

**ДОГОВІР № 4ICP61-06676**  
**про надання гранту**

м. Київ

«30» вересня 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Фізична осьба-підприємець Русинович Софія Сергіївна (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань від 02.03.2015 за № 20240000000009074, 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 проекту «SAFE FASHION» (далі – Проект), опис та мінімальні технічні вимоги до якого наведено у проектній заявці та у кошторисі Проекту згідно з додатками 1 та 2 до цього Договору, а Грантсotримувач реалізує Проект на умовах, визначених цим Договором.

### **II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ**

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 30 вересня 2021 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації відповідно до пункту 3 цього Розділу.
2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначенним у розділі XI проектної заявки.
3. Для підтвердження реалізації Проекту Грантоотримувач надає Фонду змістовий звіт про виконання Проекту (додаток 3), звіт про надходження та використання коштів для реалізації Проекту (додаток 4) з копіями первинних бухгалтерських документів.
4. Датою завершення реалізації Проекту є день підписання Фондом акта про виконання Проекту.

### **ІІІ. СУМА ГРАНТУ, ГРАФІК ПЛАТЕЖІВ ТА ПОРЯДОК РОЗРАХУНКІВ**

1. Загальна сума гранту становить 1 456 030 грн. 80 коп. (один мільйон чотириста п'ятдесят шість тисяч тридцять гривень 80 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 Проекту 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 безготіковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантоотримувача.

### **ІV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН**

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

2. Грантоотримувач зобов'язується:

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

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

3) реалізувати Проект у строки, визначені у пункті 1 розділу ІІ цього Договору;

4) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проекту 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 свяtyнь, а також наркоманії, токсикоманії, алкоголізму та інших шкідливих звичок, матеріалів порнографічного характеру.

### 3. Фонд має право:

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

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

3) використовувати безоплатно та на власний розсуд всі документи та інформацію, 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 СТОРИН**

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 дімовились, 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 проектів, які мають на меті отримання прибутку;

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

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

витрати 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 програмам 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 Проекту в порядку, передбаченому цим Договором.

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

### **IX. ДОСТРОКОВЕ РОЗІРВАННЯ ДОГОВОРУ**

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

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

3. У разі 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. ОБСТАВИННЯ 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 договірів.

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 все 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:

Русинович Серафима Сергіївна;

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

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

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

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

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

### **XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ**

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

- додаток 1 – 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**  
Український культурний фонд

Юридична адреса:  
01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19  
Адреса для листування:  
01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12  
ЄДРПОУ: 41436842  
Банківські реквізити:  
Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві  
Р/р: UA608201720343110001000000458  
Тел.: +38 (044) 504-22-66

Виконавчий директор



В.Г. Берковський

**Грантоотримувач**  
Фізична особа-підприємець Русинович

Софія Сергіївна  
Юридична адреса:  
20701, Черкаська обл., м. Сміла,  
пров. Ентузіастів, буд. 15  
Адреса для листування:  
20701, Черкаська обл., м. Сміла,  
вул. Мічуріна, буд.24, кв.144  
ЄДРПОУ: 3180310583  
Банківські реквізити:  
Назва банку/філії: АТ КБ  
"ПРИВАТБАНК"  
Р/р: UA193052990000026003016220294  
Тел.: +38 (063) 809-30-69

ФОП

М.П.

С.С. Русинович

**УКРАЇНСЬКИЙ  
КУЛЬТУРНИЙ  
ФОНД**

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4ICP61-06676  
від «30 грудня 2021 р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 6. Мода і дизайн

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4ICP61-06676

**Назва проекту: SAFE FASHION**

## **Візитна картка**

**Назва проекту**

SAFE FASHION

**Назва проекту англійською мовою**

SAFE FASHION

## **Географія реалізації проекту**

**Населений пункт**

Місто Павлоград, Дніпропетровська область, Україна

**Початок проекту**

2021-06

**Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)**

2021-09-30

**Тривалість проекту в місяцях**

4

**Формат проекту**

наживо та онлайн

*Фото Руденкович С.С. 27.11.*

**Пріоритетний сектор**  
дизайн та мода

**Основний продукт**  
Інше

**Ключові слова за напрямами**  
мода  
колекція

**Конкурсна програма**  
Інноваційний культурний продукт

**Лот**  
ЛОТ 6. Мода і дизайн

**Тип проекту**  
Індивідуальний

## **Інформація про контактну особу**

**Прізвище, ім'я та по-батькові**  
Русинович Серафима Сергіївна

**Телефон**

**Електронна пошта**

**Функції в проекті**  
Керівник проекту

## **Загальна інформація про проект**

### **Коротка інформація про проект**

SAFE FASHION – проект, присвячений безпеці руху, має на меті зробити моду соціальною, відповідальною та безпечною. В рамках проекту будуть створені дизайнерські рюкзаки зі світловідбивними елементами, якими безкоштовно будуть забезпечені діти середнього шкільного віку (5-6 класів)

*Роб Русинович М.Н. В.П.*

міста Павлоград (Дніпропетровської області), та впроваджена комунікативна стратегія для: - покращення стану безпеки на дорогах, - мінімізації кількості ДТП за участю пішоходів, - зниження рівня смертності на дорогах, - підвищення культури споживання рефлективного одягу, - підвищення рівня відповідальності пішоходів до своєї безпеки, - зміни ставлення пішоходів до рефлективного одягу, як до атрибути тільки комунальних служб, - популяризації відповідальної та безпечної моди.

### **Коротка інформація про проект англійською мовою**

SAFE FASHION - a project dedicated to traffic safety, aims to make fashion social, responsible and safe. As part of the project, design backpacks with reflective elements will be created, which will be provided to children of secondary school age (5-6 classes) of Pavlograd (Dnipro region), implemented communication strategy for: - improving road safety, - minimizing the number of crashes involving pedestrians, - reduction of road mortality to minimum, - enhancing the culture of consumption of reflective clothing, - increasing the responsibility of pedestrians for their safety, - changes in the attitude of pedestrians to reflective clothing, as an attribute of utilities only, - promoting responsible and safe fashion.

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

1456030.80

### **Загальний бюджет проекту**

1456030.80

### **Сума співфінансування**

0

### **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 на використання результатів/ об'єктів інтелектуальної діяльності, що**

*Роберт Іванович С.Л.В.Р.*

**використовуватимутися у проекті, згідно з Законом України «Про авторське право і суміжні права»?**

Не стосується

## **Інформація про організацію-заявника**

**Повне найменування організації-заявника**

Фізична особа-підприємець Русинович Софія Сергіївна

**Повне найменування організації-заявника англійською мовою**

Individual Entrepreneur Rusynovych Sofiia Serhiivna

**Код ЄДРПОУ**

3180310583

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

[https://drive.google.com/file/d/1JCX69qe17XgV6RLtaiABHn7UYr-oYPDz/view?  
usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1JCX69qe17XgV6RLtaiABHn7UYr-oYPDz/view?usp=sharing)

**Організаційно-правова форма**

Фізична особа-підприємець

**Вид діяльності організації-заявника за КВЕД, що відповідає напряму програми/ЛОТ-у**

74.10 Спеціалізована діяльність із дизайну (основний); 14.19 Виробництво іншого одягу й аксесуарів; 15.12 Виробництво дорожніх виробів, сумок, лимарно-сідельних виробів зі шкіри та інших матеріалів;

**Дата реєстрації організації**

2015-03-02

**Юридична адреса організації**

20701, Черкаська обл., місто Сміла, провулок Ентузіастів, будинок 15

**Поштова адреса організації**

20700, Черкаська обл., місто Сміла, вул. Мічуріна, буд. 24, кв. 144

**Область (відповідно до юридичної адреси)**

Черкаська

*Робін Русинович (Софія Серій) ВР*

**Тип населеного пункту**

Місто

**Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)**

Сміла

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

<http://roussin.ua/> <https://safefashion.roussin.ua/> [www.instagram.com/roussin.world/](http://www.instagram.com/roussin.world/) [www.facebook.com/roussin.ukraine/](http://www.facebook.com/roussin.ukraine/) [https://www.pinterest.com/roussin\\_fashion/](https://www.pinterest.com/roussin_fashion/) [https://www.youtube.com/channel/UCEx9MVA2UJsgLhDHVmrfBNw/featured](https://www.youtube.com/channel/UCEx9MVA2UJsgLhDHVmrfBNw/)

**Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації**

Русинович Софія Сергіївна

**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**

Русинович Софія Сергіївна

**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 заяви?**



Ні

**Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту**

У команди проєкту є майже все необхідне обладнання для реалізації проєкту: промислова швейна машина – 3 шт., промисловий оверлок – 1 шт., промислова розпошивна машина – 1 шт., промисловий парогенератор – 1 шт., прасувальна дошка – 1 шт. тощо.

Є необхідність оренди приміщення для зберігання витратних матеріалів та готової продукції. Є необхідність у транспортних послугах для транспортування команди та продукту проєкту до м.Павлоград для передачі світловідбивних рюкзаків у школах.

Матеріали та сировину для виконання проєкту необхідно закупити у постачальників.

Команда проєкту працює на умсвах ЦПХ та Договорів підряду з ФОП.

**Чи подавалася Ваша організація на конкурси Фонду в попередні роки у ролі заявника?**

Так. 2020 рік, ЗІСР61-6676, Проєкт SAFE FASHION

2020 рік, ЗОРГ41-06676, Проєкт Інституційної підтримки

**Чи є цей проєкт продовженням або наступним етапом проєкту, реалізованого за підтримки УКФ?**

Так. Заявник ФОП Русинович Софія Сергіївна.

2020 рік.

ЗІСР61-6676.

Проєкт SAFE FASHION.

Програма: Інноваційний культурний продукт.

ЛОТ: Мода та дизайн.

Сума гранту: 1215111,59 грн.

<https://safefashion.roussin.ua/>

**Чи цей проєкт (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. Заявник ФОП Русинович Софія Сергіївна. Дизайнер, засновник, організатор проєкту.

2020 рік.

ЗІСР61-6676.

*РДБ Желенкова С.Р. В.Н.*

Проект SAFE FASHION.

Програма: Інноваційний культурний продукт.

ЛОТ: Мода та дизайн.

Сума гранту: 121511,59 грн.

<https://safefashion.roussin.ua/>

<https://ucf.in.ua/archive/5faba77915829d47e3408e72>

Заявник ФОП Русинович Софія Сергіївна.

2020 рік.

3ORG41-06676.

Проект Інституційної підтримки.

Програма: Культура в часи кризи. Інституційна підтримка

Сума гранту: 401 848,05 грн.

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

### **Проект**

1. Проект, присвячений безпеці руху, спільно з Ukrainian Fashion Week, 2019 р. Для сезону Тижнів Моди SS20 наша команда виготовила 150 жилетів зі світловідбивними елементами для гостей заходу.

### **Проект**

2. Колаборація бренду с компанією ROZETKA, присвячена безпеці руху, 2019 р. Наша команда виготовила 30 світловідбивних сумок та 100 світловідбивних шапок для клієнтів партнера. <https://rozetka.com.ua/producer/roussin/>

### **Проект**

3. Спільний показ Roussin & Biosphere у вересні 2020 року у рамках UFW. Ідея колекції - розкрити наш вплив на оточуючих нас людей і на нашу планету Земля. Під час показу Софія Русинович розписувала речі в реальному часі, таким чином, накладаючи свої відбитки на моделей. А подіум був вкритий 100% біорозкладними і компостуємими пакетами GoGreen Корпорації «Біосфера», при виробництві яких не використовується поліетилен. <http://fashionweek.ua/gallery/roussin-noss>

### **Проект**

4. Колаборація дизайнерів UFW (серед яких і Софія Русинович) з Муніципалітетом Києва, ініційована Мером Віталієм Кличко. У рамках

*Роб Русинович та Ру ВП.*

колаборації дизайнери створили варіанти нового робочого одягу зі світловідбивними елементами для комунальних служб столиці. <http://fashionweek.ua/news/ukrainian/special-project-dastish-fantastish-kir-khartley-roussin-yadviga-netyksha-for-kyiv-3>

### **Проект**

5. Партнерство з ЦИТРУС у лютому 2020 року у рамках показу колекції FW 20-21 на UFW. Для музичного супроводу показу ЦИТРУС надали колонки JBL. <http://fashionweek.ua/gallery/roussin-fw20-21>

### **Детальний опис проекту**

#### **Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття**

Проблема величезної кількості дорожньо-транспортних пригод за участі пішоходів не втрачає своєї актуальності. При цьому причиною є не тільки нездовільний стан доріг, відсутність необхідної розмітки, системи знаків та освітлення, але й погана видимість пішоходів (особливо у темний час доби, коли стається 70% наїздів), їх безвідповідальне ставлення до своєї безпеки, слабкий розвиток культури споживання світловідбивного одягу та недосконала законодавча база, що регулює питання використання флікерів.

Безпека на дорозі – справа не лише водіїв автотранспортних засобів, але й пішоходів. Адже навіть якщо водій помітить людину вчасно, необхідно зважати на гальмівний шлях, який у більшості випадків залежить від погодних умов та стану доріг. Пішоходи в темному одязі у вечірній/нічний час доби практично не видимі для водія: при русі авто зі швидкістю 60 км/год пішохід буде помітний для водія тільки на відстані 17 метрів, а гальмівний шлях при умовах сухого асфальту - 20 метрів, вже не кажучи про умови вологого асфальту або ожеледі.

За даними Патрульної поліції України, загальна кількість ДТП в Україні за 11 місяців 2020 року склала 150267 випадків, що перевищує показник аналогічного періоду минулого року на 3,8%, з них – майже 16% випадків з постраждалими. Кількість ДТП (з постраждалими) з вини дітей склала 409 випадків, що на 7,6% перевищує показник минулого року.

Географією реалізації Проекту SAFE FASHION у 2021 році було обрано місто Павлоград Дніпропетровської області за рядом причин:

1. Дніпропетровська область лідирує за кількістю ДТП за участю дітей (з загиблими або травмованими). Так, за 11 місяців 2019 р. даний показник склав 262 ДТП, у 2020 р. – 273 ДТП.

*Юлія Руслановна Сінічко*

2. Дніпропетровська область лідирує за кількістю ДТП (з загиблими або травмованими), скочених з вини пішоходів. Так, за 11 місяців 2019 р. їх кількість склала 105 ДТП, у 2020 р. – 82 ДТП.
3. Дніпропетровська область друга в Україні (лідер – Львівська область) за кількістю ДТП (з загиблими або травмованими), скочених з вини дітей у 2019-2020 рр. Так, за 11 місяців 2019 р. даний показник склав 37 ДТП, у 2020 р. – 28.
4. Дніпропетровська область друга в Україні (лідер – Київ) за кількістю ДТП з загиблими або травмованими пішоходами у 2019-2020 рр. Так, за 11 місяців 2019 р. даний показник склав 647 ДТП, у 2020 р. – 635.
5. Через Дніпропетровську область проходить велика кількість автошляхів Державного та Європейського значення. Більшість із них перетинають населені пункти через об'їздні шляхи, а у Павлограді проходять безпосередньо через місто, зокрема траса Європейського значення E-50 та автодорога Державного значення R-51 (Р-51). При цьому більшість шкіл знаходяться вздовж або поруч цих шляхів, що збільшує ризик участі дітей у ДТП, особливо за умов поганої видимості.

