

ДОГОВІР № 4ICP61-28687
про надання гранту

м. Київ

«29» листопада 2021 р.

УКРАЇНСЬКИЙ КУЛЬТУРНИЙ ФОНД (далі – Фонд) в особі Виконавчого директора Берковського Владислава Георгійовича, який діє на підставі Положення, з однієї сторони, та Фізична особа-підприємець Браткова Анастасія Олександрівна (далі – Грантоотримувач), що діє на підставі реєстрації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань від 09.11.2018 за № 20730000000047464, з іншої сторони (далі – Сторони), укладли цей Договір про таке.

I. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ

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

II. СТРОКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТУ

1. Грантоотримувач реалізує Проект до 30 жовтня 2021 року включно з періодом підготовки та надання Фонду пакету звітної документації зідповідно до пункту 3 цього Розділу.

2. Проект реалізується згідно з робочим планом реалізації Проекту, визначенним у розділі ХІ 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 742 900 грн. 60 ксп. (сімсот сорок дві тисячі дев'ятсот гриневь 60 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 безготівковій формі у національній валюті України шляхом переказу на розрахунковий рахунок Грантостримувача.

ІV. ПРАВА ТА ОБОВ'ЯЗКИ СТОРІН

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

2. Грантостримувач зобов'язується:

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

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

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

4) надавати фінансові документи, які підтверджують співфінансування Проєкту з інших джерел, у разі надання Фондом гранту на умсвах 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 немайнсвих 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 війні, насильства, жорстокості, фашизму і неофашизму, закликів, спрямованих на ліквідацію незалежності України, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, приниження націй, неповаги до національних і релігійних святынь, 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 Грантостримувачу;
- 2) контролювати порядок виконання цього Договору, дотримання строків, правильність, суб'єктивність та цільове використання граєту.

V. ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СТОРІН

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

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

3. Фонд не несе відповідальності за невиконання Грантостримувачем 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 Грантостримувачу, якщо інше не визначено Грантостримувачем або чинним законодавством.

2. Грантостримувач 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 Проекту, мають містити інформацію про те, що Проект реалізовано за фінансової підтримки Фонду, з використанням символіки Фонду.

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

VII. ДОПУСТИМІ ВИТРАТИ

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

2. Сторони домовились, що неприпустимими є такі витрати:

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

витрати по оплаті посередницьких послуг;

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

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

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 программам та витрати здійснені не за призначенням.

VIII. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ТА ТЕХНІЧНИЙ КОНТРОЛЬ

1. Грантоотримувач веде належний бухгалтерський облік та звітує перед Фондом в процесі реалізації 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 розірване за заявою Фонду в сдносторонньому 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 стримання повідомлення про розірвання цього Договору в односторонньому порядку повернути у повному обсязі перераховані Фондом кошти.

X. ОБСТАВИНИ НЕПЕРЕБОРНОЇ СИЛИ (ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ)

1. У разі виникнення форс-мажорних обставин Сторони звільняються від своїх зобов'язань за цим Договором. Форс-мажорними обставинами визнаються усі обставини, визначені Законом України «Про търгово-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 абс розбіжності, що випливають із умов цього Договору або поєднані з цим Договором та його тлумаченням, дією, припиненням або його розірванням, вирішуються шляхом переговорів між Сторонами. У разі якщо Сторохи не можуть дійти згоди шляхом переговорів, такі спори вирішуються у порядку, визначеному чинним законодавством України.

XII. ІНШІ УМОВИ

1. Цей Договір набирає чинності з дня його підписання Сторонами та діє до «31» грудня 2021 року, але у будь-якому випадку до повного виконання Сторонами своїх зобов'язань.

Зміни до цього Договору вносяться шляхом укладення додаткових договорів.

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

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

4. Електронне повідомлення вважається отриманим Сторонко-одержувачем в день його успішного відправлення. Відправлення вважається неуспішним, якщо Сторона, яка його направляє, отримує повідомлення про те, що вонс 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:

Браткова Анастасія Олександрівна;

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 підібними інтересами (далі – Конфлікт інтересів).

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

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

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

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

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

XIII. ДОДАТКИ ДО ДОГОВОРУ

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

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

XIV. РЕКВІЗИТИ СТОРІН

Фонд

Український культурний фонд

Юридична адреса:

01601, м. Київ, вул. І. Франка, 19

Адреса для листування:

01010, м. Київ, вул. Лаврська, 10-12

ЄДРПОУ: 41436842

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: ГУДКСУ у м. Києві

P/r: UA608201720343110001000000458

Тел.: +38 (044) 504-22-66

Грантоотримувач

Фізична особа-підприємець Браткова Анастасія Олександрівна

Юридична адреса:

03048, м. Київ, вул. Кадетський Гай, 3, кв. 47

Адреса для листування:

03048, м. Київ, вул. Кадетський Гай, 3, кв. 47

ЄДРПОУ: 3234219307

Банківські реквізити:

Назва банку/філії: АТ КБ

"ПРИВАТБАНК"

P/r: UA063206490000026001052750485

Тел.: +380673241619

Виконавчий директор

В.Г. Берковський



ФОП



А.С. Браткова

**УКРАЇНСЬКИЙ
КУЛЬТУРНИЙ
ФОНД**

Додаток 1

до Договору про надання гранту № 4ICP61-28687
від 28 «вересня 2021 р.

Сезон: Грантовий сезон 2021

Програма: Інноваційний культурний продукт

Лот: ЛОТ 6. Мода і дизайн

Конкурс: Індивідуальний

Заявка: 4ICP61-28687

Назва проекту: Overall. Вдягни українське мистецтво!

Візитна картка

Назва проекту

Overall. Вдягни українське мистецтво!

Назва проекту англійською мовою

Overall. It's Ukrainian Art to wear!

Географія реалізації проекту

Населений пункт

Київ

Населений пункт

Вся Україна

Населений пункт

Українська діаспора за кордоном: Канада, Польща, США, Бразилія, Італія та Німеччина

Початок проекту

2021-06

Кінець проекту (включно із фінальним звітуванням)

2021-10-30



Тривалість проекту в місяцях

5

Формат проекту

наживо та онлайн

Пріоритетний сектор

дизайн та мода

Основний продукт

Колекція / показ (мода)

Ключові слова за напрямами

живопис

мода

Конкурсна програма

Інноваційний культурний продукт

Лот

ЛОТ 6. Мода і дизайн

Тип проекту

Індивідуальний

Інформація про контактну особу

Прізвище, ім'я та по-батькові

Браткова Анастасія Олександрівна

Телефон

Електронна пошта

Функції в проекті

Автор та координатор проекту

Загальна інформація про проект



Коротка інформація про проект

Overall – український бренд комбінезонів, який інвестує у розвиток культури, даючи можливість населенню по всьому світу вдягати дещо більше ніж одяг – витвори сучасного українського мистецтва! Друкуючи картини на зрозумілих речах – комбінезонах, OVERALL дає можливість новій аудиторії доторкнутися до мистецтва. Місією бренду є просування та популяризація в Україні нової концепції для української індустрії моди – інтелектуальної моди, яка спрямована не на емоційне сприйняття, а на інтелектуальне осмислення побаченого. Ідея проекту – підштовхнути українську модну індустрію виходити за рамки свого сектору, мислити ширше за рахунок поєднання моди і мистецтва, та знаходити натхнення в українській культурі.

Коротка інформація про проект англійською мовою

Overall is a Ukrainian brand of overalls that invests in the cultural development of society, enabling people around the world to wear something more than clothes – masterpieces of modern Ukrainian art! By printing pictures of Ukrainian artists on the clothes, OVERALL gives a new audience an opportunity to touch Ukrainian art. The mission of the brand is to promote and popularize in Ukraine a new concept for the Ukrainian fashion industry – intellectual fashion, which is focused on the intellectual perception of what is seen rather than its emotional perception. The idea of the project is to stimulate the Ukrainian fashion industry to go beyond its sector, think more broadly through a combination of fashion and art, and to find inspiration in Ukrainian culture.

