
Сара Мауер (журналістка Vogue US та посол British Fashion Council)
Сара Майно (редакторка Vogue Italia)
Ольга Куріщук (засновниця журналу 1Granery)

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті реалізації комунікаційного плану проекту?
Загальна кількість осіб, задіяних у флешмобі по просуванню сайта та презентації Довідника очікується щонайменше 500 000 осіб.
Загальна кількість переглядів круглих столів під час онлайн презентації Довідника наживо та в запису на youtube очікується близько 1500 переглядів.
За разультатами флешмобу та презентації кількість відвідувачів сайту в перші місяці його роботи очікується на рівні 5000 осіб на місяць.

Сама природа модних медіа передбачає охоплення великої аудиторії. Для прикладу, щоденная сукупна відвідуваність трьох провідних українських модних сайтів – https://vogue.ua/, https://elle.ua/та https://officiel-online.com/ складає приблизно 100 000 заходів на добу.
Сторінка одного з героїв проекту дизайнера Руслана Багінського в соціальній мережі Instagram ruslanbaginskiy_hats ведеться англійською мовою та станом на початок 2020 року має 106 000 підписників, серед яких не тільки найширше коло поціновувачів моди з усього світу, але й чільні фахівці модної індустрії. Сторінка створена для презентації нових моделей творчості дизайнера, а також публікацій профільних медіа, в яких йдеться про його творчість. Аналогічний за змістом Instagram аккаунт дизайнерки Ксенії Шнайдер KSENIASCHNAIDER на початок 2020 року має 59 900 підписників; аккаунт дизайнерки Віти Кін vitakin_originals – 153 000 підписників тощо. Враховуючи, що в Довіднику будуть кейси приблизно 80 учасників укрїнської модної індустрії, і кожен з них зробить хоча б одну

Оленчко А.О.

публікацію на своїй сторінці в соціальних мережах (і це не враховуючи ЗМІ) – сміливо можна прогнозувати охоплення аудиторії щонайменше 1000 000 осіб.
Знов таки природа модних медіа передбачає найширшу аудиторію. При цьому комунікаційний план проекту передбачає спеціальні зусилля, які буде спрямовано на поінформованість про Довідник української моди чільних гравців професіонального модного середовища в Україні і світі.

Яким чином буде забезпечений вільний доступ до напрацювань та / або кінцевих результатів проекту?
Довідник української моди буде реалізовано, зокрема, у вигляді загальнодоступного сайту. На сайті зі збереженням візуальної стилістики паперового видання буде викладено всі кейси про всіх героїв проекту українською та англійською мовою. В кожному кейсі буде художній фотопортрет героя проекту, світлини його моделей або інші результати творчої діяльності та професійна інформаційна довідка про нього. Таким чином всі бажаючі дізнатись про учасників української модної індустрії зможуть зробити це за допомогою сайту.

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)?
Після закінчення грантової підтримки проекту згортання сайту Довідника не передбачається – навпаки, планується додавання нових кейсів учасників модної індустрії, а також кореляція/оновлення існуючого контента.
Заявник Антон Єременко надаватиме виконуватиме роботи по перевірці та оновленню контента в якості волонтера. Метою цієї роботи є поступове ствердження сайту Довідника як головного і найкращого джерела інформації про українську модну індустрію із завжди актуальним контентом, що враховує всі зміни та новини індустрії. Також заявник планує сплачувати власні кошти за домен сайту.
В подальших планах – періодичне перевидання паперової версії Довідника з оновленою актуальною інформацією, для чого заявник шукатиме грантової підтримки. За зразок тут слугує відомий довідник дизайнерів Fashion Now, що витримав вже два перевидання з доповненням інформації та оновленням дизайну, наразі цей суперпопулярний проект продовжується.

Як організація планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями?
Заявник Єременко Антон працює в профільному медіа, а також є експертом української дизайнерської премії Best Fashion Awards, тісно співпрацює з

Єременко А.О.

