

**ПРАВИТЕЛЬСТВО ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**  
от 29 июля 2019 г. N 353

**ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПОРЯДКА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГРАНТОВ В ФОРМЕ  
СУБСИДИЙ ИЗ ОБЛАСТНОГО БЮДЖЕТА ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ  
ЮРИДИЧЕСКИМ ЛИЦАМ И ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ  
(ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ ГОСУДАРСТВЕННЫХ (МУНИЦИПАЛЬНЫХ) УЧРЕЖДЕНИЙ)  
НА РЕАЛИЗАЦИЮ МЕДИАПРОЕКТОВ В РАМКАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ  
ПРОГРАММЫ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ "УСТОЙЧИВОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ  
РАЗВИТИЕ В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ"**

Список изменяющих документов  
(в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области  
от 30.06.2020 N 476)

В соответствии со [статьями 78 и 78.1](#) Бюджетного кодекса Российской Федерации, постановлениями Правительства Российской Федерации от 7 мая 2017 года [N 541](#) "Об общих требованиях к нормативным правовым актам, муниципальным правовым актам, регулирующим предоставление субсидий некоммерческим организациям, не являющимся государственными (муниципальными) учреждениями" и от 27 марта 2019 года [N 322](#) "Об общих требованиях к нормативным правовым актам и муниципальным правовым актам, устанавливающим порядок предоставления грантов в форме субсидий, в том числе предоставляемых на конкурсной основе", в целях реализации государственной [программы](#) Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области", утвержденной постановлением Правительства Ленинградской области от 14 ноября 2013 года N 399, и повышения эффективности предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области Правительство Ленинградской области постановляет:

1. Утвердить прилагаемый [Порядок](#) предоставления грантов в форме субсидий из областного бюджета Ленинградской области юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) на реализацию медиапроектов в рамках государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области".
2. Контроль за исполнением постановления возложить на вице-губернатора Ленинградской области по внутренней политике.
3. Настоящее постановление вступает в силу с даты подписания.

Губернатор  
Ленинградской области  
А.Дрозденко

УТВЕРЖДЕН  
постановлением Правительства  
Ленинградской области  
от 29.07.2019 N 353  
(приложение)

**ПОРЯДОК  
ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГРАНТОВ В ФОРМЕ СУБСИДИЙ ИЗ ОБЛАСТНОГО  
БЮДЖЕТА ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ ЮРИДИЧЕСКИМ ЛИЦАМ  
И ИНДИВИДУАЛЬНЫМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМ (ЗА ИСКЛЮЧЕНИЕМ  
ГОСУДАРСТВЕННЫХ (МУНИЦИПАЛЬНЫХ) УЧРЕЖДЕНИЙ) НА РЕАЛИЗАЦИЮ  
МЕДИАПРОЕКТОВ В РАМКАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ  
ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ "УСТОЙЧИВОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ РАЗВИТИЕ  
В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ"**

Список изменяющих документов  
(в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области  
от 30.06.2020 N 476)

## **1. Общие положения**

1.1. Настоящий Порядок устанавливает цели, условия и порядок предоставления грантов в форме субсидий из областного бюджета Ленинградской области (далее - областной бюджет) юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) на реализацию медиапроектов (далее - гранты).

1.2. Гранты предоставляются юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) в целях финансового обеспечения затрат в связи с реализацией медиапроектов в рамках реализации основного [мероприятия](#) "Поддержка средств массовой информации и предприятий полиграфии" подпрограммы "Общество и власть" государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области", утвержденной постановлением Правительства Ленинградской области от 14 ноября 2013 года N 399.  
(в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

1.3. Гранты предоставляются в пределах бюджетных ассигнований, утвержденных в сводной бюджетной росписи областного бюджета на соответствующий финансовый год Комитету по печати Ленинградской области - главному распорядителю бюджетных средств (далее - Комитет), и доведенных Комитету лимитов бюджетных обязательств на текущий финансовый год.

1.4. Понятия, используемые для целей настоящего Порядка:

конкурсный отбор - отбор получателей грантов среди соискателей, осуществляемый конкурсной комиссией на основе установленных настоящим Порядком условий предоставления грантов и критериев оценки медиапроектов;

соискатели - юридические лица (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) и индивидуальные предприниматели, претендующие на получение грантов и участвующие в конкурсном отборе в соответствии с настоящим Порядком;

конкурсная комиссия - комиссия, формируемая Комитетом для проведения конкурсного отбора среди соискателей из числа лиц, обладающих высокой квалификацией и опытом работы в сфере средств массовой информации, представителей органов государственной власти Ленинградской области; положение о конкурсной комиссии и состав конкурсной комиссии

утверждаются правовым актом Комитета;  
(в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

получатели грантов - соискатели, в отношении которых Комитетом принято решение о предоставлении грантов;

медиапроект - комплекс взаимосвязанных мероприятий по производству и распространению продукции средств массовой информации (СМИ) и аудиовизуальной продукции, посвященных социально значимым темам, перечень которых утверждается Комитетом на соответствующий год;

социально значимые темы - темы, отражающие общественные и государственные интересы, освещение которых направлено на достижение благотворительных целей, информирование населения о событиях политической, социально-экономической, общественной и культурной жизни, а также на пропаганду внутреннего туризма, здорового образа жизни, физической культуры и спорта, традиций семейного воспитания, материнства и многодетности, экологическое воспитание, воспитание подрастающего поколения, патриотическое воспитание граждан, формирование толерантного сознания, повышение правовой грамотности, профилактику экстремизма в обществе; перечень социально значимых тем утверждается правовым актом Комитета в срок не позднее чем за пять дней до даты начала приема заявок для участия в конкурсном отборе.

Иные понятия и термины, используемые в настоящем Порядке, применяются в значениях, определенных законодательством Российской Федерации.

## **2. Условия предоставления грантов**

Гранты предоставляются при соблюдении следующих условий:

2.1. Гранты предоставляются соискателям, если на дату подачи заявки на предоставление гранта (далее - заявка):

1) соискатель осуществляет деятельность в сфере средств массовой информации, медиапроизводства по следующим направлениям:

производство и распространение продукции средств массовой информации;

производство и распространение аудиовизуальной продукции;

организация и реализация проектов в сфере средств массовой информации, в том числе проектов для инвалидов и иных лиц с ограниченными возможностями здоровья, пенсионеров, детей, в том числе детей-сирот, детей, оставшихся без попечения родителей, многодетных семей, ветеранов войны и труда;

2) соискатель состоит на налоговом учете в качестве налогоплательщика в Ленинградской области и осуществляет деятельность на территории Ленинградской области или имеет обособленное структурное подразделение (филиал), которое зарегистрировано в качестве налогоплательщика в Ленинградской области и осуществляет деятельность на территории Ленинградской области;

3) соискатель не имеет просроченной задолженности по возврату в областной бюджет субсидий, бюджетных инвестиций, предоставленных в том числе в соответствии с иными правовыми актами, и иной просроченной задолженности перед областным бюджетом;

4) соискатель - юридическое лицо не находится в процессе ликвидации, реорганизации, в отношении него не введена процедура банкротства, его деятельность не приостановлена в

порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации, а соискатель - индивидуальный предприниматель не прекратил деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

(пп. 4 в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

5) соискатель не является иностранным юридическим лицом, а также российским юридическим лицом, в уставном (складочном) капитале которого доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство или территория, включенные в утверждаемый Министерством финансов Российской Федерации перечень государств и территорий, предоставляющих льготный налоговый режим налогообложения и(или) не предусматривающих раскрытия и предоставления информации при проведении финансовых операций (офшорные зоны) в отношении таких юридических лиц, в совокупности превышает 50 процентов;

6) сведения о соискателе отсутствуют в реестре недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей), ведение которого осуществляется в соответствии с Федеральным [законом](#) от 5 апреля 2013 года N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд";

7) соискатель не получает средства из областного бюджета в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели и направления, указанные в [пунктах 1.2 и 3.1](#) настоящего Порядка;

8) соискатель не является юридическим лицом, учрежденным юридическим лицом, осуществляющим деятельность в качестве политической партии, политического и общественного движения;

9) соискатель не имеет задолженности по выплате заработной платы работникам;

10) размер заработной платы работников соискателя не ниже размера, установленного региональным соглашением о минимальной заработной плате в Ленинградской области на дату подачи заявки;

11) у соискателя отсутствует неисполненная обязанность по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах;

12) соискатель в случае принятия решения о предоставлении гранта дает согласие на осуществление Комитетом или органом государственного финансового контроля Ленинградской области в отношении него проверок соблюдения целей, условий и порядка предоставления грантов;

13) отсутствие фактов, свидетельствующих о нецелевом использовании соискателем ранее предоставленных средств областного бюджета;

14) отсутствие факта возврата соискателем средств областного бюджета, полученных в виде субсидий или грантов в форме субсидий, в течение трех лет, предшествующих дате подачи заявки, в размере более 20 процентов от суммы, указанной в договоре о предоставлении субсидии или гранта в форме субсидии;

15) наличие у соискателя документов, подтверждающих партнерство организаций (редакций СМИ Ленинградской области), указанных в медиапроекте (договор, соглашение, письмо о намерениях), в случае если в медиапроекте задействовано несколько СМИ.

