ДОГОВІР № 4ICP61-05519
про надання гранту

м. Київ «30» червня 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та ФОП Маслій Марія Андріївна (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань від 18.05.2011 р. за № 20710000000014602, з іншої сторони (далі – Сторони), уклали цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

Фонд надає Грантоотримувачу на умовах, визначених цим Договором, грант для реалізації культурно-мистецького проєкту «Розробка та виготовлення колекції взуття на принципах сталості та екологічності.» (далі – Проєкт), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проєктній заявці та у кошторисі Проєкту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантоотримувач реалізує Проєкт на умовах, визначених цим Договором.

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проєкт до 31 жовтня 2021 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.

III. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ

1. Загальна сума гранту становить 514 950 грн. 00 коп. (п'ятсот чотирнадцять тисяч дев'ятсот п'ятдесят гривень 00 копійок) без ПДВ.

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

3. У разі невиконання або часткового виконання співфінансування Проєкту зі сторони Грантоотримувача та/або партнера по співфінансуванню, у проектах де співфінансування є обов`язковою умовою, Фонд зменшує суму гранту пропорційно до зменшення суми співфінансування. Якщо часткове невиконання співфінансування не впливає на граничні обов`язкові пропорції співфінансування проекту, визначені Фондом, ця норма не застосовується.

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

IV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

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

2. Грантоотримувач зобов'язується:

1) відповідати за будь-якими зобов'язаннями, покладеними на нього цим Договором;

2) не отримувати прибутку від гранту (крім випадків реалізації проєктів, пов'язаних із кіновиробництвом);

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

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

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

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

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

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

3. Фонд має право:

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

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

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

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

4. Фонд зобов'язується:

1) надавати організаційно-методичну допомогу Грантоотримувачу;

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

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

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

VI. ПРАВО ВЛАСНОСТІ ЩОДО РЕАЛІЗОВАНОГО ПРОЄКТУ

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

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

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

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

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

1. Сторони домовились, що фактичні витрати мають відповідати принципам раціонального управління фінансами, бути відображені в бухгалтерському обліку Грантоотримувача та відповідати витратам, передбаченим у кошторисі Проєкту, форму якого наведено у додатку 2 до цього Договору.

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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

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

витрати на проведення капітальних ремонтних робіт, проведення будівельних робіт, розробку у проектно-кошторисної документації;

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 (за винятком витрат на оплату винагороди членів команди);

інші витрати, Інструкціями для заявників по программам та 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 2021 року, але у будь-якому випадку до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань.

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

2. У разі зміни уповноваженої особи Сторони невідкладно повідомляють одна одну.

3. Обмін інформацією відбувається між Сторонами будь-якими можливими та прийнятними засобами зв'язку.

4. Електронне повідомлення вважається отриманим Стороною-одержувачем в день його успішного відправлення. Відправлення вважається неуспішним, якщо Сторона, яка його направляє, отримує повідомлення про те, що воно не було відправлено. У цьому разі Сторона, яка направляє повідомлення, має негайно відправити його ще раз за будь-якими іншими відомими та попередньо визначеними адресами, зазначеними у пункті 6 цього розділу.

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

6. Контактні особи:

1) контактна особа Фонду:
Проектний відділ Українського культурного фонду
01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12
+38 044 504-22-66
programa.cult@ucf.in.ua
2) контактна особа Грантоотримувача:
Маслій Марія Андріївна

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, Грантостримувач зобов'язується негайно повідомити Фонд у письмовій формі.

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

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

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

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

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

додаток 1 – проєктна заявка;

додаток 2 – кошторис Проєкту;

додаток 3 – змістовий звіт про виконання Проєкту;

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

додаток 5 – графік платежів.

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд	**Грантоотримувач**
Український культурний фонд	ФОП Маслій Марія Андріївна
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 Тел.: +38 (044) 504-22-66	Юридична адреса: 04080, м. Київ, вул. Кирилівська, 99/1, корпус 2, кв. 27 Адреса для листування: 04080, м. Київ, вул. Кирилівська, 99/1, корпус 2, кв. 27 ЄДРПОУ/ІПН: 3311515240 Банківські реквізити: Назва банку/філії: АТ «Альфа Банк» Р/р: UA973003460000026001016693002 Тел.: +38 (093) 100-11-11
Виконавчий директор	ФОП
_____ В.Г. Берковський М.П.	_____ М.А. Маслій М.П.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4ICP61-05519

від «30» червня 2021 р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 6. Мода і дизайн

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4ICP61-05519

Назва проекту: Розробка та виготовлення колекції взуття на принципах сталості та екологічності.

Візитна картка

Назва проекту
Розробка та виготовлення колекції взуття на принципах сталості та екологічності.

Назва проекту англійською мовою
Creation and development of sustainable footwear collection

Географія реалізації проекту

Населений пункт
Київ

Початок проекту
06.2021

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)
2021-10-31

Тривалість проекту в місяцях
5

Формат проекту

Б.П.

наживо та онлайн

Пріоритетний сектор
дизайн та мода

Основний продукт
Колекція/ показ (мода)

Ключові слова за напрямами
мода

Конкурсна програма
Інноваційний культурний продукт

Лот
ЛОТ 6. Мода і дизайн

Тип проекту
Індивідуальний

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові
Маслій Марія Андріївна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті
засновник

Загальна інформація про проект

Коротка інформація про проект
Розробка та виготовлення колекції взуття MARSALA на принципах сталості та екологічності. Презентація колекції під час Паризького тижня моді у спеціалізованому міжнародному онлайн-шоурумі. Мета проекту -

розширити потенціал бренду, стимулювати експорт, презентувати український продукт як інноваційний, прогресивний та сучасний. Сталий розвиток - найперспективніший напрямок світової моди, дуже слабко розвинений у категорії взуття. Як результат, підвищити репутацію бренду України та українського продукту, створити нові міжнародні зв'язки, зацікавити міжнародні магазини та медіа. Також розвивати культуру споживання екологічного продукту локально, популяризувати принципи сталості та екологічності.

Коротка інформація про проект англійською мовою
Creation and development of sustainable footwear collection. Brand presentation during Paris fashion week at the international sustainable fashion digital showroom. The purpose of the project is to widen the MARSALA brand potential, to stimulate export, to present Ukrainian products as innovative, progressive and contemporary. Sustainability - is the most prospective direction of global fashion, least developed in the footwear category. As a result, we want to enlighten the image of Ukraine and ukrainian product, to create international connections, to get interest from international media and stores. Also, to develop the culture of consumption of sustainable and ethical products locally, to promote principles of sustainability.

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету)
514950

Загальний бюджет проекту
594950

Сума співфінансування
80000

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Сума реінвестиції
0

Чи використовуються у проекті результати/об'єкти інтелектуальної діяльності?
Так

Чи врегульовані майнові та немайнові права авторів та їх правонаступників

б.п.