Для попередження ДТП за участю пішоходів рекомендується носити одяг зі світловідбиваючими елементами у темний час доби, за умов поганої видимості та поза населеними пунктами. При близькому світлі фар пішохід в рефлексиві стає помітний на відстані мінімум 100-130 метрів. Такий одяг знижує ризик виникнення ДТП в 6,5 разів.

У багатьох країнах Європи рефлексивний одяг або флікери – це обов'язковий атрибут пішоходів (не тільки дітей, але й дорослих), інакше – попередження або штраф. В Україні це питання вже розглядається для врегулювання на законодавчому рівні. На початку літа Верховна Рада України підтримала 2 нових законопроекти у першому читанні. Вони передбачають необхідність носити світловідбивний одяг під час перебування на дорозі або у темну пору доби.

Торік у Києві вже планувались муніципальні проєкти по забезпеченням дітей 1-4 класів рефлексивними жилетами, але вони поки не реалізовані. І перший Проект SAFE FASHION (реалізований у 2020 році у м. Сміла) вже став першим в Україні, завдяки якому діти отримали безкоштовно світловідбивні рюкзаки для безпечної пересування по дорозі.

Наразі ще існує проблема скептичного ставлення людей до світловідбивного одягу, адже його асоціюють у більшості випадків з атрибутом комунальних чи автодорожніх служб. Проте нам вдалось створити такий рефлексивний продукт, який діти носять не тільки тому, що батьки змусили, а й тому що вони самі цього хочуть, при цьому серед інших спортивних рюкзаків, що є у них у наявності, надають перевагу саме рефлексивному (за даними безпосереднього спілкування з правою

*Віталій Риселевець* *РР РН* *БП*.

аудиторією першого Проекту SAFE FASHION). За даними онлайн-анкетування, яке проводилось у рамках реалізації першого проекту SAFE SAFHION, майже 90% цільової аудиторії дуже задоволені світловідбивним рюкзаком. Таким чином, Проект сприяє зміні стереотипного ставлення до світлоповертачів та стає локомотивом розвитку культури споживання світловідбивачів з малку, наближаючи нас до культури споживання Європейських країн.

Збільшення попиту на флікери сприятиме у довгостроковій перспективі збільшенню пропозиції світлоговертельних елементів на внутрішньому ринку України, які наразі майже недоступні населенню, особливо у невеликих містах, на кшталт м.Павлоград.

Інноваційність проекту полягає не лише у його першості для України, а й у його кроссекторальності, адже він поєднує потреби культурної та соціальної сфери, сприяючи формуванню та розвитку нового напрямку у сфері моди: відповідальної, соціальної та безпечної моди, яка має значний потенціал та може набути такої ж трендовості, як і екологічна мода.

Проект має значний вплив на освітній процес та виховання у дітей відповідального ставлення до своєї безпеки. Загалом, всі навчальні матеріали щодо правил дорожнього руху зводяться до вивчення знаків, розмітки та сигналів світлофора. У рамках першого Проекту SAFE FASHION ми створили спеціальний пізнавальний мультик про світлоповертельні елементи, історію їх виникнення, механізм дії та важливість для уникнення аварійного гальмування автотранспортних засобів. За даними онлайн-опитування 85% аудиторії оцінили цю відео-лекцію на «5». У рамках нового Проекту SAFE FASHION ми створимо пізнавальний фільм із зачлененням автоспортсменів, у якому проведемо тестування видимості звичайного та світловідбивного одягу, на прикладі продемонструємо гальмівний шлях та аварійне гальмування тощо.

### **Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?**

Проект Safe Fashion співвідноситься з наступними пріоритетами ЛОТу «Мода і дизайн»:

1. Створення інноваційного проекту, що розвиває новий напрям для моди та дизайну – відповідальна, безпечна та соціальна мода.
2. Створення інноваційних для України рефлексивних продуктів та забезпечення ними дітей м.Павлоград та широкої аудиторії (за рахунок зачленення лідерів думки).
3. Підтримка молодих українських дизайнерів.
4. Сприяння промоції українського fashion-сектору в Україні, шляхом проведення комунікативної стратегії.
5. Розвиток кроссекторальних партнерств, шляхом створення колаборацій з іншими організаціями з питань безпечної моди.



6. Збільшення кількості споживачів світловідбивного одягу та аксесуарів.

**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)**

Мода має відзеркалювати соціальні проблеми суспільства та реагувати на них. У кожній своїй колекції ми звертаємо увагу на такі проблеми та знаходимо дієві шляхи їх вирішення.

Наша команда займається виготовленням світловідбивного одягу вже 5 років, починаючи з 2016 року. Для нас даний напрямок – основний вектор розвитку.

Ми цікавимось новими рефлективними тканинами, нитками, проводимо з ними різноманітні експерименти.

Ми маємо на меті популяризувати світловідбивний одяг як необхідний та модний атрибут кожного, що може мінімізувати ризик виникнення ДТП.

Адже завдяки технологічному прогресу і нашим зусиллям, рефлективний одяг - це не тільки нашиті сірі смужки на жилетах комунальних служб. У своїх колекціях ми демонструємо широку палітру варіацій: це і шапки, шкарпетки, рюкзаки, куртки, дощовики, плащі, панамки, поясні сумки, брюки різного фасону і кольору.

Ми прагнемо зробити моду соціальною, відповідальною та безпечною.

### **Чому проект є унікальним?**

Перший Проект Safe Fashion (реалізований за підтримки УКФ у 2020 році, у м.Сміла) став першим в Україні, завдяки якому діти молодшого шкільного віку отримали безкоштовно світловідбивні рюкзаки для безпечноого пересування по дорозі.

У цьому році ми плануємо реалізувати аналогічний Проект у м.Павлоград, охопивши дітей середнього шкільного віку (5-6 класи).

Ще навесні минулого року Уряд України пообіцяв забезпечити дітей 1-4 класів (зокрема Києва) індивідуальними та безкоштовними світловідбивними жилетами з 1 вересня 2019 року (<https://www.kmu.gov.ua/news/z-1-veresnya-uchni-1-4-klasiv-nositimut-specialni-svitlovidbivni-zhiletibi-butibomiti-u-temnu-poru-dobi-volodimir-grojsman>). Проте даний проект поки лежить не здійсненим на урядових полицях <https://stolichno.news/mista/kiyiv/u-kyievi-popry-obitsianky-shkolariv-ne-zabezpechly-svitlovidbyvaiuchymy-zhyletam/>. І по даному проекту поки не було ніяких активних кроків.

Наша команда – одна з небагатьох та одна з перших, що почала запроваджувати рефлективний одяг на fashion ринку України. І ми вже стали першими, що почали забезпечувати школи світловідбивним одягом та



аксесуарами для дітей.

### **Чому проект є інноваційним?**

1. Для ринку України світловідбивні елементи – це новий продукт. Ми запроваджуємо рефлективні елементи у своїх колекціях вже більше 5 років, але для більшості населення України вони є або недоступними, або невідомими. Проект знайомить широку аудиторію з можливостями світлоповертачів, їх важливістю.
2. Комунікативна складова проекту дозволить покращити обізнаність населення у сфері безпеки руху, відкриє нові можливі варіанти забезпечення безпеки руху. За рахунок комунікативної стратегії до результатів проекту буде залучено широку аудиторію.
3. Інноваційність проекту полягає не лише у його першості для України, а й у його кроссекторальноті, адже він поєднує потреби культурної та соціальної сфери, сприяючи формуванню та розвитку нового напрямку у сфері моди: відповідальної, соціальної та безпечної моди, яка має значний потенціал та може набути такої ж трендовості, як і екологічна мода.
4. Проект сприяє зміні стереотипного ставлення до світлоповертачів та стає локомотивом розвитку культури споживання світловідбивачів змалку, наближаючи нас до культури споживання Європейських країн.

### **Основна мета проекту**

Мета Проекту – безкоштовно забезпечити дітей середнього шкільного віку (5-6 класів) міста Павлоград (Дніпропетровської області) рюкзаками зі світловідбивними елементами та провести комунікативну роботу для:

- сприяння покращенню стану безпеки на дорогах,
- мінімізації кількості ДТП за участю пішоходів,
- зниження рівня смертності на дорогах,
- підвищення культури споживання рефлективного одягу,
- підвищення рівня відповідальності пішоходів до своєї безпеки,
- зміни ставлення пішоходів до рефлективного одягу, як до атрибуту комунальних служб,
- популяризації відповідальної та безпечної моди.

### **Цілі проекту**

#### **Ціль**

Ціль 1. Сприяння покращенню безпеки на дорогах міста Павлоград та підвищення культури споживання світловідбивного одягу, шляхом забезпечення 2500 дітей світловідбивними рюкзаками, та проведення виховних робіт про важливість світловідбивного одягу.



## **Завдання**

Завдання 1.1. Виготовити 2500 світловідбивних рюкзаків для дітей 5-6 класів міста Павлоград та частини соціально незахищених дітей інших класів. У місті Павлоград на сьогоднішній день діє 19 загально-освітніх шкіл. Кількість дітей 4-5 класів у поточному навчальному році (тобто очікувана кількість дітей 5-6 класів у 2021-2022 навчальному році – 2434 особи). Враховуючи можливість поповнення класів міста Павлоград учнями з сіл та селищ, що знаходяться поруч, з тимчасово-окупованих територій, або новими жителями міста, ми розраховуємо на показник у 2500 учнів 5-6 класів у наступному навчальному році. При цьому, якщо їх кількість буде менша, залишок вироблених світлоповертальних рюкзаків буде розповсюджений серед дітей соціально-незахищених категорій інших класів. Процес виробництв рюкзаків включатиме: закупівлю необхідної сировини та матеріалів, оренду приміщення для зберігання сировини та матеріалів та готової продукції, розкій партії рюкзаків, їх пошиття, упаковка рюкзаків у окрему упаковку разом з наліпками та вкладишами.

Завдання 1.2. Створити плакати з безпеки руху, наліпки та вкладиші для пакунків з рюкзаками. Для кращого засвоєння інформації щодо культури поведінки на дорогах та важливості світловідбивного одягу будуть створені плакати з безпеки руху, які будуть розміщені у кожному з 5-6 класів Павлограду, а також по 2 плакати у місцях загального користування 19-ти шкіл міста. Загальна кількість плакатів – 132 шт. (з них 90 – для кожного класу, 38 – для місць загального користування, 2 – для звітності УКФ та 2 – як похибка на брак). Для Кожного пакунку з рюкзаком будуть створені наліпки. Кількість запланованих до друку наліпок для учнів – 2500 шт. Також будуть надруковані спеціальні вкладиші до кожного пакунку з рюкзаками. Кількість запланованих до друку вкладишів для учнів – 2500 шт. Плакати, наліпки, вкладиші будуть містити логотип УКФ, а також QR-коди з посиланням на сайт Проєкту <https://safefashion.roussin.ua/>, на відеофільм, відео-звернення, відео-лекцію, онлайн-анкету тощо.

Завдання 1.3. Створити відео-звернення від організатора Прєєкту Софії Русинович до дітей. Оскільки в умовах Covid-19 можливе продовження карантинних обмежень у навчальних закладах, особиста присутність Команди Прєєкту на заходах з виховної роботи може бути неможлива. Тому для знайомства дітей з організаторами Прєєкту буде створено відео-звернення від Софії Русинович, що буде записане на флеш-носій та передане Адміністрації кожної школи для показу у рамках Тижня Безпеки Руху. Відео-звернення буде містити логотип УКФ. Хронометраж відео-звернення – до 3 хвилин.

Завдання 1.4. Створити відео-фільм про правила безпеки руху з залученням автоспортсменів. Для кращого

*Фройд Ржевиновець СС Р. ВП*

засвоєння інформації про світлоповертачі та важливість дотримання правил дорожнього руху буде створений спеціальний відео-фільм за участі автоспортсменів, які покажуть та розкажуть важливу інформацію про аварійне гальмування, проведуть тестування видимості пішоходів у звичайному та світловідбивному одязі, розкажуть інсайти своєї професії тощо. Фільм буде записаний на флеш-носій та переданий Адміністрації кожної школи для показу у рамках Тижня Безпеки Руху, а також завантажений на канал Youtube. Фільм буде містити логотип УКФ.

Хронометраж фільму – 10-15 хвилин. Завдання 1.5. Встановити контакти з Управлінням Освіти м.Павлоград та 19-ма школами міста та роздати 2500 світловідбивних рюкзаків дітям 5-6 класів міста Павлоград та частині соціально незахищених дітей інших класів. Для проведення Проєкту у місті Павлоград буде встановлений контакт з Управлінням Освіти, представними якого будуть сприяти проведенню Тижня Безпеки Руху у школах міста. Спільно з Управлінням Освіти про проведення Проєкту будуть повідомлені Директори шкіл. Команда проєкту та представник Управління освіти завезуть пакунки до шкіл з рюкзаками для кожного окремого класу. Адміністрація шкіл або відповідальна особа від кожної школи прийме пакунки з рюкзаками, плакати, флеш-носій з відео-записами та підпише відповідний документ із зазначенням всього обсягу отриманих матеріалів. Передача пакунків буде зафіксована та оформлена у вигляді фотозвіту. Завдання 1.6. Організувати проведення виховної роботи у школах м.Павлоград щодо правил дорожнього руху, необхідності носити світловідбивний одяг для покращення безпеки руху, популяризації світловідбивного одягу та руху безпечної моди. У перший тиждень вересня у всіх школах міста Павлоград буде організований Тиждень Безпеки Руху, у рамках якого всі учні 5-6 класів 19-ти шкіл міста отримають світловідбивні рюкзаки та прослухають лекції з виховної роботи, які будуть проведені класними керівниками з використанням спеціально підготовленого відео-зверення від організатора Проєкту Софії Русинович, спеціальної відео-лекції, що була підготовлена в рамках попереднього Проєкту SAFE FASHION та відео-фільму про безпеку руху, цо буде підготовлений у рамках поточного Проєкту. Виховні заходи у кожному класі будуть зафіксовані у вигляді фотозвітів (або відео-звітів). Завдання 1.7. Отримати зворотній зв'язок від цільової аудиторії про Проєкт. Для отримання зворотнього зв'язку від дітей, вчителів, батьків та інших зацікавлених осіб, буде підготовлена онлайн-анкета, посилання на яку буде відправлене Адміністрації кожної школи (далі – класним керівникам, батькам, учням). Очікувана кількість відповідей на онлайн-анкетування (враховуючи показники первого Проєкту SAFE FASHION) – до 1000.

