

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СОБСТВЕННИКОВ И РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИИ ВСЕХ ФОРМ СОБСТВЕННОСТИ О ПРОВЕДЕНИИ АГИТАЦИОННОЙ КАМПАНИИ ЗА АКТИВНОЕ УЧАСТИЕ В ВЫБОРАХ



Выбирая депутатов Московской городской Думы, москвичи реализуют свое неотъемлемое право на участие в формировании органов власти, гарантированное Конституцией Российской Федерации.

Московская торгово-промышленная палата (МТПП) призывает жителей Москвы, работающих на московских предприятиях (в организациях) принять **АКТИВНОЕ УЧАСТИЕ** в голосовании на выборах депутатов Московской городской Думы.

В целях стимулирования максимально активного участия москвичей в выборах депутатов Московской городской Думы собрание актива МТПП приняло решение:

1. Призвать бизнес-сообщество принять участие в выборах депутатов Московской городской Думы.

2. Обратиться к собственникам и руководителям предприятий и организаций всех форм собственности с призывом проявить активную позицию и разъяснить трудовым коллективам важность участия каждого гражданина в выборах Московской городской Думы.

3. Обратит внимание на то, что призывы к участию в выборах являются конституционным правом каждого гражданина России, и в то же время недопустимой является агитация за конкретного кандидата с нарушением действующего законодательства.

В связи с изложенным МТПП предлагает собственникам и руководителям предприятий и организаций всех форм собственности:

- обсудить принятое решение на собраниях трудовых коллективов;
- организовать проведение агитационной кампании среди работников и потребителей.

Настоящие методические рекомендации разработаны с целью оказания помощи руководителям предприятий (организаций) в проведении агитационной кампании и недопущения нарушений избирательного законодательства.

Конкретные формы кампании могут быть изменены и дополнены в зависимости от ситуации на конкретном предприятии (организации).

ПОЧЕМУ ВАЖНО ПРИНИМАТЬ УЧАСТИЕ В ВЫБОРАХ ДЕПУТАТОВ МОСКОВСКОЙ ГОРОДСКОЙ ДУМЫ

Выборы депутатов Московской городской Думы – одни из самых главных выборов для жителей столицы.

Выбирая депутатов Московской городской Думы, мы, жители Москвы, выбираем людей, которые на протяжении 5 лет будут помогать решать вопросы, жизненно важные для всех нас.

Конечно, избирательное законодательство не устанавливает минимального порога явки на выборы. Депутаты Московской городской Думы будут избраны, даже если на избирательные участки придет очень малое число москвичей.

Но чем меньше избирателей примут участие в выборах, тем больше вероятность избрания в депутаты Московской городской Думы некомпетентных и неготовых к этой должности людей, которые не справятся с управлением городом, не смогут постоять за интересы москвичей и поставят крест на всем хорошем, что было достигнуто годами напряженного труда.

Отказ от участия в выборах депутатов Московской городской Думы может стать большой ошибкой. Мы призываем всех сотрудников предприятий и организаций прийти 8 сентября 2019 года на избирательные участки и выполнить свой гражданский долг.

ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ АДМИНИСТРАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ РАЗЪЯСНИТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

ГЛАВНОЕ.

Избирательное законодательство РАЗРЕШАЕТ гражданам, общественным объединениям и организациям агитировать избирателей за участие в выборах депутатов Московской городской Думы. Ограничений и запретов на такую агитацию в законе **НЕТ**.

Более того, агитация (разъяснительная работа) за участие в выборах депутатов Московской городской Думы является общественно полезной деятельностью, т.к. способствует осознанному участию граждан в реализации своего права на формирование органов власти.