Ukrainian Fashin Week, читає лекції для професійної спільноти модних журналістів. Досвід, здобутий під час пошуку, аналізу, верифікації та структурування матеріалу для Довідника, він може використати в подальшій професійній діяльності та ділитися ним з колегами на лекціях т воркшопах.

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

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту
8

Кількість жінок у команді проекту
5

Кількість людей віком від 17 до 34
6

Кількість людей віком від 35 до 50
2

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

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

ні

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Кількість?
Ні

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

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

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

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

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

Семенко А.О

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-VI 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
Еременко П.О		

Фонд:

Грантоотримувач:

Б.П

Додаток № 2
до Договору про надання гранту
№ 3NOR041-6217
від "01" червня 2020 року

Назва конкурсної програми Навчання. Обміни. Резиденції. Дебюти
Назва ЛОТ-у: Дебюти
Назва Заявника: Єременко Антон Олексійович
Назва проекту: Довідник української моди

	Організація-донор	ансування проекту, в	ування проекту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1	**Український культурни**	**100,00%**	**492 819,00**
2	**Співфінансування* :**		-
2.1.	Кошти організацій-партнерів		
2.2.	Кошти місцевих бюджетів		
2.3.	Кошти інших інституційних донорів		
2.4.	Кошти приватних донорів		
2.5.	Власні кошти організації-заявника		
3	**Реінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інше)**		
	Всього	**100,00%**	**492 819,00**

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

Керівник проекту Єременко А.О

Кошторис витрат по Гранту (плановий/фактичний)

Назва заявни Єременко Антон Олексійович

Назва проекту Довідник української моди

Розділ: Підрозділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			Загальна планова сума витрат по проекту, грн. (=6+9+12+15)	ПРИМІТКИ
				Планові витрати відповідно до заявки				
				Кількість/Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=4*5)		
Стовпці:	1	2	3	4	5	6	16	17
Розді	II	**Витрати:**						
Підроз	1	**Оплата праці**						
Стаття	1.1	***Штатні працівники***		-	-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-	
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-	
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-	
Стаття	1.2	***За трудовими договорами***		-	-	-	-	
Пункт:	а	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-	
Пункт:	б	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-	
Пункт:	в	Повне ПІБ, посада	місяців			-	-	
Стаття	1.3	***За договорами ЦПХ***		86,50	16 815,00	78 950,00	78 950,00	
Пункт:	а	Христнюк Юлия Юріївна, фотограф проекту, створення	година	80,00	315,00	25 200,00	25 200,00	
Пункт:	б	Муха Гліб, дизайнер проекту, створення верстки та макетів	місяців	3,00	8 000,00	24 000,00	24 000,00	
Пункт:	в	Розпутна Марія Василівна, координатор проекту, нагляд за	місяців	3,50	8 500,00	29 750,00	29 750,00	
Всього по підрозділу 1 "Оплата праці":				86,50	16 815,00	78 950,00	78 950,00	
Підро	2	**Соціальні внески**						
Стаття	2.1	***Соціальні внески з оплати праці***	місяців	0,22	78 950,00	17 369,00	17 369,00	
Пункт:	а	ЄСВ на виплати по договорам ЦПХ	відсоток	0,22	78 950,00	17 369,00	17 369,00	
Всього по підрозділу 2 "Соціальні внески":				0,22	78 950,00	17 369,00	17 369,00	
Розділ	3	**Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)**						
Стаття	3.1	***Вартість проїзду (для штатних працівників)***		-	-	-	-	

