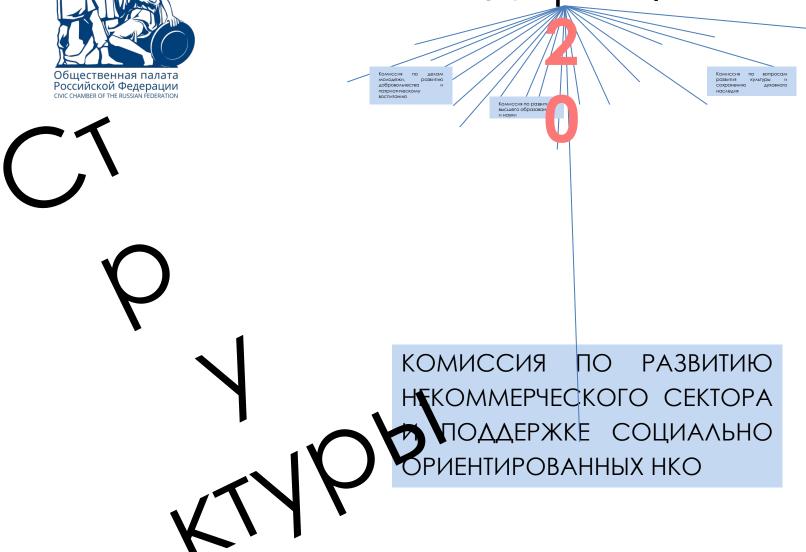


ДОКЛАД

¹2020)

Общественная Палата Российской Федерации





ЕЛЕНА АНДРЕЕВНА ТОПОЛЕВАСОЛДУНОВА Председатель комиссии

Комиссия по развитию некоммерческого сектора и поддержке социально ориентированных НКО



Российской Федерации

НАПРАВЛЕНИЯ

снижение барьеров для выхода СО НКО на рынок соц.услуг

мониторинг НКО как «исполнителей общественно полезных услуг»

содействие прозрачности СО НКО для доверия граждан к ним

помощь в развитии ТОС и НКО в муниципалитетах

РЕЗУЛЬТАТЫ

• Минюст России учел предложения общественников в рекомендациях по отчетности для НКО

Мораторий на предоставление отчетов НКО об иностранном финансировании жертвователей продлен до 15 июля. Министерство юстиции РФ опубликовало рекомендации по заполнению и предоставлению в ведомство и его территориальные органы отчетов о деятельности некоммерческих организаций. Они направлены на максимальную адаптацию НКО к изменениям в законодательстве, касающимся расширения понятия «иностранные источники» финансирования.

В документе продлен мораторий на предоставление отчетов НКО об иностранном финансировании их жертвователей до 15 июля 2021 г. Там также уточняются требования к отчету о деятельности НКО и сведениям о составе ее руководства, уведомлении о расходовании и объеме средств, полученных от международных и иностранных организаций.

Глава ОП РФ приветствует тот факт, что Минюст в своих рекомендациях исходит из презумпции законности и добросовестности деятельности некоммерческих организаций и их контрагентов.

«Общественная палата и далее готова выступать в качестве площадки для диалога между третьим сектором и органами власти», — подчеркнула Лидия Михеева.



Елена Тополева-Солдунова отметила, что в рекомендациях были полностью учтены консолидированные предложения, разработанные Общественной палатой РФ, Советом по вопросам попечительства в социальной сфере и СПЧ.

Год действия Меморандума против мошенничества под видом социальной рекламы

14 февраля 2021, исполнился год с того момента, как крупные СМИ и НКО подписали Меморандум о взаимодействии с целью предотвращения рисков недобросовестных сборов денежных средств, осуществляемых посредством распространения социальной рекламы. Это стало возможным благодаря усилиям Координационного совета по социальной рекламе и социальным коммуникациям при Общественной палате РФ.

- В рамках программы были осуществлены действия, направленные на предотвращение случаев недобросовестных сборов денежных средств для достижения благотворительных и иных общественно полезных целей при распространении Рекламных материалов:
- **предотвращение** рисков, наносящих репутационный вред;
- обеспечение **взаимодействия** Координационного совета с Участниками Меморандума.



"цитатный слс

«Социальную рекламу, размещенную за деньги, никто не обязан проверять. То есть рекламодатель пришел, заплатил, и его социальная реклама пошла. Никто не должен проверять ее с точки зрения добросовестности — даже при желании ее сложно запретить».



«Существует много скандалов, связанных со сбором частных средств, в том числе и через социальную рекламу. Благотворительные организации предпринимают много усилий, чтобы договориться о правилах честной игры. На наш взгляд, будет правильным, если эти правила поддержат все» — Елена Тополева-Солдунова.