на використання результатів/ об'єктів інтелектуальної діяльності, що використовуватимуться у проекті, згідно з Законом України «Про авторське право і суміжні права»?
Так

Інформація про організацію-заявника

Повне найменування організації-заявника
ФОП Маслій Марія Андріївна

Повне найменування організації-заявника англійською мовою
Individual Entrepreneur Maslii Mariia Andriyivna

Код ЄДРПОУ
3311515240

Активне посилання на установчий документ (Статут, Положення, інше) на вебсайті Міністерства юстиції України або на іншому вебресурсі
не передбачається

Організаційно-правова форма
Фізична особа-підприємець

Вид діяльності організації-заявника за КВЕД, що відповідає напряму програми/ЛОТ-у
46.42 - Оптова торгівля одягом і взуттям 47.72 - Роздрібна торгівля взуттям і шкіряними виробами в спеціалізованих магазинах 90.03 - Індивідуальна мистецька діяльність

Дата реєстрації організації
2011-05-18

Юридична адреса організації
Київ 04080, вул. Кирилівська 99/1, кв.27

Поштова адреса організації
Київ 04080, вул. Кирилівська 99/1, кв.27

Область (відповідно до юридичної адреси)
Київська

Тип населеного пункту
Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)
Київ

Активне посилання на сайт та (або) сторінки у соціальних мережах
https://marsala.com.ua

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації
Маслій Марія Андріївна

Телефон керівника організації

Електронна пошта керівника організації

Чи притягався керівник організації коли-небудь до кримінальної відповідальності?
Ні

Чи притягався керівник організації-заявника до адміністративної відповідальності за порушення законодавства у сфері запобігання та протидії корупції, або чи має судимість, незняту чи непогашену у встановленому законом порядку?
Ні

Зазначте кінцевого бенефіціарного власника / власників організації-заявника із вказанням громадянства
Маслій Марія Андріївна, українка

Чи притягався (-лися) кінцеві бенефіціарні власник (-и) організації коли-небудь до кримінальної відповідальності?
Ні

Чи є відкриті судові провадження стосовно організації-заявника на момент подання заявки?
ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту

2. веб-сайт, авторське право на дизайн.
3. Власний працівник.
4. Наявність матеріалів.

Чи подавалася Ваша організація на конкурси Фонду в попередні роки у ролі заявника?
Так. 31CP61-5519 - Шоурум-виставка для сталих брендів у Парижі
3PLUS1-05519 - Проведення міжнародного конкурсу зі сталого модного дизайну
3INST41- 05519 - Культура в часи кризи: Інституційна підтримка. Створення міжнародного діджитал B2B шоуруму.

Чи є цей проект продовженням або наступним етапом проекту, реалізованого за підтримки УКФ?
Ні

Чи цей проект (повністю чи частково) подавався на інші конкурси підтримки з коштів державного чи місцевих бюджетів?
Ні

Чи реалізовували проекти за підтримки Фонду у попередні роки?
Так. 3INST41- 05519 - Культура в часи кризи: Інституційна підтримка. Створення міжнародного діджитал B2B шоуруму.

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття
На національному рівні у категорії взуття серед українських та міжнародних брендів не представлено жодного бренду взуття, що використовує принципи сталості під час створення колекцій. Проте екологічні проблеми на часі дуже актуальні як у глобальному контексті, так і в локальному.

Проект націлений на створення альтернативи взуттю з натуральної шкіри, що обробляється хромом або штучних замінників шкіри. Це взуття, виготовлене з альтернативних або перероблених матеріалів. Колекція стане зразком інноваційного конкурентоспроможного українського продукту.

На міжнародному рівні кількість брендів, що реалізували продукти в

екологічному напрямку, також дуже обмежена. В той час як попит нестримно росте і магазини активно шукають бренди, що можуть задовольнити їх клієнта.

Проект, побудований на базі принципів сталого розвитку, не просто змінює ринок, а й сприяє промоції цілісних та орієнтованих на майбутнє цінностей екологічного мислення та свідомого споживання.

Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?
Стала мода - найбільш перспективний напрямок розвитку моди та єдиний можливий у довгостроковій перспективі через світові екологічні проблеми. Комунікація та просування колекції є не тільки продуктом, що зберігає ресурси, проте і продуктом, що популяризує свідоме споживання та сприяє розвитку етичної та екологічної культури, залучаючи нові аудиторії.
Створення такої колекції дає потенціал міжнародного зростання для українського бренду. Розвиток напрямку має надати можливість подальшого зростання на засадах самоокупності.

Обґрунтуйте важливість проекту для організації-заявника (та вашого партнерства за наявності), з огляду на основні / стратегічні напрями діяльності організації-заявника (та організації-партнера за наявності)
Бренд MARSALA вже зайняв важливе місце на українському ринку моди та має свою постійну аудиторію. Засновниця Марія Маслій також працює над проектом шоуруму для сталих брендів у Парижі, що дає досвід та потенціал продажів продукції бренду саме з цією специфікою за кордон. Взуття є основною спеціалізацією бренду, досвід п'яти років є достатнім для розуміння всіх технічних особливостей та можливостей у розробці. Бренд досягнув певної стабільності та темпи зростання знизились, в тому числі через пандемію. То ж доповнення цінностей бренду та розширення асортименту екологічним дає модливість міжнародного зростання та зростання загалом.

Чому проект є унікальним?
Проект є одним з небагатьох світових брендів взуття, який створює колекцію в категорії взуття на принципах сталості. Продукт розроблено без використання матеріалів, що не розкладаються та є токсичними. Цей напрямок у даній категорії товарів існує близько п'яти років, проте до сих пір є блакитним океаном, ринок сталого взуття ненасичений.
Засновниця бренду почала працювати над розробкою три роки тому, надихнувшись сталим підходом під час написання дисертації на магістратурі у Кембриджі. На навчання Марія отримала грант від медіа холдингу HEARST

б.п.

UK. Зменшення негативного впливу на навколишнє середовище під час виробництва є головною якісною перевагою, що суттєво посилена досвідом виробництва та привабливого дизайну, що доведено попитом в Україні та репутацією бренду MARSALA на локальному ринку.

Чому проект є інноваційним?
Проект використовує новітні технологічні підходи до виготовлення взуття. Для створення продукту використовуються інноваційні матеріали: біорозкладні, органічні або перероблені (такі як Pinatex, Econyl та інші). Запровадження нових підходів розширює індивідуальний досвід митця-дизайнера та команди виробництва.
Бренд розширить свої можливості та підвищить технологічність виробництва. Створення такого продукту надихне інших гравців галузі шукати інноваційні підходи до створення взуття.

Основна мета проекту
Створити колекцію дизайнерського взуття на засадах сталості та екологічності, використовуючи альтернативні матеріали, конкурентноспроможну на глобальному рівні.

Цілі проекту

Ціль
Створити унікальну інноваційну колекцію взуття, базуючись на принципах сталості.

Завдання
Розробити дизайн капсульної колекції на 20 різноманітних моделей, закладаючи принципи сталості у майбутню реалізацію.

Результат 1
Наступні колекції можуть створюватися, використовуючи досвід, на принципах сталості.