Запитувана сума від УКФ (у гривнях, відповідно до Бюджету)
742900.60

Загальний бюджет проекту
816466.60

Сума співфінансування
73566.00

Перелік джерел співфінансування та сума їх співфінансування (окрім Фонду)

Джерело співфінансування та сума
73566.00. Кошти організації-заявника

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

Так

Інформація про організацію-заявника

Повне найменування організації-заявника

Фізична особа-підприємець Браткова Анастасія Олександровна

Повне найменування організації-заявника англійською мовою

Private Entrepreneur Bratkova Anastasiia

Код ЄДРПОУ

РНОКПП 3234219307

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

Організаційно-правова форма

Фізична особа-підприємець

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

_74.10 Спеціалізована діяльність з дизайну _90.03 Індивідуальна мистецька діяльність _46.41 Оптова торгівля текстильними товарами _47.99 Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами _14.19 Виробництво іншого одягу та аксесуарів _46.42 Оптова торгівля одягом та взуття

Дата реєстрації організації

2018-11-09



Браткова А.

Юридична адреса організації

м. Київ, вул. Кадетський Гай, 3, кв. 47, 03048

Поштова адреса організації

м. Київ, бул. Тараса Шевченко, 48-а, оф. 2, 01032

Область (відповідно до юридичної адреси)

Київ

Тип населеного пункту

Місто

Назва населеного пункту (відповідно до юридичної адреси)

Київ

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

<https://overall.kiev.ua/>

Прізвище, ім'я та по-батькові керівника організації

Браткова Анастасія Олександровна

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

Браткова Анастасія Олександровна, українка



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

Ні

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

ні

Наявність матеріально-технічної бази для виконання проекту

1. Орендсває офісне приміщення-шоурум у м.Києві за адресою бульвар Тараса Шевченко, 48 а, офіс 2 (договір оренди приміщення № 1-30.2020 від 30.10.2020 року).

2. Ліцензійні договори:

- Ліцензійний договір №1 про надання невиключних майнових прав на об'єкт авторського права. (Півненко Аліна Юріївна)
- Ліцензійний договір №2 про надання невиключних майнових прав на об'єкт авторського права. (Мінін Роман Сергійович)
- Ліцензійний договір №3 про надання невиключних майнових прав на об'єкт авторського права. (Цаголов Василь Володимирович)
- Ліцензійний договір №4 про надання невиключних майнових прав на об'єкт авторського права. (Ройтбурд Олександр Анатолійович)

3. Штатні працівники: З. Дизайнер Савицька Катерина Валеріївна, пр-менеджер Моренко Крістіна Олексandrівна, бухгалтер (за сумісництвом) Сєверова Валентина Вікторівна.

4. Наявність матеріальних ресурсів: сировина.

5. Власні кошти.

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

Ні

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

Ні

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



Ні

Чи реалізовували проекти за підтримки Фонду у попередні роки?

Ні

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

Проект

Конференція «Покоління змін: результати 25-річної співпраці України та США за участю VLP-випускників», заявник – Асоціація Digital Ukraine, PR-партнер – (PR assistant agency - Браткова Анастасія Олександровна), 2018 рік. Донор – Посольство США в Україні (<http://www.golos.com.ua/article/299699>). Активне посилання на прояви проекту у ЗМІ – https://lb.ua/news/2018/01/26/388246_kieve_proydet_konferentsiya.html Ми розробляли концепцію Конференції та займалися її організацією, робили брендування івенту, запрошували учасників та гостей, серед яких були Леонід Кравчук, Вікторія Сюмар, Іван Крулько, Анатолій Матвієнко, Тетяна Чорновіл, Микола Княжицький, Юрій Левченко, Дмитро Чикалкін, Олександр Педан, Наталя Заболотна, Ірен Роздобудько, Ірина Данилевська, голова оргкомітету Ukrainian Fashion Week. Відкривала Конференцію Надзвичайний і Повноважний Посол США в Україні Марі Йованович.

Детальний опис проекту

Обґрунтуйте актуальність проекту для культурного контексту або міста, або села, або області, або країни в ретроспективі останнього десятиліття
OVERALL, як монокатегорійний бренд одягу – комбінезонів, був створений на початку 2020 року. Ми прагнули стати не просто першим у світі брендом комбінезонів, а й реалізувати в Україні концепцію інтелектуальної моди. Так, Overall став брендом, який інвестує у розвиток культури, даючи можливість населенню по всьому світу здягати дещо більше ніж одяг – витвори сучасного українського мистецтва!

Проблему незнання українцями своїх митців ми виявили давно. В Україні дуже вузькі категорії населення є дотичними до мистецтва: це бізнесмени-колекціонери, друзі та товариші самих митців. В той же час, середній клас рідко буває на виставках та деколи взагалі не знає, що в нас є ким пишатися! Наші художники займають перші місця у міжнародних конкурсах,



успішно продають свої роботи на міжнародних аукціонах та зрештою більш впізнаванні за межами України, ніж всередині країни.

Друкуючи картини на зрозумілих речах, у нашому випадку, це комбінезони, ми даємо можливість новій аудиторії доторкнутися до мистецтва. Ми вважаємо своєю місією просування нової концепції для української індустрії моди – інтелектуальної моди. Ми віримо в те, що найголовніше у моді – це сила ідеї. Це мода для тих, хто краще за всіх розуміється на швидкоплинності і тонкості епохи. Ідея даного напрямку полягає у людській свідомості, наш продукт звертається не до емоційного сприйняття, а до інтелектуального осмислення побаченого. Кожен створений комбінезон є не лише гармонійним поєднанням крою і фарб, а й доносить глибоку ідею художника, його емоції, переживання, те, що він хотів донести плядачу. Саме тому ми обираємо сучасних митців, адже вони, як і ми, живуть у сучасному світі та втілюють у своїх роботах сучасні переживання, проблеми та події.

Вдягаючи на себе комбінезон OVERALL, людина вдягає ідею, доносить світові про свою обізнаність у сучасному мистецтві, показує, що вміє цінувати національний продукт. Кожен комбінезон несе свою унікальну ідею та історію, і споживач має можливість поділитися цим з суспільством.

Як проект реалізує пріоритети обраної конкурсної програми/ЛОТу?

Проект повністю відповідає основним цілям програми «Інноваційний культурний продукт»:

- стимулівання розвитку модної індустрії та художнього мистецтва через впровадження в Україні інноваційної концепції інтелектуальної моди та створення нового продукту, який поєднує моду і мистецтво;
- збільшення кількості споживачів культурного продукту (роботи українських художників) та залучення до споживання нових аудиторій через купівлю предметів одягу, даючи можливість населенню по всьому світу вдягати дещо більше ніж одяг – витвори сучасного українського мистецтва;
- популяризація робіт сучасних українських художників як в Україні, так і поза її межами;
- стимулювання розвитку кроссекторальних партнерств (на перетині моди і мистецтва) та впровадження сталої моделі фінансової підтримки українських художників через отримання авторської винагороди (роялті) від продажу одягу з принтами їхніх робіт.

Зокрема, проект має на меті розвивати та популяризувати в країні новий напрямок моди – інтелектуальну моду («smart couture»); просувати бренд



Браткова АО

OVERALL з принтами сучасних українських художників в Україні та за її межами, популяризуючи сучасне українське мистецтво на національному та міжнародному рівні; стимулювати споживання одягу вітчизняних виробників.

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)

Створюючи бренд комбінезонів OVERALL, ми мали на меті реально підтримати українську культуру, вважаючи її головним елементом національної безпеки країни. В той час, коли весь світ рухається у сторону розвитку та популяризації свого національного культурного продукту за рахунок, перш за все, його доступності для масової аудиторії, у нас в країні відсоток людей, які дотичні до культурних продуктів, не збільшується. Досвід роботи по просуванню культурних проектів в Україні демонстрував з року в рік схожу тенденцію: галереї та виставки відвідують одні й ті самі люди, картини топових українських митців купують лише колекціонери з вузького кола, і взагалі мистецькі акції відвідують не більше 5 відсотків населення.