*ФОД Русинович С.Р. В.М.*

## **Результат 1**

1.1. Вироблено 2500 рюкзаків 1.2. 2500 дітей носять світловідбивні рюкзаки 1.3. 2500 дітей знають та притримуються правил дорожнього руху 1.4. 2500 дітей знають про діяльність УКФ 1.5. Створено 132 плакати з безпеки руху та 2500 наліпок для пакунків з рюкзаками 1.6. 128 плакатів розміщені у 19-ти школах міста Павлоград 1.7. 12 тис. учнів 19-ти шкіл дізнались про світлоповертачі з плакатів, розміщених у школах 1.8. 12 тис. учнів дізнались про діяльність УКФ 1.9. Створено відео-звернення Софії Русинович до дітей. Хронометраж до 3 хвилин. 1.10. 2500 дітей, 974 вчителі та 6 працівників Управління Освіти переглянули відео-звернення

## **Результат 2**

1.11. Створено відео-фільм щодо безпеки руху та важливості світлоповертачів. Хронометраж 10-15 хвилин. 1.12. 2500 дітей, 4140 батьків, 974 вчителі та 6 працівників Управління Освіти переглянули відео-фільм 1.13. 4140 батьків дізнались про діяльність УКФ 1.14. Встановлено контакти з Управлінням Освіти та Адміністрацією 19-ти шкіл міста 1.15. Створено графік відвідування шкіл для передачі пакунків з рюкзаками, плакатів та флеш-носіїв з відео-записами 1.16. Отримано від шкіл 19 Актів приймання пакунків з рюкзаками, плакатів та флеш-носіїв з відео-записами 1.17. Організовано Тиждень безпеки руху у м.Павлоград 1.18. Проведені виховні роботи у 19-ти школах міста 1.19. Отримано фотозвіти з 19-ти шкіл міста про проведення заходів з виховної роботи та дарування рюкзаків 1.20. Створено онлайн-анкетування для учнів, вчителів, батьків тощо 1.21. Онлайн-анкетування надіслане до Адміністрації шкіл 1.23. Отримано 1000 відповідей на онлайн-анкетування 1.24. Проаналізовано 1000 відповідей

## **Індикатори досягнення результатів**

- виготовлено 2500 світловідбивних рюкзаків для дітей 5-6 класів м.Павлоград.
- 2500 дітей 5-6 класів м.Павлоград отримали світловідбивні рюкзаки.
- надруковано 132 плакати з безпеки руху.
- 90 класних керівників та 19 шкіл міста отримали плакати з безпеки руху.
- надруковано 2500 наліпок для пакунків з рюкзаками.
- 2500 дітей 5-6 класів м.Павлоград отримали наліпки.
- надруковано 2500 вкладишів для пакунків з рюкзаками.
- 2500 дітей 5-6 класів м.Павлоград отримали вкладиші.
- створено відео-звернення організатора Проекту Софії Русинович до дітей (хронометраж до 3 хвилин).



- створено відео-фільм з безпеки руху (хронометраж 10-15 хвилин).
- встановлено контакти з Управлінням Освіти м.Павлоград та адміністрацією 19-ти шкіл міста.
- класними керівниками проведено заходи з виховної роботи щодо безпеки руху у 90 класах 19-ти шкіл міста.
- 2500 дітей прослухали лекції з безпеки руху, переглянули відео-звернення, відео-лекцію та відео-фільм.
- передано 19 флеш-носіїв з записами відео-звернення, відео-лекції та відео-фільму Адміністраціям шкіл.
- надіслано посилання на онлайн-анкетування, відео-звернення, відео-лекцію та відео-фільм до Адміністрацій 19-ти шкіл.
- 4140 батьків (з урахуванням частки неповних сімей за даними Держстату) переглянули відео-звернення, відео-лекцію та відео-фільм та дізнались про діяльність УКФ.
- стримано 1000 відповідей на онлайн-анкетування щодо задоволеності Проектом.
- 974 вчителі шкіл Павлограду та 6 працівників Управління Освіти Павлограду переглянули відео-фільм, відео-звернення та відео-лекцію.

## **Ціль**

Ціль 2. Привернення уваги громадськості, лідерів думки до актуальних питань та проблем безпеки руху на дорозі шляхом роботи з лідерами думки.

## **Завдання**

Завдання 2.1. Проведення інформування лідерів думки про реалізацію Проекту SAFE FASHION та про підтримку Проекту УКФ, шляхом розповсюдження серед них подарункових боксів зі світловідбивними аксесуарами та інформації про Проект. У рамках Проекту буде проведена робота з 150 лідерами думки. Це будуть лідери думки з м.Павлоград та Дніпропетровської області, а також нішеві лідери думки: мами-блогери, спортсмени (бігуни, велосипедисти тощо), діти-блогери, fashion та beauty-блогери, власники бізнесу тощо, аудиторія яких зацікавлена у проблемах безпеки руху. Для більш якісного інформування лідерів думки про можливі варіанти уabezпечення пересування людей дорогами у темний час доби кожен лідер думки отримає по 1 боксу з рефлективними аксесуарами (світловідбивний рюкзак, світловідбивні шкарпетки, світловідбивний шнурок та брелок, світловідбивна багаторазова маска), наліпками та вкладишами. У якості вкладишів будуть створені рукописні листи, у яких буде дана інформація про Проект, про важливість теми світлоповертачів та про підтримку Проекту



УКФ. Таким чином, лідери думки дізнаються про Проєкт, про діяльність УКФ та зможуть розповісти своїй аудиторії про можливості світлоповертачів, їх асортимент та доступність. Орієнтовний список лідерів думки надається у Додатку 2 (Концепція Проєкту). Завдання 2.2. Створення подарункових боксів для лідерів думки. Для більш якісного розкриття інформації про проект та про світловідбивні елементи кожен лідер думки отримає по 1 боксу з рефлексивними аксесуарами (світловідбивний рюкзак, світловідбивні шкарпетки, світловідбивний шнурок та брелок, світловідбивна багаторазова маска), наліпками та вкладишами. Рюкзаки матимуть кишеню всередині з розміщенням логотипу УКФ, наліпки міститимуть логотип УКФ. Якщо при роботі з лідерами думки буде використана менша кількість пакунків з рюкзаками, залишок буде розповсюджений серед соціально незахищених категорій дітей м.Павлоград. Завдання 2.3. Проведення інформування лідерами думки своєї аудиторії про Проєкт, шляхом розміщення лідерами думки публікацій у соціальних мережах (пост або сторіз) та проведення лідерами думки розіграшів подарункових боксів перед своєї аудиторії. Створення меседжів для лідерів думки. Для якісного розкриття інформації про Проєкт та світлоповертачі для лідерів думки будуть створені варіанти меседжів, які вони зможуть використовувати при розміщенні публікацій у соціальних мережах. Очікувана конверсія від лідерів думки – 40% (тобто 60 лідерів думки опублікують пост або сторіз у соціальних мережах про Проєкт). Середній показник охоплення публікацій лідерів думки – 40%. Очікуваний показник охоплення публікацій від лідерів думок: 1200000. Запланована кількість лідерів думки, що отримають по 5 подарункових боксів для проведення розіграшів перед своєї аудиторії, - 5. Тобто загальна кількість боксів для розіграшів – 25.

## **Результат 1**

2.1. Створено базу лідерів думки 2.2. Залучено 150 лідерів думки до Проєкту. 2.3. 150 лідерів думки отримали бокси з рефлексивними аксесуарами 2.4. 150 лідерів думки дізнались про діяльність УКФ та Проєкт 2.5. Відшито рефлексивні аксесуари для 175 боксів

## **Результат 2**

2.6. Зібрано 175 боксів 2.7. Створено меседжі для лідерів думки для публікацій про Проєкт 2.8. 60 лідерів думки зробили публікації про Проєкт у соціальних мережах 2.9. 5 лідерів думки провели розіграші 25 боксів 2.10. Охоплено аудиторію 1200000



## **Індикатори досягнення результатів**

- Залучено 150 лідерів думки для проекту.
- 150 лідерів думки дізнались про Проєкт та про діяльність УКФ.
- вироблено 175 боксів для лідерів думки (по 175 світловідбивних рюкзаків, масок, шкарпеток, шнурків, брелоків)
- надруковано 350 наліпок та вкладишів для боксів для лідерів думки
- 150 лідерів думки отримали 175 боксів з рефлективними аксесуарами, наліпками та вкладишами.
- 60 лідерів думки зробили 1 пост про проект (60 постів).
- 5 лідерів думки провели розіграш 25-ти боксів.
- Загальне охоплення публікацій лідерів думки досягло 1 200 000.

## **Ціль**

Ціль 3. Привернення уваги громадськості до актуальних питань та проблем безпеки руху на дорозі шляхом втілення комунікативного плану проекту.

## **Завдання**

Завдання 3.1. Використання у публікаціях створених меседжів та хештегів Проєкту SAFE FASHION. Відповідно до мети, ключові повідомлення для поширення інформації серед цільової та опосередкованої аудиторії в рамках проєкту: «Безпека на дорозі – це справа не лише водіїв автотранспортних засобів, але і пішоходів»; «Світловідбивний одяг може зменшити ризик виникнення ДТП за участю пішоходів у 6,5 разів»; «Світловідбивний одяг – це атрибут не лише комунальних служб». Дані повідомлення будуть транслюватись через прес-релізи, фото- та відео- контент, публікації на сайті проекту, на сторінці FaceBook бренду Roussin, в Instagram бренду Roussin, а також у соцмережах лідерів думки, що будуть обрані для проєкту. Для комунікації про проєкт створений основний унікальний хештег #безсекундигиття, за яким можна знайти всі новини та публікації про проєкт. Даний хештег буде розміщуватись у всіх публікаціях у соціальних мережах, у публікаціях лідерів думок та ЗМІ. Додатковими хештегами обрані: #safefashion, #lightforlife, #streetroussin. Завдання 3.2. Створення контенту для проєкту. Для проведення комунікацій по проєкту буде підготовлений відповідний контент:

- Фото-матеріали. Для цього буде проведена fashion-зйомка світловідбивних рюкзаків за участю дітей у денний та вечірній час для відображення ефекту світловідбивання. Фото-зйомка буде проводитись у Павлограді або Києві. Попередньо буде проведений кастинг моделей он-лайн (підготовлені списки модельних агенцій, референси зйомки, вимоги до моделей відповідно до референсів запланованої зйомки);



будуть обрані моделі, що відповідають вимогам). Для роботи буде запрошений стиліст. Як результат буде отримано 15 оброблених фотографій. Okрім fashion-зйомки буде проведена предметна зйомка світловідбивних рюкзаків (10 оброблених фотографій). - Відео-зйомка звернення організатора Проєкту до дітей м.Павлоград. Хронометраж – до 3 хвилин. - Відео-зйомка за участю автоспортсменів. Кількість знімальних днів – 2. В результаті буде створений фільм з прикладами, як водій бачить пішохода у звичайному та світловідбивному одязі у темний час доби; як автс поводить себе у заносі; як відбувається гальмівний шлях тощо. Ідея фінального фільму може коригуватись. До зйомки будуть залучені професійні автомобілісти (автоспортсмени). Хронометраж 10-15 хвилин. Завдання 3.3. Створення контенту для соціальних мереж та ЗМІ. На основі отриманих фотоматеріалів (15 фотографій з fashion-зйомки та 10 фотографій з предметної зйомки) будуть створені арт-колажі для розміщення у соціальних мережах бренду Roussin та на сайті Проєкту. Арт-колажі будуть використовуватись у прес-релізах для розсилання матеріалів про Проєкт у ЗМІ. У результаті будуть створені 30 арт-колажів. Арт-колажі будуть містити логотип УКФ. Публікації будуть містити інформацію про підтримку проєкту УКФ (#запідтримкиУКФ) та відмітку УКФ у соціальних мережах. Завдання 3.4. Залучення ЗМІ для розкриття питань проєкту. У рамках Проєкту буде підготовлений прес-реліз (що буде містити інформацію про підтримку Проєкту УКФ) з використанням підготовлених арт-колажів про Проєкт, що будуть надсилятись до ЗМІ. Команда буде проводити регулярний моніторинг ЗМІ зі збиранням статистики по кількості та якості публікацій у них. Буде залучено 100+ ЗМІ (регіональні та всеукраїнські) та отримано 20 публікацій за період проєкту. Також будуть ствоерні 3 спеціальні ексклюзивні статті для розміщення у 3-х виданнях. Додатково буде розміщено 1 комерційну публікацію – спец.проект (що будуть містити інформацію про підтримку проєкту УКФ) у онлайн-виданні (на вибір: bit.ua, або The Village, «Новое время», Vogue, L'Officiel, Elle, Cosmopolitan, Orest тощо). Охват користувачів від комерційної статті – від 10000. Також планується залучити ТВ-компанії для створення спеціального відеоролику про проєкт. Завдання 3.5. Розширення цільової аудиторії проєкту за рахунок розміщення банерної реклами у м.Павлоград. Для поширення інформації про проєкт, про безпеку руху та світлоповертачі будуть створені 3 банери для розміщення на білбордах або сітілайтах у Павлограді. Для розміщення будуть обрані райони міста з великою прохідністю: у центрі, поряд з дитячими майданчиками тощо. Банерна реклама буде розміщуватись строком на 2 місяці (у серпні-вересні), у період підготовки дітей до школи та початку навчального року.

Р.О. Рищчук

Завдання 3.6. Розширення цільової аудиторії проєкту за рахунок поширення інформації про проект у соцмережах: сторінка FaceBook бренду Roussin [facebook.com/roussin.ukraine](https://facebook.com/roussin.ukraine) (кількість підписників 4 тис.), сайт проєкту <https://safefashion.roussin.ua/>, сайт бренду Roussin <http://roussin.ua/>, Instagram бренду Roussin - [instagram.com/roussin.world/](https://instagram.com/roussin.world/) (кількість підписників 0,6 тис.), Youtube-канал бренду Roussin - <https://www.youtube.com/channel/UCF9MVA2UJsgLhDHVmrfBNw> та соцмережі лідерів думок. Всі пости міститимуть інформацію про підтримку проєкту УКФ з відміткою УКФ у соціальних мережах. Завдання 3.7. Розширення цільової аудиторії проєкту за рахунок проведення розіграшів подарункових боксів серед аудиторії бренду Roussin. За період реалізації Проєкту заплановано провести 10 розіграшів подарункових боксів. Тобто загальна кількість боксів для розіграшів – 25. Очікуване охоплення аудиторії - 5000. Завдання 3.8. Розширення цільової аудиторії проєкту за рахунок просування основних постів у соціальних мережах Roussin та фільму на каналі Youtube. За період реалізації Проєкту заплановано провести 10 рекламних кампаній основних публікацій у соціальних мережах про Проєкт у мережі Facebook, Instagram та Audience Network. Очікуване охоплення аудиторії - 400000. Очікувана кількість переглядів фільму - 5000.