Результат 2
Бренд реалізує всю свою діяльність з урахуванням цінностей сталого розвитку та екологічності.

Індикатори досягнення результатів
Створено ескізи колекції. Реалізований продукт згідно запланованого дизайну не буде суперечити принципам сталого розвитку. Дизайн

Б.П.

закладає у план колекції різні типи взуття, варіації висоти каблука та передбачає використання різних колодок

Ціль
Знайти постачальників сталих матеріалів для виробництва колекції.

Завдання
Зробити дослідження ринку, зробити аналіз пропозиції, провести переговори з постачальниками, врахувати логістичні та технічні фактори.

Результат 1
Знайдено нові інноваційні матеріали.

Результат 2
Знайдено нові комплектуючі для взуття.

Індикатори досягнення результатів
матеріали відповідають принципам сталості і є біорозкладними, органічними або переробленими, можуть бути доставлені до потужностей виробництва згідно з часом робочого плану, є регулярними, тобто можливе повторне замовлення. Знайти три постачальника, продукт яких відповідає задачі, обрати найкращу якісну пропозицію.

Ціль
Розробити зразки на виробництві.

Завдання
Розробити зразки майбутньої колекції, використовуючи попередньо розроблені дизайн-ідеї, з урахуванням технічних особливостей матеріалу для конкретних моделей.

Результат 1
Виробництво навчилося досконало працювати з інноваційними матеріалами.

Результат 2
Знайдено нові технологічні рішення.

Індикатори досягнення результатів
зразки відповідають візуальній, ідеологічній та екологічній концепціям.

Розроблено 20 зразків, на низькому(3-4 см) та середньому каблуках (7-8 см) та плоскій підошві у рівній кільеості. Використано екологічні матеріали.

Ціль
Вихід бренду на міжнародний ринок та розвиток експорту.

Завдання
Презентувати бренд міжнародним онлайн та офлайн рітейлерам на платформі міжнародного шоуруму, а також ЗМІ.

Результат 1
Бренд зростає у об'ємах продажів, отримано міжнародні оптові замовлення або ведуться переговори про їх розміщення.

Результат 2
Посилюється репутація бренду України та "зроблено в Україні".

Індикатори досягнення результатів
Візуальні матеріали відповідають запиту міжнародного шоуруму-агентства, підходять як для промоції колекції у соцмережах, так і для розсилки в медіа та магазини. Магазини дають зворотній зв'язок щодо колекції, щонайменше 10 магазинів. Зроблена розсилка за базою даних міжнародних та локальних ЗМІ. Привернута увага до унікальних якісних характеристик колекції. Створено лукбук всієї колекції, знято предметні фотографії для всіх 20 семплів у чотирьох ракурсах, знята відеореклама із хронометражем 30 секунд. Зроблено дві імейл розсилки по базі клієнтів. Очікуване охоплення відеореклами - 100000. Залучено 7-10 ЗМІ.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту
1. Працівники відділів закупівлі міжнародних магазинів.
Кількісні показники - Не менше 100 закупівельників побачать колекцію взуття.
Якісні показники - Якнайбільше міжнародних баєрів різних магазинів представлятиме колекцію сталого взуття в своїх магазинах.
Магазини, що розділяють філософію сталої моди та підтримують бренди зі схожими орієнтирами.
2. Засоби масової інформації
Кількісні показники
Опубліковано 20 матеріалів із згадувань у ЗМІ, онлайн, оффлайн або у їх соцмережах.

Якісні показники
Отримано підтримку зі сторін ЗМІ, які зацікавлені у пропагуванні сталих, екологічних та етичних цінностей. Публікації про колекцію та участь в міжнародному шоурумі.
Отримано публікації в соціальних мережах від інфлюенсерів та лідерів думок у напрямку сталої моди.
3. Кінцеві споживачі.
Споживачі магазинів, у яких в подальшому буде представлена колекція сталого взуття.
Кількісні показники
Розпочато переговори з щонайменше чотирма представниками-магазинами щодо розміщення замовлень на колекцію.
Якісні показники
Після реалізації замовлень цільова аудиторія самих магазинів позитивно сприймає продукт.
Кількість аудиторії: 5 000 000 людей

Опишіть у кількісних та якісних показниках опосередковану (непряму) аудиторію проекту
Опосередкована цільова аудиторія.
1. Інші бренди та дизайнери одягу.
Кількісні показники
В Україні з'являється більше брендів, у ДНК яких закладено сталість, екологічність та етичність.
Якісні показники
Інші дизайнери надихаються сталим підходом до розробки своїх колекцій.
2. Громадські організації, що працюють у напрямку сталого розвитку та захисту екології.
Кількісні показники
Колаборації з громадськими організаціями
Якісні показники
Привернуто увагу та створення спільних суспільних проектів.
Аудиторія: 1000 чоловік

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?
Проект відповідає актуальному запиту споживачів на сталі екологічні продукти. Тема є на часі для ЗМІ та інфлюенсерів, що намагаються бути інноваторами та амбасадорами свідомості у даній темі. Інші бренди на локальному ринку мають приклад для наслідування підходу. Культурні потреби та інтереси виявлено шляхом глобальних досліджень, що публікують міжнародні ЗМІ, як Business of Fashion, WWD та Vogue, а також з

аналітики досліджень McKinsey. Локально потребу аудиторій виявлено через глибинні інтерв'ю.

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

1. Працівники відділів закупівлі міжнародних магазинів.
У топ-ритейлерів екологічна сталість - основа стратегії майбутнього зростання. То ж для них саме такі бренди - у пріоритеті пошуку.
2. Засоби масової інформації
Через актуальність теми сталого розвитку, свідомого споживання та інновацій - ці теми цікаві для споживачів, а отже є предметом пошуку інформації для ЗМІ.
3. Кінцеві споживачі
Починають робити більш свідомі вибори, а отже знаходяться у пошуку продуктів з екологічними та етичними цінностями.
4. Інші бренди та дизайнери одягу.
Бояться пробувати створювати сталі колекції через не масовий попит, проте активність ринку пропозиції робить споживачів більш рішучими.
5. Громадські організації, що працюють у напрямку сталого розвитку та захисту екології.
Працюють у напрямку створення інформаційного поля за пропаганди свідомого споживання та захисту екології, то ж такі кейси допомагають їм посилювати свої позиції.

Хто є зацікавленою стороною (ами) проєкту (особи чи інституції, які можуть – безпосередньо чи опосередковано, позитивно чи негативно – впливати на проєкт чи бути під впливом проекту)? Зазначте, у який спосіб та використовуючи які інструменти будете працювати з ними

Бренд Marsala; Спеціалізований міжнародний шоу-рум, в якому буде представлений бренд під час Паризького тижня моди Бренд України та "зроблено в Україні"; Міжнародні та українські ЗМІ; White Show, Мілан

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?

Ключові повідомлення: Перший український бренд сталого взуття. Бренд є носієм інноваційних та передових ідей сталого розвитку. Бренд підвищує репутацію України та українського продукту на міжнародній арені піднімаючи актуальні та наболівші теми світового суспільства. Бренд веде комунікацію зі світовими ЗМІ та міжнародними закупівельниками. Для поширення інформації про проект серед прямої аудиторії та

О.П.