2.2. Гранты предоставляются соискателям, если реализуемый медиапроект соответствует требованиям, утвержденным правовым актом Комитета.

2.3. Гранты предоставляются соискателям, если задействованные в реализации медиапроекта СМИ соответствуют следующим требованиям:

1) наличие у СМИ, задействованных в реализации медиапроекта, свидетельств о регистрации СМИ, выданных не менее чем за шесть месяцев до даты подачи заявки;

2) соответствие периодического печатного издания, задействованного в реализации медиапроекта, следующим требованиям:

а) производство периодического печатного издания осуществляется на предприятиях полиграфии, зарегистрированных и осуществляющих деятельность на территории Российской Федерации;

б) тираж периодического печатного издания составляет не менее двух тысяч экземпляров, периодичность выхода - не реже четырех раз в год;

в) периодическое печатное издание имеет электронную версию (веб-страница, сайт) в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") с постоянным адресом и открытым для просмотра счетчиком посещений и(или) страницу в социальной сети;

г) среднее количество размещенных информационных материалов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни Ленинградской области, на сайте периодического печатного издания составляет не менее 21 в неделю;

3) соответствие сетевого издания, задействованного в реализации медиапроекта, следующим требованиям:

а) среднее количество размещенных на сайте сетевого издания информационных материалов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни Ленинградской области, составляет не менее семи в день;

б) наличие открытого для просмотра счетчика посещений;

в) фиксирование новостными агрегаторами "Яндекс.Новости" и "Google.Новости" обновлений сайта сетевого издания;

4) соответствие радиоканала (радиопрограммы) или телерадиоканала (телерадиопрограммы), задействованного (задействованной) в реализации медиапроекта, следующим требованиям:

а) наличие действующей лицензии на осуществление радио- и(или) телевидения на территории Ленинградской области или договора с организацией, осуществляющей радио- и(или) телевидение на территории Ленинградской области, на размещение произведенной соискателями в рамках медиапроектов продукции в радио- и(или) телевизионном эфире;

б) объем программ собственного производства - не менее пяти часов в неделю (для телеканала, для радиоканала);

в) наличие у телеканала (телепрограммы) или радиоканала (радиопрограммы), телерадиокомпании электронной версии (веб-страница, сайт) в сети "Интернет" с постоянным адресом и открытым для просмотра счетчиком посещений и(или) страницы в социальной сети;

г) среднее количество информационных материалов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни Ленинградской области, размещенных на сайте телеканала (телепрограммы) или радиоканала (радиопрограммы) либо телерадиокомпании (при наличии), составляет не менее 21 в неделю;

5) общий объем сообщений и материалов рекламного характера соответствует порядку, установленному законодательством Российской Федерации о рекламе.

2.4. Гранты предоставляются соискателям при условии заключения между Комитетом и получателем гранта договора о предоставлении гранта по типовой форме, утвержденной нормативным правовым актом Комитета финансов Ленинградской области (далее - договор).

2.5. Гранты предоставляются при условии, что получатель гранта принимает на себя обязательства по обеспечению достижения установленного в договоре результата предоставления гранта и показателей, необходимых для его достижения.

Результатом предоставления гранта является реализация на территории одного и более муниципальных районов Ленинградской области медиапроекта по социально значимой теме.

Показателями, необходимыми для достижения результата предоставления гранта, являются значения объема сообщений и материалов медиапроекта, мероприятий:

количество полос в периодических печатных изданиях;

хронометраж теле- или радиоэфира (оригинальные материалы и повторы);

количество сообщений и материалов, производимого аудио-, видео- и фотоконтента, визуализированного и текстового контента, мультимедийного контента в сети "Интернет";

количество мероприятий.

(п. 2.5 в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

2.6. Значения показателей, необходимые для достижения результатов предоставления гранта, устанавливаются в договоре.

(п. 2.6 введен [Постановлением](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

### **3. Виды затрат, финансовое обеспечение которых осуществляется за счет средств гранта**

3.1. За счет средств гранта осуществляется финансовое обеспечение следующих затрат, непосредственно относящихся к реализации медиапроекта и составляющих его стоимость:

1) расходы на оплату труда штатных и внештатных сотрудников, задействованных в реализации медиапроекта (за исключением выплат по временной нетрудоспособности, в связи с предоставлением отпуска, в связи с увольнением), расходы на оплату страховых взносов, начисляемых в пользу штатных и внештатных сотрудников, задействованных в реализации медиапроекта по трудовым и гражданско-правовым договорам, предметом которых является выполнение работ, оказание услуг, а также авторским договорам;

2) расходы на служебные командировки штатных и внештатных сотрудников, задействованных в реализации медиапроекта;

3) расходы на оплату аренды нежилых помещений (с целью размещения штатных и внештатных сотрудников, студий), используемых в производственном процессе при реализации медиапроекта;

4) расходы на оплату услуг связи, в том числе сети "Интернет";

5) расходы на оплату арендной платы за оборудование, приборы, устройства, организационную технику, инвентарь производственного назначения (в том числе фото-, видеокамеры, репортажный комплекс для журналиста, съемочная, осветительная и

звукозаписывающая техника, необходимая для осуществления субсидируемой деятельности, включая распространение и доведение соответствующей информации и продукции до целевой аудитории) и материалы;

6) расходы на приобретение прав на использование информации, печатных, архивных аудио-, видеоматериалов, фотоматериалов, произведений, иных объектов авторского права и смежных прав;

7) расходы на оплату видео-, фотоуслуг и печатно-множительных работ;

8) расходы на оплату типографских работ, полиграфических услуг;

9) расходы на компьютерную и иную обработку исходных материалов, изготовление специальных эффектов, анимацию, изготовление компьютерной графики, организацию и обеспечение комбинированных съемок, создание титров, субтитрирование, обеспечение по звуко-, фонозаписи и исполнению музыки, речевому и иному озвучиванию, перезаписи;

10) расходы на декорационно-техническое оформление, изготовление (прокат) реквизита, их монтаж, демонтаж и хранение;

11) расходы на приобретение (прокат) костюмов;

12) расходы на доведение произведенной в рамках медиапроекта продукции до целевой аудитории, ее распространение, тиражирование (экспедирование; услуги по распространению в радио- и телеэфире, в сети "Интернет");

13) расходы на оплату трафика, необходимого для работы портала (сайта) в сети "Интернет";

14) расходы на оплату услуг по созданию, технической поддержке, наполнению, развитию и продвижению сайта СМИ и мобильных ресурсов (услуги хостинга, расходы на регистрацию доменных имен в сети "Интернет" и продление регистрации, расходы на поисковую оптимизацию, услуги/работы по модернизации и(или) редизайну сайта);

15) расходы на приобретение программного обеспечения и неисключительных прав на программное обеспечение (расходы, связанные с получением прав по лицензионному соглашению; расходы по адаптации, настройке, внедрению и модификации для нужд конкретной организации программного обеспечения; расходы по сопровождению программного обеспечения).

3.2. Грант не предоставляется на производство и распространение СМИ, специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного и эротического характера.

3.3. Гранты не могут быть направлены на приобретение иностранной валюты, за исключением операций, осуществляемых в соответствии с валютным законодательством Российской Федерации при закупке (поставке) высокотехнологичного импортного оборудования, сырья, комплектующих изделий.

3.4. Затраты, связанные с производством (реализацией) товаров, выполнением работ, оказанием услуг в рамках осуществления закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, финансируемых из бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, а также иные затраты, полностью возмещенные (планируемые к возмещению) из других источников финансирования, включая бюджеты бюджетной системы Российской Федерации, не подлежат обеспечению за счет средства гранта.

