**Приложение № 1 к объявлению**

Результатами предоставления субсидии являются:

1) обеспечение выпуска тиража и его распространение на территории одного или нескольких муниципальных образований Ленинградской области в объеме, указанном в заявке;

2) производство информационных материалов по социально значимым темам, материалов социальной рекламы и их публикация в периодическом печатном издании, на сайте периодического печатного издания, странице периодического печатного издания в социальной сети;

3) производство информационных материалов, материалов социальной рекламы, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность на территории Ленинградской области, и их публикация в периодическом печатном издании, на сайте периодического печатного издания, странице периодического печатного издания в социальной сети;

4) обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ и числа участников сообществ СМИ в социальных сетях.

Показателями, необходимыми для достижения результата предоставления субсидии, значения которых устанавливаются в договоре, являются:

1) количество номеров периодического печатного издания;

2) полосность каждого выпуска периодического печатного издания;

3) среднеразовый тираж одного выпуска периодического печатного издания;

4) периодичность выхода периодического печатного издания;

5) количество информационных материалов по социально значимым темам, материалов социальной рекламы, опубликованных в периодическом печатном издании;

6) количество социально значимых информационных сообщений, материалов социальной рекламы, опубликованных на сайте периодического печатного издания и на странице периодического печатного издания в социальной сети;

7) количество информационных материалов, материалов социальной рекламы, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность на территории Ленинградской области, материалов социальной рекламы, опубликованных в периодическом печатном издании;

8) количество информационных материалов, материалов социальной рекламы, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность на территории Ленинградской области, опубликованных на сайте периодического печатного издания и на странице периодического печатного издания в социальной сети;

9) рост среднемесячного числа уникальных посетителей сайта периодического печатного издания к числу уникальных посетителей сайта периодического печатного издания по состоянию на месяц, предшествующий конкурсному отбору (процент);

10) рост числа участников сообщества периодического печатного издания в социальной сети по отношению к числу участников сообщества СМИ по состоянию на месяц, предшествующий конкурсному отбору (процент).

Перечень социально значимых тем для определения результатов предоставления субсидии на соответствующий год утверждается правовым актом Комитета. (см. приложение № 12 к объявлению)

Количественные и качественные характеристики показателей результатов предоставления субсидии и порядок их расчета при заключении договора, требования к графику выхода информационных материалов, материалов социальной рекламы на соответствующий год утверждаются правовым актом Комитета не позднее чем за пять дней до даты размещения объявления. (см. приложение № 13 к объявлению).

**Приложение № 2 к объявлению**

Критерии отбора соискателей для предоставления субсидий:

1) соискатель должен быть зарегистрирован в установленном законодательством Российской Федерации порядке на территории Ленинградской области;

2) соискатель должен иметь действующее свидетельство о регистрации СМИ, выданное не менее чем за год до дня подачи заявки;

3) региональное периодическое печатное издание должно соответствовать следующим требованиям:

а) тематика и(или) специализация СМИ в соответствии со свидетельством о регистрации СМИ: информационная, информационно-аналитическая, общественно-информационная, общественно-политическая;

б) тираж и периодичность выпуска периодического печатного издания:

не реже одного раза в месяц тиражом 9000 экземпляров,

не реже двух раз в неделю суммарным тиражом 14000 экземпляров.

При платном распространении периодического печатного издания процент тиража, распространяемого на бесплатной основе, не должен превышать 25 процентов от общего среднеразового тиража;

в) осуществление производства печатного издания на предприятии полиграфии, зарегистрированном и осуществляющем деятельность на территории Российской Федерации;

г) наличие у печатного издания электронной версии (веб-страница, сайт) с постоянным адресом в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), а также страницы не менее чем в одной российской социальной сети;

д) наличие открытого для просмотра статистического счетчика посещений: Яндекс.Метрика, Гугл.Аналитикс, ЛайвИнтернет, Рамблер/Топ100, Рейтинг.Mail.ru или других (далее - статистический счетчик);

е) объем собственной продукции, измеряемый количеством полос с подготовленными редакцией информационными материалами (контентом): не менее 50 процентов (за 100 процентов принимается общее количество полос печатного издания за вычетом печатных площадей, отведенных под публикацию программ теле- и радиоканалов и рекламы (в объеме не более 45 процентов);

ж) объем материалов, посвященных актуальным вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области: в каждом номере не менее двух полос формата A3;