опосередкованою буде обрано соціальні мережі, ЗМІ, інфлюенсерів. Безпосреденьо для закупівельників буде обрано діджитал-шоурум під час Паризького та Міланського тижнів моди. Лідери думок, з якими планується співпраця: Lauren Singer, Natalie Key, Valeria Hinojosa, Stephanie van den Sigtenhorst, Amber Boye, Marta Canga, Ульяна Бойко.

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

Канали комунікації
- Офіційний сайт бренду
- Соціальні мережі (Instagram, Facebook)
- Запрошення інфлюенсерів до шоу-руму через канал електронної комунікації
- ЗМІ
- Розповсюдження продукту серед амбасадорів.

Методи комунікації
- Фото-контент: рекламна кампанія, предметна зйомка, зйомки для соціальних мереж. (10 дописів, 40 історій у Інстаграм та Фейсбук, предметна зйомка розміщена на сайті)
- Відео-контент: для соціальних мереж та промоції. (публікація у Інстаграм, Ютуб та Фейсбук) (Хронометраж 1 хв)
- Амбасадори бренду. (10 людей)
- 2 імейл-розсилки

Працівники відділів закупівлі міжнародних магазинів. - комунікація через шоурум, персональну і-мейл комунікацію, ЗМІ.
Засоби масової інформації - комунікація через розсилки промо-інформації, візуальних матеріалів, прес-релізу та новин.
Кінцеві споживачі - комунікація шляхом розміщення реклами у соціальних мережах, публікації у ЗМІ, інфлюенсери.
Інші бренди та дизайнери одягу. - ЗМІ, реклама.
Громадські організації, що працюють у напрямку сталого розвитку та захисту екології. - персональна комунікація, ЗМІ.

Які засоби масової інформації будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту (вкажіть назви засобів масової інформації та кількість публікацій/матеріалів, які заплановані)?

Заплановані ЗМІ: Vogue, Elle, Harper's Bazaar, Marie Claire, Cosmopolitan, L'Officiel, Bit.ua, Українська Правда. 8 матеріалів.

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті виконання інформаційної складової проекту?
Якісні показники, досягнуті від реалізації комунікаційного плану проекту:
Медіа зацікавлені у згадуванні та висвітленні проекту через його унікальність.
Інфлюенсери не просто зацікавлені у продукті, а готові ділитися його цінностями. Цільова аудиторія закупівельників вважає проект потенційним та цікавим для кінцевого споживача.
Кількісні показники, досягнуті від реалізації комунікаційного плану проекту:
Заплановані 15-20 публікацій, що освітлюють результати проекту.
Через соціальні мережі досягнуто охоплення 3 млн аудиторії. Кількість ЗМІ: 10. Через ЗМІ - 1 млн аудиторії.

Яких довгострокових результатів вдасться досягнути завдяки реалізації проекту? Що буде підтвердженням досягнення мети проекту?
Розвиток сталого напрямку у довгостроковій перспективі дасть можливість удосконалити весь асортимент бренду та процес виробництва, що робить його більш актуальним трендам майбутнього, а не тільки сьогодення. Негативний вплив на навколишнє середовище буде зменшено, а перевиробництво скорочено. Кейс реалізації сталого підходу локальним брендом впливає на кон'юктуру ринку загалом.

Опишіть соціальну (суспільну) цінність результатів проекту
Інформація про забруднення навколишнього середовища та кліматичні зміни заполонила світове інформаційне поле у 2019-2020 роках. Як результат, сталися зміни у купівельній поведінці, звичках та запитах. У відповідь індустрія має знаходити шляхи пропозиції інноваційних та сталих альтернатив для їх споживачів, як через автоматизацію виробництв та бізнес-процесів, так і через розвиток нових матеріалів та їх нові способи використання.

Традиційно виробництво взуття - досить складне та комплексне, адже потребує близько сорока компонентів для кожної пари. Справжня сталість не лише про заміну одного компоненту на інший, а й про застосування більш сталих концепцій до всієї конструкції взуття, технологій та процесів, що більш ефективні в композиції.

Наприклад, такий матеріал як Ananas Anam, виготовлений з листя ананасу, переробленого у нетканий матеріал Piñatex. Матеріал не потребує додаткової води, землі чи пестицидів, адже листя є вторинною сировиною і

створюється із сміття.
Останній звіт консалтингової компанії McKinsey & Co. демонструє, що екологічні матеріали є пріоритетом у сфері легкої промисловості у світі. Віддзеркалюючи зростаючі сумніви та переживання споживачів, багато брендів інвестують у сталі процеси та ставлять амбіційні цілі по реалізації сталості до 2025 року.

Згідно з дослідженнями міжнародної консалтингової компанії McKinsey мілленіали готові платити якнайменш на 30% більше за товари, що створені за принципами сталого розвитку, аніж за звичайні. Близько 66% респондентів (та 75% міленіалів) опитування McKinsey стверджують, що зважають на сталість бренду, коли приймають рішення про покупку.

16-річна активістка Грета Тунберг своїи "Кліматичний страйком" привернула величезну увагу до кліматичних змін, що не вдавалося вченим так ефективно останній 20-30 років. Вона виступила з промовою в ООН, які визначили 18 цілей сталого розвитку, кожну з яких вирішує наш проект, створюючи свій продукт.

Найпогулярніший модний журнал у світі VOGUE, головна мета якого - популіризувати споживання обрав темою року - сталий розвиток модної індустрії, а одже і свідоме споживання, тобто і менший об'єм.

Яким чином буде забезпечений вільний доступ до напрацювань та / або кінцевих результатів проекту?
Візуальні матеріали та промо-матеріали будуть доступні онлайн на веб-сайті бренду та у соцмережах. Інформація про проект буде опублікована у ЗМІ. Доступ до інформації про результати переговорів та зворотній зв'язок із закупівельниками буде доступний у приватному порядку для представників УКФ. Зразки продукції можна буде побачити у шоурумі бренду. Засновниця проекту Марія Маслій буде ділитися результатами на своїх публічних виступах та розповсюджувати інформацію про кейс. Зразки будуть розповсюджені як промоція колекції серед інфлюенсерів.

Чи передбачає діяльність за проектом подальший розвиток та функціонування отриманих за результатами проекту продуктів та на яких засадах (самоокупності, фінансування з державного або місцевого бюджету, грантової чи спонсорської підтримки тощо)?
Діяльність за проектом передбачає функціонування за принципом самоокупності. Отже, після отримання перших замовлень та аналізу зацікавленості та детального зворотнього зв'язку проект зможе

Б.П.

функціонувати як повноцінний бізнес-напрямок та розвиватися самостійно. Дана колекція взуття буде тиражуватися та вироблятися при оптових замовленнях магазинів.

