**Опись документов**

в составе заявки от Соискателя, претендующего на получение субсидии из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством регионального периодического печатного издания « »

Настоящим\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (наименование организации соискателя)

подтверждает, что для участия в конкурсном отборесреди соискателей, претендующих на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством региональных периодических печатных изданий, проводимом Комитетом по печати Ленинградской области, направляются нижеперечисленные документы и материалы.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п\п | Наименование документа, материала | Кол-востраниц | Номера страниц |
| 1. |  |  |  |
| 2. |  |  |  |
| 3. |  |  |  |
| … |  |  |  |

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (подпись) (фамилия, инициалы)

 «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_ г.

 м.п.

Форма

**ЗАЯВКА**

**на участие в конкурсном отборе соискателя на получение субсидии из областного бюджета Ленинградской области в 2021 году в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции регионального периодического печатного издания**

от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

наименование юридического лица - соискателя

Сведения о региональном периодическом печатном издании

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Наименование СМИ (с указанием формы периодического распространения (наименование периодического печатного издания) |  |
|  | Наименование организации издателя соответствующего средства массовой информации |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Учредители (соучредители) |  |
|  | Позиционирование СМИ (общественно-политическое, информационное, информационно-развлекательное и т.д.) |  |
|  | Адрес фактический /юридический  |  |
|  | Телефон, факс, действующий и постоянно просматриваемый e-mail редакции |  |
|  | Количество подписчиков издания в 2020 году | 1-ое полугодие 2020 года\_\_\_2-ое полугодие 2020 года\_\_\_ |
|  | Число сотрудников редакции |  |
|  | Число сотрудников редакции, возраст которых не превышает 30 лет (с указанием должности) |  |
|  | Количество и ФИО штатных и внештатных авторов |  |
|  | Директор (ФИО, рабочий телефон, мобильный телефон, e-mail) |  |
|  | Главный редактор (ФИО, рабочий телефон, мобильный телефон, e-mail) |  |
|  | Наличие в штате бухгалтера или наличие договора о ведении бухгалтерского аутсорсинга(ФИО, рабочий телефон, мобильный телефон, e-mail) |  |
|  | Территория распространения в соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Типография, осуществляющая печать выпусков изданий  |  |
|  | Наличие договора с распространителем (с указанием реквизитов и срока действия договора) |  |
|  | Ссылки на публичные (официальные) страницы/ группы/аккаунты издания в социальной сети Интернет, с указанием подписчиков/участников |  |
|  | Периодичность выхода издания |  |
|  | Формат (для печатных изданий:А3, А2, иной; |  |
|  | Среднеразовый тираж СМИ, указанный в заявке. В случае если СМИ выходит в свет более одного раза в неделю, под среднеразовым тиражом СМИ понимается еженедельный выход СМИ, содержащий программу телепередач либо имеющий наибольший тираж |  |
|  | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц |  |
|  | Официальный сайт в сети Интернет |  |
|  | Наличие счетчиков открытой метрики посетителей интернет ресурса  | да/нет *(выбрать нужное)* |
|  | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору/количество интернет-подписчиков |  |
|  | Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два |  |
|  | 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 |  |
|  | 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 |  |
|  | 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 сданными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя. |  |
|  | 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 |  |
|  | Среднее количество редакционных материалов в неделю |  |
|  | Вид распространения (выбрать нужное):- подписка и розничная продажа/Подписка, розничная продажа и бесплатное распространение- не более 10 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан - розничная продажа- подписка и бесплатное распространение- бесплатное распространение |  |
|  |
|  |
|  |
|  | Объем материалов (рубрик/разделов), посвященных актуальным вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области в неделю |  |
|  | День рождения СМИ |  |
|  | День рождения главного редактора |  |

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

"\_\_\_\_"\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

К заявке прилагаются:

- заявление (по форме) о предоставлении субсидии;

- пояснительная записка (в произвольной форме) с обоснованием необходимости получения запрашиваемой субсидии с указанием размера субсидии, направлений субсидируемых расходов и сумм по каждому направлению субсидируемых расходов, подписанная уполномоченным лицом соискателя и главным бухгалтером;

- смета (по форме) прогнозируемых расходов на производство периодического печатного издания в 2021 году.

