Статья 54. Условия выпуска и распространения печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов

1. Кандидаты, избирательные объединения, выдвинувшие муниципальные списки кандидатов, вправе беспрепятственно распространять печатные, а равно аудиовизуальные и иные агитационные материалы в порядке, установленном законодательством Российской Федерации. Все агитационные материалы должны изготавливаться на территории Российской Федерации.

2. Организации, индивидуальные предприниматели, выполняющие работы или оказывающие услуги по изготовлению печатных агитационных материалов, обязаны обеспечить кандидатам, избирательным объединениям, выдвинувшим муниципальные списки кандидатов, равные условия оплаты изготовления этих материалов. Сведения о размере (в валюте Российской Федерации) и других условиях оплаты работ или услуг указанных организаций, индивидуальных предпринимателей по изготовлению печатных агитационных материалов должны быть опубликованы соответствующей организацией, соответствующим индивидуальным предпринимателем не позднее чем через 30 дней со дня официального опубликования (публикации) решения о назначении выборов и в тот же срок представлены в избирательную комиссию, организующую выборы. Вместе с указанными сведениями в комиссию должны быть представлены также сведения, содержащие наименование, юридический адрес и идентификационный номер налогоплательщика организации (фамилию, имя, отчество индивидуального предпринимателя, наименование субъекта Российской Федерации, района, города, иного населенного пункта, где находится место его жительства).

3. Все печатные и аудиовизуальные агитационные материалы должны содержать наименование, юридический адрес и идентификационный номер налогоплательщика организации (фамилию, имя, отчество лица и наименование субъекта Российской Федерации, района, города, иного населенного пункта, где находится место его жительства), изготовившей (изготовившего) данные материалы, наименование организации (фамилию, имя, отчество лица), заказавшей (заказавшего) их, а также информацию о тираже и дате выпуска этих материалов и указание на то, что их изготовление оплачено из средств соответствующего избирательного фонда.

4. Экземпляры печатных агитационных материалов или их копии, экземпляры аудиовизуальных агитационных материалов, фотографии или экземпляры иных агитационных материалов до начала их распространения должны быть представлены: кандидатом на должность Мэра Москвы - в Городскую комиссию; кандидатом в депутаты Московской городской Думы, выдвинутым по одномандатному избирательному округу, - в соответствующую окружную комиссию, а если указанная комиссия еще не сформирована, - в Городскую комиссию; избирательным объединением, выдвинувшим муниципальный список кандидатов, кандидатом в депутаты представительного органа местного самоуправления, кандидатом на должность главы муниципального образования - в комиссию муниципального образования. Вместе с указанными материалами должны быть также представлены сведения об адресе юридического лица, индивидуального предпринимателя (адресе места жительства физического лица), изготовивших и заказавших эти материалы, и **копия документа об оплате изготовления данного предвыборного агитационного материала из соответствующего избирательного фонда.** При проведении выборов в органы государственной власти города Москвы, органы местного самоуправления вместе с указанными материалами в комиссию должны быть представлены электронные образы этих предвыборных агитационных материалов в машиночитаемом виде.

5. Исключена. - [Закон](consultantplus://offline/ref=1C202771F161BFB7057E8F6B24909BB3F36107288A6F286E1055163EBF64B8C2E50FF64BB391B67740Y8P) г. Москвы от 04.07.2007 N 28;

6. Запрещается изготовление печатных агитационных материалов в организациях и у индивидуальных предпринимателей, не выполнивших требования, предусмотренные [частью 2](#Par4) настоящей статьи, либо по договору с физическими лицами, не являющимися индивидуальными предпринимателями, а также изготовление агитационных материалов без предварительной оплаты за счет средств соответствующего избирательного фонда, с нарушением требований, установленных [частями 7](consultantplus://offline/ref=1C202771F161BFB7057E8F6B24909BB3F36803278F6D26331A5D4F32BD63B79DF208BF47B291B57F0E4DY1P), [8](consultantplus://offline/ref=1C202771F161BFB7057E8F6B24909BB3F36803278F6D26331A5D4F32BD63B79DF208BF47B291B7710A4DYCP), [9.1](consultantplus://offline/ref=1C202771F161BFB7057E8F6B24909BB3F36803278F6D26331A5D4F32BD63B79DF208BF47B291B57F0E4DY2P) и [10.1 статьи 48](consultantplus://offline/ref=1C202771F161BFB7057E8F6B24909BB3F36803278F6D26331A5D4F32BD63B79DF208BF47B291B57F0D4DY7P) настоящего Кодекса, [частью 3](#Par6) настоящей статьи.

7. Запрещается распространение агитационных материалов, изготовленных с нарушением [части 6](#Par10) настоящей статьи и (или) с нарушением требований, предусмотренных [частью 10 статьи 48](consultantplus://offline/ref=1C202771F161BFB7057E8F6B24909BB3F36803278F6D26331A5D4F32BD63B79DF208BF47B291B57F0E4DYDP) настоящего Кодекса, [частью 4](#Par7) настоящей статьи.

8. Не позднее чем за 30 дней до дня голосования глава муниципального образования по предложению комиссии муниципального образования или территориальной комиссии обязан выделить специальные места для размещения печатных агитационных материалов на территории каждого избирательного участка. Такие места должны быть удобны для посещения избирателями и располагаться таким образом, чтобы избиратели могли ознакомиться с размещенной там информацией. Площадь выделенных мест должна быть достаточной для размещения на них информационных материалов избирательных комиссий и агитационных материалов зарегистрированных кандидатов, избирательных объединений. Зарегистрированным кандидатам, избирательным объединениям должна быть выделена равная площадь для размещения печатных агитационных материалов. Перечень указанных мест доводится комиссиями, по предложениям которых выделены эти места, до сведения кандидатов, избирательных объединений.

9. Печатные агитационные материалы могут размещаться в помещениях, на зданиях, сооружениях и иных объектах (за исключением мест, предусмотренных [частью 8](#Par14) настоящей статьи) только с согласия и на условиях собственников, владельцев указанных объектов. Размещение агитационных материалов на объекте, находящемся в государственной или муниципальной собственности либо в собственности организации, имеющей на день официального опубликования решения о назначении выборов в своем уставном (складочном) капитале долю (вклад) Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и (или) муниципальных образований, превышающую (превышающий) 30 процентов, осуществляется на равных условиях для всех кандидатов, избирательных объединений. При этом за размещение агитационных материалов на объекте, находящемся в государственной или муниципальной собственности, плата не взимается.

10. Организации, индивидуальные предприниматели, выполняющие работы (оказывающие услуги) по подготовке и размещению агитационных материалов, обязаны обеспечить кандидатам, избирательным объединениям равные условия оплаты своих работ (услуг).

11. Запрещается размещать агитационные материалы на памятниках, обелисках, зданиях, сооружениях и в помещениях, имеющих историческую, культурную или архитектурную ценность. Запрещается размещать агитационные материалы в зданиях, в которых размещены избирательные комиссии, помещения для голосования, и на расстоянии менее 50 метров от входа в них.

12. Избирательная комиссия, поставленная в известность о распространении подложных печатных, аудиовизуальных и иных агитационных материалов либо о распространении агитационных материалов с нарушением требований [частей 3](#Par6), [4](#Par7), [9](#Par15) и [11](#Par19) настоящей статьи, принимает соответствующие меры и при необходимости обращается в правоохранительные и иные органы с представлением о пресечении противоправной агитационной деятельности и об изъятии незаконных предвыборных агитационных материалов.