**Аплікаційна форма проєкту втілення адвокаційної кампанії**

**Розділ 1: Вступ і короткий опис**

* 1. Назва адвокаційної кампанії

«Робота моєї мрії – в моїй громаді»

* 1. Менеджер(и) адвокаційної кампанії

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Назва молодіжної ради, посада | Електронна пошта | Контактний телефон | ПІБ |
| Молодіжна рада Широківської сільської ради Запорізького району Запорізької області, членкиня | gusakova949@gmail.com | 0996277916 | Гусакова Катерина Олексіївна |

1.3 Мета адвокаційної кампанії

Розробка «Програми підтримки сільської молоді Широківської громади» задля реалізації сприяння молодіжній політиці та стимулювання молодіжної зайнятості на території громади

1.4Перелічіть список стейкхолдерів (ключових зацікавлених сторін) та партнерів, які можуть сприяти вирішенню конкретної проблеми, яка буде адвокатуватися.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Контактна особа + контактні дані** | **Роль у проєкті** | **Партнер/Стейкхолдер** |
| Заступник директора КУ «ЦКДСМСТ»  Кислинська Ганна Олександрівна, +380676196120 | - Сприяння проведенню заходів;  - надання приміщень (центри дозвілля, молодіжний хаб);  - надання матеріально-технічної бази (комп’ютерна, копіювальна, мультимедійна техніка та доступ до Всесвітньої мережі Інтернет) | Комунальна установа «Центр культури та дозвілля, сім’ї, молоді, спорту та туризму» Широківської сільської ради Запорізького району Запорізької області (КУ «ЦКДСМСТ») |
| Заступник директора КУ «Агенція розвитку Широківської громади,  Мальцева Катерина Вікторівна,  +380660565200 | - Інформаційна допомога;  - проведення тренінгів для молоді;  - організація «Бізнес-діалогів» за участі підприємців, представників місцевого самоврядування, молоді. | Комунальна установа «Агенція розвитку Широківської громади» Широківської сільської ради Запорізького району Запорізької області |
| Головний спеціаліст відділу освіти  Батракова Марина Володимирівна,  +380972432158 | - Реалізація програми профорієнтації | Відділ освіти Широківської сільської ради Запорізького району Запорізької області |
| Головний спеціаліст відділу освіти  Батракова Марина Володимирівна,  +380972432158,  Директори закладів | - Сприяння в організації профорієнтаційних заходів серед школярів | Адміністрація і педагогічнийперсонал 8 закладів загальної середньої освіти громади |
| Головний спеціаліст відділу освіти  Батракова Марина Володимирівна,  +380972432158,  Директори закладів | - Головні бенефіціари проєкту;  - участь у заходах,онлайн опитуваннях тощо | Учні 8 закладів загальної середньої освіти громади |
| Методист по роботі з молоддю КУ «ЦКДСМСТ», членкиняМолодіжної ради.  Гусакова Катерина Олексіївна  +380996277916 | - Розроблення пропозицій, у тому числі фінансових та подання їх на розгляд Широківської сільської ради щодо необхідності прийняття «Програми підтримки сільської молоді на території Широківської громади»;  - аналіз можливості створення у 2022-2023 роках місцевого Центру (відділу) профорієнтації | Молодіжна рада Широківської сільської ради |

1.5 Хто є мішенню адвокаційної кампанії? Чи вже налагодили Ви з ними контакти?

Мішень 1 – Широківська сільська рада Запорізького району Запорізької області. Наразі є співпраця з профільними структурними підрозділами сільської ради, підтримка окремих депутатів.

Мішень 2 – Представники малого та середнього бізнесу (МСБ) на території Широківської громади. Прямі контакти відсутні. Водночас налагоджена взаємодія між суб’єктами МСБ і Широківською сільською радою. Регулярно проводяться спільні «Бізнес-діалоги», де представники місцевої влади та підприємці обговорюють проблеми громади, нагальні питання, що турбують бізнес, спільно шукають їх рішення – в межах можливостей громади.