- копии учредительных документов юридического лица, заверенные подписью и печатью(при наличии) соискателя;

- копия документа, подтверждающего полномочия руководителя соискателя, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- копия документа, подтверждающего полномочия главного бухгалтера и или иного лица, ответственного за ведение бухгалтерского учета;

- справка (в произвольной форме) о величине средней и минимальной месячной заработной платы работников, занятых на полный рабочий день, в течение квартала, предшествующего обращению за субсидией, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- копия штатного расписания соискателя, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- справка (в произвольной форме) об отсутствии просроченной задолженности по заработной плате, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- копия действующего свидетельства о регистрации СМИ, подписанная руководителем и заверенная печатью (при наличии) соискателя;

- справка (по форме), содержащая сведения об общем и среднеразовом тираже регионального периодического печатного издания, заверенная руководителем организации, где под среднеразовым тиражом понимается средний тираж газеты в неделю или значение, вычисленное делением общего тиража на число номеров в неделю;

- справка (по форме), заверенная полиграфическим предприятием, содержащая данные о количестве полос и общем тираже периодического печатного издания за год, предшествующий конкурсному отбору;

- справка (по форме), заверенная распространителем, содержащая данные об общем тираже регионального периодического печатного издания, реализованном по подписке, в розницу и безвозмездно в году, предшествующем году обращения за субсидией;

- записка (по форме) с подсчетом объема собственной информации, где за 100% принимается объем издания за вычетом печатных площадей, отведенных под публикацию информации о эфирах теле- и радиоканалов на следующую неделю и рекламы (в объеме не более 45%) заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- экземпляры двух последних выпусков периодического печатного издания;

- справка (в произвольной форме) со статистическими данными о среднемесячной посещаемости сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору, отражающую число уникальных посетителей в месяц по данным статистических счетчиков (Яндекс.Метрика, Гугл.Аналитикс, ЛайвИнтеренет, Рамблерс Топ 100, Рейтинг Мэйл.Ру или аналог) с приложением скриншота Интернет-страницы с данными статистики, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

- справка (в произвольной форме) об отсутствии на дату подачи заявки информации о соискателе в реестре недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей), ведение которого осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Форма

**ЗАЯВЛЕНИЕ**

Прошу предоставить субсидию в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством регионального периодического печатного издания \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование СМИ)

Сообщаю, что по состоянию на «\_\_»\_\_\_\_\_\_ 202\_ года \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование организации)

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

- не находится в процессе реорганизации, ликвидации, в отношении их не введена процедура банкротства, деятельность получателя субсидии не приостановлена в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации /не прекратил деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

- 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;

- отсутствует 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»;

- не получает средства из областного бюджета Ленинградской области в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели создания условий для эффективного взаимодействия органов государственной власти с обществом, а также в связи с производством регионального периодического печатного издания Ленинградской области в соответствии со сметой расходов;

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

- отсутствует задолженность по выплате заработной платы работникам;

- размер заработной платы работников составляет не ниже размера, установленного региональным соглашением о минимальной заработной плате в Ленинградской области на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе;

- отсутствует неисполненная обязанность по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /

м.п.

Выражаю согласие на обработку Комитетом по печати Ленинградской области моих персональных данных и подтверждаю, что давая такое согласие, я действую свободно, своей волей и в своем интересе. Я выражаю свое согласие на осуществление со всеми указанными персональными данными следующих действий: сбор, запись, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), извлечение, использование, передачу (распространение, предоставление, доступ), обезличивание, блокирование, удаление, уничтожение персональных данных, а также осуществление любых иных действий с персональными данными в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации. Обработка данных может осуществляться как с использованием средств автоматизации, так и без их использования (при неавтоматической обработке). Настоящее заявление действует на период до истечения сроков хранения соответствующей информации или документов, содержащих указанную информацию, определяемых в соответствии с законодательством Российской Федерации. Отзыв заявления осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /

Форма

к заявке

Справка

 об общем и среднеразовом тираже регионального периодического печатного издания «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели | Единица измерения | Кол-во в неделю | Кол-во за 20\_\_ год |
| 1 | Периодичность  | Кол-во номеров |  |  |
| 3 | Среднеразовый тираж\* – всего, в том числе: | экз. |  |  |

\* Среднеразовый тираж это средний тираж газеты в неделю или значение, вычисленное делением общего тиража на число номеров в неделю.