#### **4. Порядок проведения конкурсного отбора и заключения договоров с получателями грантов**

4.1. Решение о проведении конкурсного отбора принимается Комитетом в форме правового акта Комитета.

4.2. Комитет устанавливает и размещает на своем официальном сайте в сети "Интернет" не позднее пяти рабочих дней до дня начала приема заявок информацию о проведении конкурсного отбора, форму заявления о предоставлении гранта, форму представления сведений о медиапроекте, форму сметы расходов на реализацию медиапроекта, сроки начала и окончания приема заявок, требования к медиапроекту, регламент защиты медиапроектов, минимальное значение итоговой оценки медиапроекта.

Продолжительность срока приема заявок не может составлять менее пяти рабочих дней с даты размещения информации о проведении конкурсного отбора.

4.3. Для участия в конкурсном отборе соискатели в установленные сроки представляют в Комитет заявку, включающую следующие документы и материалы:

- 1) заявление о предоставлении гранта;
- 2) сведения о медиапроекте, на реализацию которого запрашивается грант;
- 3) смету расходов на реализацию медиапроекта;
- 4) презентацию медиапроекта в электронном виде;
- 5) копии учредительных документов юридического лица, заверенные подписью и печатью (при наличии) соискателя;
- 6) копию документа, подтверждающего полномочия руководителя соискателя, заверенную подписью и печатью (при наличии) соискателя;
- 7) заверенную соискателем копию документа, подтверждающего полномочия главного бухгалтера или иного лица, ответственного за ведение бухгалтерского учета;
- 8) справку об отсутствии просроченной задолженности по заработной плате, заверенную подписью и печатью (при наличии) соискателя, на дату подачи заявки;
- 9) справку о величине средней и минимальной месячной заработной платы работников соискателя, занятых полный рабочий день, в течение трех месяцев, предшествующих дате представления заявки, заверенную подписью и печатью (при наличии) соискателя;
- 10) в случае если в реализации медиапроекта задействована организация, осуществляющая телевизионное вещание и(или) радиовещание и не обладающая лицензией, - копию договора с организацией, осуществляющей телевизионное вещание и(или) радиовещание, в том числе на территории Ленинградской области, заверенную подписью и печатью (при наличии) соискателя; (пп. 10 в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)
- 11) в случае если в медиапроекте задействованы несколько СМИ - документ (договор, соглашение, письмо о намерениях), подтверждающий партнерство организаций (редакций СМИ Ленинградской области), указанных в медиапроекте.

4.4. Соискатель в рамках конкурсного отбора вправе подать по каждой социально значимой теме не более одной заявки.

4.5. Заявка представляется в Комитет в письменной форме в одном экземпляре и в электронном виде на электронном носителе, при этом документы, указанные в [подпункте 4 пункта 4.3](#) настоящего Порядка, представляются только в электронном виде на электронном



носителе.

Все листы поданной в письменной форме заявки должны быть прошиты и пронумерованы. Заявка должна содержать описание входящих в ее состав документов, которая должна быть скреплена печатью (при наличии) соискателя (для юридического лица) и подписана соискателем или лицом, уполномоченным соискателем.

Соблюдение указанных требований означает, что информация и документы, входящие в состав заявки, поданы от имени соискателя, который несет ответственность за подлинность и достоверность информации и документов.

4.6. В случае решения соискателя выбрать несколько социально значимых тем для реализации медиапроектов и подачи нескольких заявок документы и материалы, прилагаемые к заявке, представляются соискателем по каждому тематическому направлению отдельно в виде нескольких томов. При этом документы, предусмотренные [подпунктами 6 - 9 пункта 4.3](#) настоящего Порядка, должны быть приложены соискателем к первому тому.

4.7. В рамках информационного взаимодействия Комитет самостоятельно запрашивает в течение пяти календарных дней со дня окончания приема заявок следующие документы по соискателям:

1) выписку из Единого государственного реестра юридических лиц (для соискателей из числа юридических лиц);

2) выписку из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (для соискателей из числа индивидуальных предпринимателей);

3) сведения о наличии (отсутствии) задолженности по уплате налогов, сборов, пеней и штрафов;

4) выписку из реестра зарегистрированных СМИ, подтверждающую наличие действующего свидетельства о регистрации СМИ;  
(пп. 4 введен [Постановлением](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

5) выписку из реестра лицензий на осуществление деятельности в сфере телевизионного вещания и радиовещания (за исключением случая, когда организация, осуществляющая производство и выпуск СМИ, вещание телеканала и(или) радиоканала, телепрограммы и(или) радиопрограммы, не обладает лицензией на телевизионное вещание и(или) радиовещание, но представила копию договора с организацией, осуществляющей телевизионное вещание и(или) радиовещание, в том числе на территории Ленинградской области).  
(пп. 5 введен [Постановлением](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

4.8. Соискатель вправе представить документы, указанные в [пункте 4.7](#) настоящего Порядка, по собственной инициативе. При этом выписка из Единого государственного реестра юридических лиц (выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей) должна быть выдана не ранее чем за один месяц до дня подачи заявки, а справка об отсутствии неисполненной обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, должна быть представлена в виде письма Федеральной налоговой службы или по форме, установленной Федеральной налоговой службой на соответствующий финансовый год, по состоянию на календарный день месяца, предшествующий дате подачи заявки.

4.9. Заявки соискателей регистрируются в журнале регистрации заявок в день подачи заявок, участвующих в конкурсном отборе.

4.10. Заявки, поступившие в Комитет после окончания срока приема заявок, к участию в

конкурсном отборе не допускаются.

4.11. В случае отсутствия заявок или в случае принятия конкурсной комиссией решения об отклонении всех представленных заявок конкурсный отбор признается несостоявшимся.

4.12. Конкурсный отбор проводится в два этапа.

4.13. В ходе первого этапа конкурсного отбора:

1) конкурсная комиссия осуществляет анализ заявок на предмет:

а) соответствия требованиям, установленным [пунктами 4.2 - 4.5, 4.8](#) настоящего Порядка, в том числе в части комплектности и достоверности;  
(в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

б) соответствия соискателей на день подачи заявки требованиям, установленным [пунктом 2.1](#) настоящего Порядка;

в) соответствия медиапроекта и задействованных в реализации медиапроекта СМИ условиям, установленным [пунктами 2.2 и 2.3](#) настоящего Порядка.

4.14. Основаниями для отклонения заявки являются:

1) несоответствие заявки требованиям, установленным [пунктами 4.2 - 4.5, 4.8](#) настоящего Порядка, в том числе в части комплектности и достоверности;  
(в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

2) несоответствие соискателя, медиапроекта и СМИ, задействованного (задействованных) в реализации медиапроекта, требованиям, установленным [пунктами 2.1, 2.2 и 2.3](#) настоящего Порядка;

3) недостоверность представленной соискателем информации;

4) наличие фактов, свидетельствующих о нецелевом использовании соискателем ранее предоставленных средств областного бюджета;

5) наличие факта возврата соискателем средств областного бюджета, полученных в виде субсидий или грантов в форме субсидий, в течение трех лет, предшествующих дате подачи заявки, в размере более 20 процентов от суммы, указанной в договоре о предоставлении субсидии или гранта в форме субсидии.

4.15. Результаты рассмотрения конкурсной комиссией заявок на первом этапе конкурсного отбора оформляются протоколом.

4.16. Комитет на основании протокола, указанного в пункте 4.15 настоящего Порядка, принимает решение о допуске соискателя к участию во втором этапе конкурсного отбора или об отклонении заявки.

4.17. По результатам первого этапа конкурсного отбора соискателю на основании решения Комитета, указанного в пункте 4.16 настоящего Порядка, по электронной почте, указанной в заявке, направляется уведомление об отклонении заявки с указанием причин отклонения или о допуске соискателя к участию во втором этапе конкурсного отбора. Уведомление направляется соискателю не позднее пяти рабочих дней с даты завершения первого этапа конкурсного отбора.

4.18. Соискатели, заявки которых признаны соответствующими утвержденным требованиям, приглашаются на открытое заседание конкурсной комиссии для участия во втором этапе конкурсного отбора.

4.19. Первый этап конкурсного отбора проводится в срок не позднее 10 рабочих дней с даты окончания приема заявок.

4.20. Второй этап конкурсного отбора проводится в срок не позднее 10 рабочих дней с даты завершения первого этапа конкурсного отбора.