Як організація-заявник планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями? Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?
Засновниця бренду Марія Маслій регулярно дає публічні виступи та лекції на тему бізнеса та створення бренду, ділиться набутим досвідом публічно та шляхом часних консультацій. Бренд надасть приклад іншим гравцям індустрії реалізувати свої сталі ідеї та робити активні кроки до експорту.

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди
Міщенко-Олевська Марина Юхимівна

Роль у проекті
менеджер проекту, найманий працівник

Перелік основних обов'язків
Контроль дизайну, розробка маркетингової та комунікаційної кампанії, контроль виробництва, комунікація з фабрикою, взаємодія з модельною агенцією; комунікація з рекламним агентством; проведення комунікаційної та рекламної кампанії; SMM; контроль фото та відео фіксації; комунікація з профільним виданням про модні події у світі; обслуговування сайту; розміщення пресс анонсу у ЗМІ та соціальних мережах; ведення комунікації через Фейсбук та Інстаграм сторінки; розсилання пресс-релізу після презнтації колекції

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
100

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
Досвід роботи
2013-2014 Модельна агенція "One mother agency" на посаді скаута/ букера
Пошук нових моделей. Пошук нових перспективних клієнтів. Робота на протязі
Ukrainian Fashion Week. Постійна взаємодія с фотографами, дізайнерами, медіа.

Організація зйомок. Зустріч та переговори з іноземними партнерськими агенствами.
Робота з сайтом агенства. Ведення соціальних мереж.
2015-2019 Модельна агенція "OK'S models" на посаді букера
Підтримання та створення бази клієнтів, які постійно потребують моделей для
демонстрації своїх продуктів. Керування професійною карьерою моделі. Пошук
нових облич. Підготовка робочих документів моделей для стримання віз для
вильоту та роботи моделі за кордоном. Робота на протязі Ukrainian Fashion Week
Робота з місцевими ЗМІ, такими як Vogue, Elle, Harper's Bazaar, Marie Claire,
Cosmopolitan, L'Officiel. Налагодження зв'язків з іноземними агенціями. Робота з сайтом агенції та соціальними мережами.
2015-2018 Бренд чоловічого взуття "Circul" на посаді бренд-менеджера
Розроблення стратегії бренду. Робота з істуючими клієнтами та розробка стратегії для залучення нових. Створення контенту. Ведення соціальних мереж та робота з сайтом. Організація заходів. Робота с ЗМІ. Робота з постачальниками
комплектуючих. Керуванням процесом продажів. Прийняття на роботу нового
персоналу. Навчання торгових консультантів.
2018-2020 Бренд жіночого взуття "Marsala" на посаді бренд-менеджера
Робота з постачальниками. Пошук нових матеріалів для створення колекцій.
Розробка стратегії бренду. Моніторинг ринку та конкурентів. Створення позитивного іміджу бренду. Створення концепцій колекцій. Розробка маркетингової та комунікаційної компанії. Контроль виконання роботи виробництва. Робота з ЗМІ, інфлюенсерами та лідерами думок.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)

Досвід роботи 2013-2014 Модельна агенція "One mother agency" на посаді скаута/букера Пошук нових моделей. Пошук нових перспективних клієнтів. Робота на протязі Ukrainian Fashion Week. Постійна взаємодія с фотографами, дізайнерами, медіа. Організація зйомок. Зустріч та переговори з іноземними партнерськими агенствами. Робота з сайтом агенства. Ведення соціальних мереж. 2015-2019 Модельна агенція "OK'S

models" на посаді букера Підтримання та створення бази клієнтів, які постійно потребують моделей для демонстрації своїх продуктів. Керування професійною карьерою моделі. Пошук нових обличь. Підготовка робочих документів моделей для отримання віз для вильоту та роботи моделі за кордоном. Робота на протязі Ukrainian Fashion Week Робота з місцевими ЗМІ, такими як Vogue, Elle, Harper's Bazaar, Marie Claire, Cosmopolitan, L'Officiel. Налагодження зв'язків з іноземними агенціями. Робота з сайтом агенції та соціальними мережами. 2015-2018 Бренд чоловічого взуття "Circul" на посаді бренд-менеджера Розроблення стратегії бренду. Робота з істуючими клієнтами та розробка стратегії для залучення нових. Створення контенту. Ведення соціальних мереж та робота з сайтом. Організація заходів. Робота с ЗМІ. Робота з постачальниками комплектуючих. Керуванням процесом продажів. Прийняття на роботу нового персоналу. Навчання торгових консультантів. 2018-2020 Бренд жіночого взуття "Marsala" на посаді бренд-менеджера Робота з постачальниками. Пошук нових матеріалів для створення колекцій. Розробка стратегії бренду. Моніторинг ринку та конкурентів. Створення позитивного іміджу бренду. Створення концепцій колекцій. Розробка маркетингової та комунікаційної компанії. Контроль виконання роботи виробництва. Робота з ЗМІ, інфлюенсерами та лідерами думок.

ПІБ члена команди
Марія Маслій

Роль у проекті
засновниця бренду

Перелік основних обов'язків
дослідження, пошук матеріалів та технологій, розробка інноваційного продукту, менеджмент експорту, підготовка фінансового звіту; підготовка змістового звіту; підготовка висновку аудитора; контроль аутсорсингу бухгалтерських послуг; проведення платежів; моніторинг виконання завдань дизайнером та менеджером.

Зайнятість у проекті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проектах)
50

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)
досвід створення візуального фото та відео контенту

Б.П.

досвід роботи фотографом та режисером-кліпмейкером протягом семи років, 2008-2015
досвід розробки маркетингових, комунікаційних кампаній офлайн та у соціальних мережах,
досвід створення модного бренду та керування брендом взуття MARSALA протягом останніх п'яти років, досвід створення колекцій,
досвід організації подій та інсталяцій на Ukrainian Fashion Week та Kurazh Bazar, присвячених сталому розвитку, партнер громадської організації з популяризації ідей сталого розвитку Sustainable Fashion Pad, 2018-2019
Була автором та ведучою програми про модний бізнес на BIT.LIVE, 2018
Отримала диплом магістра британського університету Kingston University за грантом від міжнародного медіа-холдингу HEARST UK, 2017
Диплом бакалавра з маркетингу Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана, 2011
Диплом бакалавра з міжнародної економіки Міжнародного Християнського університету. 2011
Брала участь у міжнародній нетворкінг-програмі у Португалії Business Train. 2018
Добре розвинуті комунікативні навички, лідерські, командні, а також креативність та дизайн-мислення.
Професійний користувач Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign, Premier.
Має посвідчення водія.
Регулярно виступає з публічними лекціями та тренінгами на тему побудови бізнесу у сфері моди та проблем сталого розвитку у галузі.
Отримала нагороду "Жінка Року" від журналу Единственная, була номінована на "Кар'єра року" премії журналу Cosmopolitan, а також як "Кращий дизайнер аксесуарів від Best Fashion Awards, номінація "Колаборація року" Elle Style Awards.