Єременко А.О

Пункт	а	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			-	-	
Пункт	б	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			-	-	
Пункт	в	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			-	-	
Стаття	3.2	***Вартість проживання (для штатних працівників)***		-	-	-	-	
Пункт	а	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			-	-	
Пункт	б	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			-	-	
Пункт	в	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			-	-	
Стаття	3.3	***Добові (для штатних працівників)***		-	-	-	-	
Пункт	а	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-	-	
Пункт	б	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-	-	
Пункт	в	Добові (розрахунок на відряджену особу)	доба			-	-	
Всього по підрозділу 3 "Витрати пов'язані з відрядже				-	-	-	-	
Підро	4	**Обладнання і нематеріальні**						
Стаття	4.1	***Обладнання, інструменти, інвентар які необхідні для використання його при реалізації проекту***		-	-	-	-	
Пункт	а	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			-	-	
Пункт	б	Наименування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			-	-	
Пункт	в	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	шт.				-	
Стаття	4.2	***Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проекту***		-	-	-	-	
Пункт	а	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)					-	
Пункт	б	Право використання (ліцензія)					-	
Пункт	в	Інші нематериальні активи				-	-	
Всього по підрозділу 4 "Обладнання і нематеріальні а				-	-	-	-	

Еременко Н.О

Підро	5	Витрати пов'язані з орендою						
Стаття	5.1	*Оренда приміщення*		40,00	350,00	14 000,00	14 000,00	
Пункт	а	Оренда фотостудії, Lightfield Production, Польова 21Б	доба	40,00	350,00	14 000,00	14 000,00	
Пункт	б	Оренда приміщення для презентації у м. Київ	доба					
Пункт	в	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв м (годин, діб)			-	-	
Стаття	5.2	*Оренда техніки, обладнання та інструменту*		-	-	-	-	
Пункт	а	Найменування техніки (з деталізацією технічних	шт.			-	-	
Пункт	б	Найменування обладнання (з деталізацією технічних	шт.			-	-	
Пункт	в	Найменування інструменту (з деталізацією технічних	шт.			-	-	
Стаття	5.3	*Оренда транспорту*		-	-	-	-	
Пункт	а	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням кілометражу абокількості годин)	км (годин)			-	-	
Пункт	б	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)			-	-	
Пункт	в	Оренда автобуса (із зазначенням кілометражу або кількості годин)	км (годин)			-	-	
Стаття	5.4	*Оренда сценічно-*		-	-	-	-	
Пункт	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-	-	
Пункт	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-	-	
Пункт	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-	-	
Стаття	5.5	*Інші об'єкти оренди*		-	-	-	-	
Пункт	а	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-	-	
Пункт	б	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-	-	
Пункт	в	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)				-	-	
Всього по підрозділу 5 "Витрати пов'язані з орендою				40,00	350,00	14 000,00	14 000,00	
Підро	6	Витрати на харчування та						
Стаття	6.1	*Вид харчування або назва заходу або сніданок/обід/вечеря/кава-брейк тощо*		-	-	-	-	
Пункт	а	Послуги з харчування - кейтерінг на презентації книжки на 120 осіб	чол.					