Нашою метою було розширити коло людей, дотичних до культури і мистецтва, шляхом розвитку інтелектуальної моди. Так з'явився фешн-бренд комбінезонів з картинами українських художників. Тепер люди, вдягаючи комбінезон, дізнаються, яка картина розміщена на цьому сязі, хто її автор та який внесок він зробив для формування української культури. Більш того, кожна картина українського митця, з'явившись на комбінезоні, отримує нове життя. Адже витвір мистецтва може бути продано чи знаходитися на виставці у будь-якій країні світу, та, незважаючи на це, залишається доступним суспільству у якості принта на одязі.

Вже розроблено першу колекцію комбінезонів з роботами найвідоміших митців країни – Олександра Ройтбурда, Романа Мініна, Василя Цаголова, Аліни Півненко. З кожним з них підписано Ліцензійний договір та виплачується роялті з продажу кожної одиниці товару. Таким чином ми вже підтримуємо вітчизняних художників і розвиток українського мистецтва.

Наш проект спрямований на залучення більшої кількості молодих художників до проекту OVERALL саме тому, що ми не маємо на меті зупинятися. Ми розуміємо важливість пошуку та просування молодих талантів, а також розуміємо важливість їх підтримки. Основною метою цього проекту має стати постійна підтримка сучасних українських митців за рахунок виплати роялті з продажу кожного комбінезону та просування і



Михайло Цаголов

популяризація їхніх робіт завдяки рекламі, інформаційному висвітленню у ЗМІ, залученню лідерів думок.

Вже зараз OVERALL отримує листи від молодих українських митців, яким довелося залишити країну. Це представники української діаспори у Канаді, Польщі, США, Німеччині, Італії, тощо. Одним з таких митців став Slava Ostap з Берліну (https://en.wikipedia.org/wiki/Slava_Ostap). Юнак з Дніпра став у Німеччині популярним стріт-арт художником, але в Україні про нього мало хто знає. Ми ж, у свою чергу, прагнемо поділитися його роботами в Україні. Адже це ще сдин крок до просування та популяризації нашого вітчизняного продукту.

Тема просування українського мистецтва також важлива для партнерів проекту, які зацікавлені у пошуку талантів та поширенні ідей проєкту. Одним з головних партнерів та наставників OVERALL є найбільш відомий в Україні арт-дилер Ігор Абрамович. Його проекти ABRAMOVYCH.ART (<https://abramovych.art/ukr/contacts/index>), New Now Gallery (<https://newnow.gallery/>), Abramovych&Minin Studio (<https://abramovychmininstudio.com/>), Abramovych sculpture park (<https://www.instagram.com/abramovychsculpturepark/>), Abramovych store (<https://www.instagram.com/abramovychstore/>), Abramovych foundation (<https://www.instagram.com/abramovychfoundation/>)

спрямовано насамперед на популяризацію українського сучасного мистецтва як в межах нашої країни, так і на світовій культурній арені. Їх завдання полягає в ознайомленні глядача з творчістю сучасних українських митців, донесенні до суспільства ідей, що містять їх роботи, та принципів, що лежать в основі сучасного українського мистецтва.

Проєкт OVERALL активно підтримується топовими митцями країни вже сьогодні. Ми співпрацюємо з такими видатними українськими художниками:

Олександр Ройтбурд, картина якого "Прощавай, Караваджо" у 2009 році була продана за 97 тисяч доларів на аукціоні Phillips у Лондоні. До продажу картина виставлялася в Києві, Одесі та Паризі на виставці "Бал у Фолі-Бержер". Його роботи представлені в Музеї сучасного мистецтва у Нью-Йорку, музеї DUMA (Денвер, США), Державній Третьяковській галереї (Москва), галереях Словенії. Сьогодні Олександр Ройтбурд очолює Одеський художній музей, розвиваючи сучасне українське мистецтво та музейну



Рудченко А.

справу. Наразі амбасадором бренду, який носить комбінезон з картиною митця є блогер Антон Мурафа.

Роман Мінін – перший український художник, який надав дозвіл на використання своєї композиції “Homer Versus” всесвітньо-відомому Banksy. Художник вважає, що сучасне мистецтво обов’язково має об’єднуватися з новими технологіями, тож його роботи існують також у доповненій реальності. Наприклад, скульптуру LOVE, яку ми використали в якості принту для свого Basic Art JMPST, ви можете побачити просто посеред вулиць українського міста Харків, використавши мобільний додаток Minin Art. Наші комбінезони з принтами картин Романа Мініна вже носять такі українські зірки, як реперка Альона Альона, співачка Аліна Паш, блогер Антон Скуратов та відомий арт-дилер Ігор Абрамович.

Василь Цаголов – художник, чиї картини прагне отримати кожний колекціонер. Він вважається однією з ключових фігур сучасного українського мистецтва. І не дарма, саме він змінив традиційні художні прийоми в живописі. Василь Цаголов бере участь у виставках з 1989 року, зокрема у Нью-Йорку, Маямі, Стокгольмі, Москві, Загребі, Братиславі. Його роботи неодноразово продавалися на аукціонах Sotheby's та Phillips. Народний артист України Олексій Вертинський носить комінезон з картинами Василя Цаголова “Художник і модель”.

Наразі ми працюємо над тим, щоб налагодити співпрацю з такими українськими художниками як Арсен Савадов, Ілля Чічкан, Олег Тістсл, Маша Шубіна та інші.

Чому проект є унікальним?

Авторка проєкту – професійний журналіст у минулому, яка у 2015 році створила агенцію з креативних та кризових комунікацій. Серед проєктів команди були просування та піар-підтримка низки культурних проектів: Театру Олександра Меламуда, Муніципальної галереї «Лавра» та арт-фонду з підтримки молодих українських митців FACE. Досвід роботи з просування культурних проєктів в Україні демонстрував з року в рік схожу тенденцію: галереї, виставки та різні мистецькі акції відвідує невелика кількість людей, картини українських художників купують тільки колекціонери, а основна маса населення взагалі неолучається до культурних подій.

Для вирішення цієї проблеми авторка проєкту, зібравши команду, започаткувала новий унікальний проєкт OVERALL – бренд комбінезонів з місією представити світу сучасне українське мистецтво та зробити його



доступним кожному. Комбінезони бренду OVERALL з картинами Олександра Ройтбурда, Романа Мініна, Василя Цаголова, Аліни Півненко вже носять зірки шоу-бізнесу та публічні люди – Народний артист України Слескій Вертинський, реп-виконавиця Альона Альона, співачка Аліна Пащ, ведучі телеканалів та блогери. Кожен художник, надаючи право на використання своїх картин у якості принтів на комбінезонах, отримує роялті з продажу. Таким чином, українське мистецтво не лише просувається завдяки очоленню нових аудиторій, а й отримує реальну грошову підтримку. І що є важливим – українське мистецтво тепер має продовження не лише у каталогах та книжках. Воно доступне кожному, його можна вдягнути!

Чому проект є інноваційним?

Інноваційність проєкту полягає у новому креативному вирішенні завдання просування української культури в маси, а також у розкритті нового бачення концепції інтелектуальної моди. Команда OVERALL не просто створила перший монобренд комбінезонів у світі, а й першою об'єднала сучасне українське мистецтво з модною індустрією.

Досвід автора роботи у ЗМІ та сфері піар дозволяє задіяти широкий спектр каналів комунікації для прссування проєкту та його результатів у суспільстві. Ми вже зараз маємо амбасадорів бренду з шоу-бізнесу, публікації у ЗМІ та розгортаємо рекламні кампанії за межами України.

Ми прагнемо укорінити в Україні тренд на споживання інтелектуальної моди. Якщо купувати, то з розумом. Речі мають бути не лише модними, а й нести глибоку ідею. В цьому випадку речі підвищують рівень обізнаності суспільства щодо стану сучасного українського мистецтва, вони дають можливість пишатися національним культурним продуктом та впізнавати роботи талановитих українських художників по всьому світі.

Проект має підштовхнути українську модну індустрію виходити за рамки свого сектору, мислити ширше за рахунок поєднання одразу декількох сфер: культури, мистецтва та інтелектуальної моди, та знаходити натхнення в українській культурі. Приклад успіху нашого проєкту може підштовхнути дизайнерів активніше пізнавати інші сфери, співпрацювати з ними та залучати їх до співпраці.