4.21. Второй этап конкурсного отбора включает:

защиту соискателями медиапроектов на заседании конкурсной комиссии;

оценку представленных медиапроектов членами конкурсной комиссии по [критериям](#) оценки медиапроектов в соответствии с приложением 1 к настоящему Порядку; (в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

определение размеров предоставляемых грантов в соответствии с [разделом 5](#) настоящего Порядка.

4.22. Среднее арифметическое число оценок всех членов конкурсной комиссии по каждому критерию образует итоговую оценку по соответствующему критерию в отношении каждой заявки. Сумма итоговых оценок по всем критериям образует итоговую оценку медиапроекта.

В случае выявления факта возврата средств областного бюджета, полученных в виде субсидий или грантов в форме субсидий, в течение трех лет, предшествующих конкурсному отбору, применяется понижающий коэффициент:

а) на 5 баллов - если процент неосвоения составил более двух процентов;

б) на 15 баллов - если процент неосвоения составил более пяти процентов;

в) на 30 баллов - если процент неосвоения составил более 10 процентов;

г) на 40 баллов - если процент неосвоения составил более 15 процентов.

Итоговая оценка медиапроекта соотносится с минимальным значением итоговой оценки.

4.23. Утратил силу с 30 июня 2020 года. - [Постановление](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476.

4.24. Конкурсная комиссия определяет победителя конкурсного отбора по балльной системе.

Получателями грантов признаются соискатели, значение итоговой оценки медиапроекта которых превышает минимальное значение итоговой оценки.

4.25. Результаты рассмотрения конкурсной комиссией медиапроектов оформляются протоколом, в котором указываются значения оценок медиапроекта по критериям оценки медиапроектов и размеры грантов, планируемых к предоставлению Комитетом. (п. 4.25 в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

4.26. Основаниями для отказа в предоставлении гранта являются:

1) значение итоговой оценки медиапроекта равно или ниже минимального значения итоговой оценки;

2) отказ получателя гранта от получения гранта.

4.27. Решение о признании соискателей получателями грантов и размерах предоставляемых

им грантов принимается Комитетом на основании протокола заседания конкурсной комиссии, указанного в [пункте 4.25](#) настоящего Порядка, и оформляется правовым актом Комитета в течение пяти рабочих дней с даты заседания конкурсной комиссии.

4.28. Комитет в срок не позднее 10 рабочих дней со дня принятия решения, указанного в [пункте 4.27](#) настоящего Порядка, размещает информацию об итогах конкурсного отбора, в том числе о соискателях, оценках медиапроектов по критериям оценки медиапроектов, размерах предоставляемых грантов, на официальном сайте Комитета в сети "Интернет".  
(в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

4.29. В течение 20 рабочих дней с даты издания правового акта Комитета, указанного в [пункте 4.27](#) настоящего Порядка, Комитет заключает с победителями конкурсного отбора договоры.  
(в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

4.30. Грант перечисляется получателю гранта в порядке и сроки перечисления гранта, установленные договором.

4.31. Утратил силу с 30 июня 2020 года. - [Постановление](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476.

4.32. Перечисление грантов осуществляется Комитетом финансов Ленинградской области на основании распорядительных заявок на расход, сформированных Комитетом, на расчетные или корреспондентские счета, открытые получателям грантов в учреждениях Центрального банка Российской Федерации или кредитных организациях, в течение трех дней с даты получения распорядительной заявки на расход.

4.33. В случае наличия нераспределенных денежных средств по результатам проведенного конкурсного отбора или образования остатков неиспользованных сумм грантов, которые были возвращены в областной бюджет, а также в случае увеличения бюджетных ассигнований Комитет имеет право принять решение о проведении дополнительного конкурсного отбора в соответствии с настоящим Порядком.

## **5. Порядок определения размера гранта**

5.1. Размер предоставляемого гранта определяется конкурсной комиссией с учетом объема бюджетных ассигнований, утвержденных в сводной бюджетной росписи областного бюджета на соответствующий финансовый год на предоставление грантов, сметы расходов на реализацию медиапроекта и рейтинга соискателей.

5.2. В случае если сумма запрашиваемых грантов по всем заявкам получателей грантов превышает объем предусмотренных бюджетных ассигнований по соответствующей целевой статье, размер гранта определяется по следующей формуле:

$$v = a \times k,$$

где:

v - размер гранта;

a - плановые затраты по направлениям расходов, указанным в [разделе 3](#) настоящего Порядка;

k - понижающий коэффициент, определяемый по формуле:

$$k = z / \sum v,$$

где:

z - предусмотренные в областном законе об областном бюджете на текущий год бюджетные ассигнования на предоставление грантов;

$\sum v$  - суммарный размер грантов получателям, определяемый по формуле:

$$\sum v = (v_1 + v_2 + v_3 \dots v_i),$$

где:  $v_1, v_2, v_3 \dots v_i$  - размер гранта получателю.

5.3. Заявки, поданные соискателями, исходя из запрашиваемого объема средств распределяются на три категории:

1) "большой грант" - грант, предоставляемый соискателям, реализующим медиапроект на территории 17 муниципальных районов и городского округа Ленинградской области. Размер "большого гранта" не может превышать 10 млн рублей;

2) "средний грант" - грант, предоставляемый соискателям, реализующим медиапроект на территории не менее шести муниципальных районов и(или) городского округа Ленинградской области. Размер "среднего гранта" не может превышать 4 млн рублей.

Объем финансового обеспечения реализации медиапроектов в СМИ на территории не менее шести муниципальных районов и(или) городского округа Ленинградской области не должен превышать 30 процентов от бюджетных ассигнований, утвержденных в сводной бюджетной росписи областного бюджета на предоставление грантов на соответствующий финансовый год;

3) "малый грант" - грант, предоставляемый соискателям, реализующим медиапроект на территории не более четырех муниципальных районов и(или) городского округа Ленинградской области. Размер "малого гранта" не может превышать 2 млн рублей.

Объем финансового обеспечения реализации медиапроектов в СМИ на территории одного или нескольких муниципальных районов и(или) городского округа Ленинградской области не должен превышать 30 процентов от бюджетных ассигнований, утвержденных в сводной бюджетной росписи областного бюджета на предоставление грантов на соответствующий финансовый год.

## **6. Требования к отчетности и осуществление контроля за соблюдением условий, целей и порядка предоставления грантов, ответственность за их нарушение**

6.1. Получатели гранта представляют отчет об использовании средств гранта, отчет о достижении результатов предоставления гранта и показателей, необходимых для достижения результатов предоставления гранта, по форме согласно приложению 2 к настоящему Порядку за первый - третий кварталы не позднее 10-го рабочего дня, следующего за отчетным кварталом, за четвертый квартал - не позднее 5-го рабочего дня, следующего за отчетным кварталом.

К отчету об использовании средств гранта в обязательном порядке прилагаются документы, подтверждающие понесенные затраты (договоры, акты, платежные и(или) иные документы).

Сроки и порядок представления дополнительной отчетности устанавливаются в договоре.

(п. 6.1 в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

6.2. Проверка соблюдения получателями гранта условий, целей и порядка предоставления грантов осуществляется Комитетом и органом государственного финансового контроля Ленинградской области.

6.3. В случае установления по итогам проверок, проведенных Комитетом и(или) органом государственного финансового контроля Ленинградской области, факта нарушения получателем гранта целей, порядка и условий предоставления грантов, а также недостижения значений результатов предоставления грантов и показателей, необходимых для достижения результатов предоставления гранта, соответствующие средства подлежат возврату в областной бюджет:  
(в ред. [Постановления](#) Правительства Ленинградской области от 30.06.2020 N 476)

а) на основании письменного требования Комитета в течение 30 рабочих дней с даты получения получателем гранта указанного требования;

б) в сроки, установленные в представлении и(или) предписании органа государственного финансового контроля Ленинградской области.

В случае выявления Комитетом при проведении проверок наличия остатка гранта при отсутствии решения Комитета, принятого по согласованию с Комитетом финансов Ленинградской области, о наличии потребности в указанных средствах, предусмотренных заключенным договором, возврат остатка гранта в областной бюджет производится на основании письменного требования Комитета в течение 30 рабочих дней с даты получения получателем гранта такого требования.

6.4. За нарушение срока возврата суммы гранта получатель гранта уплачивает штраф в размере 10 процентов от суммы гранта, подлежащей возврату, а также неустойку за каждый день просрочки исполнения соответствующего обязательства.