Форма фінансових стосунків із організацією-заявником (фізична особа - підприємець, договір цивільно-правового характеру, трудовий договір, волонтер, інше)
ФОП

Опишіть внутрішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту та шляхи їх мінімізації
1. Неможливість одним з учасників тимчасово реалізувати свої функції. Шлях мінімізації: Усі члени команди можуть розділити свої зони відповідальності між іншими та делегувати свої функції, адже всі мають досвід у створенні продукту у сфері взуття та компетентні у даній галузі, знають як особливості створення продукту, так і його просування.

2. Несправність роботи обладнання на виробництві.
Шлях мінімізації: Існує домовленість з альтернативним виробництвом у Броварах, що на тому самому технічному рівні зможе створити продукт.

3. Затримка матеріалів
Шлях мінімізації: замовлення матеріалів відбувається з урахуванням додаткового часу в один місяць для можливої затримки.

4. Виробничий ризик нераціонального використання робочого часу або нераціонального використання сировини.
Шлях мінімізації: спочатку тести відбуваються на звичайних матеріалах для розуміння ресурсу часу та сировини, необхідних для виготовлення продукту. Професійне виробництво дає точні розрахунки.

Опишіть зовнішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту, та шляхи їх мінімізації
1. Економічні ризики.
Шлях мінімізації: продукт орієнтований на експорт, то ж не залежить від економічного благополуччя в Україні.
2. Комерційні ризики, падіння попиту на такий вид взуття.
Шлях мінімізації: продукт є прогресивним та інноваційним, тож попит на нього буде тільки зростати та особливо посилюватися у зв'язку з глобальною популяризацією проблеми кліматичних змін.
3. Політичні ризики: ризик воєнних дій у регіоні виробництва.
Шлях мінімізації: є домовленість з альтернативним виробництвом у західному регіоні на такий випадок.
4. Ризик локдауну
Шлях мінімізації: запас часу враховує можливі паузи у процесі розробки тиражу.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?
Виконання всіх завдань буде фіксуватися онлайн та контролюватися іншими учасниками команди та окремо куратором проекту щоденно та щотижнево.
Контроль роботи підрядників буде виконуватися відповідно до їх плану реалізації проекту.
Контроль роботи учасників та статусу виконання їх проміжних завдань буде виконуватися постійно через телефонну аплікацію Trello.
Моніторинг реакції потенційного споживача та цільової аудиторії буде

відбуватися через аналіз реакції у соцмережах, а також через збір даних з персональних зустрічей з закупівельниками у міжнародному шоурумі.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проекту
1

Кількість жінок у команді проекту
4

Кількість людей віком від 17 до 34
4

Кількість людей віком від 35 до 50
1

Кількість людей віком від 51 до 60
0

Кількість людей віком від 61 до 70
0

Кількість людей віком старше 71
0

Кількість працюючих пенсіонерів
0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проекту
0

Чи передбачає ваш проект залучення волонтерів? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0
0

Чи передбачає ваш проєкт залучення у якості аудиторії або учасників ветеранів АТО? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0
0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії або учасників тимчасово переміщених осіб? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0
0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії дітей із малозабезпечених сімей, дітей-сиріт? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0
0

Чи передбачає ваш проект залучення у якості аудиторії людей з інвалідністю? Напишіть кількість, якщо ні або не впевнені – поставте 0
0

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

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

Декларація доброчесності

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

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

Б.П.

неправдивість поданих даних, прошу прийняти проектну пропозицію моєї організації до розгляду на фінансування Українським культурним фондом.
Так

В розрізі та з урахуванням норм Закону України «Про санкції» та рішень Ради національної безпеки і оборони України щодо застосування і скасування персональних спеціальних, економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій) відносно громадян та юридичних осіб та з метою отримання гранту інституційної підтримки, цим гарантійним листом, шляхом підписання проектної заявки, підтверджую відсутність прямих та опосередкованих контактів із представниками (юридичними та фізичними особами) держави-агресора Російською Федерацією з 2014 року до цього часу.
Так

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
Мазепей Марія Андріївна		

Грантоотримувач:

Документ було автоматично згенеровано у СУП УКФ, чт, 1 лип 2021 р., 15:42

Додаток № 2
до Договору про надання гранту
№ 4ICPG1-05319
від "30" червня
2021 року

Назва конкурсної програми: Інноваційний культурний продукт
Назва ЛОТ-у: Мода та Дизайн
Назва Заявника: MARSALA, ФОП Маслій Марія Андріївна
Назва проєкту: Розробка та виготовлення колекції взуття на принципах сталості та екологічності
Дата початку проєкту:червень 2021
Дата завершення проєкту: жовтень 2021

	Організація-донор	Фінансування проєкту, в %%	Фінансування проєкту, Сума в грн.
	РОЗДІЛ І НАДХОДЖЕННЯ		
1.	**Український культурний фонд**	**86,55%**	**514 950,00**
2.	**Співфінансування* :**	**13,45%**	**80000,00**
2.1.	Кошти організацій-партнерів (повна назва організації)	**0,00%**	0,00
2.2.	Кошти державного та місцевих бюджетів (повна назва організації)	**0,00%**	0,00
2.3	Кошти інших донорів (повна назва організації)	**0,00%**	0,00
2.4.	Кошти інших донорів (повна назва організації)	**13,45%**	0,00
2.5	Власні кошти організації-заявника	**13,45%**	80000,00
3.	**Співінвестиції (дохід отриманий від реалізації книг, квитків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проєкту)**	**0,00%**	**0,00**
	Всього по розділу І "Надходження"	**100,00%**	**594 950,00**

***За наявності співфінансування Грантоотримувач самостійно вирішує, на які статті витрат іде співфінансування.**

Фізична особа - підприємець — Маслій Марія Андріївна
(посада) — *(підпис, печатка)* — *(ПІБ)*

Кошторис витрат проєкту
Назва Заявника: MARSALA, ФОП Маслій Марія Андріївна
Назва проєкту: Розробка та виготовлення колекції взуття на принципах сталості та екологічності
Дата початку проєкту:червень 2021
Дата завершення проєкту: жовтень 2021