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

М.П.

Форма

к заявке

Справка

о количестве полос «газета «\_\_\_\_\_\_\_\_\_» и общем тираже регионального печатного издания за год, предшествующий обращению за субсидией

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели | Единица измерения | Отчет за 20\_\_ год |
| 1 | Формат (действующий)  | А3 |  |
| 2 | Количество номеров в неделю | шт. |  |
| 3 | Количество номеров за год | шт. |  |
| 4 | Объем печатного издания в полосах в неделю  | кол-во полос |  |
| 5 | Объем печатного издания в полосах за год | кол-во полос |  |
| 6 | Общий тираж в неделю | тыс. экз. |  |
| 7 | Общий тираж за год | тыс. экз. |  |

Руководитель типографии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

М.П.

Форма

к заявке

Справка

 об общем тираже регионального периодического печатного издания, реализованном по подписке, в розницу и безвозмездно в году, предшествующем году обращения за субсидией

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели | Единица измерения | Отчет за 20\_\_ год | План на 20\_\_ год |
| 1. | Общий тираж печатного издания, в том числе: | экз. |  |  |
| 2 | - по подписке | экз. |  |  |
| 3 | - в розницу | экз. |  |  |
| 4 | - безвозмездно | экз. |  |  |
| 5 | Количество муниципальных районов (городского округа), в которых распространялась газета | шт. |  |  |

Распространитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

М.П.

Форма

к заявке

ЗАПИСКА С РАСЧЕТОМ

ОБЪЕМА СОБСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ПЕРИОДИЧЕСКОГО ПЕЧАТНОГО ИЗДАНИЯ «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

Сообщаю, что средний объем собственной информации одного выхода регионального периодического печатного издания «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_», где за 100 процентов принимается объем издания за вычетом печатных площадей, отведенных под публикацию информации об эфирах теле- и радиоканалов на следующую неделю, объявлений и рекламы (в объеме не более 45 процентов), составляет \_\_\_%.

Руководитель организации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

 «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

М.П.

Форма

к заявке

СМЕТА

прогнозируемых расходов на производство регионального периодического печатного издания

« \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ » в 20\_\_ году

за период с \_\_.\_\_.20\_\_ по \_\_.\_\_.20\_\_ года

Прогнозируемые расходы на полиграфическое производство

(согласно договору с типографией)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Кол-во выходов(ед.) | Тираж по договору с типографией за 1 выход газеты | Тираж для расчета субсидии (ед.) | Стоимость полиграфии за 1 выход газеты (руб.) | Расчет полиграфии по субсидии (руб.)(п.2\*п.4\*п.5) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |  |
| 1 |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |
| Итого |  |  |  |  |  |

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_рублей \_\_\_ копеек.

Прогнозируемый расход бумаги газетной

(согласно договору с типографией)

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Кол-во выходов | Тираж по договору с типографией | Тираж для расчета субсидии | Кол-во кг за 1 выход газеты по договору с типографией | Кол-во кг за 1 выход газеты для расчета субсидии | Цена за 1 кг бумаги | Расчетная стоимость бумаги (кг) по субсидии(п.2\*п.4\*п.6\*п.7) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| Итого |  |  |  |  |  |  |  |

Прогнозируемые расходы по следующим статьям:

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование статьи | Прогнозная сумма расходов (руб.) |
| - оплата труда двух штатных сотрудников, расходы на оплату страховых взносов, начисляемых в пользу штатных сотрудников, задействованных для выполнения работ, по которым в плане мероприятий установлены результаты предоставления субсидии с раздельным учетом затрат; |  |
| - оплата работ (услуг) по печати ( полиграфические услуги), приобретение газетной бумаги, экспедирование и распространение ( в части транспортировки до объектов почтовой связи и их структурных подразделений); |  |
| - приобретение лицензионного программного обеспечения (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) для обеспечения редакционно-издательского процесса; |  |
| - техническая поддержка, наполнение, развитие и продвижение электронной версии издания (услуги хостинга, аренда сервера для размещения сайта, расходы на регистрацию доменных имен, расходы на поисковую оптимизацию, услуги (работы) по модернизации и(или) редизайну сайта, за исключением случаев, когда электронная версия печатного издания (веб-страница, сайт) с постоянным адресом в сети «Интернет» зарегистрирована в качестве сетевого средства массовой информации; |  |
| - расходы на приобретение компьютерного оборудования и оргтехники. |  |

Руководитель \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Главный бухгалтер \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

м.п.

**Перечень социально значимых тем для определения результатов предоставления субсидии**

1. Освещение реализации демографической политики в Ленинградской области, информирование о мерах социальной поддержки семьи, материнства и детства в Ленинградской области.
2. Популяризация в Ленинградской области здорового образа жизни.
	1. Повышение мотивации женщин к ведению здорового образа жизни, вовлечение в занятие физической культурой и спортом.
3. Популяризация в Ленинградской области физической культуры и спорта.
4. Популяризация культурного потенциала Ленинградской области.
5. Освещение деятельности и мер поддержки малого и среднего предпринимательства.
	1. Истории успеха и популяризация женского предпринимательства, информирование о мерах поддержки, возможностях для развития и создания своего дела.
6. Популяризация в Ленинградской области рабочих профессий, продвижение образа рабочего человека как успешного и уважаемого члена общества.
7. Популяризация внутреннего туризма в Ленинградской области, пропаганда историко-культурного наследия области.
8. Популяризация в Ленинградской области института семьи и традиционных семейных ценностей, а также пропаганда многодетности, опекунства, попечительства, усыновления детей-сирот. Укрепление семейных ценностей и привлечение общественного внимания к решению проблем детского неблагополучия.
9. Освещение развития молодежной политики в Ленинградской области.
10. Популяризация в Ленинградской области возможностей социальной интеграции людей с ограниченными возможностями здоровья, в том числе успешных примеров преодоления инвалидами социальных, экономических барьеров, ограничений среды проживания.
11. Популяризация в Ленинградской области возможностей для старшего поколения.
12. Информирование в сфере труда и занятости населения.
13. Информирование в сфере жилищно-коммунального хозяйства и благоустройства, Программа «Формирование комфортной городской среды (ФКГС) в Ленинградской области», «Год чистой воды».
14. Повышение культуры вождения и обеспечение безопасности на дорогах, снижение смертности в ДТП.
15. Пропаганда ценностей правомерного поведения и формирование правовой культуры, формирование финансово грамотного поведения населения как необходимого условия повышения уровня и качества жизни граждан.
16. Противодействие коррупции, формирование в обществе нетерпимого отношения к ее проявлениям, профилактика коррупционных нарушений.
17. Разъяснение необходимости усилий граждан в деятельности по обеспечению общественного порядка в Ленинградской области (ДНД и ОПН (общественных организаций правоохранительной направленности), популяризация деятельности действующих ДНД и ОПН.
18. Пропаганда в области предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций, обеспечения пожарной безопасности, в том числе разумного поведения в лесу в пожароопасный период, и обеспечения безопасности людей на водных объектах.
19. Противодействие идеологии терроризма и экстремизма.
20. Пропаганда бережного отношения к природе и среде проживания как важной составляющей качества жизни, формирование культуры обращения с бытовыми отходами.
21. Позитивный опыт деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций Ленинградской области, работающих на основе бюджетного финансирования.
22. Популяризация получения госуслуг через Интернет посредством портала государственных и муниципальных услуг (функций) Ленинградской области.
23. Популяризация использования услуг МФЦ в Ленинградской области.
24. Социально-экономическое развитие Ленинградской области.
25. Информирование в сфере здравоохранения (популяризация использования личного кабинета «Мое здоровье» на Едином портале государственных услуг,  профессии медицинского работника,  развития детского здравоохранения, системы оказания первичной медико-санитарной помощи,  позитивного опыта борьбы с онкологическими и сердечно-сосудистыми заболеваниями и пр.).
26. Развитие институтов гражданского общества,  укрепление в обществе духовно-нравственных, гуманистических ценностей и идеалов; возрождение и укрепление патриотических традиций, пропаганда гражданской ответственности.
27. Перепись населения.
28. Пропаганда основ защиты прав потребителей.
29. Научно-технологическое развитие в Ленинградской области.