В этой связи:

1. Представители администрации предприятий (руководители, заместители руководителя, начальники цехов и отделов, менеджеры, бригадиры и другие руководящие работники) **ИМЕЮТ ПРАВО** вести агитацию за участие в выборах с работниками и потребителями производимой продукции (работ, услуг), а именно:

ОБЪЯСНЯТЬ, когда, где и как будут проходить выборы депутатов Московской городской Думы,

УБЕЖДАТЬ в важности личного участия в выборах,

ПРИЗЫВАТЬ прийти в день голосования на избирательные участки и проголосовать.

2. Агитационная кампания за участие в выборах может проводиться в рабочее время, на рабочих местах, а также в ходе производственных мероприятий, включая собрания трудовых коллективов, рабочие и селекторные совещания и т.п.

3. Разрешается на добровольной основе привлекать к проведению агитационной кампании за участие в выборах работников предприятий (организаций).

4. Разрешается использовать материально-техническую базу предприятий (помещения, средства связи, копировально-множительную технику и т.п.).

5. Разрешается изготовление и использование средств наглядной агитации за участие в выборах (листовок, плакатов, аудио-видеопроизведений), а также использование средств наглядной агитации, изготовленных Московской городской избирательной комиссией.

Вместе с тем, при проведении разъяснительной работы за участие в выборах

ЗАПРЕЩЕНО:

ЗАСТАВЛЯТЬ работников и потребителей участвовать в выборах депутатов Московской городской Думы против их воли;

УГРОЖАТЬ наступлением личных негативных последствий (проблемами на работе и иными неприятностями), либо **ПРИМЕНЯТЬ** к работникам какие-либо санкции за неучастие в выборах;

ДАВАТЬ задания работникам и потребителям по обязательному участию в выборах и **КОНТРОЛИРОВАТЬ** их исполнение;

ПРОВЕРЯТЬ любыми способами, участвовали ли в выборах конкретные работники и потребители, в т.ч. проводить анкетирования, опросы;

ЗАСТАВЛЯТЬ всех сотрудников организации голосовать строго по месту работы. При этом необходимо оказать содействие работникам, находящимся в этот день на дежурстве.

Серьезнейшим **НАРУШЕНИЕМ** избирательного законодательства будет также проведение агитации за **КОНКРЕТНЫХ** кандидатов в депутаты Московской городской Думы с использованием преимуществ должностного положения. Также закон запрещает использовать для агитации за конкретного кандидата деньги из любых источников, кроме избирательного фонда.

Поэтому при проведении разъяснительной работы за участие в выборах также **ЗАПРЕЩЕНО:**

УПОМИНАТЬ имена конкретных кандидатов в депутаты Московской городской Думы, давать оценку их личностям, деятельности или избирательным программам;

ОБСУЖДАТЬ возможные последствия избрания/не избрания конкретных кандидатов в депутаты Московской городской Думы;

ОТВЕЧАТЬ на вопросы работников и потребителей о том, кто является кандидатами в депутаты Московской городской Думы, каково ваше личное мнение на их счет и т.п.;

ИЗГОТАВЛИВАТЬ за свой счет или за счет средств предприятий (организаций), а также **РАСПРОСТРАНЯТЬ** средства наглядной агитации и прочую печатную, аудио-видеопroduкцию с агитацией за или против конкретных кандидатов в депутаты Московской городской Думы;

ИСПОЛЬЗОВАТЬ помещения, оргтехнику, средства связи, транспорт и прочие возможности для обеспечения победы на выборах конкретных кандидатов (перевозить что-либо, посылать факсы, электронные письма, делать звонки, направленные на поддержку конкретных кандидатов и прочее);

ПРИВЛЕКАТЬ работников и потребителей для любой работы в целях избрания конкретных кандидатов в депутаты Московской городской Думы;

ВЫЯСНЯТЬ или пытаться **ПОВЛИЯТЬ** на личные электоральные предпочтения работников и потребителей.

ЭТО – ПРОТИВОЗАКОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЗА КОТОРУЮ МОЖЕТ НАСТУПИТЬ АДМИНИСТРАТИВНАЯ ИЛИ ДАЖЕ УГОЛОВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.