**Розділ 2: Загальна інформація**

2.1 Опишіть ситуацію у вашій громаді, на яку спрямована адвокаційна кампанія. Які ключові проблемиіснуютьу цій галузі?Опишіть шляхи їх вирішення? Чи реалізовувались на цю тему адвокаційні акції в інших регіонах та який вони мали результат?Чи ви вже починали якісь активності у межах адвокаційної діяльності щодо вирішення вищезазначених проблем?

|  |
| --- |
| У Широківській громаді, як і в багатьох інших сільських громадах, спостерігається невтішна динаміка щодо міграції молоді на роботу в сусіднє місто (Запоріжжя) та за кордон. Під час проведення різновікових фокус-груп виявлено, що із 100% молоді: 80% - працевлаштовані в місті, 5% поїхали на заробітки закордон і тільки 15% працюють на території громади.  Загальні причини цього: відсутня комунікація між молоддю та суб’єктами малого і середнього бізнесу, переважають технічні професії, молоді люди недостатньо обізнані про можливості працевлаштування на території громади, відсутні робочі місця. Комплексне вивчення проблеми раніше не проводилось.  Для того щоб вирішити цю проблему пропонується:  **1.** Провести анкетування серед різних цільових груп, яких стосується проблема, а саме  - школярів (від 15 до 18 років) – щоб виявити обізнаність про можливості на ринку праці, оцінити мотивацію до роботи в громаді, виявити потребу в додатковому інформуванні про можливості працевлаштування та додатковій (неформальній) освіті;  -молоді (від 19 до 35 років) – щоб виявити потреби в підвищенні кваліфікації чи перепрофілювання та оцінити мотивацію до роботи в громаді;  -бізнес-партнерів/працедавців – щоб уточнити можливості розширення/відкриття бізнесу (виявити актуальні бізнес-напрямки), визначити рівень зацікавленості та потреби в молодих фахівцях (затребувані фахівці, критерії для відбору персоналу).  **2.** Провести статистичний аналіз по безробіттю молоді та існуючих вакансій в підприємствах території Широківської громади. За рахунок попередньо проведеного анкетування та зустрічей.  **3.** Налагодити діалог «молодь-влада-бізнес» шляхом створення робочої групи з вирішення проблемних питань, що стосуються створення можливостей для молоді громади, та проведення інших заходів.  **3.**Враховуючи дані опитування та напрацювання робочої групи розробити пропозиції до проєкту «Програми підтримки сільської молоді на території Широківської громади», у т.ч. включити план заходів для інформування молоді та розвитку професійних компетенцій (тренінги, екскурсії тощо).  4. Опрацювати питання створення окремого «Центру профорієнтації» («Відділу профорієнтації»).  **4.** Організувати роботу з працевлаштування молоді в Широківській громаді та здійснити заходи щодо їх популяризації серед школярів і молоді шляхом створення груп у соціальних мережах (Facebook, Telegram)та на офіційному сайті Широківської ОТГ |

2.2 Яким чином адвокаційна кампанія, яку ви плануєте, змінить поточну ситуацію у вашій громаді? Зазначте, які зміни ви очікуєте на локальному та глобальному рівні.

**Локальний рівень:** робоча група в складі «влада – молодь – бізнес», створена в ході кампанії, зможе зрушити з місця розроблення місцевої Програми підтримки сільської молоді (на сьогодні такої програми в громаді немає). Важливо, що при розробленні будуть враховані дані опитування трьох цільових груп і їхні пропозиції, у т.ч. самої молоді. Завдяки створеннюгрупу соціальних мережах (Facebook, Telegram), та розділу на офіційному сайті Широківської ОТГ з працевлаштування вдасться зібрати в одному місці дані про затребувані професії на території громади, вакансії тощо.Розроблення Програми стане також першим кроком до створення «Програми підтримки сільської молоді на території Широківської громади» ірозгляду можливості створення окремого «Центру профорієнтації» (2022-2023 рр.)

**Глобальний рівень:**вперше буде налагоджено систематичнуспівпрацювлади та бізнесу задля створення можливостей для молоді,що призведе до зменшення відтоку кадрів і збільшення відсотку працевлаштованої молоді на територій Широківської громади. Приклад цієї співпраці може стати доброю практикою для інших сільських громад України. Розроблення нового або оновлення наявного плану профорієнтаційних заходів із включенням в нього бізнес-тренінгів дозволить школярам дізнатися більше про можливості відкриття в майбутньому власного бізнесу в різних сферах (садиб сільського «зеленого» туризму, реалізація крафтової продукції, виробів декоративно-прикладного мистецтва, товарів легкої промисловості).