## **Результат 1**

3.1. Використано унікальний хештег проєкту #безсекундигиття у публікаціях про Проєкт (40 публікацій на Facebook, 25 публікацій у Instagram) 3.2. Використано меседжі проєкту у публікаціях 3.3. Проведено 1 предметну на 1 fashion фото-зйомку 3.4. Отримано 15 фотографій з fashion зйомки, 10 фотографій з предметної зйомки 3.5. Знято та змонтовано відео-звірнення Софії Русинович до дітей. Хронометраж до 3 хвилин. 3.6. Знято та змонтовано фільм про безпеку руху. Хронометраж 10-15 хвилин. 3.7. Створено 30 арт-колажів для розміщення у соціальних мережах 3.8. Розміщено 40 публікацій у мережі Facebook 3.9. Розміщено 25 публікацій у мережі Instagram 3.10. Створено базу 100+ ЗМІ. 3.11. Підготовлено прес-реліз про проєкт 3.12. Підготовлено 3 авторські статті про світловідбивні елементи та тему безпеки руху 3.13. Отримано 23 публікації у ЗМІ

## **Результат 2**

3.14. Розміщено спец-проект у онлайн-виданні 3.15. Розміщено спец.відео-проект на ТВ-каналі 3.16. Охоплено від 10000 користувачів 3.17. Створено макети для 3 банерних реклами 3.18. Розміщено 3 банерні реклами на білбордах чи сітілайтах 3.19. Охоплено рекламию від 10000 жителів міста

*Роб Русинович СРН ВП*

3.20. Розміщено 40 публікацій у мережі Facebook 3.21. Розміщено 25 публікацій у мережі Instagram 3.22. Створено 25 подарункових боксів з рефлексивними аксесуарами для розіграшу 3.23. Проведено 10 розіграшів 3.24. Охоплено 5000 користувачів мережі 3.25. Проведено 10 рекламних кампаній у мережі Facebook, Instagram та Audience Network 3.26. Охоплено 400000 користувачів мережі Facebook, Instagram та Audience Network 3.27. Проведено рекламну кампанію фільму на каналі Youtube 3.28. Отримано 5000 переглядів фільму

### **Індикатори досягнення результатів**

- проведено 1 предметну зйомку та 1 fashion-зйомку
- отримано 10 предметних фото, 15 фото з fashion-зйомки.
- створено 30 арт-колажів.
- створено 3 банери.
- розміщено 3 банерні реклами (білборди, сітілайти) у м.Павлоград
- проведено 2 відео-зйомки для монтування фінального фільму про безпеку руху.
- Змонтовано відео-звернення до дітей. Хронометраж до 3 хвилин.
- Змонтовано 1 фільм про безпеку руху. Хронометраж 10-15 хвилин.
- Створено 40 публікації на сторінці FaceBook.
- Створено 25 публікації на сторінці Instagram.
- заличено 100+ ЗМІ
- Надіслано прес-реліз проекту до 100+ ЗМІ.
- отримано 20 публікацій ЗМІ.
- розміщено 1 комерційну публікацію у онлайн-виданні
- розміщено 3 авторські ексклюзивні статті у онлайн-виданнях
- розміщено відео-ролик про Проект на ТВ-каналі.
- Загальне охоплення публікацій у ЗМІ мінімум 10 000.
- Проведено 10 розіграшів 25-ти подарункових боксів у соцмережах бренду. Охоплено аудиторію - 5000.
- Проведено 10 рекламних кампаній у соцмережах бренду, охоплено аудиторію - 400000.
- Проведено рекламу фільму на каналі Youtube, отримано 5000 переглядів фільму.

### **Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту**

#### **ПРЯМА ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ ПРОЕКТУ.**

- учні 5-6 класів у місті Павлоград Дніпропетровської області (2434 особи) та частина соціально незахищених дітей (66 осіб).
- батьки дітей 5-6 класів та соціально нещахищених дітей інших класів –



4140 осіб (За даними Держстату України частка неповних сімей складає 17,2%).

- родичі (бабусі, дідусі, брати та сестри) дітей 5-6 класів та соціально незахищених дітей інших класів – 8060 осіб.

За даними Держстату України - 80,9% сімей у Дніпропетровській області мають лише одну дитину, 15,8% - 2 дитини, 3,3% - 3 дитини. Тобто, у 2500 дітей за розрахунками є 560 братів, сестер.

Враховуючи статистичні дані розподілу за віковими групами населення по Дніпропетровській області, маємо орієнтовні дані, що у кожної дитини є 3 бабусі та дідусі (прабабусі, прадідусі).

Кількість бабусь, дідусів:  $2500 * 3 = 7500$  осіб.

- вчителі, директори, замісники директорів з виховної та навчальної роботи
- 974 особи (за даними з сайту Управління освіти Павлограду) та 6 працівників Управління Освіти.

Пряма аудиторія вцілому: 15,68 тис. осіб

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

#### **ОПОСЕРЕДКОВАНА АУДИТОРІЯ ПРОЕКТУ:**

- школярі інших класів, які не стримали рюкзаки – 9565 осіб.
- батьки та родичі школярів інших класів – 38,8 тис. осіб.
- охоплена аудиторія, завдяки публікаціям у ЗМІ, ТВ – від 10000.
- підписники Roussin у соцмережах (Instagram, Facebook, Pinterest) – 5 тис. осіб.
- аудиторія, охоплена за рахунок лідерів думки – 1200000.
- аудиторія, охоплена за рахунок банерної реклами по місту – 10000.
- аудиторія, охоплена за рахунок проведення розіграшів – 5000
- аудиторія, охоплена за рахунок просування постів у соціальних мережах та на каналі Ycutube – 405000

Опосередкована аудиторія: 1,64 млн. осіб.

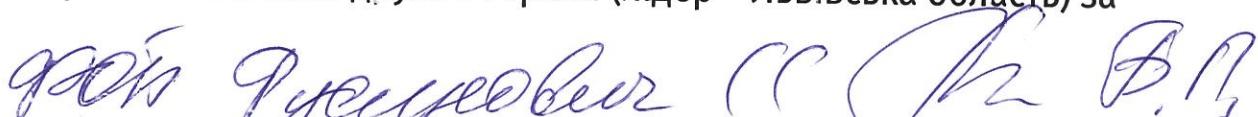
### **Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?**

Географією реалізації Проекту SAFE FASHION у 2021 році було обрано місто Павлоград Дніпропетровської області за рядом причин:

1. Дніпропетровська область лідує за кількістю ДТП за участю дітей (з загиблими або травмованими). Так, за 11 місяців 2019 р. даний показник склав 262 ДТП, у 2020 р. – 273 ДТП.

2. Дніпропетровська область лідує за кількістю ДТП (з загиблими або травмованими), скочених з вини пішоходів. Так, за 11 місяців 2019 р. їх кількість склала 105 ДТП, у 2020 р. – 82 ДТП.

3. Дніпропетровська область друга в Україні (лідер – Львівська область) за



кількістю ДТП (з загиблими або травмованими), скочених з вини дітей у 2019-2020 рр. Так, за 11 місяців 2019 р. даний показник склав 37 ДТП, у 2020 р. – 28.

4. Дніпропетровська область друга в Україні (лідер – Київ) за кількістю ДТП з загиблими або травмованими пішоходами у 2019-2020 рр. Так, за 11 місяців 2019 р. даний показник склав 647 ДТП, у 2020 р. – 635.

5. Через Дніпропетровську область проходить велика кількість автошляхів Державного та Європейського значення. Більшість із них перетинають населені пункти через об'їздні шляхи, а у Павлограді проходять безпосередньо через місто, зокрема траса Європейського значення E-50 та автодорога Державного значення R-51 (P-51). При цьому більшість шкіл знаходяться вздовж або поруч цих шляхів, що збільшує ризик участі дітей у ДТП, особливо за умов поганої видимості.

Перший Проєкт SAFE FASHION, реалізований у 2020 році, охоплював категорію дітей 1-4 класів. Але після проведення онлайн-опитування серед вчителів, батьків та дітей, ми зробили висновок, що діти молодшого шкільного віку (1-4 класів) найчастіше пересуваються у темний час доби (або за умов поганої видимості) у супроводі дорослих, вони не настільки часто відвідують вечірні гуртки, а інформацію щодо важливості світловідбивного одягу їм складніше засвоювати.

Тому новий Проєкт SAFE FASHION розрахований на дітей середнього шкільного віку (5-6 класи), які вже більш самостійні, вси більш активно відвідують вечірні гуртки, пересуваються дорогами міста самостійно та вже відкриті для засвоєння нової інформації щодо світлоповертачів. При цьому, вони вже можуть активно ділитись інформацією з батьками, іншими дітьми щодо важливості даного питання.

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

За результатами проекту буде привернуто увагу потенційної цільової аудиторії проекту до питань безпеки на дорогах та можливості покращення рівня безпеки.

Аудиторія дізнається про можливі варіанти використання світловідбивних матеріалів у повсякденному одязі, про необхідність використання світловідбивного одягу, про позитивний вплив світловідбивного одягу на рівень безпеки не тільки школярів, але і всього населення, при пересуванні на дорозі у темну пору доби.

**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)? Зазначте, у який спосіб та використовуючи які інструменти будете працювати з ними**

Позитивний вплив на даний проект здійснюватимуть: - 19 загальноосвітніх шкіл міста Павлоград, їх директорат та вчителі. - Відділ Освіти міста Павлоград. Переговори зі школами щодо проведення виховних заходів з безпеки руху будуть вестись за участі Управління Освіти. Проект передбачає проведення заходів у школах у кожному окремому класі без участі команди проекту. Для цього команда проекту підготує всі відео-матеріали, які будуть записані на флеш-носії та передані доожної школи Павлограду для проведення виховних робіт класними керівниками. Команда проекту передасть пакунки з рюзаками Адміністрації шкіл, з розподілом для кожного окремого класу. Факт проведення заходів у школах буде підтверджений фотозвітами від доожної школи.

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

Метою комунікаційного плану є підвищення культури споживання рефлексивного одягу, підвищення рівня відповідальності пішоходів до своєї безпеки, зміна ставлення пішоходів до рефлексивного одягу, як до атрибути комунальних служб, популяризація відповідальної та безпечної моди серед населення. Відповідно до мети, повідомленнями для поширення інформації серед цільової та опосередкованої аудиторії в рамках проекту будуть: - безпека на дорозі – це справа не лише водіїв автотранспортних засобів, але і пішоходів; - світловідбивний одяг може зменшити ризик виникнення ДТП за участю пішоходів у 6,5 разів; - світловідбивний одяг – це атрибут не лише комунальних служб. Для комунікації про проект створений основний унікальний хештег #безсекундигиття, за яким можна знайти всі новини та публікації про проект. Даний хештег буде розміщуватись у всіх публікаціях у соціальних мережах, у публікаціях лідерів думок та ЗМІ. Додатковими хештегами обрані: #safefashion, #lightforlife, #streetroussin. Окрім використання тематичного хештегу проекту #безсекундигиття, буде створений ексклюзивний віжуал-контент, що міститиме логотип УКФ (арт-колажі для розміщення у соціальних мережах, на сайті, у ЗМІ). Додатково у соціальних мережах бренду буде включений припис до публікації «на годиннику 16:59:00 (точний час моменту публікації)», мета якого посилити значення ініціативи та звернути увагу на те, що коли справа йде про життя людини на дорогах, кожна секунда стає вирішальною. Людина відвернулася, аби дістати щось на задньому сидінні, відволіклася на машину поруч, згадала про майбутню відпустку... Але це все дія однієї миті, однієї секунди, яка може привести до

*Роб Ржечко-Веселовський* *Софія Вікторівна*

летальних наслідків. Навіть якщо ти впевнений у собі, ти не можеш бути впевненим у тому, хто поруч. Життя = мить = секунда! Ключові повідомлення будуть транслюватись через прес-релізи, фото- та відео- контент, публікації на сайті проекту (<https://safefashion.roussin.ua/> ), на сторінці FaceBook бренду Roussin [facebook.com/roussin.ukraine](https://facebook.com/roussin.ukraine) (кількість підписників 4 тис.), в Instagram бренду Roussin - [instagram.com/roussin.world/](https://instagram.com/roussin.world/) (кількість підписників 0,6 тис.), а також у соцмережах лідерів думки, що будуть обрані для проекту. Для проведення інформування лідерів думки про реалізацію Проекту SAFE FASHION та про підтримку Проекту УКФ, серед лідерів думки буде розповсюджено подарункові бокси зі світловідбивними аксесуарами та інформацією про Проект. У рамках Проекту буде проведена робота з 150 лідерами думки. Це будуть лідери думки відомі на всю Україну, а також з м.Павлоград та Дніпропетровської області, нішеві лідери думки: мами-блогери, спортсмени (бігуни, велосипедисти тощо), діти-блогери, fashion та beauty-блогери, власники бізнесу тощо, аудиторія яких зацікавлена у проблемах безпеки руху. Для більш якісного інформування лідерів думки про можливі варіанти узбереження пересування людей дорогами у темний час доби кожен лідер думки отримає по 1 боксу з рефлективними аксесуарами (світловідбивний рюкзак, світловідбивні шкарпетки, світловідбивний шнурок та брелок, світловідбивна багаторазова маска), наліпками та вкладишами. У якості вкладишів будуть створені рукописні листи, у яких буде дана інформація про Проект, про важливість теми світлоповертачів та про підтримку Проекту УКФ (рукописні листи мають більш емоційний вплив). Таким чином, лідери думки дізнаються про Проект, про діяльність УКФ та зможуть розповісти своїй аудиторії про можливості світлоповертачів, їх асортимент та доступність. Орієнтовний список лідерів думки наданий у Додатку 2 (Концепція Проекту) та буде доспрацьовуватись у процесі реалізації проекту. Для мінімізації впливу ризику карантинних обмежень, виховні роботи у школах будуть проводитись класними керівниками, які будуть використовувати спеціальне відео-звернення від засновника проекту Софії Русинович до дітей. Окрім відео-звернення, для кращого засвоєння інформації про світлоповертачі та важливість дотримання правил дорожнього руху буде створений спеціальний відео-фільм за участі автоспортсменів, які покажуть та розкажуть важливу інформацію про аварійне гальмування, проведуть тестування видимості пішоходів у звичайному та світловідбивному одязі, розкажуть інсайти своєї професії тощо. Фільм буде записаний на флеш-носій та переданий Адміністрації кожної школи для показу у рамках Тижня Безпеки Руху, а також завантажений на канал Youtube. Фільм буде містити логотип УКФ. Всі прес-релізи про проект будуть містити інформацію про підтримку проекту УКФ.

*Рої Ржеснівець ССРН ВЛ*

Весь фото- та відео-контент, що буде створений у рамках проекту, буде містити логотип УКФ. Всі пости бренду про проект у соцмережах будуть з відміткою сторінки УКФ. Всі новини, що будуть опубліковані на сайті проекту та у соцмережах, будуть містити інформацію про підтримку проекту УКФ. Поліграфічна продукція (наклейки, плакати, анкети, банери) будуть містити логотип УКФ. Сам продукт (світловідбивний рюкзак) буде містити бірку-кишеню усередині з логотипом УКФ.