Ми прагнемо зробити проєкт насправді «розумно модним» не лише в Україні, а й за її межами. Так, амбасадор бренду реперка Альона Альона планує турне і виступи у комбінезонах OVERALL по містах Європи. Завдяки бренду OVERALL вона дізнається про сучасних українських митців, про що



Бражковсько

буде далі розповідати в інтерв'ю та своїм прихильникам. Ми маємо на меті так само закохати в ідею інших артистів, які з радістю погодяться бути амбасадорами українського національного продукту за межами країни.

Основна мета проекту

Занурюючись у проблематику розвитку та підтримки сучасного українського мистецтва та культури, ми затвердилися у своїй місії – не тільки популяризація інтелектуальної моди та українського мистецтва, а й реальна підтримка діяльності художників шляхом виплати авторської винагороди (роялті) від продажу одягу.

Основна мета проекту: запровадити і популяризувати концепцію інтелектуальної моди в Україні та зробити сучасне українське мистецтво «модним», відомим і доступним для широкої аудиторії на національному та міжнародному рівні шляхом створення інтелектуального fashion продукту на перетині моди та мистецтва, а також створити умови для розвитку кроссекторальних партнерств між індустрією моди та дизайну та іншими секторами культури і бізнесу задля підтримки талановитих українських митців.

Цілі проекту

Щіль

Розвиток та популяризація сучасного українського художнього мистецтва через інтелектуальну моду в Україні і за кордоном.

Завдання

Завдання 1 – Проведення конкурсу робіт молодих українських художників і митців, аналіз та відбір кращих робіт та створення комп’ютерної візуалізації для забезпечення подальшого друку принтів на комбінезонах. Завдання 2 – Проведення презентації 10 кращих робіт молодих українських художників і митців в Інституті проблем сучасного мистецтва з онлайн трансляцією події для широкої аудиторії. Завдання 3 – Забезпечення належної промоції та висвітлення проєкту шляхом реалізації широкомасштабної інформаційної кампанії.

Результат 1

Конкурс робіт молодих українських художників і митців та відбір кращих робіт для друку принтів на комбінезонах.

Результат 2

Презентація 10 кращих робіт молодих українських художників і митців в



Григорій Григорович

Інституті проблем сучасного мистецтва з онлайн трансляцією події для широкої аудиторії.

Індикатори досягнення результатів

1. Оголошення про участь у конкурсі та анкета учасника розміщені на вебсайті організації, Фейсбук і Інстаграм сторінках організації, соцмережах амбасадорів бренду (співачки Альона-Альона та Аліна Паш, блогери Антон Скуратов та Антон Мурафа, актор Олексій Вертинський, продюсер Олена Лазуткіна, арт-дилер Ігор Абрамович та ін.) з охопленням аудиторії 800 000 осіб.
2. 1 промо-ролик про проект (1 промо-ролик дс 3 хв та 5 коротких вірусних відео до 30 секунд, створених на його основі) із зазначенням підтримки від УКФ та новини про початок проекту розміщені в українських ЗМІ, а також у ЗМІ українських діаспор за кордоном: Польща, Німеччина, Канада, США, Італія, Бразилія – щонайменше 10 публікацій. Очікувана кількість переглядів проморолику – 40 000.
3. Отримані роботи учасників конкурсу. Очікувана кількість учасників конкурсу – щонайменше 200 учасників
4. Відіbrane 10 кращих робіт учасників конкурсу.
5. Комп'ютерна візуалізація 10 робіт переможців конкурсу на комбінезонах.
6. Лекція про стан сучасного українського мистецтва та презентація / аналіз 10 кращих робіт учасників конкурсу від Ігоря Абрамовича під час Церемонії урочистого оголошення переможців конкурсу в Інституті проблем сучасного мистецтва.
7. Кількість учасників презентації – 25 осіб офлайн і до 100 осіб онлайн (представники української діаспори за кордоном і учасники конкурсу) з онлайн трансляцією заходу.

Ціль

Розширення кола людей, дотичних до українського художнього мистецтва, через впровадження і популяризацію концепції інтелектуальної моди.

Завдання

Завдання 1 – Створення колекції комбінезонів з принтами робіт 10 молодих українських художників-переможців конкурсу. Завдання 2 – Проведення модного показу комбінезонів з принтами українських художників та презентація колекції у галереї з онлайн трансляцією події



Олеся Франкова

Результат 1

Тестова колекція комбінезонів з принтами робіт 10 молодих українських художників-переможців конкурсу.

Результат 2

Показ мод комбінезонів з принтами молодих українських художників-переможців конкурсу, який буде супроводжуватись виставкою витворів сучасного українського мистецтва

Індикатори досягнення результатів

Індикатори:

1. Виготовлено 50 екземплярів комбінезонів (10 різних моделей у 5 розмірах).
2. Фото виготовлених прототипів комбінезонів розміщено на сайті організації та у соціальних мережах – 100 фото.
3. ЗД фіто 10 прототипів комбінезонів – 20 фото.
4. Відес-ролик про використання робіт українських художників у створенні колекції комбінезонів розміщено на сайті організації та у соціальних мережах (1 відеоролик до 3 хв і 5 коротких вірусних відео до 30 секунд, створених на його основі). Очікувана кількість переглядів – 40 000.
5. Відеотрансляція процесу роботи над виготовленням прототипів комбінезонів у соціальних мережах: сторіз в Instagram / Facebook. Очікувана кількість переглядів – 12 000.
6. Кількість учасників показу мод 50-80 осіб офлайн з снайпін трансляцією заходу для широкої цільової аудиторії. Остаточна кількість учасників офлайн буде визначена у відповідності до встановлених карантинних обмежень, які діятимуть на момент проведення заходу. Під час показу мод буде представлений арт-перформанс за участі художників - переможців конкурсу, моделей, блогерів, картин, фотографій та інших видів і форм сучасного мистецтва. Показ місця та арт-перформанс проходитиме в галереї Інституту сучасного мистецтва.
7. Анонс події розміщено на сайті організації, у соціальних мережах, ЗМІ в Україні та українській діаспорі за кордоном – щонайменше 10 публікацій.
8. Фото та відео з показу мод розміщено на сайті організації, у соціальних мережах, в українських ЗМІ, а також у ЗМІ українських діаспор за кордоном – щонайменше 10 публікацій.

Ціль

Підтримка талановитих українських художників і митців.



Браткова А.

Завдання

Завдання 1 – Впровадження моделі фінансової підтримки українських художників і митців через виплату винагороди (роялті) за використання їх робіт на предметах одягу. Завдання 2 – Просування та популяризація молодих талановитих художників і митців як в Україні, так і за кордоном.

Результат 1

Укладення Ліцензійних угод на невиключне право використання об'єктів інтелектуальної власності з 10 художниками-переможцями конкурсу

Результат 2

Виготовлення тестової колекції комбінезонів з QR кодом, що міститиме інформацію про художника та картину, яка надрукована на комбінезоні

Індикатори досягнення результатів

Індикатори досягнення:

1. Укладені договори роялті з 10 українськими художниками-переможцями конкурсу.
2. Використання робіт 10 молодих українських художників в якості принтів на комбінезонах бренду OVERALL.
3. QR код, розміщений на кожному комбінезоні, що містить інформацію про художника та картину, яка на ньому надрукована. Інформацію про художника та картину буде розміщено на сайті бренду OVERALL, куди пере направлятиме QR код.

Опишіть у кількісних та якісних показниках пряму цільову аудиторію проекту

Для дослідження аудиторії проекту були проведені маркетингові дослідження з використанням наступних методів збору інформації: спостереження та опитування. За результатами дослідження виявлені декілька цільових аудиторій:

1. Українські митці, які проживають в Україні та за її межами, та їх кількість – 1,5% населення
2. Молодь, віком від 18 до 35 років – 7-9% населення
3. Активні «фоловери» ТОП-блогерів – 1 млн. осіб
4. Відвідувачі культурних подій у великих містах-мільйонниках
5. Молоді матері, поціновувачі фемілі-луків
6. Люди без віку
7. Представники культурної індустрії
8. Інтелектуали



Анастасія Єрмакова Р.