НАРУШЕНИЕ ТРЕБОВАНИЙ ЗАКОНА МОЖЕТ НАВРЕДИТЬ НЕ ТОЛЬКО ЛИЧНО ВАМ, НО И ЛЮБОМУ ИЗ КАНДИДАТОВ В ДЕПУТАТЫ МОСКОВСКОЙ ГОРОДСКОЙ ДУМЫ.

P.S. Порядок предоставления помещений предприятий (организаций) для проведения встреч кандидатов с избирателями и других предвыборных мероприятий регулируется избирательным законодательством. Ключевым положением этого порядка является запрет отдавать предпочтение конкретному кандидату (если предоставил помещение для встреч с избирателями одному кандидату, то на таких же условиях нужно предоставлять это же помещение и остальным кандидатам).

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ПРОВЕДЕНИЯ АГИТАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

1. Агитацию (разъяснительную работу) за участие в выборах необходимо проводить среди членов профсоюзов, работников и ветеранов предприятия (организации), а также среди максимально возможного числа потребителей производимой продукции (работ, услуг).

2. План-график проведения агитационной кампании утверждается председателем первичной профсоюзной организации по согласованию с руководителем предприятия (организации).

3. Проведение кампании за участие в выборах на добровольной основе поручается профсоюзному активу, руководителям первичных организаций, другим работникам, которые обладают навыками общения с людьми и пользуются уважением в трудовом коллективе.

4. Агитацию за участие в выборах целесообразно проводить на собраниях трудовых коллективов, а также на любых других мероприятиях делового и неформального характера (собрания молодых специалистов, совещания, селекторы и пр.). Количество встреч, место и время их проведения законодательством не ограничивается.

Выступать по данному вопросу на собраниях, совещаниях и других мероприятиях должны **ЛИЧНО** руководители, не перепоручая эту работу иным лицам.

5. Для проведения разъяснительной работы за участие в выборах среди ветеранов-членов профсоюза предприятия (организации) рекомендуется организовать неформальные мероприятия (чаепития, встречи, собрания и т.п.).

6. Наглядная агитация (плакаты, транспаранты) за участие в выборах депутатов Московской городской Думы должна быть размещена на информационных стендах таким образом, чтобы с ней могли ознакомиться максимальное количество работников, ветеранов и потребителей. В этой связи рекомендуется размещение наглядной агитации на видных местах в цехах, отделах, столовых, залах обслуживания потребителей (торговых залах), коридорах, на проходных и т.п.

7. При наличии технической возможности рекомендуется обеспечить регулярную трансляцию информации о предстоящих выборах депутатов Московской городской Думы по корпоративной радио- и теле-сети, а также размещать соответствующую информацию в корпоративных изданиях.

В частности, рекомендуется вести трансляцию информации о предстоящих выборах депутатов Московской городской Думы в торговых залах ТРЦ и магазинов, в автобусах, троллейбусах, трамваях, а также в поездах, на вокзалах и объектах метрополитена.

Необходимо уделить особое внимание трансляции в последнюю неделю перед голосованием.

ОБРАЩАЕМ ВНИМАНИЕ, что вести разъяснительную работу за участие в выборах депутатов Московской городской Думы **РАЗРЕШАЕТСЯ** в «день тишины» (за день до начала голосования) и непосредственно в день голосования.

Крайне важно выступать с обращениями о важности участия в выборах **ЛИЧНО** руководителям предприятий (организаций). Дату и время их выступлений должны согласовать председатели профсоюзных комитетов.

8. Рекомендуется изготовить и раздавать работникам, ветеранам и потребителям компактную агитационную продукцию (листовки, календари, памятки) за участие в выборах депутатов Московской городской Думы.

Раздача такой продукции также будет иметь максимальную эффективность в последнюю неделю перед голосованием.