**Розділ 3: Результати втілення адвокаційної кампанії**

3.1 Чітко і конкретно опишіть результати адвокаційної кампанії.

**1.** Опитано не менше 150 представників шкільної молоді, 100молоді 19-35, 50 представників бізнесу. Результати опитування презентовані публічно під час круглого столу.

**2.** Участь у круглому столі взяли не менше 20 осіб (враховуючи карантинні обмеження), у т.ч. представники виконкому Широківської сільської ради, депутати, підприємці,представники молоді, Молодіжної ради.

**3.** Створена робоча група (комітету) в складі «молодь – влада – бізнес» для пошуку рішень з проблемних питань, що стосуються розширення можливостей для молоді в громаді.

**4.** Розроблені пропозиції до виконкому сільської ради щодо розробки місцевої Програми підтримки сільської молоді, де зокрема буде запропоновано план інформаційних заходів і заходів неформальної освіти.

**5.** Створені групи у соціальних мережах (Facebook, Telegram) та розділ на офіційному сайті Широківської ОТГ з працевлаштування молоді Широківської громади.

**6.** Налагоджено співпрацю «влада – бізнес» задля вирішення актуальних проблем молоді громаді.

**7.**Створення та популяризація серед молоді гасла «Працевлаштування в селі – це модно!».

**8.** Опубліковано не менше 8 публікацій на тему кампанії у ЗМІ громади, на сайті громади та партнерів.

3.2 Як саме заплановані заходи / компоненти адвокаційної кампанії забезпечать досягнення очікуваних результатів?

1. Анкетування серед цільових груп: школярі, молодь, підприємці.(Одними з питань анкети буде: «Чи хоче молодь працювати в Широківській громаді»; «Які вміння та навички хоче отримати молодь поза межами шкільної програми?»; «Які заходи з неформальної освіти хоче відвідувати?»)

# 2. Проведення статистичного аналізу по виявленню рівня безробіття молоді і існуючих вакансій в Широківській ОТГ. За рахунок попередньо проведеного анкетування.

3.Круглий стіл з презентацією та обговоренням результатів анкетування – за участі представників Широківської сільської ради, відділу освіти, бізнесу, Молодіжної ради та власне молоді.

4. Засідання Молодіжної ради з напрацюванням пропозицій до Широківської сільської ради.

5. Моніторинг напрацювань робочої групи, розроблених пропозицій до проєкту «Програми підтримки сільської молоді території Широківської громади».

Пропозиції щодо створення окремого «Центру профорієнтації» молоді (2022-2023 рр.)

6. Розробка та адмініструваннягруп у соціальних мережах (Facebook, Telegram) та розділу на офіційному сайті Широківської ОТГ з працевлаштування молоді на території Широківської громади.

7. Активне висвітлення заходів кампанії на сторінках учасників і партнерів у соцмережах, у ЗМІ.

8. Інформування про хід кампанії, а в подальшому – про навчальні та професійні можливості безпосередньо в начальних закладах (інформаційні стенди).

**Розділ 4: План адвокаційної кампанії**

4.1 Опишіть всі заплановані заходи / компоненти адвокаційної кампанії.

