

Новость · 18 августа 2021, 18:25

Глава фонда «Подарок ангелу» рассказала, что рекламное агентство задерживает выплату денег за проект помощи детям с ДЦП «Доброшрифт»

Глава благотворительного фонда «Подарок ангелу» Анастасия Приказчикова рассказала, что рекламное агентство *Smetana* не выплатило организации деньги, собранные с октября 2020 года для помощи детям с ДЦП в рамках проекта «Доброшрифт»^[1].

По ее словам, агентство *Smetana* не передало фонду «Подарок Ангелу» деньги, вырученные с продажи мерча «Доброшрифта» в 2020 и 2021 годах.

«Эти средства не были направлены на поддержку подопечных и программы фонда, как было заявлено агентством во всех коммуникационных материалах. Это значит, что обмануто огромное количество людей, которые покупали мерч, чтобы помочь детям с церебральным параличом в рамках проекта, всего на сайте, по данным агенства, было продано 2 247 единиц товаров», — написала Приказчикова.

В посте не уточняется за какой срок было продано столько мерча. На сайте *Smetana* говорится, что более двух тысяч позиций удалось продать «в первый месяц проекта».

Как утверждает глава «Подарка ангелу», фонд «много месяцев» требует от *Smetana* передать деньги,

но безуспешно. На момент написания новости представители фонда не ответили на вопросы «Медиазоны» о том, какую именно сумму удалось собрать и когда агентство должно была передать деньги. На сайте «Доброшрифта» говорится, что за 2020 год собрано 16 млн рублей, а за 2019 год — 11,4 млн рублей.

В итоге *Smetana* объявила о создании собственного фонда с названием «Доброшрифт». «Вы скажете, что всем детям не поможешь, но я уверен, что нужно пробовать. Именно поэтому мы создаем Фонд "Доброшрифт". Он будет помогать детям с самыми разными особенностями развития», — написал основатель агентства Андрей Бузина.

Как уточнила Приказчикова, в 2019 году фонд подписал договор о том, что бренд «Доброшрифт» принадлежит *Smetana*, а само агентство зарегистрировало товарный знак на себя.

«Мы некоммерческая организация, выросшая из волонтерской инициативы помощи детьми с ДЦП. А потому и не могли представить, что права на рекламную кампанию, над которой работали и агентство, и фонд, можно забрать и использовать в непрозрачных целях», — добавила Приказчикова.

1. Проект для помощи детям с ДТЦ. 33 ребенка с этим диагнозом написали по одной букве, из которых в итоге сделали шрифт под названием «Доброшрифт». Он не используется в коммерческих целях, а вся выручка с продажи вещей со шрифтом идет на благотворительность.