9. Українська діаспора за кордоном – 300 000 осіб

10. Соціально-активні люди, які вже сьогодні просувають ідею споживання національного продукту – «купуй українське!».

Загальне охоплення цільової аудиторії складатиме близько 10% населення України.

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

1. Український культурний сектор, індустрія моди, креативні індустрії – 1% населення

Українські творчі та креативні індустрії матимуть реальний приклад сучасної ефективної кроссекторальної співпраці, що спонукатиме як дизайнерів, так і митців, художників, артистів та письменників не боятися співпраці, а навпаки – шукати нові джерела натхнення. Це має підштовхнути суспільство до нових ідей та творчих проектів.

2. Споживачі одягу, середній клас в Україні – 15% населення

Художники в свою чергу зрозуміють важливість та ефективність роботи на масову аудиторію, яку раніше частіше ігнорували, ніж задовольняли. Крім того, проект буде прикладом сучасних договірних відносин між митцями та бізнесом, прикладом легального використання авторського права, виплат роялті та співпраці у правовому полі.

Яким чином були визначені їх культурні потреби, інтереси?

Весь сучасний світ рухається у сторону розвитку та популяризації свого національного культурного продукту за рахунок, перш за все, його доступності для масової аудиторії. Наразі прогресивне населення країни також змінює своє відношення до світу моди та споживання загалом. Зміна культурних та поведінкових звичок, зокрема переймання світогляду європейських сусідів зумовлені доступністю подорожей, збільшенням кількості якісного контенту в мережі Інтернет тощо. Під впливом низки чинників, в суспільстві вже формується потреба в інтелектуальному культурному продукті, бажанні дізнаватися більше, пишатися своїм, українським, і транслювати це світові. Зробити мистецтво відомим і доступним широкому колу – головна мета проекту.

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



Олеся Олександрівна
Абакумова А.

Аудиторія, яка купує одяг, д'знатиметься, яка картина розміщена на цьому одязі, хто її автор та який внесок він зробив для формування української культури. Кожна картина українського митця, з'явившись на комбінезоні, отримує нове життя. Адже витвір мистецтва може бути продано чи знаходитися на виставці у будь-якій країні світу, та, незважаючи на це, залишається доступним суспільству у якості принта на комбінезоні.

Крім того, кожен митець отримає популяризацію своєї роботи за рахунок реклами, долученню до популяризації лідерів думок та ЗМІ, а вследар комбінезону – можливість бути "амбасадором українського мистецтва" у світі.

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

1. Представники модної індустрії в Україні (національні виробники одягу, підприємства текстильної промисловості, Українські тижні моди, арт фестивалі тощо) – надалі розвиватимуть напрямок інтелектуальної моди в Україні. 2. Художньо-мистецьке середовище (художні галереї, виставки, спілки художників, креативні кластери тощо) – матимуть змогу презентувати свої роботи більш широкій аудиторії через предмети одягу та отримувати винагороду (роялті) за свої роботи від продажу кожної одиниці одягу. 3. Споживачі одягу вітчизняного виробництва – поширення тренду інтелектуальної моди сприятиме зростанню попиту інтересу споживачів до вітчизняних виробників одягу та збільшеню споживання українських товарів.

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?

Ключові меседжі: - OVERALL Вдягни українське мистецтво! - OVERALL. It's Ukrainian art to wear! - Місія бренду – представити світу сучасне українське мистецтво та зробити його доступним для кожного! - Всі принти на наших комбінезонах – роботи сучасних українських художників. - OVERALL разом з УКФ інвестує у розвиток українського мистецтва. Кожен художник отримує роялті від продажу комбінезонів. - Всі комбінезони – унісекс. Всні універсальні як для жінок, так і для чоловіків. - Речі майбутнього – це не лише модно, а й інтелектуально. Спіkeri i lіderi думок: Ігор Абрамович, Катерина Тарабукіна, Роман Мінін, Володимир Манджос, Анастасія Браткова, Альона Альона, Аліна Паш, Антон Скуратов, Олена Лазуткіна, Ярослава Коба,



Олександр Барбошко та інші.

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

На старті проекту планується досягти домовленостей з традиційними та новими медіа щодо медіа партнерства. Планується від 5 до 10 майданчиків-медіапартнерів, серед яких суспільно-політичні ЗМІ (Сьогодні, Обозреватель, ТСН, Україна), профільні (Vogue, L'Officiel, JetSetter, ArtUkraine) та нові медіа (Типічний Київ. Сіль-Соль). Підтримка проекту від цих майданчиків дасть мільйонні охоплення інформаційним приводам проекту, а вибір профільності майданчиків охопить всі аудиторії.

Перший інформаційний привід – розповсюдження новин щодо старту проекту та анонс конкурсу мистецьких робіт. Майданчики – медіапартнери та інші ЗМІ, сторінки та сайти блогерів та амбасадорів бренду. На цьому етапі буде підключено моніторингову програму Infostream для відстеження проявів проекту у реальному часі. Для першого анонсу буде написано реліз, створена афіша проекту та змонтовано короткий рекламний відеоролик (1 промо-ролик до 3 хв та 5 коротких вірусних відео до 30 секунд, створених на його основі) для публікації у соцмережах, ЗМІ та на сайтах бренду та партнерів.

Промо у соцмережах: Facebook, Instagram, You Tube.

Для таргетингу буде використано ADS manager Facebook, Google ADS.

Таргетинг на всі регіони України, у тому числі на діаспори.

Планове охоплення аудиторії – 500 000.

Кількість дописів у соцмережах (пости і сторіз) – щонайменше 50

(періодичність щонайменше через день) із розміщенням згадки про УКФ.

Згадку про УКФ буде розміщено на всіх промоційних матеріалах, виготовлених під час проекту.

Другий інформаційний привід – церемонія оголошення результатів конкурсу (новина + макети художніх творів на комбінезонах). Зустріч з переможцями конкурсу, художниками та амбасадорами бренду в Інституті проблем сучасного мистецтва в Києві, лекція від Ігоря Абрамовича, трансляція заходу в онлайн. Планується залучення блогерів для досягнення охоплення аудиторії не лише через традиційні ЗМІ, а й соціальні мережі.

Надалі планується інформування щодо перебігу роботи над прототипами комбінезонів у режимі онлайн. Залучені smm-спеціалісти будуть знімати відео друку картин на тканинах, процесу пошиття, примірок та внесення



змін. Трансляція процесу відбудуватиметься у соціальних мережах бренду, партнерів, амбасадорів та художників. Всі прояви будуть додатково прописані у медіаплані. Планове охоплення аудиторії – близько 20 000.

Створення відеоролику переможцем Leica Oscar Awards Сергієм Мельниченком дасть окремий інформаційний привід для арт-майданчиків України та світу (1 відеоролик до 3 хв і 5 коротких вірусних відео до 30 секунд, створених на його основі). Відео буде демонструватися не лише на показі, а й стане професійним промо колекції. Розповсюдження відео – майданчики медіапартнерів, а також сторінки блогерів, митців, амбасадорів.

Показ мод у галереї Інституту проблем сучасного мистецтва за участю переможців, учасників проєкту та гостей проходитиме у присутності журналістів та блогерів. Показ поєднуватиме у собі елементи сучасного мистецтва та закони модної індустрії, проходитиме у галереї, де на стінах демонструватимуться картини, а гостей запросять дслучитися до арт-перформансу. Для запрошення будуть створені анонсуючі релізи та спеціальні електронні запрошення. Релізи з детальним описом результатів проєкту надаватимуться присутнім. Для вітального слова, а також коментарів для ЗМІ будуть запрошенні представники УКФ. Після закінчення заходу команда віdstежить публікації у ЗМІ, а також нативні (непрямі) прояви фешн-видань, стрімів та фотографій у соцмережах.

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

Офіційною платформою поширення інформації про проєкт стануть вебсайт організації та сторінки бренду OVERALL у Facebook і Instagram:

<https://overall.kiev.ua/>

<https://www.facebook.com/coverall.ua>

<https://www.instagram.com/overall.ua/>

Кількість постів, публікацій – щонайменше 50.