Размер неустойки устанавливается в размере одной трехсотой ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации, действующей на день уплаты неустойки, от суммы гранта, подлежащей возврату.

6.5. В случае отказа вернуть сумму гранта, подлежащую возврату (с учетом штрафа и неустойки), неперечисления получателем гранта полученных средств в областной бюджет в течение срока, установленного в письменном требовании Комитета или органа государственного финансового контроля Ленинградской области, взыскание денежных средств осуществляется в судебном порядке.

6.6. Остаток гранта, не использованный в текущем финансовом году, подлежит возврату получателем гранта в областной бюджет до 1 февраля года, следующего за отчетным.

Приложение 1  
к Порядку...

Список изменяющих документов  
(введено [Постановлением](#) Правительства Ленинградской области  
от 30.06.2020 N 476)

**КРИТЕРИИ**  
**оценки медиапроектов, на реализацию которых**  
**запрашиваются гранты в форме субсидий**

| Категория критерия      | Критерий   | Единица измерения | Показатель            | Количество баллов | Примечание   |
|-------------------------|--|-------------------|-----------------------|-------------------|--|
| 1                       | 2  | 3                 | 4                     | 5                 | 6  |
| Содержание медиапроекта | Актуальность и социальная значимость темы медиапроекта | Уровень           | Очень высокий уровень | 10                | Оценивается своевременность постановки проблем, аргументированность наиболее важных идей, обоснованность социальной значимости   |
|                         |  |                   | Высокий уровень       | 7                 |  |
|                         |  |                   | Достаточный уровень   | 5                 |  |
|                         |  |                   | Недостаточный уровень | 2                 |  |
|                         | Творческие характеристики медиапроекта                 | Уровень           | Очень высокий уровень | 10                | Оцениваются художественная выразительность, авторская индивидуальность; оригинальность (интересный подход к решению проблемы и использование новых технических и содержательных методов реализации медиапроекта); креативность и привлекательность идеи медиапроекта, рассчитанной на привлечение внимания целевой аудитории |
|                         |  |                   | Высокий уровень       | 7                 |  |
|                         |  |                   | Достаточный уровень   | 5                 |  |
|                         |  |                   | Недостаточный уровень | 2                 |  |



|  |   |         |                       |    |  |   |
|--|---|---------|-----------------------|----|--|---|
|  | Точность определения целевой аудитории                    | Уровень | Высокий уровень       | 10 | Оценивается соответствие предполагаемого уровня востребованности и значимости медиапроекта для выбранной целевой аудитории, соответствие мероприятий медиапроекта целевой аудитории  |   |
|  |   |         | Средний уровень       | 6  |  |   |
|  |   |         | Низкий уровень        | 2  |  |   |
|  | Качество составления медиапроекта                         | Уровень | Очень высокий уровень | 10 | Оценивается соответствие количественных параметров и технических характеристик медиапроекта поставленным целям и задачам; четкость и детальность плана производства материалов/программ в рамках реализации медиапроекта; целостность медиапроекта (все мероприятия и этапы медиапроекта согласованы и направлены на реализацию поставленной цели) |   |
|  |   |         | Высокий уровень       | 7  |  |   |
|  |   |         | Достаточный уровень   | 5  |  |   |
|  |   |         | Недостаточный уровень | 2  |  |   |
|  | Оценка СМИ, в котором планируется реализация медиапроекта |         |                       |    |  | Оценка осуществляется на основании информации, представленной соискателем в заявке, а также на основании данных |

|                     |   |         |                       |    |  |
|---------------------|---|---------|-----------------------|----|--|
|                     |   |         |                       |    | <p>мониторинга сети "Интернет" в соответствии с критериями оценки СМИ, предусмотренными <a href="#">таблицами 2 - 6</a> настоящего приложения.</p> <p>Значение итоговой оценки СМИ определяется путем суммирования значений оценок по каждому критерию оценки СМИ.</p> <p>В случае если в реализации медиапроекта, представленного в заявке, задействованы несколько СМИ, за оценку принимается среднее значение баллов по всем СМИ.</p> <p>Оценка по критерию заносится в таблицу оценки медиапроектов секретарем конкурсной комиссии</p> |
| Бюджет медиапроекта | Экономическая обоснованность запрашиваемых финансовых средств | Уровень | Очень высокий уровень | 10 | Оценивается соответствие статей бюджета заявленным целям, задачам, мероприятиям медиапроекта; соответствие уровня зарплат, стоимости услуг и материальных ресурсов, других расходов рыночному уровню;  |
|                     |   |         | Высокий уровень       | 7  |  |
|                     |   |         | Достаточный уровень   | 5  |  |
|                     |   |         | Недостаточный уровень | 2  |  |

|  |   |         |                       |    |  |
|--|---|---------|-----------------------|----|--|
|  |   |         |                       |    | адекватность статей бюджета, стоимости и технических характеристик заявленного оборудования, кадровое обеспечение и уровень оплаты труда параметрам медиапроекта |
|  | Доля финансирования за счет собственных (привлеченных) средств соискателя от общей суммы затрат на финансирование медиапроекта                | Процент | От 15 и более         | 10 |  |
|  |   |         | От 13 до 15           | 8  |  |
|  |   |         | От 9 до 12            | 6  |  |
|  |   |         | От 5 до 8             | 4  |  |
|  |   |         | Менее 5               | 2  |  |
| Планируемые результаты реализации медиапроекта | Потенциальный социальный эффект медиапроекта, его мероприятий, в том числе адресность, полнота донесения до запланированной целевой аудитории | Уровень | Очень высокий уровень | 10 |  |
|  |   |         | Высокий уровень       | 7  |  |
|  |   |         | Достаточный уровень   | 5  |  |
|  |   |         | Недостаточный уровень | 2  |  |
| Устойчивость медиапроекта                      |   | Уровень | Высокий уровень       | 10 | Оценивается возможность продолжения медиапроекта после завершения финансирования   |
|  |   |         | Средний уровень       | 6  |  |
|  |   |         | Низкий уровень        | 2  |  |

|                 |   |                    |                         |     |  |
|-----------------|---|--------------------|-------------------------|-----|--|
| Опыт соискателя | Наличие у соискателя успешного опыта реализации медиапроектов   | Единиц             | Более 6 медиапроектов   | 10  | Оценивается количество медиапроектов, реализованных по итогам федеральных и региональных конкурсов |
|                 |   |                    | От 4 до 6 медиапроектов | 6   |  |
|                 |   |                    | От 1 до 3 медиапроектов | 3   |  |
|                 | Понижающий коэффициент: наличие факта неосвоения соискателем средств областного бюджета Ленинградской области, полученных в виде субсидий или грантов в форме субсидий в течение трех лет, предшествующих проведению конкурсного отбора | Процент неосвоения | 2 <                     | -5  | Оценка по критерию заносится в таблицу оценки медиапроектов секретарем конкурсной комиссии         |
|                 |   |                    | 5 <                     | -15 |  |
|                 |   |                    | 10 <                    | -30 |  |
|                 |   |                    | 15 <                    | -40 |  |

**КРИТЕРИИ**  
оценки количественных и качественных характеристик районных периодических печатных изданий Ленинградской области (СМИ), задействованных в реализации медиапроекта

| N п/п | Наименование критерия   | Единица измерения | Показатель  | Количество баллов     |
|-------|---|-------------------|---|-----------------------|
| 1     | 2   | 3                 | 4   | 5                     |
| 1     | Среднеразовый тираж СМИ, указанный в заявке.<br>В случае если СМИ выходит в свет более одного раза в неделю, под среднеразовым тиражом СМИ понимается еженедельный тираж номера СМИ, содержащего программу телепередач, либо наибольший тираж в неделю                        | Экземпляров       | Более 7001<br>От 5001 до 7000<br>От 3001 до 5000<br>Менее 3000    | 8<br>6<br>4<br>2      |
| 2     | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц   | Полос             | Более 16<br>От 12 до 16<br>Менее 12                               | 4<br>3<br>2           |
| 3     | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания | Процентов         | Более 70<br>От 51 до 70<br>От 41 до 50<br>От 30 до 40<br>Менее 30 | 4<br>3<br>2<br>1<br>0 |
| 4     | Среднее количество редакционных материалов в неделю   | Единиц            | Более 9<br>От 6 до 9<br>Менее 6                                   | 6<br>4<br>0           |
| 5     | Количество социальных сетей, в которых созданы сообщества СМИ   | Единиц            | Более 2<br>От 1 до 2  | 2<br>1                |
| 6     | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора/количество интернет-  | Человек           | Более 50000<br>От 30001 до 50000<br>От 10001 до 30000             | 4<br>3<br>2           |