9. Руководителям организаций рекомендуется направить **ЛИЧНЫЕ** приглашения и/или **ЛИЧНО** сделать телефонные звонки своим работникам и ветеранам с приглашением принять участие в выборах депутатов Московской городской Думы.

10. Накануне или непосредственно в день голосования рекомендуется провести рассылку напоминаний работникам и ветеранам с призывом принять участие в выборах депутатов Московской городской Думы. Для рассылки можно использовать SMS, мессенджеры, социальные сети или электронную почту.

11. Приветствуются любые другие формы разъяснительной работы за участие в выборах депутатов Московской городской Думы.

ПРИМЕРНЫЙ ПЛАН-ГРАФИК АГИТАЦИОННОЙ КАМПАНИИ:

| № п/п | Временной период | Мероприятия |
|--------------|-----------------------------------|--|
| 1. | До 19 июля 2019 года | Определение состава «агитационной команды», обучение, инструктаж |
| 2. | До 26 июля 2019 года | Изготовление и размещение информационных материалов на информационным стендах предприятия (организации), раздача памяток сотрудникам |
| 3. | 1 августа – 5 сентября 2019 года | Проведение собраний в трудовых коллективах, личных встреч агитационной команды с сотрудниками и ветеранами |
| 4. | 26 августа – 6 сентября 2019 года | Обращение лидеров общественного мнения к коллективу и ветеранам |
| 5. | 2 – 6 сентября 2019 года | Персональное приглашение сотрудников и ветеранов на выборы |
| 6. | 5 – 7 сентября 2019 года | Напоминание сотрудникам и ветеранам о необходимости прийти на выборы |

**РАЗЪЯСНЕНИЯ ЮРИДИЧЕСКОЙ СЛУЖБЫ
МОСКОВСКОЙ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЫ
О ПРАВИЛАХ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ**



ПРЕДВЫБОРНАЯ АГИТАЦИЯ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Руководители и сотрудники коммерческих организаций - как и любые граждане Российской Федерации имеют безусловное и неоспоримое право на проведение предвыборной агитации за конкретного кандидата, более того возможность проведения агитации им гарантирована действующим законодательством! Отдельные требования к такой агитации изложены ниже.

**РУКОВОДИТЕЛИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ МОГУТ
АГИТИРОВАТЬ ЗА КАНДИДАТА:**

- ✓ на личных страницах руководителя в социальных сетях;
- ✓ при общении в Интернете (форумы, блоги, чаты и пр.), в том числе активно и аргументированно участвуя в дискуссиях;
- ✓ самостоятельно снимая и выкладывая в Интернет агитационные ролики;
- ✓ запуская флэш-мобы в социальных сетях;
- ✓ при общении в общедоступных мессенджерах;
- ✓ используя в своей одежде/кабинете символику кандидата (элементы одежды/значки/фото кандидата/агитационные материалы);
- ✓ размещая агитационные материалы кандидата в помещениях коммерческой организации;
- ✓ на профсоюзных собраниях, проводимых в помещениях коммерческой организации;
- ✓ в нерабочее время и вне помещений коммерческой организации (не при исполнении должностных обязанностей).

**РУКОВОДИТЕЛЯМ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ
ПРИ АГИТАЦИИ НЕЛЬЗЯ:**

- ✗ проводить предвыборную агитацию за день и в день голосования;
- ✗ принуждать сотрудников коммерческой организации к участию в агитации или агитационных мероприятиях, голосованию за кандидата;
- ✗ обещать сотрудникам какое-либо поощрение (наказание) за участие (отказ от участия) в агитации, голосовании или в случае избрания кандидата;
- ✗ проводить лотереи или разыгрывать призы в зависимости от итогов голосования;
- ✗ использовать для агитации имеющие лицензию корпоративные средства массовой информации, включая сайты и страницы в социальных сетях;
- ✗ использовать для агитации помещения коммерческой организации кроме агитации на профсоюзных собраниях и размещения агитационных материалов;
- ✗ использовать для агитации имущество коммерческой организации (в том числе оргтехнику, средства связи и транспорт).**

**Перечисленные ограничения установлены только для руководителей коммерческих организаций. Рядовые сотрудники вправе использовать для агитации имущество организации (в том числе помещения, оргтехнику и средства связи), а также осуществлять агитацию любыми способами, которые не запрещены избирательным законодательством.