**Определение предельного размера тиража, количества выпусков и формата полос регионального периодического печатного издания**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование показателя | Единица измерения  |
| Подписка и розничная продажа/ подписка, розничная продажа и бесплатное распространение (среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан) | 10 000 экз. тиража |
| Бесплатное распространение (подтверждается документами оказания услуг по распространению периодического печатного издания в каждый почтовый ящик) | не более 25 000 экз. тиража |
| Формат полос регионального периодического печатного издания Ленинградской области | А3 |
| Количество выпусков периодического печатного издания Ленинградской области в неделю | не реже 1 раза в неделю |

**Количественные и качественные характеристики**

**показателей результатов предоставления субсидии и порядок их расчета**

**при заключении договора с получателем субсидии,**

**требования к графику выхода информационных материалов,**

**материалов социальной рекламы на 2021 год**

1. Количественные характеристики и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2021 году устанавливаются исходя из размера субсидии в соответствии с таблицей № 1.

2. В случае принятия Комитетом по печати Ленинградской области (далее – Комитет) решения о предоставлении дополнительных средств получателям субсидии в соответствии с пунктом 3.20 Постановления Правительства Ленинградской области от 27.02.2019 г. № 78 «Об утверждении Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством региональных периодических печатных изданий Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», перерасчет показателей результативности осуществляется с первого числа месяца, следующего за датой подписания дополнительного соглашения об увеличении размера предоставляемой субсидии.

3. Срок достижения показателей результатов предоставления субсидии - не позднее 31 декабря 2021 года.

4. Общие требования к качеству информационных материалов:

- публикуемая информация должна быть актуальной и достоверной, не должна содержать признаков рекламы, предвыборной агитации, а также наносить ущерб репутации Администрации Ленинградской области.

- изложение информационных материалов должно быть логичным, доступным и понятным для широкой аудитории. Текст материалов, публикуемых в печатных СМИ, не должен содержать орфографических, грамматических, пунктуационных или стилистических ошибок.

- содержание и оформление материалов должны соответствовать законодательству, регулирующему отношения в сфере массовой информации и рекламы (Закон от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»).

- материалы, подготовленные на основе материалов пресс-службы Губернатора и Правительства Ленинградской области (рерайт), не могут превышать 35% от общего количества материалов.

- приветствуется наличие комментариев экспертов по теме, видео с подходов по итогам мероприятий.

- информационные материалы, подготовленные, в том числе на основе материалов пресс-службы Губернатора и Правительства Ленинградской области, должны быть сопровождены актуальным и(или) соответствующим теме видеорядом/фотоматериалами.

- информация о деятельности ведомств (пресс-релизы, сводки или предоставленная ведомствами информация) может использоваться при подготовке материалов по темам.

- допускается использование материалов, изготовленных по заказу Комитета, или предоставленной органами власти Российской Федерации и предоставляемой редакциям СМИ Ленинградской области для использования.

5. Требования к формату материалов.