Єременко А.О

Пункт	б	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-	-	
Пункт	в	Послуги з харчування (з зазначенням кількості осіб на заході)	чол.			-	-	
Всього по пірозділу 6 "Витрати на харчування та нап				-	-	-	-	
Підро	7	**Матеріальні витрати**						
Стаття	7.1	***Основні матеріали та сировина***		80,00	369,00	29 520,00	29 520,00	
Пункт	а	Витратні матеріали для забезпечення візажу для	комплекті	80,00	369,00	29 520,00	29 520,00	Комплект складатиметься з тональні основи, хайлайтеру, засобів з візажу очей
Пункт	б	Найменування	шт.			-	-	
Пункт	в	Найменування	шт.			-	-	
Стаття	7.2	***Носії, накопичувачі***		-	-	-	-	
Пункт	а	Найменування	шт.			-	-	
Пункт	б	Найменування	шт.			-	-	
Пункт	в	Найменування	шт.			-	-	
Стаття	7.3	***Інші матеріальні витрати***		-	-	-	-	
Пункт	а	Найменування	шт.			-	-	
Пункт	б	Найменування	шт.			-	-	
Пункт	в	Найменування	шт.			-	-	
Всього по підрозділу 7 "Матеріальні витрати":				80,00	369,00	29 520,00	29 520,00	
Підро	8	**Поліграфічні послуги**						
Стаття	8.1	***Послуги із виготовлення:***		-	-	-	-	
Пункт	а	Виготовлення макетів	шт.			-	-	
Пункт	б	Нанесення логотопів	шт.			-	-	
Пункт	в	Друк брошур	шт.			-	-	
Пункт	г	Друк буклетів	шт.			-	-	
Пункт	д	Друк листівок	шт.			-	-	
Пункт	е	Друк плакатів	шт.			-	-	
Пункт	є	Друк банерів	шт.			-	-	
Пункт	ж	Друк інших роздаткових	шт.			-	-	
Пункт	з	Послуги копірайтера	шт.			-	-	
Пункт	и	Інші поліграфічні послуги	шт.			-	-	
Всього по підрозділу 8 "Поліграфічні послуги":				-	-	-	-	
Підро	9	**Послуги з просування**						
Пункт	а	Проведення онлайн конференцій в YouTube через Zoom.	місяць	1,00	500,00	500,00	500,00	оплата конференції в zoom
Пункт	б	рекламні витрати	днів	10,00	402,00	4 020,00	4 020,00	витрати на digital-просування анонсів коференції
Пункт	в	SMM, SO (SEO)				-	-	
Пункт	г	Інші	послуга	1,00	400,00	400,00	400,00	послуги з таргетингу анонсів конференцій
Всього по підрозділу 9"Послуги з просування":				**12,00**	**1 302,00**	**4 920,00**	**4 920,00**	
Підро	10	**Створення web-ресурсу**						
Пункт	а	ФОП Максименко Олександр Олександрович, послуга зі створення сайту, прогромне забезпечення роботи сайту		1,00	6 250,00	6 250,00	6 250,00	Це сайт присвячений довіднику з можливістью переглянути всю інформацию з книги, який буде оновлюватись відповідно до ситуації на ринку. Оновлення сайту відбуватиметься завдяки автору проекту.

Максименко О.О

Пункт	б	Витрати з обслуговування сайту	місяць	5,00	210,00	1 050,00	1 050,00	
Всього по підрозділу 10 "Створення web-ресурсу":				6,00	6 460,00	7 300,00	7 300,00	
Підро	11	**Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації**						
Пункт	а	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт			-	-	
Пункт	б	Найменування методичних, навчальних, інформаційних	шт			-	-	
Всього по підрозділу 11 "Придбання методичних, навчальних, інформаційних				-	-	-	-	
Підро	12	**Послуги з перекладу**						
Пункт	а	Усний переклад	година			-		
Пункт	б	Редагування усного перекладу	сторінка			-	-	
Пункт	в	Письмовий переклад на англійську мову, всіх текстів книги	сторінка	80,00	350,00	28 000,00	28 000,00	
Пункт	г	Редагування письмового перекладу	сторінка	80,00	150,00	12 000,00	12 000,00	
Всього по підрозділу 12 "Витрати з перекладу				160,00	500,00	40 000,00	40 000,00	
Підро	13	**Адміністративні витрати**						
Пункт	а	Бухгалтерські послуги, ФОП Філобокова Оксана Анатоліївна, бухгалтер, координація фінансових питань, ведення фінансової документації та підготовка фінансової звітності	місяць	4,00	8 000,00	32 000,00	32 000,00	
Пункт	б	Юридичні послуги, ФОП Волошин Владислав Вікторович, юрист, координація юридичних питань, підготовка типових договорів з командою проекту та підрядниками	місяць	2,00	4 000,00	8 000,00	8 000,00	
Пункт	в	Аудиторські послуги, ПП "Аудиторська фірма "Альта" фінансовий аудит проекту, підготовка висновку незалежного аудитора	шт.	1,00	14 500,00	14 500,00	14 500,00	
Пункт	г	Інші адміністративні витрати (вказати тип витрат)				-	-	
Всього по підрозділу 13 "Адміністративні вит				7,00	26 500,00	54 500,00	54 500,00	
Підро	14	**Інші прямі витрати**						
Стаття	14.1	***Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення***		-	-	-	-	
Пункт	а	Найменування послуги	шт.			-	-	
Пункт	б	Найменування послуги	шт.			-	-	

Єременко А.О.