*Примітка: ви можете додавати/прибирати рядки відповідно до запланованої вами діяльності в межах адвокаційної кампанії.*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. **Завдання: Провести опитування серед 3-х цільових груп.** | | | | | |
| № | Конкретні дії:  (Що робимо?) | Інструменти/ методи | Необхідні ресурси | Відповідальна особа | Дата виконання |
| **1.1** | Проведення анкетування (онлайн) серед 3-х цільових груп:  - школярі 14-17;  - молодь 19-35 років;  - працедавці. | Онлайн-опитування, поширення е-форм у соцмережах, за особистими контактами | Доступ до Інтернету  Ручки  Волонтери для проведення реклами опитувань | Секретар МР, фахівці відділу освіти,  КУ «ЦКДСМСТ» | 01.03.2021 |
| **1.2** | Опрацювання результатів, підготовка презентацій | Систематизація даних, створення діаграм, підготовка РРТ-презентації | Комп’ютер,  доступ до Інтернету, отримані дані анкетування | Секретар МР, фахівці відділу освіти,  КУ «ЦКДСМСТ» | 09.03.2021 |
| **1.3** | Проведення статистичного аналізу по безробіттю молоді і існуючих вакансій в Широківській ОТГ. За рахунок попередньо проведеного анкетування. | Систематизація даних, створення діаграм, підготовка РРТ-презентації, статистичні данні | Комп’ютер,  доступ до Інтернету, отримані дані анкетування | Секретар МР, фахівці відділу освіти,  КУ «ЦКДСМСТ» | 15.03.2021 |
| **1.4** | Організація круглого столу за участі представників місцевої влади, бізнесу, молоді. | Презентація та обговорення даних опитування і статистичний аналіз.  Виступи представників цільових груп  Визначення і фіксація ключових проблем  Складання протоколу круглого столу або аналогічного документу | Екран, проєктор, ноутбук,  кава-брейк,  роздаткові презентаційні матеріали | Фахівці КУ «Агенція розвитку Широківської громади», КУ «ЦКДСМСТ»,  Голова Молодіжної ради | 19.03.2021 |
| 1. **Завдання: Створити робочу групу в складі «молодь – влада – бізнес» для обговорення й пошуку рішень з проблемних питань, що стосуються розширення можливостей для молоді в громаді** | | | | | |
| № | Конкретні дії: | Інструменти/ методи | Необхідні ресурси | Відповідальна особа | Дата виконання |
| **3.1** | Створення робочої групи (комітету) з працевлаштування молоді в громаді в складі «молодь – влада – бізнес» (онлайн чи офлайн). | Запрошення (делегування) представників влади, бізнесу, молоді | Контакти представників цільових груп | Менеджер кампанії, голова Молодіжної ради | 19.03.2021 |
| **3.2** | Засідання робочої групи, планування спільних дій щодо створення можливостей для молоді в громаді (онлайн чи офлайн) | Обговорення, розроблення пропозицій та плану | Місце для проведення заходу (бізнес-хаб у с. Широке)  Роздаткові матеріали  Презентація результатів опитувань  Протокол круглого столу або аналогічний документ | Менеджер кампанії, голова Молодіжної ради | 23.03.2021 |
| 1. **Завдання: формування пропозицій щодо розроблення місцевої програми підтримки сільської молоді Широківської громади** | | | | | |
| № | Конкретні дії: | Інструменти/ методи | Необхідні ресурси | Відповідальна особа | Дата виконання |
| **4.1** | Опрацювання результатів робочої групи (комітету) та пропозиції до проєкту Програми підтримки сільської молоді | Робота з документами (напрацювання робочої групи)  Обговорення | Місце для роботи, ноутбук, екран/проєктор, напрацювання робочої групи | Менеджер кампанії  Голова Молодіжної ради, секретар робочої групи | 25.03.2021 |
| **4.2** | Формування пропозицій Молодіжної ради громади до проєкту Програми (онлайн чи офлайн) | Розроблення та затвердження пропозицій  Подання виконкому на розгляд | Місце для роботи, ноутбук, екран/проєктор, напрацювання робочої групи | Голова та члени Молодіжної ради | 25.03.2021 |
| 1. **Створення сайту з працевлаштування та висвітлення в ЗМІ** | | | | | |
| **5.1** | Регулярне поточне висвітлення подій і заходів кампанії на фейсбук-сторінках учасників і партнерів. | Підготовка публікацій (дописів), поширення на особистих сторінках, офіційних сторінках громади та партнерів | Дані про проведені заходи, відгуки учасників | Менеджер кампанії | Протягом реалізаціїпроєкту |
| **5.2** | Висвітлення заходів у газеті «Широківська громада інформує» | Підготовка публікацій, запрошення журналістів газети | Прес-релізи чи інші публікації для ЗМІ  Контакти редакції | Менеджер кампанії | Згідно Графіку друку газети |
| **5.3** | Створення груп у соціальних мережах (Facebook, Telegram), та розділу на офіційному сайті Широківської ОТГ з працевлаштування на території Широківської громади | Залучення спеціаліста, щодо реклами в соціальних мережах,наповнення основних рубрик | Спеціаліст зі створення сайту  Хостинг/домен  Дані для наповнення основних рубрик | Менеджер кампанії | 30.03.2021 |

**Розділ 5: Просування (promotion), моніторинг, оцінка й звітність адвокаційної кампанії**

5.1 Опишіть ключові повідомлення вашої адвокаційної кампанії, а також те, як саме ви будете їх просувати (напр. через партнерів, вебсайти, засоби масової інформації та ін.)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Хто є вашою аудиторією і чого вона прагне? | До якої дії ми закликаємо аудиторію? | Ключові повідомлення | Канали комунікації |
| 1 | Діти (від 15 до 18 років) – обрання майбутньої професії | Сприяти свідомому обранню майбутньої професії якомога більшої кількості респондентів | «Знайди себе – обери, чим ти хочеш займатися!» | - анкетування (онлайн);  - Молодіжна рада;  - місцева газета «Широківська громада інформує…»;  - група в соцмережі «Фейсбук» - «Молодь Широківської громади»;  -окремігрупі у соціальних мережах (Facebook, Telegram), та розділ на офіційному сайті Широківської ОТГ з працевлаштування на території Широківської громади |
| 2 | Молодь (від 19 до 35 років) – працевлаштуватися, або відкрити власний бізнес на території Широківської громади | Знайти роботу, або відкрити власний бізнес на території Широківської громади | «Працевлаштування в селі – це модно!» | - анкетування (онлайн);  - Молодіжна рада;  - місцева газета «Широківська громада інформує…»;  - фейсбук-сторінка Широківської громади;  - група в соцмережі «Фейсбук» - «Молодь Широківської громади»;  - окремігрупи у соціальних мережах (Facebook, Telegram), та розділ на офіційному сайті Широківської ОТГ з працевлаштування на території Широківської громади |
| 3 | Місцева влада | Ініціювати створення робочої групи та розроблення місцевої програми підтримки сільської молоді | «Створюємо можливості для молоді разом!» | - Робочі зустрічі та звернення (онлайн або офлайн);  - подання пропозицій. |
| 4 | Місцевий бізнес | Долучитися до опитування, круглого столу та робочої групи | «Створюємо можливості для молоді разом!» | - Анкетування(онлайн);  - особисті зустрічі-перемовини(онлайн або офлайн);;  - спілкування через посередників (Агенція розвитку). |

5.2 Яким чином буде відстежуватись ефективність втілення адвокаційної кампанії? Опишіть систему для моніторингу та оцінки, звітності по втіленій адвокаційній кампанії.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Завдання | Індикатор оцінки | Методи збору та джерела інформації | Частота збору інформації |
| 1. Провести опитування серед 3-х цільових груп. | - Кількість респондентів у кожній з цільових груп | - Заповнені анкети  - Презентації результатів | За підсумками виконання |
| 2. Створити робочу групу в складі «молодь – влада – бізнес» для обговорення й пошуку рішень з проблемних питань, що стосуються розширення можливостей для молоді в громаді | - Кількість учасників робочої групи з різних цільових груп  - Визначені основні проблемні питання  - Напрацьовані пропозиції рішень до основних проблемних питань | - Положення або інший документ про створення РГ  - Протоколи зустрічей робочої групи | За підсумками виконання |
| 3. Формування пропозицій щодо розроблення місцевої програми підтримки сільської молоді Широківської громади | - Враховані пропозиції комітету ()робочої групи) та Молодіжної ради | - Проєкт заходів Програми | За підсумками виконання |
| 4.Проведення статистичного аналізу по рівню безробіття молоді і існуючих вакансіях в Широківській ОТГ. За рахунок попередньо проведеного анкетування. | - Зведений статистичний аналіз (дані про кількість безробітної молоді в ОТГ, існуючі вакансії в ОТГ) | -Обробкаданих попередньо проведеного анкетування. | За підсумками виконання |
| 5. Створення груп у соціальних мережах (Facebook, Telegram), та розділу на офіційному сайті Широківської ОТГ з працевлаштування на території Широківської громади | - Макет груп;  - Загальна інформація  - Рекламна компанія, для залучення більшої кількості людей. | - Групи у соціальних мережах (Facebook, Telegram)та розділ на офіційному сайті Широківської ОТГ | Березень |
| 5. Привернення уваги ЗМІ, висвітлення заходів кампанії | - Кількість публікацій | - ЗМІ, соцмережі | Щодватижні |

**Розділ 6: Бюджет адвокаційної кампанії та фінансування з інших ресурсів**

6.1 Напишіть детальний бюджет адвокаційної кампанії, **включаючи грошові і не-грошовівнески від усіх партнерів** (в гривнях для кожної категорії), включаючи внесок від Британської Ради. **Зверніть увагу на те, що фінансування від Британської Ради може не покривати повністю загального бюджету проєкту.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Всього по проєкту, грн. | Фінансування від інших партнерів (вказати яких) | Фінансування від Британської Ради | Кількість одиниць | Вартість одиниці, грн. | Назва категорії |
| 4000 | - | 4000 | 1 | 4000 | Розробка діджитал-версії інфоматеріалів  (окремий розділ на офіційному сайті Агенції розвитку Широківської ОТГ щодо наявних вакансії, профорієнтаційних заходів, корисних посилань тощо) |
| 4500 | - | 4500 | 1 | 4500 | Розробка (+дизайнерські послуги) каталогу підприємств Широківської ОТГ |
| 498 | - | 71,40  198  88,57  112,20  27,20 | 20  20  1  6 шт  2шт | Ручки 3,57  Блокноти 9,90  Папір для фліпчарту (уп.) 88,57  Маркери 18,70  Стікери 13,60 | Канцелярське приладдя |
| 1200 | - | 1200 | 20 | 60 | Брейк-кава |
| 7500 | - | 7500 | 3 | 2500 | Професійні послуги для втілення адвокації  Оплата навчання від професійних тренерів:   * Голови ГО «YES», регіональної представниці програми «Долучайся» в Запорізькій області Валерії Овчарової. («Реалізація молодіжної політики на місцевому рівні»); * Експертині з питань лідерства та розвитку підприємництва, Керівниці ГО «Інститут громадянського розвитку «Ортега-і-Гасет» НаталіїЛалабекової. («Лідерські компетентності», «Підприємницькі навички»).   (Оплата проведення тренінгового навчання) |
| 15300 |  | 15300 | 1 | 15300 | Послуга з розробки 3-х онлайн Анкет та обробки статистичних даних.  Заробітна плата спеціалісту.  Залучення спеціалізованої організації (ФОП). |
| - | КУ «Агенція розвитку Широківської ОТГ» | - | - | - | Адміністрування розділу на офіційному сайті Агенції розвитку Широківської ОТГ щодо наявних вакансії, профорієнтаційних заходів, корисних посилань тощо) |
| 1584,60 | 1584,60  КУ «ЦКДСМСТ» | - | 60 л | 26,41 | Транспортні витрати для здійснення місцевих поїздок |
| - | Внесок у не-грошовій формі | - | - | - | Проєктор + екран для публічних заходів |
| - | Внесок у не-грошовій формі | - | - | - | Ноутбук |
| - | Внесок у не-грошовій формі | - | - | - | Приміщення для проведення заходів |
| **34582,60** | **1584,60** | **32998** |  |  | **Разом, грн..** |

**Максимальна сума фінансування однієї адвокаційної кампанії в рамках конкурсу становить – 38,000.00 грн.**

**Захист персональних даних**

Британська Рада буде використовувати інформацію, яку ви надаєте у зв'язку з обробкою вашої реєстраційної форми. Правова база для обробки вашої інформації - це погодження з нашою [політикою конфіденційності.](http://www.britishcouncil.org.ua/privacy-terms)Британська Рада дотримується закону про захист даних Великобританії та законів інших країн, які відповідають міжнародним стандартам. Інформація з цієї форми може бути передана Агенції сталого розвитку «Хмарочос», що опікуватиметься адмініструванням проєктів, підтриманих у рамках цього конкурсу. Ви маєте право вимагати копію інформації про вас, якою ми володіємо, і право вимагати від нас виправлення будь-яких неточностей у цій інформації. Якщо у вас виникли побоювання щодо використання вашої особистої інформації, ви також маєте право подати до нас спеціальний запит.Для отримання детальної інформації, будь ласка, зверніться до розділу про конфіденційність нашого веб-сайту [www.britishcouncil.org/privacy](http://www.britishcouncil.org/privacy), завітайте до місцевого офісу Британської Ради або зверніться до нас за електронною адресою[info@britishcouncil.org.ua](mailto:info@britishcouncil.org.ua).Ми зберігатимемо вашу інформацію протягом 7 років з моменту збору.