|    |  |            |                   |    |
|----|--|------------|-------------------|----|
|    | подписчиков  |            | От 5001 до 10000  | 1  |
|    |  |            | Менее 5000        | 0  |
| 7  | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) число подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" <1>   | Человек    | Более 15000       | 4  |
|    |  |            | От 10001 до 15000 | 3  |
|    |  |            | От 7001 до 10000  | 2  |
|    |  |            | От 5001 до 7000   | 1  |
|    |  |            | Менее 5000        | 0  |
| 8  | Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два   | Процентов  | Более 30          | 10 |
|    |  |            | От 26 до 30       | 8  |
|    |  |            | От 16 до 25       | 6  |
|    |  |            | От 11 до 15       | 4  |
|    |  |            | Менее 11          | 1  |
| 9  | Охват аудитории электронной версии СМИ в сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ   | Процентов  | Более 15          | 5  |
|    |  |            | От 11 до 15       | 4  |
|    |  |            | От 7 до 10        | 3  |
|    |  |            | От 4 до 6         | 2  |
|    |  |            | Менее 4           | 0  |
| 10 | Охват аудитории СМИ в социальных сетях, определяемый как отношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ <1>  | Процентов  | Более 15          | 5  |
|    |  |            | От 11 до 15       | 4  |
|    |  |            | От 8 до 10        | 3  |
|    |  |            | От 5 до 7         | 2  |
|    |  |            | Менее 5           | 0  |
| 11 | Средний охват просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора (подтверждается скриншотами интернет-страницы с данными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя) <1> | Просмотров | Более 3000        | 5  |
|    |  |            | От 1501 до 3000   | 4  |
|    |  |            | От 1001 до 1500   | 3  |
|    |  |            | От 701 до 1000    | 2  |
|    |  |            | От 150 до 700     | 1  |
|    |  |            | Менее 150         | 0  |

|    |  |        |   |   |
|----|--|--------|---|---|
| 12 | Вид распространения  |        | Подписка (тираж - более 1 тыс. экз.) и розничная продажа/подписка, розничная продажа и бесплатное распространение не более 10 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан | 6 |
|    |  |        | Подписка (тираж - менее 1 тыс. экз.) и розничная продажа/подписка, розничная продажа и бесплатное распространение не более 10 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан | 4 |
|    |  |        | Подписка (тираж - менее 1 тыс. экз.) и бесплатное распространение   | 3 |
|    |  |        | Бесплатное распространение  | 2 |
| 13 | Наличие постоянных рубрик/разделов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам муниципальных образований Ленинградской области | Да/нет | Да  | 1 |
|    |  |        | Нет   | 0 |
| 14 | Объем материалов (рубрик/разделов), посвященных актуальным вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области, в неделю      | Полос  | Более 2   | 6 |
|    |  |        | От 1 до 2   | 4 |
| 15 | Осуществление деятельности на территориях муниципальных образований Ленинградской области,   | Да/нет | Да  | 6 |
|    |  |        | Нет   | 0 |

|    |   |  |        |   |
|----|---|--|--------|---|
|    | отнесенных к категории депрессивных <2>, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области  |  |        |   |
| 16 | Позиция в рейтинге изданий в районе (по данным социологического исследования, проведенного по заказу Комитета по печати Ленинградской области в предшествующем конкурсному отбору году) |  | 1      | 6 |
|    |   |  | 2      | 3 |
|    |   |  | 3      | 1 |
|    |   |  | Ниже 3 | 0 |

<1> При определении балла к рассмотрению и зачету не принимаются сообщества СМИ в социальных сетях в следующих случаях:

количество участников сообщества составляет менее 5000 человек;

последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за три дня до даты подачи заявки на участие в конкурсном отборе.

<2> Под депрессивными муниципальными образованиями понимаются городские и(или) сельские поселения Ленинградской области, отнесенные к категории депрессивных в текущем году в соответствии с постановлением Правительства Ленинградской области от 4 марта 2014 года N 46 "Об утверждении Порядка отнесения городских и сельских поселений Ленинградской области к категории депрессивных муниципальных образований Ленинградской области в целях реализации подпрограммы "Развитие малого, среднего предпринимательства и потребительского рынка Ленинградской области" в рамках государственной программы Ленинградской области "Стимулирование экономической активности Ленинградской области".

Таблица 3

**КРИТЕРИИ  
количественных и качественных характеристик районных  
телерадиокомпаний Ленинградской области (СМИ),  
задействованных в реализации медиапроекта**

| N п/п | Наименование критерия  | Единица измерения | Показатель                                | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|---|-------------------|
| 1     | 2  | 3                 | 4   | 5                 |
| 1     | Объем вещания в неделю в соответствии с лицензией на теле- и(или) радиовещание либо договором с организацией, осуществляющей радиовещание, в том числе на территории Ленинградской области, в случае если организация, |                   | Собственное круглосуточное вещание        | 6                 |
|       |  |                   | Врезки местных выпусков в городах вещания | 2                 |



|   |   |           |                         |   |
|---|---|-----------|-------------------------|---|
|   | осуществляющая производство и выпуск телеканала (телепрограммы)/радиоканала (радиопрограммы), не обладает лицензией на радиовещание   |           | телеканала/радиостанции |   |
| 2 | Объем (хронометраж) собственного информационного вещания в неделю <1>   | Часов     | Более 9                 | 7 |
|   |   |           | От 6 и 9                | 5 |
|   |   |           | От 3 до 5               | 3 |
|   |   |           | Менее 3                 | 0 |
| 3 | Количество социальных сетей, в которых созданы сообщества   | Единиц    | Более 1                 | 2 |
|   |   |           | 1                       | 1 |
| 4 | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора   | Человек   | Более 50000             | 6 |
|   |   |           | От 30001 до 50000       | 5 |
|   |   |           | От 10001 до 30000       | 4 |
|   |   |           | От 5001 до 10000        | 3 |
|   |   |           | Менее 5000              | 0 |
| 5 | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) количество подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет"   | Человек   | Более 10000             | 5 |
|   |   |           | От 7501 до 10000        | 4 |
|   |   |           | От 5001 до 7500         | 3 |
|   |   |           | Менее 5000              | 0 |
| 6 | Охват аудитории СМИ, определяемый:<br>для эфирного вещания - как отношение численности населения, охваченного таким видом вещания (в соответствии с лицензией на вещание или договором с организацией, осуществляющей радиовещание и(или) телевещание на территории Ленинградской области), к численности населения муниципального образования (муниципальных образований), на территории которого (которых) осуществляется вещание | Процентов | От 81 до 100            | 7 |
|   |   |           | От 50 до 80             | 5 |
|   | для кабельного вещания - как отношение количества абонентов сети кабельного телерадиовещания, установленного на основе заключенных договоров с кабельными операторами, к численности населения, охваченного таким видом вещания в рамках  |           | Менее 50                | 3 |

|    |   |           |  |   |
|----|---|-----------|--|---|
|    | территории, указанной в лицензии.<br>Под абонентом понимается домохозяйство, средний размер которого составляет 2,5 человека. Число абонентов не может превышать численности населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии   |           |  |   |
| 7  | Охват аудитории СМИ в сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ   | Процентов | Более 15                                 | 5 |
|    |   |           | От 13 до 15                              | 4 |
|    |   |           | От 10 до 12                              | 3 |
|    |   |           | От 5 до 9                                | 2 |
|    |   |           | Менее 5                                  | 1 |
| 8  | Охват аудитории СМИ в социальных сетях, определяемый как отношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ <2>   | Процентов | Более 25                                 | 5 |
|    |   |           | От 16 до 25                              | 4 |
|    |   |           | От 11 до 15                              | 3 |
|    |   |           | От 5 до 10                               | 1 |
|    |   |           | Менее 5                                  | 0 |
| 9  | Средний охват просмотров сообщений в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков, в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора (подтверждается скриншотами интернет-страницы с данными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя) <2> |           | Более 3000                               | 5 |
|    |   |           | От 1501 до 3000                          | 4 |
|    |   |           | От 1001 до 1500                          | 3 |
|    |   |           | От 701 до 1000                           | 2 |
|    |   |           | От 300 до 700                            | 1 |
|    |   |           | Менее 300                                | 0 |
| 10 | Способ распространения продукции СМИ (для телеканалов (телепрограмм))   |           | Кабельное и эфирное вещание              | 5 |
|    |   |           | Кабельное вещание                        | 4 |
|    |   |           | Эфирное вещание                          | 3 |
|    | Способ распространения продукции СМИ (для радиоканалов (радиопрограмм))   |           | Проводное, эфирное и(или) онлайн-вещание | 5 |
|    |   |           | Эфирное вещание                          | 4 |
|    |   |           | Проводное и(или)                         | 3 |