Мошенники-псевдоблаготворители, обманывая одних, подрывают веру общества в настоящие благотворительные проекты. Для борьбы с недобросовестной социальной рекламой эксперты ОП РФ предлагают благотворительным организациям присоединиться к специально разработанному меморандуму, гарантирующему прозрачные правила игры. Подробнее о новом документе — по ссылке: https://oprf.ru/press/news/2019/newsitem/51130



Сбор средств через социальную рекламу: как избежать мошенничества

oprf.ru



Общественная палата РФ

20 ноя 2019

«Социальная реклама— это инструмент, побуждающий людей к ответственному гражданскому поведению»— Елена Тополева-Солдунова.

В современных условиях социальной рекламе приходится конкурировать с коммерческой, политической и просто учиться быть заметной на фоне колоссального количества информации, окружающей человека. Как сделать соцрекламу более эффективной и доступной, обсудили на международной конференции, проходящей в ОП РФ:

https://oprf.ru/press/news/2019/newsitem/51571



Доброшрифт и жизнь в стиле «Ноль отходов»: когда социальная реклама становится эффективной www.oprf.ru



Общественная палата РФ

29 сен 2020

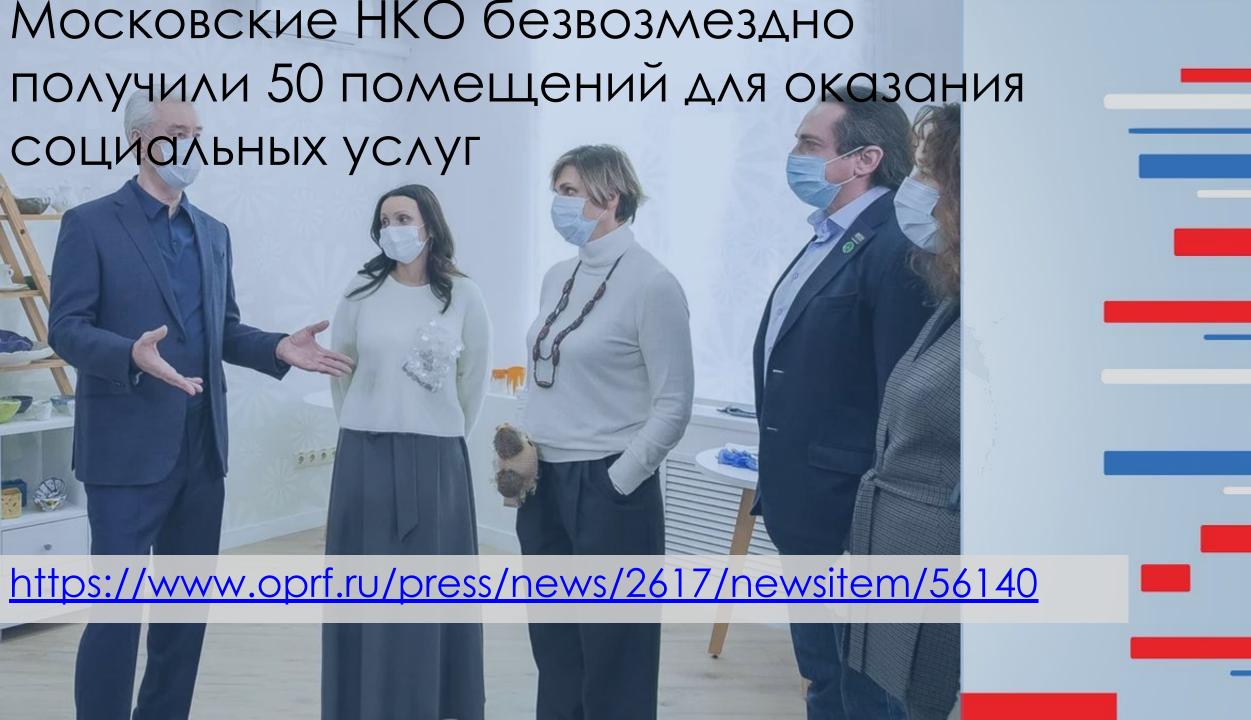
«Почему нужна социальная реклама, особенно ярко показал период пандемии: именно в это непростое время появилась взрывная волна социальных инициатив, проектов, которые были предложены некоммерческими организациями. И именно в это время интернет-площадки протянули руку помощи этим инициативам» — Елена Тополева-Солдунова.

Представители НКО и компаний «Яндекс», Rambler Group и Mail.ru Group подписали меморандум о социальной рекламе в интернете. Одним из его подписантов и гарантов выступила ОП РФ. Участники выразили надежду, что меморандум положит начало тренду на сотрудничество российских общественных организаций и площадок Рунета. Как принятый документ скажется на развитии отечественной социальной рекламы — в нашем материале: https://oprf.ru/press/news/2617/newsitem/55051



«Сделать механизмы продвижения социальной повестки более эффективными, прозрачными и правильными» oprf.ru







СПАСИБО

2020

за внимание