5-10 майданчиків-медіапартнерів, серед яких суспільно-політичні ЗМІ (Сьогодні, Обозреватель, ТСН, Україна), профільні (Vogue, L'Officiel, JetSetter, ArtUkraine) та нові медіа (Типічний Київ, Сіль-Соль). Інші ЗМІ.

Кількість публікацій/матеріалів – щонайменше 50.



Братова А.

Сторінки та сайти блогерів та амбасадорів бренду:

Ігор Абрамович – арт-дилер, куратор, консультант з питань українського сучасного мистецтва та формування художніх колекцій в Україні. Сприяє розвитку зв'язків між українськими художниками і відомими аукціонними домами світу – Sotheby's, Christie's, Phillips і Bonhams. Автор проєктів NewNow Gallery, Abramovich & Minin Studio, Abramovichsculpturepark, Abramovichstore і Abramovichfoundation. Вважає, що сучасне українське мистецтво є їдним внеском в міжнародний культурний діалог.

Роман Мінін – перший український художник, який надав дозвіл на використання своєї композиції “Homer Versus” всесвітньо-відомому Banksy. В 2016 очолив список найбільш перспективних художників України за версією Forbes. Його роботи продаються в аукціонних домах Sotheby's і Phillips. Художник вважає, що сучасне мистецтво обов'язково має об'єднуватися з новими технологіями, тож його роботи існують також у дополненій реальності.

Володимир Манджос – видатний український художник, більш відомий як Waone Interesni Kazki. Автор всесвітньовідомих муралів зі складними фантасмагоричними сюжетами: розпис Wynwood Walls в Маямі, персональні виставки в Міланській галереї сучасного мистецтва Антоніо Коломбо, Нью-Йоркській галереї Джонатана Лівайна та іспанській Kreisler Gallery.

Альона Альона і Аліна Паш – українські співачки, які вже носять комбінезони з принтами українських художників та сповідують інтелектуальну моду.

Антон Скуратов – блогер, лідер думок.

Олена Лазуткіна – книжковий продюсер.

Ярослава Коба – журналіст, лідер думок.

Олександр Барабошко – лідер думок, громадський діяч та активіст, співорганізатор най масштабнішої зимової події – Дабл Трипл SnowFest, засновник "Типічний Київ".

Кількість публікацій/матеріалів – не менше 50.

Яких кількісних та якісних показників ви плануєте досягти в результаті



виконання інформаційної складової проекту?

Публікації про заходи та п'єребіг проекту висвітлені у ЗМІ та соціальних мережах:

- Кількість медіа партнерів – до 10
- Кількість публікацій у ЗМІ – 50-100
- Кількість блогерів та амбасадорів бренду, які поширюватимуть інформацію про проект – 10
- Кількість публікацій блогерів та амбасадсрів – не менше 50
- Загальна сукупна аудиторія блогерів на момент подачі заявики лише у Instagram - більше 1 мільйона підписників
- Охоплення цільової аудиторії у ЗМІ – від 10 мільйонів користувачів
- Охоплення цільової аудиторії у соціальних мережах за рахунок блогерів та амбасадсрів – більше 1 мільйона підписників
- Охоплення за рахунок рекламного бюджету – 3 мільйони
- Кількість вироблених відео матеріалів – 30
- Кількість фото матеріалів – 2 фотосесії з сумарною кількістю оброблених фотографій - не менше 200
- 3D фото - 20

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

1. Впроваджено інновації у розвиток сектору моди та дизайну – В Україні набере обертів інтелектуальна мода та мода на «інтелектуальне споживання» повсякденних речей, що стане додатковим внеском в розвиток культури «відповідального споживання» в країні. Прогресивна молодь віддаватиме перевагу не просто українським брендам, а «розумним» українським брендам, які виготовляють дещо більше, ніж одяг, а доносять до споживача певну ідею.

2. Українські бренди відомі в межах України та за кордоном – Впізнаванність бренду OVERALL і робіт сучасних українських митців зростатиме серед прогресивної молоді завдяки поширенню ідеології бренду Overall як в Україні та і за її межами через українські діаспори у всіх куточках світу.

3. Збільшено кількість споживачів українського культурного продукту – Зросте рівень обізнаності населення про сучасне українське мистецтво, зокрема серед цільової аудиторії проекту. Молоді українські митці отримають додаткову мотивацію розвиватися у своїй творчій діяльності та створювати колаборації з брендом Overall. По-перше, для привернення уваги до своєї творчості – позитивизація витворів мистецтва. По-друге,



*Анастасія Олександровна
Бражкова А.*

монетизація співпраці у вигляді отримання авторської винагороди від продажу комбінезонів (роялті) задля реінвестиції у власну творчість: організація виставок, відкриття власних майстерень, створення нових робіт тощо.

4. Український бренд OVERALL матиме вихід на міжнародні ринки модної індустрії – Завдяки успішному просуванню проєкту «OVERALL. Вдягни українське мистецтво!» і поширенню ідей інтелектуальної моди в Україні і серед української діаспори за кордоном через амбасадорів бренду та лідерів думок, український бренд налагоджуватиме зв'язки з представниками модної індустрії в інших країнах та ініціюватиме нові міжнародні проєкти з метою поширення української моди і сучасного українського мистецтва на міжнародному рівні.

5. Розвиток в Україні культури захисту прав інтелектуальної власності – шляхом поширення практики укладання Ліцензійних угод на незвиключне право використання об'єктів інтелектуальної власності в культурно-мистецькому середовищі країни.

Опишіть соціальну (супільну) цінність результатів проекту

Витвори мистецтва не мають гендерних показників, тому і ми не маємо бажання асоціювати себе з нав'язаним набором гендерних якостей. В наших комбінезонах немає явного натяку на феміністичність або маскулінність. На наш погляд, жінки можуть бути сильними, а чоловіки не приховувати своїх слабкостей. Агендерність образів проявляється у використанні прямого або розширеного силуету, у використаних деталях, таких як кишені з клапанами, запозичених з “уніформи”, поясах на різних рівнях, що дають змогу підкреслити як чоловічу так і жіночу фігури, а головне, це витвори мистецтва, що ідеально пасують як жінкам так і чоловікам. Основною ідеєю є прояв інтелекту у любові до мистецтва.

Наш проєкт також спрямований на культурний розвиток зростаючого покоління як майбутньої сучасної інтелігенції. Популяризація сучасного мистецтва підштовхне молодь до особистісного розвитку та допомагатиме розвивати творчі таланти.

Ми прагнемо спонукати суспільство долучатися до концепції інтелектуальної моди та переосмислювати функції одягу: не зважати на рівень доходу і свою гендерну належність за ним, а показувати рівень інтелектуального розвитку, свою обізнаність і сприяти розвитку українського мистецтва особисто.



Анастасія Олександрівна Тракова

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

Всі етапи підготовки та проведення заходів, фото та відео матеріали з презентації кращих робіт молодих українських художників і митців та з фінального показу колекції комбінезонів з принтами українських художників, трансляція процесу друку картин на тканинах, відшивањня колекції та прямірок, а також трансляція з показу мод будуть висвітлюватись на офіційних веб ресурсах організації та сторінках блогерів і амбасадорів бренду у соціальних мережах. Будуть організовані прямі трансляції всіх заходів у соцмережах, відео з заходів буде збережено та знаходитиметься у вільному доступі на YouTube каналі бренду Overall. Всі відео/фото матеріали, отримані в результаті проекту, будуть викладені в публічний доступ на наступних веб-ресурсах: <https://overall.kiev.ua/> <https://www.facebook.com/overall.ua> <https://www.instagram.com/overall.ua/> YouTube канал бренду Overall. Прямі ефіри фінального показу колекції транслюватимуться на сторінках у Facebook / Instagram, а гості зможуть потрапити на «живий» показ за попереднім записом. Змонтований відео-ролик (хронометраж до 3 хв.) з показу мод та 5-10 коротких вірусних відео до 30 секунд, створених на його основі, будуть розміщені на вебсайті організації / сторінках у Facebook і Instagram. Там же буде збережено трансляцію з показу наживо.

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)?