|    |   |        | онлайн-вещание |   |
|----|---|--------|----------------|---|
| 11 | Осуществление освещения наиболее важных областных мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и(или) трансляции в записи (для телеканалов (телепрограмм))  | Да/нет | Да             | 4 |
|    |   |        | Нет            | 0 |
| 12 | Осуществление вещания в формате прямого эфира (для радиоканалов (радиопрограмм))  | Да/нет | Да             | 4 |
|    |   |        | Нет            | 0 |
| 13 | Производство и размещение в эфире СМИ авторских и(или) разговорных аналитических программ (не менее 10 выпусков в году, предшествующем году, в котором проводится конкурсный отбор)   | Да/нет | Да             | 4 |
|    |   |        | Нет            | 0 |
| 14 | Осуществление деятельности на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных <3>, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области | Да/нет | Да             | 4 |
|    |   |        | Нет            | 0 |
| 15 | Позиция в рейтинге телерадиоканала в районе (по данным социологического исследования, проведенного по заказу Комитета по печати Ленинградской области в предшествующем конкурсному отбору году)   |        | 1              | 5 |
|    |   |        | 2              | 3 |
|    |   |        | 3              | 1 |
|    |   |        | Ниже 3         | 0 |

-----

<1> Подтверждается информацией о выпускаемых программах, их периодичности, хронометраже, тематике (сетка вещания).

<2> При определении балла к рассмотрению и зачету не принимаются сообщества СМИ в социальных сетях в следующих случаях:

количество участников сообщества составляет менее 5000 человек;

последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за три дня до даты подачи заявки на участие в конкурсном отборе.

<3> Под депрессивными муниципальными образованиями понимаются городские и(или) сельские поселения, отнесенные к категории депрессивных в текущем году в соответствии с [Порядком](#) отнесения городских и сельских поселений Ленинградской области к категории депрессивных муниципальных образований Ленинградской области в целях реализации

подпрограммы "Развитие малого, среднего предпринимательства и потребительского рынка Ленинградской области" в рамках государственной программы Ленинградской области "Стимулирование экономической активности Ленинградской области", утвержденным постановлением Правительства Ленинградской области от 4 марта 2014 года N 46.

Таблица 4

**КРИТЕРИИ  
оценки количественных и качественных характеристик  
региональных периодических печатных изданий (СМИ),  
задействованных в реализации медиапроекта**

| N п/п | Наименование критерия  | Единица измерения | Показатель        | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1     | 2  | 3                 | 4                 | 5                 |
| 1     | Среднеразовый тираж СМИ, указанный в заявке. В случае если СМИ выходит в свет более одного раза в неделю, под среднеразовым тиражом СМИ понимается еженедельный тираж номера СМИ, содержащего программу телепередач, либо номера, имеющего наибольший тираж  | Экземпляров       | Более 50000       | 4                 |
|       |  |                   | От 35001 до 50000 | 3                 |
|       |  |                   | От 20000 до 35000 | 2                 |
|       |  |                   | Менее 20000       | 1                 |
| 2     | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц  | Полос             | Более 16          | 3                 |
|       |  |                   | От 12 до 16       | 2                 |
|       |  |                   | Менее 12          | 1                 |
| 3     | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов власти, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания | Процентов         | Более 70          | 4                 |
|       |  |                   | От 51 до 70       | 3                 |
|       |  |                   | От 41 до 50       | 2                 |
|       |  |                   | От 30 до 40       | 1                 |
|       |  |                   | Менее 30          | 0                 |
| 4     | Среднее количество редакционных материалов в каждом номере   | Единиц            | Более 16          | 5                 |
|       |  |                   | От 11 до 16       | 4                 |
|       |  |                   | От 7 до 10        | 3                 |
|       |  |                   | Менее 6           | 0                 |
| 5     | Количество социальных сетей, в которых созданы сообщества СМИ  | Единиц            | Более 1           | 2                 |
|       |  |                   | 1                 | 1                 |
| 6     | Фиксация сайта СМИ новостными  | Да/нет            | Да                | 2                 |

|    |  |            |                   |   |
|----|--|------------|-------------------|---|
|    | агрегаторами "Яндекс.Новости" и "Google.Новости"   |            | Нет               | 0 |
| 7  | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора  | Человек    | Более 10000       | 3 |
|    |  |            | От 7001 до 10000  | 2 |
|    |  |            | От 5001 до 7000   | 1 |
|    |  |            | Менее 5000        | 0 |
| 8  | Среднее количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) число подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" <1>   | Человек    | Более 15000       | 4 |
|    |  |            | От 10001 до 15000 | 3 |
|    |  |            | От 7001 до 10000  | 2 |
|    |  |            | От 5001 до 7000   | 1 |
|    |  |            | Менее 5000        | 0 |
| 9  | Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два   | Процентов  | Более 9           | 5 |
|    |  |            | От 8 до 9         | 4 |
|    |  |            | От 5 до 7         | 3 |
|    |  |            | От 2 до 4         | 2 |
|    |  |            | Менее 2           | 1 |
| 10 | Охват аудитории электронной версии СМИ в сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ | Процентов  | От 10 и более     | 5 |
|    |  |            | От 8 до 9         | 4 |
|    |  |            | От 4 до 7         | 3 |
|    |  |            | От 1 до 3         | 2 |
|    |  |            | Менее 1           | 0 |
| 11 | Охват аудитории СМИ в социальных сетях, определяемый как отношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ <1>                  | Процентов  | Более 15          | 5 |
|    |  |            | От 9 до 15        | 4 |
|    |  |            | От 5 до 8         | 3 |
|    |  |            | От 2 до 4         | 1 |
|    |  |            | Менее 2           | 0 |
| 12 | Средний охват просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца,   | Просмотров | Более 3000        | 5 |
|    |  |            | От 1501 до 3000   | 4 |
|    |  |            | От 1001 до 1500   | 3 |
|    |  |            | От 701 до 1000    | 2 |

|    |   |       |   |   |
|----|---|-------|---|---|
|    | предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора (подтверждается скриншотами интернет-страницы с данными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя) <1> |       | От 501 до 700   | 1 |
|    |   |       | Менее 500   | 0 |
| 13 | Вид распространения   |       | Подписка и розничная продажа/подписка, розничная продажа и бесплатное распространение не более 10 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан | 5 |
|    |   |       | Розничная продажа   | 4 |
|    |   |       | Подписка и бесплатное распространение   | 3 |
|    |   |       | Бесплатное распространение  | 2 |
| 14 | Объем материалов (рубрик/разделов), посвященных актуальным вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области, в каждом номере  | Полос | Более 5   | 5 |
|    |   |       | От 4 до 5   | 4 |
|    |   |       | От 2 до 3   | 2 |
| 15 | Позиция в рейтинге изданий в районе (по данным социологического исследования, проведенного по заказу Комитета по печати Ленинградской области в предшествующем конкурсному отбору году)                             |       | 1   | 6 |
|    |   |       | 2   | 3 |
|    |   |       | 3   | 1 |
|    |   |       | Ниже 3  | 0 |

-----  
 <1> При определении балла к рассмотрению и зачету не принимаются сообщества СМИ в социальных сетях в следующих случаях:

количество участников сообщества составляет менее 5000 человек;

последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за три дня до даты размещения извещения о проведении конкурсного отбора.