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

Для проведення комунікацій по проекту буде створений відповідний контент:

1. Фото-матеріали. Для цього буде проведена fashion-зйомка світловідбивних рюкзаків за участю дітей у денний та вечірній час для відображення ефекту світловідбивання. Foto-зйомка буде проводитись у Павлограді або Києві. Попередньо буде проведений кастинг моделей онлайн (підготовлені список модельних агенцій, референси зйомки, вимоги до моделей відповідно до референсів запланованої зйомки; будуть обрані моделі, що відповідають вимогам). Для роботи буде запрошений стиліст. Як результат буде отримано 15 оброблених фотографій. Окрім fashion-зйомки буде проведена предметна зйомка світловідбивних рюкзаків (10 оброблених фотографій).
2. На основі отриманих фотоматеріалів (15 фотографій з fashion-зйомки та 10 фотографій з предметної зйомки) будуть створені арт-колажі для розміщення у соціальних мережах бренду Roussin та на сайті Проекту. Арт-колажі будуть використовуватись у прес-релізах для розсилання матеріалів про Проект у ЗМІ. У результаті будуть створені 30 арт-колажів. Арт-колажі будуть містити логотип УКФ. Публікації будуть містити інформацію про підтримку проекту УКФ (#запідтримкиУКФ) та відмітку УКФ у соціальних мережах.
3. Фото-матеріали будуть використовуватись для створення Поліграфічної продукції, яка буде містити логотип УКФ та інформацію про УКФ:
  - наклейки з відривними стікерами УКФ, Roussin, Safe Fashion. Які будуть вкладатись до пакунку зі світловідбивним рюкзаком.
  - плакати для розміщення у 19-ти школах міста Павлоград. Плакати будуть містити інформацію про безпеку руху, про важливість світловідбивного одягу для покращення стану безпеки руху на дорогах та ін.
  - білборди або сітілайти для розміщення у м.Павлоград.
4. Відео-звернення організатора Проекту до дітей м.Павлоград.
5. Відео-фільм за участю автоспортсменів. Кількість знімальних днів – 2. В



результаті буде створений фільм з прикладами, як водій бачить пішохода у звичайному та світловідбивному одязі у темний час доби; як авто поводить себе у заносі; як відбувається гальмівний шлях тощо. Ідея фінального фільму може коригуватись. До зйомки будуть залучені професійні автомобілісти (автоспортсмени).

Для поширення інформації про проект будуть використовуватись наступні канали комунікації:

- Сайт проекту <https://safefashion.roussin.ua/>
- Сайт бренду <https://roussin.ua/>
- Соціальні мережі: бренду (Facebook, Instagram, Pinterest): 1-2 рази на тиждень будуть опубліковані новини проекту. Кожна публікація буде містити спеціальний хештег проекту #безсекундність, за яким можна буде відслідковувати всю інформацію про перебіг проекту. Для кращого охоплення аудиторії планується просувати 10 найбільш важливих публікацій (через створення реклами на Facebook). Загальна кількість публікацій у Facebook – 40, у Instagram – 25.
- Youtube канал бренду Roussin: на канал буде завантажений фільм проекту (за участю автоспортсменів) та буде здійснена реклама фільму для охоплення більшої кількості глядачів.
- інформаційні платформи Управління освіти Павлограду та шкіл міста;
- ЗМІ: до бази 100+ всеукраїнських та регіональних ЗМІ будуть надсилються прес-релізи про Проект (з інформацією про УКФ). Буде створений спец.проект з одним зі ЗМІ та створені 3 ексклюзивні матеріали про безпеку руху для розміщення у 3-х ЗМІ.
- лідери думки (будуть залучені 150 лідерів думки для інформування них про Проект та про діяльність УКФ);
- автоспортсмени, що будуть залучені до зйомки фільму;
- ТВ-канали (буде організовано зйомку відео-сюжету про Проект для розміщення на ТВ-каналах);
- Оффлайн заходи, що будуть проведені адміністрацією шкіл м.Павлоград у рамках Тижня Безпеки Руху (виховні роботи з безпеки руху з показом відео-звернення Софії Русинович та відео-фільму з автоспортсменами);
- білборди або сітілайти, розміщені у м.Павлоград (з інформацією про Проект, УКФ);
- роздатковий матеріал (наліпки та вклади до пакунків з рюкзаками, плакати про безпеку руху, рукописні листи для лідерів думки з інформацією про Проект та УКФ).

**Які засоби масової інформації будуть висвітлювати реалізацію та результати проекту (вкажіть назви засобів масової інформації та кількість**

*Роман Русинович С.Р. ВЛ.*

**публікацій/матеріалів, які заплановані)?**

Список ЗМІ, яким будуть надсилятись прес-релізи для висвітлення процесу реалізації та результатів проекту:

Місцеві Павлоградські та обласні ЗМІ:

1. Днепр, <https://dnepr.info/>
2. АПК Інформ, <https://www.fruit-inform.com/ru>
3. Наше місто, <https://nashemisto.dp.ua/>
4. 49000, <https://49000.com.ua/>
5. 34, <https://34.ua/>
6. Днепр24, <https://dnepr24.com.ua/>
7. Лица, <https://litsa.com.ua/>
8. Днепр Ньюз, <https://dnepr.news/>
9. Днепр вечерний, <https://dv-gazeta.info/>
10. МОСТ Днепр, <https://most-dnepr.info/>
11. Днепр експрес, <https://dnepr.express/>
12. Город, <https://gorod.dp.ua/>
13. Комментарии, <https://dnepr.comments.ua/>
14. Панорама, <https://dnpr.com.ua/>
15. Час, <http://dpchas.com.ua/>
16. Сайт Днепра, <https://www.056.ua/>
17. Информатор, <https://dp.informator.ua/>
18. Депо, <https://dnipro.depo.ua/>
19. В Городе, <https://dp.vgorode.ua/>
20. Відкритий, <https://opentv.media/>
21. 11 канал, <https://11tv.dp.ua/>
22. Ключ, <https://www.key.in.ua/>
23. Дніпроград, <https://dniprograd.org/>
24. ЮА Дніпро, <https://dp.suspilne.media/>
25. Дніпро ТВ, <https://dnipro.tv/>
26. 9 канал, <https://9-channel.com/>
27. Новостной портал, <https://dneprnews.info/>
28. События, <https://www.sobytie.dp.ua/>

Всеукраїнські он-лайн видання:

1. Sostav
2. Фокус
3. Новое время
4. Бабель
5. Укр Правда
6. Униан

*Юрий Ружинцевич с.р.к. В.Н.*

7. ? Укринформ
8. ? Kyiv post
9. ? Наш киев
10. ? Vector
11. ? hromadske
12. ? mc today
13. ? Obozrevatel
14. ? nachasi
15. ? korrespondent
16. ? Ain ua
17. ? Рубрика
18. ? Київ 44 UA
19. ? 7 днів
20. ? Великая эпоха
21. ? Вести
22. ? Громадське
23. ? КП
24. ? interfax
25. ? Перший український
26. ? 24 канал
27. ? Компас
28. ? Вести
29. ? Главком
30. ? Факти
31. ? Вектор ньюз
32. ? Маяк
33. ? Нац банк новин
34. ? Платформа
35. ? Портал
36. ? Сегодня
37. ? Соцпортал
38. ? Lucky Ukraine
39. ? twoemisto
40. ? Укрновости
41. ? Укр нац новости
42. ? Страна юа
43. ? Цензор
44. ? РБК
45. ? Ліга
46. ? Укр нет
47. ? Громадське

Фото Руслановець О. І. Б.Н.

- 48.? Уніан  
49.? ТСН  
50.? Лента  
51.? Украина  
52.? Прямий  
53.? Інтернет юа  
54.? Радіо Свобода  
55.? Фейс ньюз  
56.? Інформер  
57.? hyser  
58.? Акценти  
59.? Голос ЮА  
60.? БЖ  
61.? Bit ua  
62.? brandsandtrends  
63.? best people club  
64.? Clutch  
65.? The devochki  
66.? The Village Ukraine  
67.? Tochka  
68.? Hochu  
69.? Izum  
70.? GVULT  
71.? Ivona  
72.? LeMonade  
73.? studway  
74.? wanna  
75.? weekend  
76.? inspired  
77.? Караван  
78.? woman magazine  
79.? Ivetta  
80.? Woman ua  
81.? Womo  
82.? Единственная  
83.? Best in ua  
84.? Buro 24/7  
85.? Cosmopolitan  
86.? Elle  
87.? Harpers Bazzar  
88.? Orest

Роман Гусеновець С.С. № В.П.

- 89. ? Fw-daily
- 90. ? HD fashicn
- 91. ? Officiel
- 92. ? JetSetter
- 93. ? Main Cream
- 94. ? Marie Claire
- 95. ? Pink
- 96. ? Viva
- 97. ? Vogue
- 98. ? 23-59
- 99. ? Лиза
- 100. ? Feme
- 101. ? Gossip Magazine
- 102. ? Pre-party
- 103. ? Touch
- 104. ? Styleinsider
- 105. ? dont take fake
- 106. ? Lady tsn
- 107. ? myglamwish
- 108. ? parmod€
- 109. ? fashion week
- 110. ? wanna
- 111. ? y-lady
- 112. ? womanel
- 113. ? dont take fake
- 114. ? my ua
- 115. ? teatr na vysote
- 116. ? feeling
- 117. ? designersua
- 118. ? pravda tut

У рамках Проєкту буде підготовлений прес-реліз (що буде містити інформацію про підтримку Проєкту УКФ) з використанням підготовлених арт-колажів про Проєкт, що будуть надсилятись до ЗМІ.

Команда буде проводити регулярний моніторинг ЗМІ зі збиранням статистики по кількості та якості публікацій у них.

Буде залучено 100+ ЗМІ (регіональні та всеукраїнські) та отримано 20 публікацій за період проекту.

Також будуть створені 3 спеціальні ексклюзивні статті для розміщення у 3-х виданнях.

*Юлія Руденковець та О. В.Р.*

Додатково буде розміщено 1 комерційну публікацію – спец.проект (що будуть містити інформацію про підтримку проекту УКФ) у онлайн-виданні (на вибір: bit.ua, або The Village, «Новое время», Vogue, L'Officiel, Elle, Cosmopolitan, Orest тощо). Охват користувачів від комерційної статті – від 10000.

Також планується залучити ТВ-компанії для створення спеціального відеоролику (відес-сюжету) про проект.

**Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті виконання інформаційної складової проекту?**

Протягом реалізації комунікативного плану проекту планується досягти наступних кількісних та якісних показників:

- Залучено 150 лідерів думки для проекту.
- 150 лідерів думки дізнались про Проект та про діяльність УКФ.
- вироблено 175 боксів для лідерів думки (по 175 світловідбивних рюкзаків, масок, шкарпеток, шнурків, брелоків)
- надруковано 350 наліпок та вкладишів для боксів для лідерів думки
- 150 лідерів думки отримали 175 боксів з рефлективними аксесуарами, наліпками та вкладишами.
- 60 лідерів думки зробили 1 пост про проект (60 постів).
- 5 лідерів думки провели розіграш 25-ти боксів.
- Загальне схоплення публікацій лідерів думки досягло 1 200 000.
- проведено 1 предметну зйомку та 1 fashion-зйомку
- Отримано 10 предметних фото, 15 фото з fashion-зйомки.
- Створено 30 арт-колажів.
- створено 3 банери.
- розміщено 3 банерні реклами (білборди, сітілайти) у м.Павлоград
- проведено 2 відео-зйомки для монтування фінального фільму про безпеку руху.
- Змонтовано 1 відео-звернення Софії Русинович до дітей (хронометраж до 3 хвилин).
- Відео-звернення переглянули 2500 дітей, 974 вчителів, 6 працівників Управління освіти у рамках проведення Тижня безпеки руху у школах.
- Змонтовано 1 фільм про безпеку руху (хронометраж 10-15 хвилин).
- Фільм переглянули 2500 дітей, 974 вчителів, 6 працівників Управління освіти у рамках проведення Тижня безпеки руху у школах.
- Отримано 1000 переглядів фільму дітьми, вчителями, батьками на каналі Youtube (розрахунок згідно з даними попереднього проекту).
- Проведено рекламу фільму на каналі Youtube, за рахунок чого отримано

 Олександр Циганков

5000 переглядів фільму.

- Створено 40 публікації на сторінці FaceBook.
- Створено 25 публікації на сторінці Instagram.
- залучено 100+ ЗМІ
- Надіслано прес-реліз проекту до 100+ ЗМІ.
- Отримано 20 публікацій ЗМІ.
- розміщено 1 комерційну публікацію у онлайн-виданні
- розміщено 3 авторські ексклюзивні статті у онлайн-виданнях
- розміщено відео-ролик про Проект на ТВ-каналі. Кількість переглядів – 10000.
- Загальне охоплення публікацій у ЗМІ мінімум 10 000.
- Проведено 10 розіграшів 25-ти подарункових боксів у соцмережах бренду. Охоплено аудиторію - 5000.
- Проведено 10 рекламних кампаній у соцмережах бренду, охоплено аудиторію – 400000.

**Яких довгострокових результатів вдається досягнути завдяки реалізації проекту? Що буде підтвердженням досягнення мети проекту?**

Кількісні на якіні показники довгострокових результатів проекту:

1. Покращено стан безпеки руху на дорогах у місті Павлоград.

Підтвердження результату: 2500 дітей носять рефлективні рюкзаки та дотримуються правил дорожнього руху, що мінімізує ризик виникнення ДТП за їх участю

2. Підвищено культуру споживання світловідбивного сяягу. Підтвердження результату: 2500 дітей носять рефлективні рюкзаки. 1,2 млн. осіб, охоплених за рахунок лідерів думки, знають про можливі варіанти світлоповертачів

3. Підвищено кількість людей, що носять рефлективний одяг. Підтвердження результату: 2500 дітей, 150 лідерів думки та 50 осіб, що отримали бокси у розіграшах, носять рефлективні аксесуари.

4. Привернуто увагу лідерів думки до проблем безпеки руху та необхідності носити світловідбивний одяг. Підтвердження результату: 150 лідерів думки носять рефлективні аксесуари. 1,2 млн. осіб, охоплених за рахунок постів лідерів думки, знають про можливі варіанти світлоповертачів та уbezпечення свого пересування дорогами у темний час доби. 1,6 млн. осіб, охоплених за рахунок комунікативної стратегії, знають про можливі варіанти світлоповертачів та уbezпечення свого пересування дорогами у темний час доби.

5. Збільшено зацікавленість серед фондів, громадських організацій та державних установ до фінансування проектів, пов'язаних з безпекою на дорогах та рухом safe fashion.



## **Опишіть соціальну (супільну) цінність результатів проекту**

З самого початку проект Safe Fashion носить не тільки культурне значення, але й соціальне.

За результатами проекту очікується:

- зниження рівня ДТП у Павлоградському районі за участю дітей та дорослих;
- підвищення обізнаності дітей та дорослих у питаннях безпеки руку;
- покращення рівня розвитку споживання рефлективного одягу для покращення ситуації з безпеки на дорогах.

Проект охопить соціально незахищенні категорії дітей м.Павлоград.