Материалы региональных периодических печатных изданий Ленинградской области выпускаются в формате:

- рубрик и (или) отдельных статей, цикла статей в средстве массовой информации;

- в виде новостей в составе информационной ленты, и (или) статей (заметок, обзоров), интервью в действующих постоянных рубриках сайта средства массовой информации и (или) иных публикациях в действующих рубриках сайта средства массовой информации;

- материалов, размещаемых в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях;

6. Требования к объему материалов

- объем материалов, размещаемых на сайте СМИ не менее 700 знаков с пробелами;

- объем материалов, размещаемых в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях не менее 200 знаков с пробелами;

- объем информационных материалов публикуемых в газете должен составлять не менее ¼ полосы формата А3/ 1/8 полосы формата А2. Материалы, подготовленные в рамках договора должны обозначаться графическим символом 47 вместо точки в конце последнего абзаца текста материала.

7. Требования к информационным материалам, размещаемым в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях:

- информационные материалы (новость/пост), размещаемые в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях, должны состоять из текстового, иллюстративного блоков и блока интерактивных опций;

- текстовый блок может быть сведен к новостному заголовку, лиду и источниковой гиперссылке на уникальный материал, размещенный на официальном сайте СМИ (сайт СМИ-получателя субсидии, сайт -официальный портал Администрации Ленинградской области www.lenobl.ru), где пользователь может прочесть новость целиком);

- иллюстративный блок является обязательным, представлен изображением, сопровождающим текстовый блок (фото-, видеоконтентом, рисунком, анимацией, коллажем);

- блок интерактивных опций может быть представлен следующими опциями: «Комментировать» – функция, позволяющая добавить читательскую рефлексию, «Поделиться» – возможность сделать репост, чтобы новость появилась во френдленте у друзей и подписчиков читателя паблика СМИ. «Мне нравится» – «лайк»;

- на сайте периодического печатного издания и/или его страницы в социальной сети в течение действия договора должен размещаться баннер/ссылка на портал государственных и муниципальных услуг (функций) Ленинградской области.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Размер субсидии (руб.) | Значение показателя результатов предоставления субсидии (ед.)  | Требование к графику выходы материалов (график выпуска материалов должен составляться равномерно при распределении материалов по отчетному периоду) |
|  |
| № п/п |  1 500 000 и менее | 100 | Не менее 25 в квартал | В месяц не менее 4 собственных материалов с дублированием на сайт Не менее 2 материалов на сайте с размещением ссылки на материал в группе СМИ социальной сети Не менее 2 материалов в группе социальной сети |
| 1 | От 1 500 001 до 2 500 000 | 172 | 43 | В месяц не менее 5собственных материалов с дублированием на сайт Не менее 5 материалов на сайте с размещением ссылки на материал в группе СМИ социальной сети Не менее 4 материалов в группе социальной сети |
| 2 | От 2 500 001 до 5 000 000 | 202 | 51 | В месяц не менее 6 собственных материалов с дублированием на сайт Не менее 6 материалов на сайте с размещением ссылки на материал в группе СМИ социальной сети Не менее 5 материалов в группе социальной сети |
| 3 | От 5 000 001 до 7 500 000 | 216 | 54 | В месяц не менее 6собственных материалов с дублированием на сайт Не менее 6 материалов на сайте с размещением ссылки на материал в группе СМИ социальной сети Не менее 6 материалов в группе социальной сети |
| 4 | От 7 500 001 до 10 000 000 | 245 | 62 | В месяц не менее 7собственных материалов с дублированием на сайт Не менее 7 материалов на сайте с размещением ссылки на материал в группе СМИ социальной сети Не менее 7 материалов в группе социальной сети |
| 5 | От 10 000 001 и более | 288 | 72 | В месяц не менее 8 собственных материалов с дублированием на сайт Не менее 8 материалов на сайте с размещением ссылки на материал в группе СМИ социальной сети Не менее 8 материалов в группе социальной сети |

Кроме того, показателем результатов предоставления субсидии является обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ и числа участников сообществ СМИ в социальных сетях. Печатным СМИ, размер субсидии которых составляет до 1 500 000 рублей, необходимо обеспечить рост на 5%. СМИ, размер субсидии которых составляет 1 500 000 рублей и выше – необходимо обеспечить рост на 3%.