**КРИТЕРИИ**  
оценки сетевых средств массовой информации (СМИ),  
задействованных в реализации медиапроекта

| № п/п | Наименование критерия  | Единица измерения | Показатель        | Количество баллов |
|-------|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1     | 2  | 3                 | 4                 | 5                 |
| 1     | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору   | Единиц            | Более 60001       | 10                |
|       |  |                   | От 40001 до 60000 | 8                 |
|       |  |                   | От 20001 до 40000 | 6                 |
|       |  |                   | От 10001 до 20000 | 4                 |
|       |  |                   | От 5001 до 10000  | 3                 |
|       |  |                   | Менее 5000        | 2                 |
| 2     | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) число подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" <1>   | Человек           | Более 16000       | 5                 |
|       |  |                   | От 13001 до 16000 | 4                 |
|       |  |                   | От 10001 до 13000 | 3                 |
|       |  |                   | От 5000 до 10000  | 2                 |
| 3     | Средний охват просмотров сообщений в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора (подтверждается скриншотами интернет-страницы с данными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя) <1> | Просмотров        | Более 5000        | 5                 |
|       |  |                   | От 3001 до 5000   | 4                 |
|       |  |                   | От 1501 до 3000   | 3                 |
|       |  |                   | От 1001 до 1500   | 2                 |
|       |  |                   | От 500 до 1000    | 1                 |
|       |  |                   | Менее 500         | 0                 |
| 4     | Среднее количество материалов СМИ, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области и муниципальных образований Ленинградской области, опубликованных на сайте СМИ за неделю   | Единиц            | Более 95          | 5                 |
|       |  |                   | От 80 до 95       | 4                 |
|       |  |                   | От 65 до 80       | 3                 |
|       |  |                   | От 50 до 65       | 2                 |
|       |  |                   | Менее 50          | 0                 |

|   |   |        |             |   |
|---|---|--------|-------------|---|
| 5 | Среднее количество собственных материалов СМИ, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области и муниципальных образований Ленинградской области, опубликованных в социальной сети за неделю | Единиц | Более 30    | 2 |
|   |   |        | От 20 до 30 | 1 |
|   |   |        | Менее 20    | 0 |

<1> При определении балла к рассмотрению и зачету не принимаются сообщества СМИ в социальных сетях в следующих случаях:

количество участников сообщества составляет менее 5000 человек;

последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за два дня до даты размещения извещения о проведении конкурсного отбора.

Таблица 6

**КРИТЕРИИ  
оценки количественных и качественных характеристик средства  
массовой информации (регионального канала) (СМИ),  
на производство которого запрашивается субсидия**

| № п/п | Наименование критерия   | Единица измерения | Показатель  | Количество баллов |
|-------|---|-------------------|-------------|-------------------|
| 1     | 2   | 3                 | 4           | 5                 |
| 1     | Объем программ и(или) информационных материалов собственного производства от общего объема вещания в неделю <1>   | Процентов         | Более 20    | 5                 |
|       |   |                   | От 15 до 20 | 4                 |
|       |   |                   | От 9 до 15  | 3                 |
|       |   |                   | Менее 9     | 0                 |
| 2     | Охват аудитории средства массовой информации (регионального канала): для эфирного/цифрового вещания - отношение численности населения, охваченного таким видом вещания (в соответствии с лицензией на вещание или в соответствии с договором с организацией, осуществляющей телевещание на территории Ленинградской области), к численности населения муниципальных образований, на территории которых осуществляется | Процентов         | Более 90    | 7                 |
|       |   |                   | От 81 до 90 | 6                 |
|       |   |                   | От 71 до 80 | 5                 |
|       |   |                   | От 60 до 70 | 3                 |
|       |   |                   | Менее 60    | 0                 |



|     |  |           |  |  |
|-----|--|-----------|--|--|
|     | <p>вещание;<br/>для кабельного/спутникового вещания - отношение количества абонентов услуг сети кабельного/спутникового телевидения, установленного на основе заключенных договоров с кабельными/спутниковыми операторами, к численности населения, охваченного таким видом вещания, в рамках территории, указанной в лицензии (абонент - домохозяйство, средний размер которого составляет 2,5 человека).<br/>Число абонентов не может превышать численности населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии</p> |           |  |  |
| 3   | Количество социальных сетей, в которых созданы сообщества СМИ  | Единиц    | <p>Более 1</p> <p>2</p>  | <p>2</p> <p>1</p>                            |
| 4   | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору   | Человек   | <p>Более 200000</p> <p>От 150001 до 200000</p> <p>От 100001 до 150000</p> <p>Менее 100000</p>                          | <p>3</p> <p>2</p> <p>1</p> <p>0</p>          |
| 5   | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) число подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" <2>   | Человек   | <p>Более 70000</p> <p>От 50001 до 70000</p> <p>От 30001 до 50000</p> <p>От 20001 до 30000</p> <p>От 15000 до 20000</p> | <p>7</p> <p>6</p> <p>5</p> <p>4</p> <p>3</p> |
| 6   | Охват аудитории СМИ в сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ   | Процентов | <p>Более 20</p> <p>От 16 до 20</p> <p>От 10 до 15</p> <p>Менее 10</p>  | <p>6</p> <p>5</p> <p>3</p> <p>1</p>          |
| 6.1 | Охват аудитории СМИ в социальных сетях (определяется как отношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" к численности населения территории, на   | Процентов | <p>Более 15</p> <p>От 11 до 15</p> <p>От 8 до 10</p> <p>От 5 до 7</p>  | <p>5</p> <p>4</p> <p>3</p> <p>2</p>          |

|    |   |            |  |    |
|----|---|------------|--|----|
|    | которой распространяется СМИ) <2>   |            | Менее 5  | 0  |
| 7  | Средний охват просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора. Подтверждается скриншотами интернет-страницы с данными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя <2> | Просмотров | Более 5000   | 5  |
|    |   |            | От 3501 до 5000  | 4  |
|    |   |            | От 2201 до 3500  | 3  |
|    |   |            | От 1501 до 2200  | 2  |
|    |   |            | От 800 до 1500   | 1  |
|    |   |            | Менее 800  | 0  |
| 8  | Наличие статуса обязательного общедоступного телеканала Ленинградской области (в соответствии с решением Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию)   | Да/нет     | Да   | 10 |
|    |   |            | Нет  | 0  |
| 9  | Тип вещания   |            | Цифровое, спутниковое, кабельное вещание, онлайн-вещание                   | 10 |
|    |   |            | Кабельное, спутниковое вещание, онлайн-вещание                             | 8  |
|    |   |            | Кабельное и спутниковое вещание  | 7  |
|    |   |            | Цифровое вещание (вставка в эфире обязательного общедоступного телеканала) | 6  |
|    |   |            | Спутниковое вещание  | 5  |
|    |   |            | Кабельное вещание  | 4  |
|    |   |            | Эфирное вещание  | 3  |
| 10 | Осуществление освещения наиболее важных областных мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и(или) трансляции в записи   | Да/нет     | Да   | 5  |
|    |   |            | Нет  | 0  |

|    |  |        |     |   |
|----|--|--------|-----|---|
| 11 | Производство и размещение в эфире СМИ авторских и(или) аналитических программ (не менее 24 выпусков в год, предшествующий году конкурсного отбора) | Да/нет | Да  | 5 |
|    |  |        | Нет | 0 |

-----

<1> Подтверждается информацией о выпускаемых программах, их периодичности и хронометраже, тематике (сетка вещания).

<2> При определении балла к рассмотрению не принимаются сообщества СМИ в социальных сетях в случае, если последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за три дня до даты опубликования извещения о проведении конкурсного отбора.

Приложение 2  
к Порядку...

Список изменяющих документов  
(введено [Постановлением](#) Правительства Ленинградской области  
от 30.06.2020 N 476)

(Форма)

#### ОТЧЕТ

о достижении значений результатов предоставления гранта и показателей, необходимых для достижения результатов предоставления гранта,  
по состоянию на \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

Наименование получателя \_\_\_\_\_

Наименование гранта \_\_\_\_\_

Реквизиты соглашения (договора) \_\_\_\_\_

Периодичность \_\_\_\_\_

| N<br>п/п | Результаты предоставления гранта и показателей          |                   |   |                                       |                          |                    |
|----------|---|-------------------|---|---------------------------------------|--------------------------|--------------------|
|          | наименование результата (показателя), единица измерения | плановое значение | дата, к которой должно быть достигнуто значение | достигнутое значение на отчетную дату | процент выполнения плана | причина отклонения |
|          |   |                   |   |                                       |                          |                    |

|     |  |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|--|
| 1   |  |  |  |  |  |  |
| 2   |  |  |  |  |  |  |
| ... |  |  |  |  |  |  |

Руководитель получателя

(уполномоченное лицо)

\_\_\_\_\_

(должность)

\_\_\_\_\_

(подпись)

\_\_\_\_\_

(расшифровка  
подписи)

Исполнитель  
со стороны получателя

\_\_\_\_\_

(должность)

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_

(телефон)

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

---