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

У ході реалізації першого Проекту SAFE FASHION був створений спеціальний сайт <https://safefashion.roussin.ua/>, на базі домену roussin.ua, що належить організатору Проекту. Даний сайт наповнений інформацією про перебіг першого Проекту та його результати. Він містить інформацію про публікації у ЗМІ, а також про Лідерів Думки, що підтримують Проект. Даний сайт буде функціонувати постійно та оневлюватись новинами по проекту SAFE FASHION у 2021 році. Публікації Проекту у соціальних мережах бренду також будуть у постійному та вільному доступі для суспільства. У рамках першого Проекту SAFE FASHION була створена спеціальна відео-лекція для дітей про правила дорожнього руху, важливість світлоповертачів та необхідність відповідального ставлення до своєї безпеки на дорогах. Дані відео-лекції завантажена на канал Youtube бренду Roussin та є у вільному доступі для користувачів Інтернет. Аналогічна інформація буде дублюватись на спеціальних плакатах, у кількості 128 штук, що будуть розміщені у школах м.Павлоград та постійно нагадувати учням та вчителям про Проект. У ході нового проекту SAFE FASHION у 2021 році буде створений фільм про культуру поведінки на дорогах, який буде завантажений на канал Youtube бренду Roussin і буде у постійному вільному доступі для користувачів мережі Інтернет. Світловідбивні рюкзаки, як продукт Проекту SAFE FASHION, будуть передані дітям м.Павлоград та лідерам думки у кількості 2700 одиниць.

Термін корисної служби світлоповертальної поверхні (яка витримує до 50-ти разів прання) дозволить використовувати рюкзаки не один рік. А спеціальні бірки-кишені, нашиті всередині, містять нагадування користувачам про Проект у вигляді логотипів УКФ та Roussin. Проект SAFE FASHION має унікальний хештег #безсекундигіття, за яким всі користувачі Інтернету зможуть знайти всю інформацію про Проект у мережі. Тематика Проекту – безпека руху та використання світлоповертачів для забезпечення безпечної пересування пішоходів за умов поганої видимості на дорогах –

*Роб Русланов  
Софія ВЛ.*

це і основний вектор розвитку бренду Roussin. Тому SAFE FASHION, як напрям соціально відповідальної моди, буде розвиватись командою бренду і надалі.

**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)?**

Команда проекту планує після реалізації проекту пошук нових партнерів для подальшої реалізації ідеї безпеки руху в інших містах та регіонах України.

В якості партнерів можуть бути як Комерційні організації, так і Фонди, зокрема і УКФ.

При успішній реалізації проекту заплановано подавати Заявку у наступному році повторно.

**Як організація-заявник планує ділитися здобутим досвідом з іншими організаціями? Чи планується створення партнерств з іншими організаціями, поза межами проекту?**

Тема безпеки руху – є соціально-важливою. Тому не можна приховувати здобутий досвід від інших організацій.

Команда готова брати участь у лекціях, круглих столах та форумах, присвячених проблемі безпеки руху, та ділитися набутими знаннями та інформацією.

Даний проект може стати прикладом для інших міст та регіонів країни – як можливий варіант покращення ситуації з безпекою дітей на дорогах у темний час доби.

## **Команда проекту (основні виконавці)**

### **ПІБ члена команди**

Русинович Софія Сергіївна

### **Роль у проекті**

Дизайнер, організатор проекту

### **Перелік основних обов'язків**

Затвердження загального стилю подання інформації про проект, ключових повідомлень візуального контенту. Створення ідеї фільму Проекту. Затвердження інформації та візуальної частини для наповнення сайту Проекту. Розробка референсів для фото- та відео-

*Роїн Русинович Софія Вікторівна*

зйомок, поліграфічної продукції. Підбір моделей для фото- та відеозйомок. Комунікація з фотографом, відеооператором, стилістом, графічним дизайнером, поліграфією щодо надання послуг у рамках Проекту. Підготовка та контроль за фото- та відео- зйомками. Розробка дизайну та створення ескізів аксесуарів для подарункових боксів. Затвердження та вибір необхідних матеріалів для пошиття продуктів. Контроль за виробництвом та якістю. Організація заходів з виховної роботи та дарування рюкзаків у школах. Підготовка Змістового Звіту Проекту тощо.

### **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)**

Участь у проектах. Досвід роботи: Засновник українського бренду модного одягу ROUSSIN, головний його дизайнер і натхненник. По закінченню ВНЗ працювала помічником художника по костюму в кіноіндустрії, при зйомках реклами і кліпів. А з досвідом стала самостійним художником. Серед її проектів - художній фільм «Незламна», де вона займала позицію художника по костюму з української сторони, перший український трилер «Тіні незабутих предків», телесеріали «Господиня» і «Все одно ти будеш мій» і багато інших.

У 2014 році заснувала бренд модного одягу ROUSSIN. є постійним учасником та резидентом Ukrainian Fashion Week.

Освіта: 2003-2008 рр. Київський Національний Університет культури та мистецтва. Спеціальність: Художник, модельєр, стиліст, дизайнер одягу.

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

ФОП

### **ПІБ члена команди**

Русинович Серафима Сергіївна

### **Роль у проекті**

Керівник проекту

### **Перелік основних обов'язків**

*Русинович С.Р.*

Контроль за підготовкою юристом Договорів для членів команди. Розподіл ключових обов'язків між членами команди. Координування всіх членів команди Проєкту. Контроль за виконанням робіт командою Проєкту. Комуникація з Директорами шкіл, Управлінням освіти. Пошук постачальників, переговори з ними, укладання договорів. Внесення коригувань та затвердження прес-релізів. Контроль за розміщенням реклами на Facebook, Youtube. Організація заходів з виховної роботи та дарування рюкзаків у школах/ Проведення онлайн-анкетування/ Підбірка друкованої продукції Проєкту/ Контроль за досягненням планових показників та індикаторів реалізації Проєкту/ Підготовка Змістового Звіту Проєкту. Створення контент-плану Проєкту Створення текстового контенту для соціальних мереж Проєкту/ Підготовка Звіту з ефективності SMM тощо.

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

**Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)**  
Участь у проектах. Досвід роботи: 2011-2015 рр. – начальник відділу Аналізу ринку Аналітичного департаменту компанії ТОВ «Про-Консалтинг». З 2015 року – керівник українського бренду модного одягу ROUSSIN.

Освіта: 2006-2011 рр. Київський Національний Економічний Університет ім. Вадима Гетьмана. Факультет: Міжнародна економіка і менеджмент. Магістр за спеціальністю: Міжнародний Бізнес.

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

**ПІБ члена команди**  
Сарака Катерина Олександрівна

**Роль у проекті**  
Швачка

**Перелік основних обов'язків**  
Пошиття виробів (збирання всіх частин виробу)



**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: 15 років досвіду роботи з пошиття сдягу.  
Освіта: Інститут післядипломної освіти у сфері обслуговування населення. Фах: модельєр-конструктор.

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

**ПІБ члена команди**  
Котенко Вікторія Миколаївна

**Роль у проекті**  
Координатор виробництва, швачка

**Перелік основних обов'язків**  
Координування процесу виробництва, пошиття деталей виробів, пакування продукції

**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: більше 20 років досвіду роботи з пошиття одягу. Швачка 6 розряду.  
Освіта: Київське училище легкої промисловості

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

**ПІБ члена команди**  
Полторецька Яна Миколаївна

*Фото Руденевич О.Р. В.Р.*

**Роль у проекті**

Швачка

**Перелік основних обов'язків**

Встановлення шнурків на вироби

**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: 6 років досвіду роботи з пошиття одягу.

Освіта: 2015-2019 рр. Київський Національний Університет культури та мистецтва. Факультет «Дизайну і реклами».

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

ЦПХ

**ПІБ члена команди**

Романенко Тетяна Вікторівна

**Роль у проекті**

Швачка

**Перелік основних обов'язків**

Пошиття виробів (збирання всіх частин виробу)

**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: 15 років досвіду роботи з пошиття одягу. Освіта: ПТУ 13

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

ЦПХ

*Фройд Руденкович СРЖ БЛ*

**ПІБ члена команди**

Антоненко Дарина Сергіївна

**Роль у проекті**

PR-менеджер

**Перелік основних обов'язків**

Розробка загального стилю подання інформації про Проект. Створення ключових повідомень для Проекту Створення прес-релізів Проекту, написання авторських статей. Створення бази ЗМІ для Проекту.

Розміщення прес-релізів Проекту у ЗМІ. Акумулювання у вигляді лінків інформації у ЗМІ про Проект. Створення бази релевантних лідерів думки. Розроблення ключових повідомень для лідерів думки.

Залучення лідерів думки до Проекту. Створення Звіту щодо розміщених публікацій лідерами думки. Організація проведення спец.проектів зі ЗМІ та ТВ-каналами. Організація розміщення банерної реклами. Підготовка Звіту з ефективності комунікативної стратегії.

**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)****Освіта**

2018 - магістр по спеціальності «менеджмент соціокультурної діяльності» Київського національного університету культури і мистецтв

2019 - магістр по спеціальності «публічної управління і адміністрування» Національної академії державного управління при Президент України

**Досвід роботи у PR**

2020 – Expert Communicator (Government & Commercial Sector)

2015-2019 – Head of PR Lado Agency

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

ЦПХ

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

1. Ризик нестачі часу на виробництво продукції через Covid-19. Якщо буде

*Дарина Русланівна ССР В.Н.*

впливати ризик захворюваності персоналу у часи пандемії, до виробництва будуть залучені інші працівники чи виробництва.

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

1. Ризик невчасного отримання матеріалів. Для реалізації проекту заплановано закуповувати світловідбивні матеріали у українських компаній-ритейлерів. Оскільки всі матеріали, що будуть використовуватись у створенні рефлективних аксесуарів – імпортні, є ризик невчасної доставки товарів на склади постачальників в Україні. Для мінімізації ризику будуть вестись переговори з різними українськими ритейлерами та закуповуватись матеріали у тих, що матимуть необхідні залишки на складах.
2. Ризик коливання курсу валют. У зв'язку з тим, що перший транш від УКФ на реалізацію проекту може не покривати вартість всіх матеріалів для виробництва продуктів, є ризик коливання курсу валют та зростання ціни на матеріали у ході реалізації проекту. Для мінімізації цього ризику при оформленні домовленостей з українськими постачальниками будуть вестись переговори щодо фіксації вартості сировини та матеріалів у гривні на момент заключення Договорів.
3. Ризик неможливості проведення масових заходів у школах у зв'язку з карантинними обмеженнями через Covid-19. Для мінімізації даного ризику Проект передбачає проведення заходів у школах у кожному окремому класі без участі команди проекту. Для цього команда проекту підготує всі відеоматеріали, які будуть записані на флеш-носії та передані доожної школи Павлограду для проведення виховних робіт класними керівниками. Команда проекту передасть пакунки з рюкзаками Адміністрації шкіл, з розподілом для кожного окремого класу. Факт проведення заходів у школах буде підтверджений фотозвітами відожної школи.
4. Ризик отримання невчасного фінансування від УКФ. Для мінімізації даного ризику будуть оформлені домовленності з постачальниками матеріалів на відстрочку платежу та на здійснення закупівлі матеріалів партіями по мірі виробництва продукту. Розрахунки з підрядниками за надані послуги будуть проведені також з відтермінуванням платежів.
5. Важкість комунікації з вчителями та директорами шкіл щодо проведення заходу з виховної роботи та дарування світловідбивних речей. Для мінімізації даного ризику переговори зі школами будуть вестись за участі Управління Освіти.

### **Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проекту ви будете застосовувати?**

Основні інструменти моніторингу реалізації проекту:

*Роман Гусєшевець*

1. Списки ключових обов'язків та завдань команди проекту на період проведення проекту
2. Договори ЦПХ
3. Договори з ФОП, ТОВ
4. Виписки з банку про проведення платежів, оплату ЄСВ
5. Договір оренди
6. Звіт про оформлення попереедніх домовленостей з директорами шкіл, управлінням освіти
7. Ескізи дизайну світловідбивних аксесуарів
8. Товарні накладні на матеріали, сировину та ін.
9. Акти виконаних робіт та наданих послуг
10. Референси до зйомок
11. Вимоги до моделей
12. Фото та відео контент
13. Прес-релізи проекту
14. База ЗМІ для проекту (100+)
15. Звіт по надісланим прес-релізам
16. Звіт по отриманим публікаціям
17. База лідерів думки
18. Список зачленених лідерів думки
19. Звіт про пости лідерів думки
20. Контент у соцмережах.
21. Макети поліграфічної продукції
22. Графік заходів по школам
23. Акти передачі пакунків з рюкзаками до шкіл
24. Фотозвіти зі шкіл
25. Онлайн-анкети щодо задоволеністю проектом.
26. Фінансовий звіт проекту
27. Змістовий звіт проекту
28. Аудиторський висновок тощо

## Моніторингова інформація

### Кількість чоловіків у команді проекту

0

### Кількість жінок у команді проекту

8

### Кількість людей віком від 17 до 34

Фрой Руденович ССР ВР

4

**Кількість людей віком від 35 до 50**

3

**Кількість людей віком від 51 до 60**

1

**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 проект 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**

20

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

100

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

40

*Роман Гусєлович ССР ВЛ*

**Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?**

так

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

Важко відповісти

## **Декларація добroчесності**

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

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 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 заяви, підтверджую відсутність прямих та опосередкованих контактів із представниками (юридичними та фізичними особами ) держави-агресора Російською Федерацією з 2014 року до цього часу.**

Так

*Роб Русенберг С.К. В.Н.*

## Декларація добroчесності

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

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

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

ПІБ Грантоотримувача

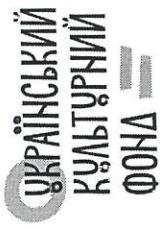
Підпис

Дата заповнення

Русиновець С. Р.  
Б.17

Грантоотримувач:

Рой Русиновець С.