СОТРУДНИКИ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ МОГУТ АГИТИРОВАТЬ ЗА КАНДИДАТА:




- ✓ при непосредственном общении с другими сотрудниками, знакомыми и клиентами;
- ✓ при общении в Интернете (форумы, блоги, чаты и пр.), в том числе активно и аргументированно участвуя в дискуссиях;
- ✓ самостоятельно снимая и выкладывая в Интернет агитационные ролики;
- ✓ запуская флэш-мобы в социальных сетях;
- ✓ при общении в мессенджерах;
- ✓ на личных страницах сотрудника в социальных сетях;
- ✓ используя в своей одежде/кабинете символику кандидата (элементы одежды/значки/фото кандидата/агитационные материалы);
- ✓ распространяя среди сотрудников и знакомых агитационные материалы кандидата;
- ✓ любыми иными способами, не требующими особых финансовых затрат, с учетом ограничений, изложенных ниже.

СОТРУДНИКАМ ОРГАНИЗАЦИЙ ПРИ АГИТАЦИИ НЕЛЬЗЯ:



- ✗ привлекать к агитации несовершеннолетних, иностранных граждан;
- ✗ проводить предвыборную агитацию за день и в день голосования;
- ✗ обещать/вручать иным лицам за участие в голосовании или в случае избрания кандидата что-либо кроме агитационных материалов кандидата;
- ✗ проводить лотереи или разыгрывать призы в зависимости от итогов голосования.

**РАСПРОСТРАНЕНИЕ
АГИТАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ КАНДИДАТА
В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

**РАСПРОСТРАНЕНИЕ АГИТАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ КАНДИДАТА
ДОПУСКАЕТСЯ:**

-  с согласия собственника помещения;
-  в помещениях коммерческих организаций с гос. участием (более 30%) - на равных условиях для всех кандидатов;
-  в помещениях частных коммерческих организаций - без дополнительного условия о равенстве (возможно распространение агитматериалов одного кандидата).

**РАСПРОСТРАНЕНИЕ АГИТАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ КАНДИДАТА
ЗАПРЕЩЕНО:**

-  в помещениях, имеющих историческую, культурную или архитектурную ценность;
-  в зданиях, в которых размещены избирательные комиссии, помещения для голосования, и на расстоянии менее 50 метров от входа в них.

ДЕСЯТЬ АРГУМЕНТОВ ЗА УЧАСТИЕ В ВЫБОРАХ МОСГОРДУМЫ

1. Московская городская Дума – высший и единственный орган законодательной и представительной власти города, обладающий огромными полномочиями.

Дума принимает решения, которые касаются жизни и достатка каждого москвича. Самый главный закон города – бюджет – начинает действовать только после принятия его Московской городской Думой.

От Думы зависит, какими будут наши жилые районы и магистрали, как будет чувствовать себя столичный бизнес, как будут работать транспорт и городские службы.

Дума принимает решения о московских налогах, тарифах и социальных программах. За более чем 25 лет работы Московская городская Дума приняла около 1500 законов города Москвы, каждый четвертый из которых касался экономики или финансов.