Пункт	в	Найменування послуги	шт.			-	-	
Стаття	14.2	***Витрати на послуги страхування***		-	-	-	-	
Пункт	а	Вказати предмет страхування	шт.			-	-	
Пункт	б	Вказати предмет страхування	шт.			-	-	
Пункт	в	Вказати предмет страхування	шт.			-	-	
Стаття	14.3	***Видавничі послуги***		**800,00**	**310,82**	**93 410,00**	**93 410,00**	
Пункт	а	Послуги коректора	екземпляр			-	-	
Пункт	б	Послуги верстки	екземпляр			-	-	
Пункт	в	Друк книг (ТОВ "ВИДАВНИЦТВО "АРТХАСС")	екземпляр	300,00	310,00	93 000,00	**93 000,00**	Формат А4, вага бумаги 150gl, кольоровий друк, безкоштовне поширення підчас презентації, розсилка по бібліотекам, а також адресна россилка міжнародним експертам.
Пункт	г	Друк журналів	екземпляр			-	-	
Пункт	д	Друк флаєрів	екземпляр	500,00	0,82	410,00	**410,00**	210х99 мм, 500 шт, вага бумаги 150gl, поширення силами команди проекту
Стаття	14.4	***Інші прямі витрати***		**57,00**	**121 725,00**	**152 850,00**	**152 850,00**	
Пункт	а	ФОП Єременко Антон Олексійович послуги з написання авторського тексту для книжки, продюсування проекту	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00	**25 000,00**	50 текстів по 3500 знаків. Ціна за одиницю 600 грн.
Пункт	б	ФОП Звіняцьківська Зоя Романівна, послуги з написання авторського тексту для книжки	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00	**25 000,00**	Написання текстів для Довідника (переважно з представниками індустрії старшої генерації) рерайт всього масиву текстів. 42 тексти по 3500 знаків. Ціна за одиницю 600 грн.
Пункт	в	ФОП Малюченко Ольга Юріївна, візажист проекту, створення візуальних образів героїв проекту	місяців	2,00	10 300,00	20 600,00	**20 600,00**	
Пункт	г	Послуги з комп'ютерної обробки фотографій	послуга	1,00	16 000,00	16 000,00	**16 000,00**	160 фотографій по 100 грн за шт.
Пункт	д	Послуги зі фотозйомки презентації	послуга					
Пункт	е	ФОП Ивченко Анастасия Сергіївна, піар-менеджер проекту, складання медиа плану, підготовка презентацій, коммунікація за прессою	послуга	1,00	25 000,00	25 000,00	**25 000,00**	
Пункт	є	Послуги з редагування та корректури книжки	послуга	1,00	20 000,00	20 000,00	**20 000,00**	
Пункт	ж	Послуги з міжнародної поштової відправки, Укрпошта	послуга	50,00	425,00	21 250,00	**21 250,00**	Вартість послуги міжнародного відправлення Укрпоштою. Вага до 2кг.
Пункт	з							
Пункт	и						-	
Всього по підрозділу 14 "Інші прямі витрати":				**857,00**	**122 035,82**	**246 260,00**	**246 260,00**	
Всього по розділу II "Витрати":						**492 819,00**	**492 819,00**	

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ						-	-	

Керівник проекту
(Посада)

Єременко А.О., І.П.
(Печатка, підпис, ПІБ)