Додаток № 2

до Договору про надання гранту № 4/СРЗС-176676  
від "20 листопада" 2021 року

Назва конкурсної програми: Інноваційний культурний продукт  
Ім'я ПОТ.У: Мода /Лизайн/  
Назва Заявника: ФОП Русинович Софія Сергіївна  
Назва проекту: SAFE FASHION  
Дата початку проекту: червень 2021  
Дата завершення проекту: вересень 2021

Організація-донор	Фінансування проекту, в %	Фінансування проекту, Сума в грн.
<b>РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ</b>		
1. Український культурний фонд	100,00%	1 456 030,80
2. Співфінансування* :	0,00%	0,00
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)	0,00%	0,00
2.5. Власні кошти організації-заявника	0,00%	0,00
Рейнвестиції (дохід отриманий від реалізації книжки, квітів, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках проекту)	0,00%	0,00
Всього по розділу і "Надходження":	100,00%	1 456 030,80

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

Фізична особа-підприємець  
(посада)   
(ім'я, прізвище)  
Русинович Софія Сергіївна

Русинович Софія Сергіївна  
(підпис, печать)  
  
(ІПБ)

## Кошторис витрат проекту

Назва Заявника: ФОП Русланович Софія Сергіївна

Назва проекту: SAFE FASHION

Дата початку проекту: червень 2021

Дата завершення проекту: вересень 2021

Розділ: Стаття: Пункт:	№	Найменування витрат	Одиниця вибірки	Витрати за рахунок гранту УФ			Витрати за рахунок спільнотного фінансування			Витрати за рахунок державності			Загальна планова сума витрат по пробалу, грн. (=7+10+13)	Обґрунтування та деталізація витрат (зокрема обсяг засобів для заповнення)
				Планові витрати відповідно до заявки	Кількість/ Період	Вартість за одиницю, грн.	Планові витрати відповідно до заявки	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
<b>Розділ: II ВИТРАТИ:</b>														
Стаття:	1	Винагорода членам команди проекту		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Підстаття:	1.1	Оплата праці штатних працівників організації-заявника (після узгодженії трем)		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	1.1.1	Поне ПІБ, посада (роль у проекті)	Місяців											
Пункт:	1.1.2	П'ятьо ПІБ, посада (роль у проекті)	Місяців											
Пункт:	1.1.3	Поне ПІБ, посада (роль у проекті)	Місяців											
Підстаття:	1.2	За трудовими договарами		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00
Пункт:	1.2.1	Поне ПІБ, посада (роль у проекті)	Місяців											
Пункт:	1.2.2	Поне ПІБ, посада (роль у проекті)	Місяців											
Пункт:	1.2.3	Поне ПІБ, посада (роль у проекті)	Місяців											
Підстаття:	1.3	За договарами ЦДХ		12,00		238 990,00		0,00		0,00		0,00		238 990,00
Пункт:	1.3.1	Полторецька Яна Миколаївна (швачка)	Місяців	2,00	12 700,00	25 40,00								25 40,00
Пункт:	1.3.2	Котенко Вікторія Миколаївна (координатор виробництва, швачка)	Місяців	2,00	26 265,00	52 530,00								52 530,00
Пункт:	1.3.3	Антоненко Дарина Світлана (PR-менеджер)	Місяців	4,00	20 000,00	80 000,00								80 000,00
Пункт:	1.3.4	Сарака Катерина Олександровна (швачка)	Місяців	2,00	22 500,00	45 000,00								45 000,00
Пункт:	1.3.5	Романенко Тетяна Вікторівна (швачка)	Місяців	2,00	18 030,00	36 060,00								36 060,00
Статя:	1.4	Соціальні енергетики з оплатами праці (нарахуванням ЕСБ)		238 990,00		52 577,80		0,00		0,00		0,00		52 577,80

*Уголюємо всіх*

*О.О.М.*

*Б.Н.*

Пункт:	1.4.1	Штатні працівники	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	1.4.2	За строковими трудовими договорами	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	1.4.3	За договорами ЦГХ	236 990,00	0,22	52 577,80	0,00	0,00	0,00	0,22	0,00	52 577,80	
Подпункт:	1.5	Задовільні вимоги	8,00	267 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	262 000,00	
Пункт:	1.5.1	фОІР Русланівна Серафіма Сергіївна (керівник проекту, СМІН-менеджер)	Місце	4,00	32 000,00	126 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	128 000,00	Керівництво проектом, координування всіх процесів по проекту, ведення соц.мереж
Пункт:	1.5.2	фОІР Русланович Софія Сергіївна (дизайнер, організатор проекту)	Місце	4,00	31 000,00	124 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	124 000,00	Розробка дизайну аксесуарів для подарункових коробок, концепції зображення стилізуованої інтеракції між фільму "Проекту" Розробка референсів для фото- та відео-зйомок, поліграфії із пред'явленням підготовка фото- та відео-зйомок. Завердження та вибір необхідних матеріалів для пошиття продукту. Організація заходів з виконання роботи та друкарським напечатанням у школах Підготовка Заявкового Заяву Проекту тощо. Витрати на Аналітичну роботу
<b>Всього по статті 1 "Винагорода членам команди":</b>												<b>540 667,80</b>
Стаття:	2	Витрати пов'язані з відрядженнями (для штатних працівників)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Підстатья:	2.1	Відп-ти-ти- прил-зув (для штатних працівників)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.1.1	Вартість квитків (з леталізацією маршруту) та привицем відрядженого особи)	шт.									
Пункт:	2.1.2	Вартість квитків (з леталізацією маршруту) та привицем відрядженого особи)	шт.									
Пункт:	2.1.3	Вартість квитків (з леталізацією маршруту) та привицем відрядженого особи)	шт.									
Підстатья:	2.2	Відп-ть проживання (для штатних працівників)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.2.1	Рахунки з готелів (з вказаним привицем відрядженого особи)	дoba									
Пункт:	2.2.2	Рахунки з готелів (з вказаним привицем відрядженого особи)	дoba									
Пункт:	2.2.3	Рахунки з готелів (з вказаним привицем відрядженого особи)	дoba									
Підстатья:	2.3	Добреї (для штатних працівників)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Пункт:	2.3.1	Добров. вказати ПІБ/роздрібок на відряджену особу)	добра									
Пункт:	2.3.2	Лобзов. вказати ПІБ/роздрібок на відряджену особу)	добра									
Пункт:	2.3.3	Добров. вказати ПІБ/роздрібок на відряджену особу)	добра									
<b>Всього по статті 2 "Витрати пов'язані з відрядженнями":</b>												<b>0,00</b>
Стаття:	3	Обладнання і нематеріальні активи	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>2 424,00</b>
Підстатья:	3.1	Обладнання, інструменти, інвентар, які необхідні для використання їх при реалізації проекту зрант-оприлюднення	шт.	32,00	2 424,00	0,00						
Пункт:	3.1.1	Голка для шв машини сталь (100штуп)	шт.	20,00	60,00	1 200,00						
Пункт:	3.1.2	Лезо дискове, сталь	шт.	12,00	102,00	1 224,00						
Підстатья:	3.2	Нематеріальні активи, які необхідні до прибдання для використання їх при реалізації проекту зрант-оприлюднення				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
Пункт:	3.2.1	Програмне забезпечення (з деталізацією технічних характеристик)										
Пункт:	3.2.2	Інші нематеріальні активи										
<b>Всього по статті 3 "Обладнання і нематеріальні активи":</b>			<b>32,00</b>	<b>2 424,00</b>	<b>0,00</b>							<b>2 424,00</b>

*С.А. Григорьев*

*ДОД*

*Рубежевский*

*2023*

Статя:	4	Витрати пов'язані з орендою												
Підстатя:	4.1	Оренда промислення	2,00		8 400,00	0,00								0,00
Пункт:	4.1.1	Приміщення для зберігання продукції (м. Сміла)	місяців	2,00	4 200,00	8 400,00								8 400,00
Пункт:	4.1.2	Аренда промислового приміщення, із застеженням метражу підн.ренчи	кв. м (годин, діб)		0,00									0,00
Пункт:	4.1.3	Аренда промислового приміщення, із застеженням метражу підн.ренчи	кв. м (годин, діб)		0,00									0,00
Підстатя:	4.2	Оренда тахіміт, обладнання та інструменту	0,00		0,00									0,00
Пункт:	4.2.1	Найменування тахіміт (деталізацію технічних характеристик)	шт. (діб)		0,00									0,00
Пункт:	4.2.2	Найменування обладнання (деталізацію технічних характеристик)	шт. (діб)		0,00									0,00
Пункт:	4.2.3	Найменування інструменту (деталізацію технічних характеристик)	шт. (діб)		0,00									0,00
Підстатя:	4.3	Оренда тахіміт, обладнання та інструменту	0,00		0,00									0,00
Пункт:	4.3.1	Оренда легкового автомобіля (з застеженням маршруту, кілометражу/кількості годин)	км (годин)		0,00									0,00
Пункт:	4.3.2	Оренда вантажного автомобіля (з застеженням маршруту, кілометражу/кількості годин)	км (годин)		0,00									0,00
Пункт:	4.3.3	Оренда легкового автомобіля (з застеженням маршруту, кілометражу/кількості годин)	км (годин)		0,00									0,00
Підстатя:	4.4	Оренда енергетичнотеплової засобів	0,00		0,00									0,00
Пункт:	4.4.1	Найменування (деталізацію технічних характеристик)	шт.		0,00									0,00
Пункт:	4.4.2	Найменування (деталізацію технічних характеристик)	шт.		0,00									0,00
Пункт:	4.4.3	Найменування (деталізацію технічних характеристик)	шт.		0,00									0,00
Підстатя:	4.5	Інші обсяги оренди	0,00		0,00									0,00
Пункт:	4.5.1	Найменування (деталізацію технічних характеристик)	шт.		0,00									0,00
Пункт:	4.5.2	Найменування (деталізацію технічних характеристик)	шт.		0,00									0,00
Пункт:	4.5.3	Найменування (деталізацію технічних характеристик)	шт.		0,00									0,00
Підстатя:		Всього по статті 4 "Витрати пов'язані з орендою":	2,00		8 400,00	0,00								8 400,00
Статя:	5	Витрати учасників проєкту, які беруть участь у заходах проєкту та не отримують оплату праці та/або винагороду												
Підстатя:	5.1	Послуги з харчування	0,00		0,00									0,00
Пункт:	5.1.1	Поступи з харування (сіданок/обід/вечеря/кава-брейк) учасн..			0,00									0,00
Пункт:	5.1.2	Поступи з харування (сіданок/обід/вечеря/кава-брейк) учасн..			0,00									0,00
Пункт:	5.1.3	Поступи з харування (сіданок/обід/вечеря/кава-брейк) учасн..			0,00									0,00
Підстатя:	5.2	Витрати на проїзд учасників заходів	0,00		0,00									0,00
Пункт:	5.2.1	Вартість квитків (деталізацію маршруту і прізвищем особи, що відряджастася)	шт.		0,00									0,00
Пункт:	5.2.2	Вартість квитків (деталізацію маршруту і прізвищем особи, що відряджастася)	шт.		0,00									0,00
Пункт:	5.2.3	Вартість квитків (деталізацію маршруту і прізвищем особи, що відряджастася)	шт.		0,00									0,00
Підстатя:	5.3	Витрати на проживання учасників заходів	0,00		0,00									0,00
Пункт:	5.3.1	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженой особи)	добра		0,00									0,00
Пункт:	5.3.2	Рахунки з готелів (з вказаним прізвищем відрядженой особи)	добра		0,00									0,00

*Гусаков В.М.*

Пункт:	5.3.3	Рахунки з готовів (з вказаним прозивцем відряджені)	дoba	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	
<b>Всього по статті 5 "Витрати учасників проекту, які беруть участь у заводах проєкту та не отримують оплату праці та/або винагороду"</b>																					
Статя:	6	Матеріальні витрати																			
Підстатья:	6.1	Основні матеріали та сировина		15 971,00		328 901,00		0,00		0,00		0,00		0,00		328 901,00					
Пункт:	6.1.1	Тканина для виробництва рюкзаків	метрів	1 162,00	61,00	74 432,00		0,00		0,00		0,00		0,00		74 432,00	Витрати основної тканини на 1 дитячий рюкзак 40 см. Витрати основної тканини на 1 дорослий рюкзак - 50 см. 5% тканини подаємо як похідну на боках, що після відповідності постачальником.				
Пункт:	6.1.2	Спільнотвірна тканина для рюкзаків	метрів	363,00	334,00	121 242,00		0,00		0,00		0,00		0,00		121 242,00	Витрати спільнотвірної тканини на 1 дитячий рюкзак - 12,5 см. Витрати спільнотвірної тканини на 1 дорослий рюкзак - 19,9 см. 5% тканини подаємо як похідну на боках, що після відповідності постачальником.				
Пункт:	6.1.3	Шнурки для рюкзаків та рефлективних аксесуарів	метрів	9 680,00	7,80	75 504,00		0,00		0,00		0,00		0,00		75 504,00	Витрати шнурків на 1 дитячий рюкзак - 3 м, дорослий рюкзак - 4 м. Браслет - 1,5 м. Шнурки - 3 м. 5% додаємо як похідну на боках, що після відповідності постачальником.				
Пункт:	6.1.4	Бірки для продукції (Перенесення зображення на тканину)	м	79,00	167,00	13 193,00		0,00		0,00		0,00		0,00		13 193,00	Бірки будуть друкуватись на тканині (плішівка), шириною 150 см). Розмір Макет для друку 100 см*144 см. Макет вмищує 36 бірок. Для отримання 2702 бірок необхідно надрукувати 78 метрів (в т.ч. 5% додаємо як похідну на боках, що після відповідності постачальником).				
Пункт:	6.1.5	Термоусаджувальна трубка з клеєм, чорна	шт.	220,00	69,00	15 160,00		0,00		0,00		0,00		0,00		15 180,00	Витрати термоусаджувальної трубки для фіксації шнурків - 7 см 118 г рюкзак. Втрати терммуз, дужеватаної трубки для єїк: айш шнурків - 10 см на 1 пару. 5% додаємо як похідну на боках, що після відповідності постачальника на 1 виріб.				
Пункт:	6.1.6	Нитки	шт.	68,00	25,00	1 700,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1 700,00	Нитки для виробництва рюкзаків. З розрахунком 2,5 бобин на 100 виробів.				
Пункт:	6.1.7	Карафіни для брелоків	шт.	250,00	5,00	1 250,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1 250,00	Витрати карафінів - 1 цг. на 1 брелок. 5% додаємо як похідну на боках (зломані кільце або наніжки). Відповідно, на 202 брелоків необхідно буде 212 карафінів. Оскільки карафіни продаються упаковками по 50-100 штук, буде закуплено 250 штук.				
Пункт:	6.1.8	Тканина для виробництва аксесуарів	м	15,00	90,00	1 350,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1 350,00	Витрати бавовни на 1 маску - 7 см. 5% тканини постачальником (Місір зачіпок, місія стиков та ін.). Відповідно, на 202 маски додаємо як похідну на боках, що після відповідності постачальником.				
Пункт:	6.1.9	Спільнотвірна тканина стрейч для аксесуарів	м	15,00	65,00	9 750,00		0,00		0,00		0,00		0,00		9 750,00	Витрати спільнотвірної тканини стрейч на 1 маску - 7 см. 5% тканини додаємо як похідну на боках, що після відповідності постачальником.				
Пункт:	6.1.10	Резинка для аксесуарів	метрів	100,00	3,00	300,00		0,00		0,00		0,00		0,00		300,00	Витрати резинки продається у рулонах по 100 метрів, буде закуплено 1,100-метровий рулон.				
Пункт:	6.1.11	Фільтратори для антигумури	шт.	700,00	1,00	500,00		0,00		0,00		0,00		0,00		500,00	Пітлати фільтратори для антигумури та інші маски - 2 шт. на 1 маску. 5% додаємо як похідну на боках. Відповідно, на 202 масок необхідно буде 424 фільтратори. Оскільки фільтратори продаються упаковками по 500 штук, буде закуплено 1 упаковку.				
Пункт:	6.1.12	Чистальні засоби	шт.	2,00	150,00	300,00		0,00		0,00		0,00		0,00		300,00	Чистальні засоби для чищення готових виробів або матеріалів при забрудненні.				
Пункт:	6.1.13	Папір для другу А4 80гр	шт.	5,00	120,00	600,00		0,00		0,00		0,00		0,00		600,00	Папір для другу документів тощо.				
Пункт:	6.1.14	Канцелярські набори	шт.	2,00	500,00	1 000,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1 000,00	Канцелярські вироби для адміністративної діяльності.				
Пункт:	6.1.15	Упаковка на зіпері	шт.	3 000,00	2,40	7 200,00		0,00		0,00		0,00		0,00		7 200,00	Упаковка для пакування кожного окремого рюкзака з напілками та вкліпациєм. Упаковка для пакування впливу подарункових боксів.				
Пункт:	6.1.16	Пакети білі форми майка	шт.	200,00	5,00	1 000,00		0,00		0,00		0,00		0,00		1 000,00	Пакети для пакування пакунків з рюкзаками для дітей.				
Пункт:	6.1.17	Картонні коробки	шт.	300,00	12,00	3 600,00		0,00		0,00		0,00		0,00		3 600,00	Картонні коробки для пакування пакунків з рюкзаками для кожного з класу. Для пакування боксів для дітей ДММІ.				
Пункт:	6.1.18	Картонаж для принтера Canon 725 Катін	шт.	1,00	380,00	380,00		0,00		0,00		0,00		0,00		380,00	Картонаж для принтеру Canon для другу вкладишів для рюкзаків. Документи ТПО.				
Пункт:	6.1.19	Гачки	шт.	5,00	30,00	160,00		0,00		0,00		0,00		0,00		160,00	Гачки для пакування пакунків з рюкзаками для дітей.				
Пункт:	6.1.20	Машинне масло	л	3,00	90,00	270,00		0,00		0,00		0,00		0,00		270,00	Машинне масло для змащування дверин і шворінок машинок.				