Після завершення проекту команда OVERALL планує підписати Ліцензійні договори з художниками та просувати комбінезони з їхніми картинами в Україні та за її межами. Так, ми прагнемо брати участь у європейських та українських Fashion Weeks та арт-фестивалях. Покази будуть проходити у галереях в рамках виставок художніх творів. У планах – подальша співпраця з амбасадрами бренду, просування ідеї бренду через ЗМІ та соціальні мережі.

Плани бренду не обмежуються онлайн продажами. У 2021 році ми плануємо стартувати з продажами офф-лайн у Київському ЦУМі на корнері українських дизайнерів, а також потрапити зі своїми комбінезонами до концепт-сторів у Берліні та Мілані. Довгострокова мета – представити сучасне українське мистецтво у всіх куточках світу.

Як організація-заявник планує ділитися здобутим досвідом з іншими



Агнеса Браткова

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

Бренд планує партнерства з представництвами українських діаспор у Канаді, США, Польщі, Італії та Німеччині, співпрацю з Інститутом проблем сучасного мистецтва, галереями сучасного мистецтва в Україні та світі, а також арт та фешн проектами, які мають на меті просування сучасного мистецтва у нашій країні та за її межами. Бренд буде розширювати кількість митців, з якими співпрацює, планує участь у Fashion Weeks та на модних виставках в Україні та за межами. Зокрема, по завершенню проекту OVERALL планує взяти участь у показах Ukrainian Fashion Week 2021 в Мистецькому Арсеналі. Важливе місце у просуванні напрацювань займатимуть нсві модні колаборації з топовими представниками індустрії моди та дизайну.

Команда проекту (основні виконавці)

ПІБ члена команди

Савицька Катерина Валеріївна

Роль у проекті

Дизайнер

Перелік основних обов'язків

Здійснює художнє оформлення ескізів та технічних малюнків, приймає участь в розробці колекції одягу, здійснює підбір матеріалів і фурнітури, комплектуючих одягу, здійснює за необхідності пошук підрядників для реалізації дизайнерських рішень, взаємодіє з підрядниками (швейне виробництво, виробництва по принтуванню тканин), здійснює контроль за виконанням зразків, внесенням коректив, виконанням партій, вживає інші заходи та дії що стосуються оформлення та створення дизайнерського одягу

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

100% (штатний працівник)

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Дизайнер виробів з текстилю преміум класу (Яскрава Дизайн), асистент дизайнера одягу (Mirelle), проект менеджер (французький дім моди імені Sonia Delaunay), керівник швейного виробництва (Невідомі), керівник швейного виробництва (DARICO), Байєр / категорійний менеджер (One Club, One Group), керівник дизайн суддії (Sanahunt),



Олена Олещакова А.О.

керівник швейного виробництва (Artem Smirnov)

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

Трудовий договір

ПІБ члена команди

Море́нко Крістіна Олександровна

Роль у проєкті

PR-менеджер

Перелік основних обов'язків

Складання медіа-плану проекту та пошук медіа-партнерів, пошук альтернативних шляхів просування, організація івентів, ведення перемовин із ЗМІ з приводу організації інтерв'ю із учасниками проекту, робота з журналістами, відстеження згадувань у ЗМІ пристягом проекту, ведення перемовин із ТВ з приводу зйомок під час проєкту

Зайнятість у проєкті (у відсотковому співвідношенні до зайнятості за основним місцем роботи або у інших проєктах)

100% (штатний працівник)

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Брала участь в реалізації PR-компанії Театра Олександра Меламуда, зокрема супровід прем'єрних постанов, висвітлення подій у ЗМІ, розсылка реліз, публікація інтерв'ю тощо. Працювала над проектом реновації ТРЦ DREAM TOWN в якості PR-менеджера: комунікація зі ЗМІ, проведення телевізійних зйомок в ТРЦ, формування та реалізація медіа-плану, пошук партнерів для реалізації комунікації стратегії, формування пропозицій щодо можливих інформприводів в межах реновації

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

Трудовий договір

ПІБ члена команди

Сєверсва Валентина Вікторівна



Браткова А.Д.

Роль у проекті

Бухгалтер

Перелік основних обов'язків

- Ведення бухгалтерського обліку підприємства; - ведення управлінського обліку; - контроль безготівкових платежів та операцій; - контроль документообігу підприємства; - ведення обліку в обліковій системі; - контроль наявності та дотримання умов виконання договорів; - ведення кадрового документообігу; - нарахування заробітних пла- - розрахунок, виплата налогів та інших витрат; - контроль наявності та своєчасне подання звітності до податкової служби України; - формування рахунків на оплату; - контроль наявності та формування активів здачі-прийняття робіт

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

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

На сьогоднішній день має більш ніж 23-річний досвід роботи за схемом. Серед підприємств, які складнім часом були на обліку у бухгалтера: кафе-кондитерська, інтернет-магазини товарів побуту та одягу, підприємство, основною сферою діяльності якого є театральні постановки та концертна діяльність.

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

Трудовий договір

ПІБ члена команди

Єременко Дар'я Василівна

Роль у проекті

SMM менеджер, Дизайнер цифрових малюнків

Перелік основних обов'язків

- Створення цифрових малюнків-ескізів моделей комбінезонів - Креативне розміщення картин українських митців - Лекальна розгорта комбінезона - Нанесення принту на лекала - Створення та підготовка макетів до різного типу друк - Розробка та реалізація контент плану -



Арина Орестівна А.

Написання текстів; - Розробка та реалізація медіа планів; - Ведення сторінок в соцмережах (постінг, комунікація з підписниками, обробка запитів, контроль таймінгу та регулярності виходу постів та сторінок, аналітика сторінок, підгтовка звітів, контроль роботи таргетолога, копірайт) - Розробка та створення позиціонування бренда у соціальних мережах - Робота із лідерами думок - Графічний дизайн креативів для бренда - Монтаж відео - Розробка логотипів - Розробка брендбуків

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

100% (штатний працівник)

Відповідний досвід (коротка біографічна довідка, не менше 800 знаків)

Закінчила курс по роботі в програмі Adobe Illustrator та курс з fashion ілюстрації.

Володію такими програмами як Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Premiere Pro, Figma.

Реалізовані проекти:

Медичний центр Energy Health

- Створення логотипу і брендбуку для
- Створення роздаткового матеріалу

Clear Energy:

- Створення банерів
- Створення роздаткового матеріалу
- Відеомонтаж промо роликів
- Створення pr-презентацій
- Створення логотипу, брендбуку, роздаткового матеріалу для компанії з продажу комерційних об'єктів
- координація роботи з підрядниками.

NEX Trade Consulting:

- Створення pr-презентацій
- Створення логотипу, брендбуку, роздаткового матеріалу для компанії з продажу комерційних об'єктів
- координація роботи з підрядниками.

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

Трудовий договір

Опишіть внутрішні ризики, що можуть вплинути на реалізацію проекту та



A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Анастасія Бранкова".

шляхи їх мінімізації

Ризик: Затримки у постачанні сировини – тканини і фурнітури, які можуть бути викликані карантинними обмеженнями.

Шляхи мінімізації: З метою уникнення даного ризику, організація заздалегідь здійснить закупівлю сировини для виробництва тестової колекції ксмбінезонів.

Ризик: Через нестабільну економічну ситуацію та коливання курсу національної валюти, вартість сировини та наданих послуг постачальників може зрости.

Шляхи мінімізації: В разі недостатності фінансування окремих статей кошторису в ході реалізації проєкту, будуть використані власні кошти заявника для виконання всіх запланованих заходів та досягнення поставлених цілей.

Ризик: Недотримання термінів виробництва колекції одягу та підготовки до показу мод.

Шляхи мінімізації: Команда проєкту чітко дотримуватиметься затвердженого робочого плану та в разі необхідності залучатиме власні додаткові ресурси для успішного виконання проєкту.

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

Ризик: Запровадження карантинних обмежень може вплинути на проєкт у частині проведення офлайн заходів: церемонії оголошення переможців конкурсу та показу мод.

Шляхи піддання: У такому разі заплановані активності буде переформатовано в снайн формат.

Які інструменти внутрішнього моніторингу реалізації проєкту ви будете застосовувати?

Ретельне плачування заходів в рамках проєкту та проведення щотижневих нарад команди проєкту щодо його реалізації.