Розділ: Стаття: Підстатя: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця виміру	Витрати за рахунок гранту УКФ			трати за рахунок співфінансуван			Витрати за рахунок реінвестиції			Загальна планова сума витрат по проєкту,	Обґрунтування та деталізація витрат (колонка обов'язкова для заповнення)
				Планові витрати відповідно до			Планові витрати відповідно до			Планові витрати відповідно до				
				Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн	Загальна сума, грн. (=5*6)	Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=8*9)	Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн.	Загальна сума, грн. (=11*12)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Розділ.	II	ВИТРАТИ.												
Стаття.	1	Винагорода членам команди проєкту												
Підстатт	1.1	*Оплата праці штатних працівників організації заявника (крім у вигляді премії)*		5,00		30 000,00	0,00		0,00	0,00		0,00	30 000,00	
Пункт:	1.1.1	Міщенко-Олевська Марина Володимирівна, менеджер проєкту	місяців	5,00	6 000,00	30 000,00			0,00			0,00	30 000,00	Основні обов'язки: Контроль дизайну, розробка маркетингової та комунікаційної кампанії, контроль виробництва, комунікація з фабрикою, взаємодія з модельною агенцією; комунікація з рекламним агентством; проведення комунікаційної та рекламної кампанії; SMM; контроль фото та відео фіксації; комунікація з профільним виданням про модні події у світі; обслуговування сайту; розміщення пресс анонсу у ЗМІ та соціальних мережах; ведення комунікації через Фейсбук та Інстаграм сторінки; розсилання пресс-релізу після презентації колекції
Підстатт	1.2	*За трудовими договорами*		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	1.2.1	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	1.2.2	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	1.2.3	Повне ПІБ, посада (роль у проєкті)	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстатт	1.3	*За договорами ЦПХ*		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	1.3.1	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуги/виконання робіт	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	1.3.2	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуги/виконання робіт	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	1.3.3	Повне ПІБ, зазначити конкретну назву послуги/виконання робіт	місяців			0,00			0,00			0,00	0,00	
Стаття:	1.4	*Соціальні внески з оплати праці (нарахування ЄСВ)*		30 000,00		6 600,00	0,00		0,00	0,00		0,00	6 600,00	
Пункт:	1.4.1	Штатні працівники		30 000,00	0,22	6 600,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	6 600,00	
Пункт:	1.4.2	За строковими трудовими договорами		0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	
Пункт:	1.4.3	За договорами ЦПХ		0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	0,22	0,00	0,00	
Підстатт	1.5	*За договорами з ФОП*		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	1.5.1			0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Всього по статті 1 "Винагорода членам команди":						36 600,00			0,00			0,00	36 600,00	
Стаття.	2	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)												
Підстатт	2.1	*Вартість проїзду (для штатних працівників)*		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	2.1.1	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	2.1.2	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	2.1.3	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем відрядженої особи)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстатт	2.2	*Вартість проживання (для штатних працівників)*		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	2.2.1	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	2.2.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	2.2.3	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстатт	2.3	*Добові (для штатних працівників)*		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	2.3.1	Добові, вказати ПІБ(розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	2.3.2	Добові, вказати ПІБ (розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	

Пункт:	2.3.3	Добові, вказати ПІБ(розрахунок на відряджену особу)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 2 "Витрати пов'язані з відрядженнями":				0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Стаття:	3	Обладнання і нематеріальні активи												
Підстатт	3.1	***Обладнання, інструменти, інвентар, які необхідні для використання його при реалізації проєкту грантоотримувача***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	3.1.1	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	3.1.2	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	3.1.3	Найменування інвентаря (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстатт	3.2	***Нематеріальні активи, які необхідні до придбання для використання їх при реалізації проєкту грантоотримувача (за рахунок співфінансування)***					0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	3.2.1	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)	послуга	допустимі витрати за рахунок гранту УКФ					0,00			0,00	0,00	
Пункт:	3.2.2	Інші нематеріальні активи	послуга						0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні активи":				0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Стаття:	4	Витрати пов'язані з орендою												
Підстатт	4.1	***Оренда приміщення***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.1.1	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.1.2	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.1.3	Адреса орендованого приміщення, із зазначенням метражу, годин оренди	кв.м (годин, діб)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстатт	4.2	***Оренда техніки, обладнання та інструменту***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.2.1	Найменування техніки (з деталізацією технічних характеристик)	шт. (діб)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.2.2	Найменування обладнання (з деталізацією технічних характеристик)	шт. (діб)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.2.3	Найменування інструменту (з деталізацією технічних характеристик)	шт. (діб)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстатт	4.3	***Оренда транспорту***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.3.1	Оренда легкового автомобіля (із зазначенням маршруту, кілометражу/кількості годин)	км (годин)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.3.2	Оренда вантажного автомобіля (із зазначенням маршруту, кілометражу/кількості годин)	км (годин)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.3.3	Оренда автобуса (із зазначенням маршруту, кілометражу/кількості годин)	км (годин)			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстатт	4.4	***Оренда сценічно-постановочних засобів***		1,00		10 000,00	0,00		0,00	0,00		0,00	10 000,00	
Пункт:	4.4.1	Світлове обладнання для відеозйомки	шт.	1,00	10 000,00	10 000,00			0,00			0,00	10 000,00	оренда обладнання для фото та відеозйомки
Пункт:	4.4.2	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.4.3	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстатт	4.5	***Інші об'єкти оренди***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	4.5.1	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.5.2	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	4.5.3	Найменування (з деталізацією технічних характеристик)	шт			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 4 "Витрати пов'язані з орендою":				1,00		10 000,00	0,00		0,00	0,00		0,00	10 000,00	
Стаття:	5	Витрати учасників проєкту, які беруть участь у заходах проєкту та не отримують оплату праці та/або винагороду												
Підстатт	5.1	***Послуги з харчування***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	5.1.1	Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.1.2	Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.1.3	Послуги з харчування (сніданок/обід/вечеря/кава-брейк)	учасн.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстатт	5.2	***Витрати на проїзд учасників заходів***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	

Пункт:	5.2.1	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.2.2	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.2.3	Вартість квитків (з деталізацією маршруту і прізвищем особи, що відряджається)	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Підстатт	5.3	***Витрати на проживання учасників заходів***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	5.3.1	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.3.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	5.3.3	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженої особи)	доба			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 5 "Витрати учасників проекту, які						0,00			0,00			0,00	0,00	
Стаття:	**6**	**Матеріальні витрати**												
Підстатт	6.1	***Основні матеріали та сировина***		55,00		208 850,00	0,00		80 000,00	0,00		0,00	288 850,00	
Пункт:	6.1.1	Шкіровамінник та підкладний матеріал	м	15,00	1 750,00	26 250,00			0,00			0,00	26 250,00	Оптова закупівля альтернативних матеріалів у постачальників експортерів із Європи
Пункт:	6.1.2	Послуги пошиття	шт.	20,00	8 900,00	178 000,00			0,00			0,00	178 000,00	виробення зразків взуття на високотехнологічному виробництві у Харкові, з яким ми працюємо впродовж 5 років та вважаємо їх найкращими виробниками взуття в Україні. Розповсюдження зразків для промоції серед інфлюенсерів
Пункт:	6.1.3	Комплекти каблуків та підошва	шт.	20,00	230,00	4 600,00			0,00			0,00	4 600,00	Набори комплектуючих для взуття.
Пункт:	6.1.4	Тираж взуття	шт.				50,00	1 600,00	80 000,00			0,00	80 000,00	Виробництво партії взуття у розмірах для роздрібної реалізації
Стаття.	6.2	***Носії, накопичувачі***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	6.2.1	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.2.2	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.2.3	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Стаття:	6.3	***Інші матеріальні витрати***		0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Пункт:	6.3.1	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.3.2	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	6.3.3	Найменування	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Всього по статті 6 "Матеріальні витрати":				55,00		208 850,00	0,00		80 000,00	0,00		0,00	288 850,00	
Стаття:	**7**	**Поліграфічні послуги**												
Пункт:	7.1	Виготовлення макетів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.2	Нанесення логотипів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.3	Друк брошур	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.4	Друк буклетів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.5	Друк листівок	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.6	Друк плакатів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.7	Друк банерів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.8	Друк інших роздаткових матеріалів	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.9	Послуги копірайтера	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.10	Інші поліграфічні послуги	шт.			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	7.11	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ФОП) розділу "Поліграфічні послуги"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги":				0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Стаття:	**8**	**Видавничі послуги**												
Пункт:	8.1	Послуги коректора	сторінка			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.2	Послуги верстки	сторінка			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.3	Друк книг	екземпляр			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.4	Друк журналів	екземпляр			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.5	Інші витрати (вказати надану послугу)	екземпляр			0,00			0,00			0,00	0,00	
Пункт:	8.6	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ФОП) розділу "Видавничі послуги"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	0,00	
Всього по статті 8 "Видавничі послуги":				0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00	
Стаття:	**9**	**Послуги з просування**												
Пункт:	9.1	Фотофіксація - лукбук та зйомки для соціальних мереж	1 лукбук із 20 фінальних рекламних кадрів	1,00	19 000,00	19 000,00			0,00			0,00	19 000,00	Зйомка лукбуку та рекламного кампейну. У вартість фходить робота фотографа, візажиста, перукаря.

Пункт:	9.2	Фотофіксація - предметна зйомка для діджитал продажів	кількість відзнятих одиниць товару в 4х ракурсах	20,00	300,00	6 000,00			0,00			0,00	**6 000,00**	Зйомка предметних кадрів на білому фоні для використання у предметних колажах у медіа, на власному сайті та інших онлайн-платформах.
Пункт:	9.3	Відеофіксація	кількість відеороликів	1,00	32 000,00	32 000,00			0,00			0,00	**32 000,00**	Зйомка рекламного арт відео для промо на Youtube та у соціальних мережах.
Пункт:	9.4	SMM, SO (SEO)	місяців	2,00	9 000,00	18 000,00			0,00			0,00	**18 000,00**	рекламне просування продукції у Google та соціальних мережах
Пункт:	9.5	Інші послуги				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	9.6	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Послуги з просування"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	**0,00**	
Всього по статті 9 "Послуги з просування":				**24,00**		**75 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**75 000,00**	
Стаття:	**10**	**Створення web-ресурсу**												
Пункт:	**10.1**	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання)				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**10.2**	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання)				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**10.3**	Витрати зі створення сайту (зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання)				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**10.4**	Витрати з обслуговування сайту	місяців	1,00	2 500,00	2 500,00			0,00			0,00	**2 500,00**	завантаження контенту, оновлення новин про колекцію
Пункт:	**10.5**	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Створення web-ресурсу"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	**0,00**	
Всього по статті 10 "Створення web-ресурсу":				**1,00**		**2 500,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**2 500,00**	
Стаття:	**11**	**Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електронних носіях інформації**												
Пункт:	**11.1**	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт.			0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**11.2**	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів	шт.			0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Всього по статті 11 "Придбання методичних, навчальних,				**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Стаття:	**12**	**Послуги з перекладу**												
Пункт:	**12.1**	Усний переклад (синхронний/ послідовний, з якої на яку мову)	година			0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**12.2**	Письмовий переклад (зазначити, з якої на яку мову)	сторінка			0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**12.3**	Редагування письмового перекладу	сторінка			0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**12.4**	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Послуги з перекладу"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	**0,00**	
Всього по статті 12 "Послуги з перекладу":				**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Стаття:	**13**	**Інші прямі витрати**												
Підстатт	**13.2**	***Адміністративні витрати***		**1,00**		**8 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**8 000,00**	
Пункт:	**13.1.1**	Бухгалтерські послуги	послуга	1,00	8 000,00	8 000,00			0,00			0,00	**8 000,00**	Бухгалтерські послуги у підрядника
Пункт:	**13.1.2**	Юридичні послуги	послуга			0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**13.1.3**	Аудиторські послуги	послуга			0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**13.1.4**	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Адміністративні витрати"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	**0,00**	
Підстатт	**13.2**	***Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, зведення***		**1,00**		**8 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**8 000,00**	
Пункт:	**13.2.1**	Монтаж відео	кількість відеороликів	1,00	8 000,00	8 000,00			0,00			0,00	**8 000,00**	Монтаж відеоматеріалів
Пункт:	**13.2.2**	Зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**13.2.3**	Зазначити конкретну назву послуги відповідно до технічного завдання				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**13.2.4**	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Послуги комп'ютерної обробки, монтажу,			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	**0,00**	
Підстатт	**13.3**	***Витрати на послуги страхування***		**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**	
Пункт:	**13.3.1**	Вказати предмет страхування				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**13.3.2**	Вказати предмет страхування				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**13.3.3**	Вказати предмет страхування				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Підстатт	**13.4**	***Інші прямі витрати***		**6,00**		**166 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**166 000,00**	
Пункт:	**13.4.1**	Послуги інтернет-провайдера (вказати період надання послуг)				0,00			0,00			0,00	**0,00**	

Пункт:	**13.4.2**	Банківська комісія за переказ (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**13.4.3**	Розрахунково-касове обслуговування (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**13.4.4**	Інші послуги банку (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)				0,00			0,00			0,00	**0,00**	
Пункт:	**13.4.5**	Послуги модельного агентства	знімальний день (8	1,00	7 000,00	7 000,00			0,00			0,00	**7 000,00**	Послуги моделі для фото та відеоіксації
Пункт:	**13.4.6**	Послуги з міжнародних продажів	місяців	3,00	23 000,00	69 000,00			0,00			0,00	**69 000,00**	Проведення попередньої e-mail комунікації з магазинами, персональна телефонна комунікація з баєрами щодо призначення зустрічей, проведення комунікації з узгодження замовлень та отримання зворотного зв'язку від магазинів після завершення сезону.
Пункт:	**13.4.7**	Послуги піар агентства	місяців	2,00	25 000,00	50 000,00			0,00			0,00	**50 000,00**	комунікація з блогерами, комунікація з міжнародними медіа, розсилка прес-релізу, розсилка промо-продукції серед інфлюенсерів
Пункт:	**13.4.8**	Дизайнерські послуги	місяців	2,00	20 000,00	40 000,00			0,00			0,00	**40 000,00**	створення візуальної концепції проєкту, дослідження для розробки дизайну, дизайн колекції, супровід виробництва
Пункт:	**13.4.9**	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ЄСВ) розділу "Інші прямі витрати"			0,22	0,00		0,22	0,00		0,22	0,00	**0,00**	
Всього по статті 13 "Інші прямі витрати":				**8,00**		**182 000,00**	**0,00**		**0,00**	**0,00**		**0,00**	**182 000,00**	
Всього по розділу II "Витрати":						**514 950,00**			**80 000,00**			**0,00**	**594 950,00**	

РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ			**0,00**		**0,00**	**0,00**	**0,00**	

Фізична особа - підприємець
(посада)

(підпис, печатка)

Маслій Марія Андріївна
(ПІБ)