*Андрій Соколов*

*Юлія Григорівна*

*Ірина Іванівна*

<b>Стаття:</b>	<b>6.2</b>	<b>Носії, накопичувачі</b>		<b>20,00</b>	<b>3 200,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>3 200,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>6.2.1</b>	<b>Модуль пам'яті USB 32 Gb Kingston</b>	шт.	<b>20,00</b>	<b>160,00</b>	<b>3 200,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>3 200,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>6.2.2</b>	<b>Найменування</b>	шт.			0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Пункт:</b>	<b>6.2.3</b>	<b>Найменування</b>	шт.			0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Стаття:</b>	<b>6.3</b>	<b>Інші матеріальні матеріали</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>6.3.1</b>	<b>Найменування</b>	шт.			0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Пункт:</b>	<b>6.3.2</b>	<b>Найменування</b>	шт.			0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Пункт:</b>	<b>6.3.3</b>	<b>Найменування</b>	шт.			0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Всього по статті 6 "Матеріальні матеріали":</b>				<b>15 991,00</b>	<b>332 101,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>332 101,00</b>
<b>Стаття:</b>	<b>7</b>	<b>Поліграфічні послуги</b>							
<b>Пункт:</b>	<b>7.1</b>	<b>Друк плакатів з багетом руку</b>	шт	<b>132,00</b>	<b>60,00</b>	<b>7 920,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>7 920,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>7.2</b>	<b>Друк напілок</b>	шт	<b>3 150,00</b>	<b>5,00</b>	<b>15 750,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>15 750,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>7.3</b>	<b>Друк етикеток</b>	шт	<b>210,00</b>	<b>4,00</b>	<b>840,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>840,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>7.4</b>	<b>Друк листівок</b>	шт.			0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Пункт:</b>	<b>7.5</b>	<b>Друк плакатів</b>	шт.			0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Пункт:</b>	<b>7.6</b>	<b>Друк банерів</b>	шт.	<b>3,00</b>	<b>420,00</b>	<b>1 260,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1 260,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>7.7</b>	<b>Друк інших роздаткових матеріалів</b>	шт.			0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Пункт:</b>	<b>7.8</b>	<b>Гослуги копірайтера</b>	шт.			0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Пункт:</b>	<b>7.9</b>	<b>Інші поліграфічні послуги</b>	шт.			0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Пункт:</b>	<b>7.10</b>	<b>Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССВ) разділу "Поліграфічні послуги"</b>			<b>0,22</b>	<b>0,00</b>	<b>0,22</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Всього по статті 7 "Поліграфічні послуги":</b>				<b>3 495,00</b>	<b>25 770,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>25 770,00</b>
<b>Стаття:</b>	<b>8</b>	<b>Видавничі послуги</b>							
<b>Пункт:</b>	<b>8.1</b>	<b>Послуги коректора</b>			<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>8.2</b>	<b>Послуги верстки</b>			<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>8.3</b>	<b>Друк книг</b>			<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>8.4</b>	<b>Друк журналь</b>			<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>8.5</b>	<b>Інші видавчі (видавницькі) послуги</b>			<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Пункт:</b>	<b>8.6</b>	<b>Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССВ) разділу "Видавничі послуги"</b>			<b>0,22</b>	<b>0,00</b>	<b>0,22</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Всього по статті 8 "Видавничі послуги":</b>				<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Стаття:</b>	<b>9</b>	<b>Послуги з просування</b>							


Пункт:	9.1	Послуги фотографа																		
			послуга	1,00	7 200,00	7 200,00														
Пункт:	9.2	Послуги відеооператора																		
			Діїв	2,00	4 500,00	9 000,00														
Пункт:	9.3	Послуги відеооператора																		
			Діїв	1,00	2 500,00	2 500,00														
Пункт:	9.4	Розміщення публікації (стейт-проекту) у онлайн-виданні			послуга	1,00	45 000,00	45 000,00												
Пункт:	9.5	Розміщення відео-проекту на ТВ-каналі			послуга	1,00	45 000,00	45 000,00												
Пункт:	9.6	Розміщення банерів репортерів у М. Павлоград			послуга	3,00	11 730,00	35 190,00												
Пункт:	9.7	Послуги з розміщення реклами у мережі Facebook, Instagram			послуга	1,00	10 000,00	10 000,00												
Пункт:	9.8	Послуги з розміщення реклами відео-роликів у YouTube			послуга	1,00	10 000,00	10 000,00												
Пункт:	9.9	SMM, SO (SEO)																		
Пункт:	9.10	Соціальні внески за договорами ЦІХ з підрядниками (ССВ) розділу "Послуги з просування"																		
<b>Всього по статтям 9 "Послуги з просування":</b>																				
Стаття:	10	Створення web-ресурсу																		
Пункт:	10.1	Виграти зі створення сайту (зазначити конкретну навгу послугу відповідно до технічного завдання)																		
Пункт:	10.2	Виграти зі створення сайту (зазначити конкретну навгу послуги відповідно до технічного завдання)																		
Пункт:	10.3	Виграти зі створення сайту (зазначити конкретну навгу послуги відповідно до технічного завдання)																		
Пункт:	10.4	Виграти з обслуговування сайту																		
Пункт:	10.5	Соціальні внески за договорами ЦІХ з підрядниками (ССВ) розділу "Створення web-ресурсу"																		
<b>Всього по статтям 10 "Створення web-ресурсу":</b>																				
Стаття:	11	Придбання методичних, навчальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електроннихносіях інформації																		
Пункт:	11.1	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів																		
Пункт:	11.2	Найменування методичних, навчальних, інформаційних матеріалів																		

*Гусєєво Олег Михайлович*

*Южин Олег Іванович*

*Южин Олег Іванович*

**Всіого по статті 11 "Тридбання методичних, наукальних, інформаційних матеріалів, в т.ч. на електроннихносіях інформації":**

<b>Стаття:</b>	<b>12</b>	<b>Послуги з перекладу</b>	<b>0,00</b>
Пункт:	12.1	Усний переклад (синхронний пословинний, з якої на яку мову)	0,00
Пункт:	12.2	Письмовий переклад (зазначити, з якої на яку мову)	0,00
Пункт:	12.3	Редагування письмового перекладу	0,00
Пункт:	12.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССВ) розділу "Послуги з перекладу"	0,00

*№ склаю по статті 12 "Послуги з перекладу".*

<b>Стаття:</b>	<b>10</b>	<b>Інші прямі витрати</b>	<b>0,00</b>
<b>Підстаття:</b>	<b>13.2</b>	<b>Адміністративні витрати</b>	<b>112 000,00</b>
Пункт:	13.1.1	Бухгалтерські послуги	112 000,00
Пункт:	13.1.2	Юридичні послуги	0,00
Пункт:	13.1.3	Аудиторські послуги	0,00
Пункт:	13.1.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССВ) розділу "Адміністративні витрати"	0,00
<b>Підстаття:</b>	<b>13.2</b>	<b>Інші прямі витрати</b>	<b>25 150,00</b>
Пункт:	13.2.1	Послуги з монтажу фільму	18 000,00
Пункт:	13.2.2	Послуги з монтажу відео-звернення до дітей	4 000,00
Пункт:	13.2.3	Послуги з фотокопії фотографічних творів	3 750,00
Пункт:	13.2.4	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССВ) розділу "Послуги комп'ютерної обробки, монтажу, використання та послуги страхування"	0,00
<b>Підстаття:</b>	<b>13.3</b>	<b>Витрати на послуги страхування</b>	<b>0,00</b>
Пункт:	13.3.1	Вказати предмет страхування	0,00
Пункт:	13.3.2	Вказати предмет страхування	0,00
Пункт:	13.3.3	Вказати предмет страхування	0,00
<b>Підстаття:</b>	<b>13.4</b>	<b>Інші прямі витрати</b>	<b>230 128,00</b>
Пункт:	13.4.1	Послуги інтернет-провайдера (вказати період надання послуг)	0,00
Пункт:	13.4.2	Банківська комісія за переказ (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)	0,00
Пункт:	13.4.3	Розрахунково-касове обслуговування (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)	1 000,00
Пункт:	13.4.4	Інші послуги банку (відповідно до тарифів обслуговуючого банку)	0,00

*М. С. Кривий  
М. С. Кривий  
М. С. Кривий*

*М. С. Кривий*

*М. С. Кривий*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

*0,00*

Пункт:	13.4.5	Послуги автоспортсменів (автомобільстві)	посу́да	3,00	16 000,00	48 000,00	0,00	0,00	0,00	48 000,00	Участь автоспортсменів у змаганнях фірму про бланку руку. Поступи враховують, інтер'ю спортсмена на данні автомобіль та зможуть бути запущені з автоспортом.
Пункт:	13.4.6	Послуги стиліста для фотозйомки	посу́да	1,00	6 900,00	6 900,00	0,00	0,00	0,00	6 900,00	Для нового проекту SAFÉ FASHION потрібно організувати нову фотогрупівку. Використання нових актуальних фотографій. Фотографії оскільки використовуючи минулорічні фотографії не можна розраховувати на підтримку ЗМІ щодо безштовного розширення новин про новий проект. Поступи стиліста, специаліста по макі-яр та зачісці для фотозйомки. Кількість -творчих образів - 5 (для 5-ти моделей). Три валісті з айкомі 5 годин.
Пункт:	13.4.7	Послуги модельної агенції для фотозйомки	посу́да	1,00	6 000,00	6 000,00	0,00	0,00	0,00	6 000,00	Для нового проекту ЗАТ "АСІЛОН" потрібно організувати нову фотогрупівку. Для отримання нових актуальних фотографій. Використання фотографій минулорічного проекту не доцільне, оскільки використовуючи минулорічні фотографії не можна розраховувати на підтримку ЗМІ щодо безштовного розширення новин про новий модельний літія фотозйомки. Три валісті з айкомі 5 годин.
Пункт:	13.4.8	Транспортні послуги з перевезення команда та реактиву	закінч.	3,00	6 000,00	18 000,00	0,00	0,00	0,00	18 000,00	Поступи транспортної компанії з перевезення команди. Поступи та пакувань з рюкзаками з М. Смії (де відбувається їх виробництво та зберігання) до м. Павлоград (376-423 км в одну сторону, в залежності від обраного шляху) Перевезення команди по м. Гатилопад. Літія "Ілуичні пакунки" з рюкзаками у школах. Зворотний напрямок до м. Смії (376-423 км). При транспортуванні буде використовуватися мікроавтобус (за попередніми данними: Орел Vivaro Універсал-В).
Пункт:	13.4.9	Поступи з доставки	місяців	4,00	4 500,00	18 000,00	0,00	0,00	0,00	18 000,00	Поступи з доставки сировини, матеріалів, споживачами, посвідченими ділами, тощо. Поступи з доставкою поштою.
Пункт:	13.4.10	Послуги з сервісного обслуговування швейного обладнання	посу́да	5,00	400,00	2 000,00	0,00	0,00	0,00	2 000,00	Поступи з обслуговуванням швейного обладнання перед початком масового виробництва
Пункт:	13.4.11	Послуги з виготовлення аксесуарів	посу́да	1,00	22 458,00	22 458,00	0,00	0,00	0,00	22 458,00	Поступи з виготовленням аксесуарів для подіарів. Буле виготовлено: 2022 сайтловійські маски 202 пар сайтловійських шнурків, 2022 сайтловійські брелоки.
Пункт:	13.4.12	Послуги з виготовлення шкарпеток	посу́да	1,00	24 000,00	24 000,00	0,00	0,00	0,00	24 000,00	Поступи з виготовленням шкарпеток для подіарів ділами та для родичів.
Пункт:	13.4.13	Послуги графічного дизайнера	посу́да	1,00	30 000,00	30 000,00	0,00	0,00	0,00	30 000,00	Поступи графічного дизайнера. Створення арт- колажів для соціальних мереж, банерів для реклами, макетів напіноп, етикеток тощо.
Пункт:	13.4.14	Послуги з закрою виробів	посу́да	1,00	53 770,00	53 770,00	0,00	0,00	0,00	53 770,00	Поступи з закрою 2102 рюкзаків (3 тис. 2000 для дітей та Павлограду, 150 для підлітків ділами, 25 для роздірів підлітками ділами, 25 для разігравшів серед аудиторії бренду, 2 для затишності). Спікнувана загальна вартість закрою одного рюкзака - 19,90 грн. Загальна вартість закрою 27/02 рюкзаків - 53770 грн.
Пункт:	13.4.15	Соціальні внески за договорами ЦПХ з підрядниками (ССВ) розподіл "Інші прямі витрати"			0,22	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00	0,00
Всього по статті 13 "Інші прямі витрати":				56,00		357 878,00	0,00	0,00	0,00	367 878,00	
Всього по розділу II "Витрати":						1 456 030,80		0,00	0,00	1 456 030,80	
РЕЗУЛЬТАТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ						0,00		0,00	0,00	0,00	



Додаток 3

до Договору про надання гранту № ЧІСР61-06676

від «30 грудня 2021 р.

## ЗМІСТОВИЙ ЗВІТ

про виконання Проєкту №\_\_\_\_\_

### I. Загальна інформація про Проєкт

1. Назва Проєкту:
2. Грантостримувач  
(найменування):
3. Грантоотримувач (ЄДРПОУ):
4. Партнер (найменування):
5. Партнер (ЄДРПОУ):
6. Сектор культури та мистецтв:
7. Назва конкурсної програми та ЛОТ-у:
8. Культурний продукт
9. Стислий опис реалізованого Проєкту (до 100 слів):
10. Загальний бюджет реалізованого Проєкту (грн):
11. Розмір фінансування від Фонду (грн):
12. Сума співфінансування (грн):
13. Джерелс співфінансування  
(назва юридичної особи або цільової програми)
14. Строк реалізації Проєкту:
15. Географія реалізації Проєкту: