

**МЕМОРАНДУМ**  
**о взаимодействии с целью предотвращения рисков**  
**недобросовестных сборов денежных средств,**  
**осуществляемых посредством распространения социальной рекламы**

г. Москва

Координационный совет по социальной рекламе и социальным коммуникациям при Общественной палате Российской Федерации (далее – Координационный совет) и присоединившиеся к настоящему Меморандуму в установленном в нем порядке: некоммерческие, в том числе благотворительные, организации, а также иные третьи лица – инициаторы производства и распространения социальной рекламы, содержащей информацию о сборе денежных средств (далее – Рекламный материал), а также рекламопроизводители и рекламораспространители Рекламного материала (далее – Участники Меморандума, Рекламодатели, Рекламопроизводители, Рекламораспространители соответственно),

принимая во внимание готовность Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации поддержать инициативу Координационного совета и Участников Меморандума,

учитывая функцию Координационного совета по организации системного взаимодействия Общественной палаты Российской Федерации (далее – Общественная палата), некоммерческих организаций, средств массовой информации, органов государственной власти, органов местного самоуправления, экспертных организаций и профессиональных сообществ в сфере развития института социальной рекламы в Российской Федерации,

осознавая важность развития благотворительности в Российской Федерации,

отмечая значительное увеличение инициативного участия в ней граждан и иных лиц, в том числе через осуществление денежных пожертвований на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, в том числе на решение социальных проблем лиц,

оказавшихся в трудной жизненной ситуации, их лечение, охрану окружающей среды, помощь животным, поддержку культуры, искусства,

принимая во внимание обширный опыт и практику Координационного совета по оказанию содействия некоммерческим организациям в выборе способов и методов распространения социальной рекламы и построении оптимальных социальных коммуникаций, а также Рекламопроизводителей, Рекламодателей, Рекламораспространителей – в сфере производства и распространения социальной рекламы,

вместе с тем, наблюдая значительный рост фактов мошенничества, злоупотребления доверием граждан и иных лиц при внесении ими пожертвований, откровенной спекуляции на горе людей и манипулировании их сознанием,

достигли понимания о нижеследующем:

## **I. Цель Меморандума**

Целями настоящего Меморандума являются:

а) предотвращение случаев недобросовестных сборов денежных средств для достижения благотворительных и иных общественно полезных целей при распространении Рекламных материалов;

б) предотвращение рисков, наносящих репутационный вред как добросовестным участникам благотворительной деятельности, инициирующим сбор пожертвований на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, так и Рекламопроизводителям, Рекламодателям, Рекламораспространителям Рекламных материалов;

в) обеспечение взаимодействия Координационного совета с Участниками Меморандума, а также с уполномоченными органами государственной власти по вопросам предотвращения недобросовестных сборов денежных средств, сбор которых осуществлялся посредством распространения Рекламных материалов.

## **II. Сотрудничество в рамках Меморандума**

2. В целях реализации основных положений настоящего Меморандума Координационный совет и Участники Меморандума вправе:

2.1. Осуществлять взаимодействие путем взаимного обмена информацией, в том числе в целях предотвращения рисков, связанных с недобросовестным сбором денежных средств, информация о котором распространяется посредством размещения Рекламных материалов.

2.2. Проводить мероприятия или принимать участие в мероприятиях, организуемых Координационным советом и (или) Участниками Меморандума, направленных на повышение уровня информированности и грамотности общества по вопросам определения достоверности Рекламных материалов о сборе пожертвований (например, обучающие семинары и вебинары, размещение на постоянной основе на открытых ресурсах в информационно–телекоммуникационной сети «Интернет» информации и материалов по данной тематике и т.д.).

2.3. Принимать участие в профессиональной оценке и экспертизе проектов законодательных и иных нормативных правовых актов, регулирующих вопросы производства и распространения Рекламных материалов.

В этих целях Координационный совет в пределах своих полномочий информирует Участников Меморандума о проведении таких мероприятий, направляет Участникам Меморандума проекты соответствующих законодательных и иных нормативных правовых актов, готовит с учетом позиции Участников Меморандума предложения к ним и представляет их в Общественную палату.

2.4. Сотрудничество Координационного совета и Участников Меморандума в рамках настоящего Меморандума осуществляется на безвозмездной основе.

2.5. Все действия, предусмотренные в настоящем Меморандуме, Участники Меморандума осуществляют за счет собственных средств без взимания платы.

2.6. Координационный совет и условия Меморандума устанавливает, что заключение меморандума не влечет за собой возникновения финансовых обязательств и любых иных обязательств.

### **III. Деятельность в рамках Меморандума**

3.1. При реализации положений настоящего Меморандума Координационный совет и Участники Меморандума руководствуются требованиями действующего законодательства Российской Федерации.

3.2. Участники Меморандума считают важным использовать в своей деятельности по распространению Рекламных материалов все доступные механизмы и инструменты, соответствующие действующему законодательству Российской Федерации и способствующие достоверному информированию граждан и иных лиц о целях сбора денежных средств и снижению рисков, указанных в разделе I и пункте 2.1 раздела II настоящего Меморандума.

3.3. Рекламопроизводители и Рекламораспространители для достижения целей, указанных в разделе I и пункте 2.1 раздела II настоящего Меморандума, вправе проводить проверку информации о Рекламодателе, а также сведений, включенных в Рекламный материал, который предлагается Рекламодателем к распространению в целях сбора денежных средств.

3.4. Для достижения целей, указанных в разделе I, пункте 2.1 раздела II и пункте 3.3 раздела III, установления добросовестности Рекламодателя и подтверждения сведений, включенных в Рекламный материал, Рекламопроизводители и Рекламораспространители вправе применять Рекомендации, прилагаемые к настоящему Меморандуму, которые учитывают опыт Участников Меморандума и содержат примерный перечень документов для проверки достоверности информации, включенной

в Рекламный материал. Перечень документов, содержащийся в Рекомендациях, не является исчерпывающим.

Рекламопроизводители и Рекламораспространители вправе не ограничиваться способами установления добросовестности Рекламодателя и достоверности сведений, включенных в Рекламный материал, предусмотренными в настоящем пункте Меморандума.

Рекламопроизводители и Рекламораспространители с целью проверки Рекламодателя и сведений, включенных в Рекламный материал, вправе предпринимать иные действия в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации, в том числе регулирующим отношения в сферах защиты нематериальных благ, прав и интересов несовершеннолетних граждан, рекламы и средств массовой информации.

3.5. Рекламодатели для достижения целей, указанных в разделе I и пункте 2.1 раздела II настоящего Меморандума, соглашаются добросовестно предоставить по запросу Рекламопроизводителей и (или) Рекламораспространителей информацию и документы, необходимые для подтверждения их добросовестности и достоверности сведений, включенных в Рекламный материал.

3.6. В случае если у Рекламопроизводителей и (или) Рекламораспространителей возникли сомнения в добросовестности Рекламодателя – некоммерческой, в том числе благотворительной, организации или иного третьего лица, Участники Меморандума вправе обратиться в Координационный совет для получения сведений и подготовки заключения об этом Рекламодателе.

Координационный совет в ответ на запрос Рекламопроизводителя или Рекламораспространителя в пределах полномочий, установленных Положением о Координационном совете по социальной рекламе и социальным коммуникациям при Общественной палате Российской Федерации, утвержденным решением совета Общественной палаты от 6 февраля 2018

года № 9–С, направляет Участнику Меморандума заключение, в котором выражает свое мнение о добросовестности Рекламодателя.

3.7. Координационный совет предпринимает меры, направленные на информирование максимально широкой аудитории о настоящем Меморандуме.

Участники Меморандума также имеют право информировать о Меморандуме и возможностях присоединения к нему все заинтересованные стороны.

#### **IV. Порядок присоединения к Меморандуму**

4.1. Рекламодатели – инициаторы производства и распространения Рекламных материалов, содержащих информацию о сборе денежных средств, их Рекламопроизводители и Рекламораспространители вправе в любое время присоединиться к настоящему Меморандуму путем направления в Координационный совет уведомления о присоединении к настоящему Меморандуму.

4.2. Координационный совет организует размещение перечня Участников Меморандума на официальном сайте Общественной палаты Российской Федерации в информационно–телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сайт Общественной палаты).

При изменении состава Участников Меморандума Координационный совет вносит соответствующие изменения в перечень, размещенный на сайте Общественной палаты.

4.3. Участник Меморандума в любой момент вправе выйти из состава Участников Меморандума путем направления уведомления в адрес Координационного совета.

#### **V. Действие Меморандума**

5.1. Настоящий Меморандум вступает в силу с момента его размещения на сайте Общественной палаты и действует без ограничения срока.

5.2. Участники Меморандума имеют право вносить в Координационный совет предложения об изменении и дополнении положений настоящего Меморандума.

Изменения в настоящий Меморандум и дополнения к нему вносятся Координационным советом при условии одобрения всеми Участниками Меморандума.

Все изменения в настоящий Меморандум и дополнения к нему, внесенные в соответствии с настоящим Меморандумом, являются его неотъемлемыми частями и размещаются на сайте Общественной палаты.

## **РЕКОМЕНДАЦИИ**

**по проверке информации о рекламодателе – инициаторе производства и распространения социальной рекламы, содержащей информацию о сборе денежных средств в благотворительных и иных общественно полезных целях, и сведений, включенных в такие рекламные материалы**

### **Перечень документов, которые рекомендуется запрашивать у Рекламодателей**

#### **I. До начала сотрудничества**

Примерный перечень документов для проверки:

1. Копия устава в действующей редакции (рекомендуется проверить наличие в уставе Рекламодателя (юридического лица) целей благотворительной деятельности, в том числе оказания помощи физическим лицам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации или нуждающимся в лечении).
2. Документы (протокол/решение), подтверждающие полномочия руководителя Рекламодателя (юридического лица).
3. Выписка из Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ).
4. Документ, выданный кредитной организацией, подтверждающий реквизиты счета Рекламодателя, предназначенного для сбора средств.
5. Документы, подтверждающие отсутствие задолженностей Рекламодателя по налогам и сборам, иным обязательным платежам.
6. Справка о том, что Рекламодатель не находится в процессе реорганизации (ликвидации), не является стороной в судебном процессе, а также о том, что против учредителей и членов органов управления не возбуждены уголовные дела в сфере мошенничества, присвоения и растраты.
7. Проект публичной оферты о заключении договора пожертвования, которая будет размещена на сайте Рекламодателя в информационно–телекоммуникационной сети «Интернет», адрес сайта.



8. Письмо в свободной форме, выполненное на бланке Рекламоателя (некоммерческой организации), подтверждающее сдачу отчетности в Минюст России за последние три года.

9. Справка Рекламоателя, содержащая отчет о целевом использовании пожертвований, собранных за весь период деятельности Рекламоателя.

10. Иные документы.

**II. В случае если социальная реклама содержит информацию о «коротком телефонном номере» для сбора средств**  
Примерный (минимальный) перечень документов для проверки:

1. Заявление Рекламоателя (в случае, если Рекламоатель – юридическое лицо), подписанное полномочным представителем юридического лица о том, что номер телефона, используемый для сбора средств, не используется для ведения дистанционной продажи, для распространения информации о товарах (работах, услугах), реклама которых запрещена (ограничена).

2. Документальное подтверждение безвозмездности звонков для лиц, имеющих намерение оказать материальную помощь.

3. Реквизиты Рекламоателя, реквизиты лиц, в пользу которых планируется осуществлять сбор средств (их представителей), а также копии паспортов (документов, удостоверяющих личность) указанных лиц.

4. Согласия на обработку персональных данных, подписанные лицами, в пользу которых планируется осуществлять сбор средств (их представителей).

5. Бухгалтерский баланс с приложениями, в том числе отчет о целевом использовании средств, за предшествующий год.

6. Документ, подтверждающий фактическое местонахождение Рекламоателя (может быть выполнен в форме письма в свободной форме на бланке организации).

7. Иные документы.

**III. При оценке социальной рекламы, содержащей упоминания о физических лицах, нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи**

Примерный (минимальный) перечень документов для проверки:

1. Официальные документы, выданные медицинской организацией и подтверждающие необходимость проведения лечения лица, в пользу которого планируется осуществлять сбор средств.

Таковыми могут быть медицинские заключения, которые выданы лицами, обладающими лицензиями на осуществление медицинской деятельности, выданные соответствующим лицензирующим органом, копии которых заверены в установленном законом порядке.

2. Подтверждение медицинской организации о готовности проведения лечения, оформленное на официальном бланке.

3. В случае осуществления лечения за границей: обоснование необходимости лечения в иностранных медицинских организациях.

4. Письменное согласие гражданина, нуждающегося в лечении (его представителя), на разглашение сведений, составляющих врачебную тайну.

5. В отношении физического лица, нуждающегося в лечении:

– согласие на обработку персональных данных;

– согласие на использование изображения физического лица, содержащегося в социальной рекламе.

В случае если таким физическим лицом является несовершеннолетний, в зависимости от его возраста, подобные разрешения выдаются:

– до 14 лет – законными представителями несовершеннолетнего;

– от 14 до 18 лет – лично самим несовершеннолетним, но с согласия его законных представителей.

6. Копия лицензии на осуществление медицинской деятельности, заверенная в установленном законом порядке. В отношении иностранных медицинских организаций копии лицензий должны быть переведены на русский язык и удостоверены в установленном законодательством Российской Федерации порядке.

7. Иные документы.