Только за годы работы VI созыва Мосгордумы (2014-2019) были приняты законы, значительно изменившие лицо московской экономики, давшие новые возможности для развития малого и среднего предпринимательства:

- установлена возможность патентной системы налогообложения для 81 вида деятельности;
- введены Торговый сбор и льготы по его уплате;
- введены льготы по налогу на имущество, полностью отменен налог на движимое имущество;
- приняты законы о промышленной и инвестиционной политике в городе, дающие значительные гарантии инвесторам;
- принят комплекс законов по поддержке инноваций, развитию в городе высокотехнологичных производств (в том числе в технопарках, технополисах, индустриальных парках и т.д.);
- установлены «налоговые каникулы» для вновь создаваемых ИП
- введены льготы для гостиниц и деловых центров;
- принята новая версия закона о Московской торгово-промышленной палате, дающая возможности защиты бизнеса в городе;
- и многое другое.

От поддержки депутатов Московской городской Думы во многом зависит успешная работа Мэра и Правительства Москвы. От того, насколько грамотные и ответственные люди придут в Московскую городскую Думу, зависит, как будет жить наш город.

2. Выборы депутатов Московской городской Думы – проявление демократии.

В нашей власти выбрать того или иного депутата – в соответствии со своими убеждениями и предпочтениями. У москвичей есть большое преимущество – мы голосуем сейчас не за призрачные порой списки партий, а за конкретных людей, за личности. Такое голосование сразу определяет персональную ответственность депутата.

3. Голосуя на выборах, москвичи либо подтвердят нынешний курс развития города, либо изменят его.

Конечно, любое развитие приносит жителям мегаполиса временные неудобства, но результаты развития – это новые линии метро и дороги, новые скоростные трамваи и электробусы, новые парки и более комфортабельное жилье. Это новое качество жизни для всех москвичей.

4. Если вы не придете на избирательный участок, за вас этот выбор сделают другие люди.

Вашим депутатом может стать человек, которому лично вы не доверили бы судьбу даже цветника перед своим подъездом. Но он получит возможность решения вопросов о вашей пенсии, льготах, школах, садах, больницах. Останется только сожалеть – ведь достаточно было просто найти несколько минут и пойти до избирательного участка, расположенного недалеко от вашего дома.

5. Личное участие в выборах является наиболее надежной защитой от фальсификации их результатов.

Чем выше явка избирателей на выборах, тем меньше пространство для потенциальной подтасовки голосов. Москвичам нужны честные выборы. Помните: участие в голосовании займет не более получаса. Выгоды от правильного выбора будут с вами пять лет.

6. Участвуя в выборах, вы имеете полное право требовать учета своих интересов.

Депутат Московской городской Думы обязан принимать решения в пользу своих избирателей. Проблемы города не решить, просто обсуждая их в кругу друзей или в соцсетях. Есть один верный путь – выбрать в состав Московской городской Думы действительно грамотных, ответственных и профессиональных людей, всей душой болеющих за свой город, имеющих опыт управления и понимающих нужды москвичей. Ваши наказы определяют программу будущих депутатов.

7. Многие регионы недовольны тем, что москвичи слишком хорошо живут. Многие бы хотели «раскулачить» Москву и попользоваться московским бюджетом. **Отстоять интересы столицы может сильная команда депутатов. Москве и москвичам нужна сильная и эффективная городская Дума.**

8. Реальная поддержка – это поддержка действием. Поддержка политика состоит в том, чтобы прийти на избирательный участок и проголосовать. Вы считаете кандидата достойным? Придите и проголосуйте за него. Поддержать кого-то, сидя на диване, – невозможно.

9. Отказ от участия в выборах – это не выражение протеста, а отказ от участия в жизни города.

Не участвуя в выборах, вы позволяете новой власти игнорировать ваше мнение и не учитывать ваши нужды и потребности.

Если вас что-то не устраивает, лучший способ выразить протест – проголосовать за того, кандидата, кого выбираете вы сами. Выбирайте реальные программы и жизненный опыт, который позволит реализовать эти программы.

10. Москвичи поддержали путь развития города на выборах Мэра и Президента. Сейчас им предстоит выбор программы дальнейшего развития каждого района столицы.