Розробка комунікаційної стратегії і детального плану комунікації та щотижневий моніторинг виконання медіаплану.

Підключення моніторингової програми Infostream для відстеження проявів проєкту у реальному часі.

Налагоджена комунікація між учасниками проєкту цифровими каналами зв'язку – месенджери, е-mai..

Комунікація з Українським Культурним Фондом на всіх етапах реалізації проєкту (участь у всіх запланованих заходах).



Брагова А

Команда проєкту здійснюватиме моніторинг публікацій матеріалів у ЗМІ та соціальних мережах на сторінках організації, блогерів та амбасадорів бренду.

Кількість публікацій у ЗМІ та соціальних мережах – щонайменше 100.

Кількість постів на фейсбуку та інстаграм сторінках організації та амбасадорів бренду – щонайменше 100 .

Кількість переглядів серед цільової аудиторії – від 1 млн.

Моніторингова інформація

Кількість чоловіків у команді проєкту

0

Кількість жінок у команді проєкту

5

Кількість людей віком від 17 до 34

4

Кількість людей віком від 35 до 50

1

Кількість людей віком від 51 до 60

0

Кількість людей віком від 61 до 70

0

Кількість людей віком старше 71

0

Кількість працюючих пенсіонерів

0

Кількість людей з інвалідністю серед команди проєкту

0

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

0



Браянкова А.

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

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

0

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

0

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

0

Чи планується при реалізації проекту використовувати різні методи енергозбереження?

важко відповісти

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

Так

Декларація добroчесності

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

Так

Я, ознайомившись з Порядком проведення конкурсного відбору проектів Українського культурного фонду та Інструкцією для заявників даної програми, з вимогами Законів України «Про авторське право і суміжні права», «Про запобігання корупції» та з «Порядком повідомлення про конфлікт інтересів, що виник під час проведення конкурсного відбору та фінансування проектів за підтримки Українського культурного фонду»,



Юлія Гнаткова А.О.

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.

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

Так



 Баранова А.Д.

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

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

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

ПІБ Грантоотримувача

Браткова А.О.

Підпись



Дата заповнення

Грантоотримувач:





Додаток № 2
до Договору про надання гранту № 410261-Д8687
від "25 лютого" 2021 року

Назва конкурсної програми:
Назва ЛОТу:
Назва заявитика:
Назва проекту:
Дата початку прослуху: червень 2021
Дата завершення прослуху: жовтень 2021

Інноваційний культурний продукт
ЛОТ 6. Мода і дизайн
ФОП Брагкова Анастасія Олександрівна
OVERALL. Вдачми українське мистецтво!

Організація-донор	Фінансування прослуху, %	Фінансування проекту, Сума в грн.
РОЗДІЛ I НАДХОДЖЕННЯ		
1. Український культурний фонд	90,99%	742 900,60
2. Співфінансування:	9,01%	73566,00
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 іншіх донорів (повна назва організації)	9,01%	0,00
2.5. Власні кошти організації-заявника	9,01%	73566,00
3. Рейнвестинг (дохід отриманий від реалізації книг, квітків, програм та інших культурно-мистецьких продуктів, що створюватимуться в рамках прослуху)	0,00%	0,00
Всього по розряду "Надходження":	100,00%	816 466,60

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

Фізична особа-заявник
(підпись, підприємство)
3234219307

Браткова Анастасія Олександрівна
(підпись)
3234219307

(підпись)



Всего по статьям 2 "Вимірювання та оброблення" -								
Прият:		2.2.3 Розмеж. з глини (поглини промивані під час робот	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Платити:		2.3 Дільничні (за штампованим підтвердженням)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		2.5.1 Дільничні (за розривки на відміну осуї)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		2.5.2 Дільничні (з розривки на відміну осуї)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		2.5.3 Дільничні (за розривки на відміну осуї)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всего по статьям 3 "Обслуговування і експлуатація активів" -								
Прият:		3 Обслуговування і експлуатація активів						
Прият:		3.1 Обслуговування і експлуатація при розвідці та видобуванні						
Прият:		3.1.1 Надання послуг з підтримки та операційного моніторингу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		3.1.2 Надання послуг з підтримки та операційного моніторингу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		3.1.3 Надання послуг з підтримки та операційного моніторингу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		3.2 Проведення діагностичних та ремонтно-техніческих						
Прият:		3.2.1 Проведення діагностичних та ремонтно-техніческих	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		3.2.2 Інші навантажувальні засоби	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всего по статьям 3 "Обслуговування і експлуатація активів" -								
Прият:		4 Використання земельного ділянок						
Прият:		4.1 Офіційні будівлі/об'єкти						
Прият:		4.1.1 Офіційні будівлі/об'єкти при розвідці та видобуванні	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.1.2 Офіційні будівлі/об'єкти при розвідці та видобуванні	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.1.3 Аренда спортивного приміщення, залізничного	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.2 Орендовані майнові обладнання та інструменти	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.2.1 Надання послуг з підтримки та операційного моніторингу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.2.2 Надання послуг з підтримки та операційного моніторингу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.2.3 Надання послуг з підтримки та операційного моніторингу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.3 Оренда транспортних засобів						
Прият:		4.3.1 Оренда транспортних засобів (з експлуатацією машини/трактора, кінської сили)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.3.2 Оренда транспортних засобів (з експлуатацією машини/трактора, автомобільного транспорту, іншої техніки)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.3.3 Оренда транспортних засобів (з експлуатацією машини/трактора, автомобільного транспорту, іншої техніки)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.4 Оренда сантехнічного обладнання та засобів						
Прият:		4.4.1 Технічне обслуговування сантехнічного обладнання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.4.2 Технічне обслуговування сантехнічного обладнання	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.4.3 Надання послуг з підтримки та операційного моніторингу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.5 Інші об'єкти прописки						
Прият:		4.5.1 Надання послуг з підтримки та операційного моніторингу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.5.2 Надання послуг з підтримки та операційного моніторингу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Прият:		4.5.3 Надання послуг з підтримки та операційного моніторингу	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Всего по статьям 4 "Вимірювання та оброблення" -								
Прият:		5 Використання земель, які беруть участь у земках прокси та отримують супутні права власності						
Прият:		5.1 Гірничі та підземні						
Прият:		5.1.1 Колективні використання підземного моніторингу (підтримка промислового виробництва та підтримка відбивання робіт)	25,00	25,00	0,00	0,00	0,00	25,00
Прият:		5.1.2 Колективні використання підземного моніторингу (підтримка відбивання робіт)	80,00	80,00	0,00	0,00	0,00	80,00
Прият:		5.1.3 Пісочник з підземними складами	15,00	60,00	0,00	0,00	0,00	60,00
Прият:		5.2 Використання підземних умов						
Прият:		5.2.1 Використання підземних умов для умови (підтримка відбивання робіт)	5,00	150,00	750,00	0,00	0,00	750,00
Прият:		5.2.2 Використання підземних умов для умови (підтримка відбивання робіт)	5,00	150,00	750,00	0,00	0,00	750,00
Прият:		5.2.3 Використання підземних умов для умови (підтримка відбивання робіт)	5,00	9 050,00	46 000,00	0,00	0,00	46 000,00

Пункт:	13.4.10	Оплата за церемонійний годинник на підсвічування (рекламу)	50,00	275,00	13 750,00	0,00	0,00	0,00	0,00	13 710,00
Пункт:	13.4.11	Експозиція та логотип Одеського міжнародного фестивалю (голова відборової комісії) членам зонді для молодих українських художників та літературних антологій учасників конкурсу	3,00	1 000,00	3 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3 000,00
Пункт:	13.4.12	Соціальна внеска за здобування ЦРК підприємствами (СВД) розподілу "Між громадами"	7170,00	0,22	1 577,40	0,22	0,00	0,22	0,00	1 577,40
		Відсоток по ставці 13 "Між громадами":	167,00		317 305,80	0,00		0,00		317 305,80
		Відсоток по розподілу "Відмінне":			742 900,80		71 616,10		0,00	814 116,90
		Головний організатор			630		0,00		0,00	0,00



Фінансовий аудитор
послуги

Іван