з) среднее количество размещенных на сайте электронной версии печатного издания собственных информационных материалов, представляющих общественный интерес, посвященных актуальным социально значимым вопросам Ленинградской области: не менее 21 единицы в неделю;

и) среднее количество размещенных на странице СМИ в социальной сети собственных информационных материалов, представляющих общественный интерес, посвященных актуальным социально значимым вопросам: не менее 21 единицы в неделю;

к) общий объем сообщений и материалов рекламного характера должен соответствовать положениям, установленным статьей 16 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

**Приложение № 3 к объявлению**

Соискатель должен соответствовать на день подачи заявки следующим требованиям:

а) у соискателя должна отсутствовать просроченная задолженность по возврату в областной бюджет субсидий, бюджетных инвестиций, предоставленных в том числе в соответствии с иными правовыми актами, и иная просроченная задолженность перед областным бюджетом;

б) соискатели - юридические лица не должны находиться в процессе реорганизации (за исключением реорганизации в форме присоединения к юридическому лицу, являющемуся участником отбора, другого юридического лица), ликвидации, в отношении их не введена процедура банкротства, деятельность получателя субсидии не приостановлена в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации, а соискатели - индивидуальные предприниматели не должны прекратить деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

в) соискатели не должны являться иностранными юридическими лицами, а также российскими юридическими лицами, в уставном (складочном) капитале которых доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство или территория, включенные в утвержденный 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 совокупности превышает 50 процентов;

г) сведения о соискателе должны отсутствовать в реестре недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей), ведение которого осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 5 апреля 2013 года № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;

д) соискатель не должен получать средства из областного бюджета в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели и направления, указанные в пунктах 1.4 и 1.5 настоящего Порядка;

е) соискатель не должен являться юридическим лицом, учредителем которого является юридическое лицо, осуществляющее деятельность в качестве политической партии, политического и общественного движения;

ж) у соискателя должна отсутствовать задолженность по выплате заработной платы работникам;

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

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

**Приложение № 4 к объявлению**

Для участия в конкурсном отборе соискатель представляет в конкурсную комиссию заявку по форме согласно [приложению № 6](#Заявка) к объявлению, в состав которой входят следующие документы:

1) заявление о предоставлении субсидии по форме, утвержденной правовым актом Комитета;

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

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

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

5) копия документа, подтверждающего полномочия главного бухгалтера или иного лица, ответственного за ведение бухгалтерского учета, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

6) справка о величине средней и минимальной месячной заработной платы работников, занятых полный рабочий день, в течение квартала, предшествующего кварталу, в котором подается заявка, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

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

8) справка об отсутствии просроченной задолженности по заработной плате, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

9) справка, содержащая сведения об общем и среднеразовом тираже (под среднеразовым тиражом понимается средний тираж газеты в неделю или значение, вычисленное делением общего тиража на число номеров в неделю), заверенная подписью руководителя соискателя;

10) справка, содержащая данные о количестве полос газеты и общем тираже печатного издания за два года, предшествующих году, в котором проводится конкурсный отбор, по форме, установленной в объявлении, заверенная полиграфическим предприятием;

11) справка об общем тираже печатного издания, реализованном по подписке, в розницу и безвозмездно, с приложением копий договоров (соглашений), актов сдачи-приемки выполненных работ, накладных, актов на списание нереализованной части тиража вследствие морального износа по муниципальным образованиям Ленинградской области, в которых распространялась газета, за предшествующий год по форме, установленной в объявлении, заверенная распространителем;

12) записка с расчетом объема собственной информации, опубликованной в печатном издании (за 100 процентов принимается объем печатного издания за вычетом печатных площадей, отведенных под публикацию программ теле- и радиоканалов и рекламы (в объеме не более 45 процентов), по форме, установленной в объявлении, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя. Проверка объема собственной информации осуществляется Комитетом путем произвольного выбора номера печатного издания, вышедшего в свет в квартал, предшествующий дате размещения объявления;

13) экземпляры двух последних выпусков печатного издания;

14) справка о среднемесячной посещаемости сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора, отражающая число уникальных посетителей в месяц, составленная по данным статистических счетчиков, с приложением скриншота интернет-страницы с данными статистики, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

15) адресная программа бесплатного распространения периодического печатного издания с указанием времени выкладки тиража, в случае если более 30 процентов тиража периодического печатного издания распространяется бесплатно;

16) справка о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных на сайте электронной версии печатного издания, в неделю с приложением скриншотов интернет-страницы панели администратора сайта, отражающих данные об опубликованных материалах за три недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора;

17) справка о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков, с приложением скриншотов интернет-страницы с данными статистики сообщества СМИ, отражающими количество материалов (записей), размещенных за три недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора;

18) справка о получении соискателем субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального и(или) регионального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году по форме, установленной в объявлении;

19) согласие на публикацию (размещение) в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" информации о соискателе, о подаваемой соискателем заявке, связанной с соответствующим конкурсным отбором;

20) согласие на обработку персональных данных (для физического лица).

Соискатель вправе по собственной инициативе представить следующие документы:

1) выписку из Единого государственного реестра юридических лиц - для соискателей из числа юридических лиц *(не ранее чем за один месяц до дня подачи заявки)*;

2) выписку из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей – для соискателей из числа индивидуальных предпринимателей *(не ранее чем за один месяц до дня подачи заявки)*;

3) справка об отсутствии неисполненной обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов (*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*).

Заявка должна содержать опись входящих в ее состав документов, подписана соискателем или лицом, уполномоченным соискателем, и заверена печатью (при наличии) соискателя. Соискатель несет ответственность за подлинность и достоверность представленных документов.

**Приложение № 5 к объявлению**

(Форма)

ЗАЯВЛЕНИЕ

о предоставлении субсидии

Прошу предоставить субсидию в целях финансового обеспечения затрат
в связи с производством регионального периодического печатного издания \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ в 2022 году.

 (наименование СМИ)

Сообщаю, что по состоянию на «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование организации/индивидуального предпринимателя)

– отсутствует просроченная задолженность по возврату в областной бюджет Ленинградской области субсидий, бюджетных инвестиций, предоставленных в том числе
в соответствии с иными правовыми актами, и иная просроченная задолженность перед областным бюджетом Ленинградской области;

– не находится в процессе реорганизации (за исключением реорганизации
в форме присоединения к юридическому лицу, являющемуся соискателем, другого юридического лица), ликвидации, в отношении него 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 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;

– отсутствуют сведения о дисквалифицированных руководителе, членах коллегиального исполнительного органа, лице, исполняющем функции единоличного исполнительного органа/или главном бухгалтере соискателя, являющегося юридическим лицом/об индивидуальном предпринимателе и о физическом лице - производителе товаров, работ, услуг, являющихся соискателями в реестре дисквалифицированных лиц;

– не получает средства из областного бюджета Ленинградской области
в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели и направления, указанные в пунктах 1.4 и 1.5 Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством региональных периодических печатных изданий в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области от 27 февраля 2019 года № 78;

– 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;

– соблюдает запрет на приобретение соискателем за счет средств субсидии иностранной валюты, за исключением операций, осуществляемых в соответствии с валютным законодательством Российской Федерации при закупке (поставке) высокотехнологичного импортного оборудования, сырья и комплектующих изделий, а также связанных с достижением целей предоставления средств субсидии иных операций.

Настоящим соискатель дает согласие:

– на публикацию (размещение) в сети «Интернет» информации о соискателе,
о подаваемой соискателем заявке, иной информации о соискателе, связанной
с соответствующим конкурсным отбором;

– на обработку персональных данных в целях подготовки и проведения конкурсного отбора среди соискателей на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством региональных периодических печатных изданий в 2022 году; в целях осуществления проверок соблюдения целей, условий и порядка предоставления субсидий (для физического лица);

– на осуществление Комитетом или органом государственного финансового контроля Ленинградской области в отношении него проверок соблюдения целей, условий и порядка предоставления субсидий.

С условиями конкурсного отбора и предоставления субсидий ознакомлен
и согласен.

Подпись руководителя

Соискателя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *(фамилия, имя, отчество) (подпись)*

Подпись главного бухгалтера

Соискателя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *(фамилия, имя, отчество) (подпись)*

Место печати

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

**Приложение № 6 к объявлению**

(Форма)

**ЗАЯВКА**

**на участие в конкурсном отборе соискателя на получение субсидии из областного бюджета Ленинградской области в 2022 году в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции регионального периодического печатного издания**

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

наименование юридического лица/индивидуального предпринимателя - 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) СМИ |  |
|  | Позиционирование СМИ (общественно-политическое, информационное, информационно-развлекательное и т.д.) |  |
|  | Адрес фактический /юридический СМИ |  |
|  | Телефон, факс, действующий и постоянно просматриваемый e-mail редакции |  |
|  | Количество подписчиков издания | 2-ое полугодие 2021 года1-ое полугодие 2022 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 СМИ 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 дате подачи заявки |  |
|  | Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ в году, предшествующем году проведения конкурсного отбора, к численности населения территории по данным Петростата, 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 по данным Петростата, 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 по данным Петростата, 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 |
| Розничная продажа |
| Подписка и бесплатное распространение |
| Подписка, розничная продажа и бесплатное распространение не более 15 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан |
| Бесплатное распространение |
|  | Процент снижения среднеразового тиража периодического печатного издания по отношению к тиражу за год, предшествующий на два года конкурсному отбору |  |
|  | День рождения СМИ |  |
|  | День рождения главного редактора |  |

Подпись руководителя

Соискателя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

(Форма к заявке)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Опись документов**  в составе заявки на участие в конкурсном отборе среди соискателей, претендующих на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством регионального периодического печатного издания «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_» в 2022 году. Настоящим\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (наименование организации соискателя/индивидуального предпринимателя)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 регионального периодического печатного издания, проводимом Комитетом по печати Ленинградской области, направляются нижеперечисленные документы и материалы.

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

 Подпись руководителяСоискателя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество) (подпись)Место печати«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года |

**Приложение № 7 к объявлению**

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 | 6 |
| 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 четырех 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. |  |

Подпись руководителя

Соискателя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *(фамилия, имя, отчество) (подпись)*

Подпись главного бухгалтера

Соискателя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 *(фамилия, имя, отчество) (подпись)*

Место печати

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

**Приложение № 8 к объявлению**

(Форма 1)

Справка

о количестве полос «газета «\_\_\_\_\_\_\_\_\_» и общем тираже регионального печатного издания за два года, предшествующих обращению за субсидией

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели | Единица измерения | за 20\_\_ год | за 20\_\_ год |
| 1 | Формат (действующий)  | А2 |  |  |
| 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 2)

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 3)

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 \_\_\_%.

Подпись руководителя

Соискателя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

(Форма 4)

Справка

о получении соискателем субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального и(или) областного бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в 20\_\_ году

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Вид государственной финансовой поддержки | Наименование цели предоставления господдержки  | Количество |
| 1 |  |  |  |
| 2 |  |  |  |
| 3 |  |  |  |
| … |  |  |  |

Подпись руководителя

Соискателя \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года

**Приложение № 9 к объявлению**

Правила рассмотрения и оценки заявки соискателя

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

В ходе первого этапа конкурсного отбора конкурсная комиссия проводит анализ заявок на предмет:

1) соответствия соискателей критериям конкурсного отбора (см. [приложение № 2](#Критерии) к объявлению);

2) соответствия соискателей на день подачи заявки требованиям (см. [приложение № 3](#Соответствие) к объявлению);

3) соответствия требованиям (см. [приложение № 4](#СоставЗаявки) к объявлению), в том числе в части комплектности и достоверности.

Основаниями для отклонения заявки являются:

1) несоответствие соискателя критериям отбора (см. [приложение № 2](#Критерии) к объявлению);

 2) несоответствие соискателя на день подачи заявки требованиям (см. [приложение № 3](#Соответствие) к объявлению);

3) несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям (см. [приложение № 4](#СоставЗаявки) к объявлению) или непредставление (представление не в полном объеме) указанных документов;

4) недостоверность представленной соискателем информации, в том числе информации о месте нахождения и адресе юридического лица;

5) наличие фактов, свидетельствующих о нецелевом использовании ранее предоставленных Комитетом средств областного бюджета;

6) подача соискателем заявки после даты и(или) времени, определенных для подачи заявок.

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

В ходе второго этапа конкурсного отбора конкурсная комиссия оценивает заявки соискателей, прошедших первый этап конкурсного отбора, на предмет оценки СМИ, указанных в заявках, на производство которых запрашиваются субсидии.

Оценка СМИ осуществляется в соответствии с критериями оценки количественных и качественных характеристик средства массовой информации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия (см. [приложение № 10](#Оценки) к объявлению).

Оценка осуществляется на основании информации, представленной соискателем в заявке, а также на основании данных мониторинга сети «Интернет».

Значение итоговой оценки СМИ определяется путем суммирования значений оценок по каждому критерию оценки СМИ.

Оценки заносятся в таблицу оценки количественных и качественных характеристик СМИ, на производство которого запрашивается субсидия (см. [приложение № 11](#Таблица) к объявлению).

Результаты заседания конкурсной комиссии оформляются протоколом не позднее трех рабочих дней с даты заседания конкурсной комиссии, который подписывают члены конкурсной комиссии.

Основаниями для отказа в предоставлении субсидии являются:

1) несоответствие соискателя на день подачи заявки требованиям (см. [приложение № 3](#Соответствие) к объявлению);

2) несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям (см. [приложение № 4](#СоставЗаявки) к объявлению) или непредставление (представление не в полном объеме) указанных документов;

3) значение итоговой оценки СМИ по результатам проведения конкурсного отбора не превышает минимального значения.

4) установление факта недостоверности представленной соискателем информации.

В случае отклонения заявки или отказа в предоставлении субсидии Комитет в срок не позднее пяти рабочих дней с даты заседания конкурсной комиссии направляет соискателю соответствующее письменное уведомление с указанием причин отклонения заявки или отказа в предоставлении субсидии способом, обеспечивающим подтверждение получения уведомления.

Решение о признании соискателей победителями конкурсного отбора и объемах предоставляемых победителям конкурсного отбора субсидий принимается Комитетом на основании протокола заседания конкурсной комиссии и оформляется правовым актом Комитета в течение пяти рабочих дней с даты заседания конкурсной комиссии.

**Приложение № 10 к объявлению**

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

количественных и качественных характеристик средства массовой информации, на производство которого запрашивается субсидия

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № 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 выход СМИ, содержащий программу телепередач либо имеющий 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 7 | 0 |
| 5 | 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 |
| 6 | 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 |
| 7 | 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 |
| 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 <\*> | Процентов | Более 15 | 5 |
| От 9 до 15 | 4 |
| От 5 до 8 | 3 |
| От 2 до 4 | 1 |
| Менее 2 | 0 |
| 9 | Вид распространения |  | Подписка и розничная продажа/Подписка, розничная продажа и бесплатное распространение не более 15 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан | 5 |
| Розничная продажа | 4 |
| Подписка и бесплатное распространение | 3 |
| Бесплатное распространение | 2 |
| 10 | 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 |
| 11 | Получение соискателем субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году | Да/Нет | Да | 2 |
| Нет | 0 |
| 12 | Процент снижения среднеразового тиража периодического печатного издания по отношению к тиражу за год, предшествующий на два года конкурсному отбору | Процентов | Более 30 | -6 |
| От 10 до 30 | -4 |
| Менее 10 | -2 |
| Без изменений | 0 |

--------------------------------

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

количество участников сообщества составляет менее 5000;

последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за три дня до даты размещения объявления.

В случае если при оценке СМИ по критерию оценки 7 показатель соответствует 5 баллам, а по критерию оценки 8-0, оценка по критерию 7 равна 0.

**Приложение № 11 к объявлению**

|  |
| --- |
| ТАБЛИЦА ОЦЕНКИколичественных и качественных характеристик средства массовойинформации (СМИ), на производство которого запрашивается субсидия\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(наименование СМИ) |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование критерия | Количество баллов |
| 1 | Среднеразовый тираж СМИ, указанный в заявке |  |
| 2 | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц |  |
| 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 |  |
| 4 | Среднее количество редакционных материалов в каждом номере |  |
| 5 | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора |  |
| 6 | Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два |  |
| 7 | Охват аудитории электронной версии СМИ в сети «Интернет» |  |
| 8 | Охват аудитории СМИ в социальных сетях |  |
| 9 | Вид распространения |  |
| 10 | Позиция в рейтинге изданий в районе |  |
| 11 | Получение соискателем субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году |  |
| 12 | Процент снижения среднеразового тиража периодического печатного издания по отношению к тиражу за год, предшествующий на два года конкурсному отбору |  |
| Итого |  |

**Приложение № 12 к объявлению**

**Перечень социально значимых тем для определения результатов предоставления субсидии на 2022 год**

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».
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.
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 в МФЦ 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. Год #Команды 47.
28. Формирование культуры обращения с бытовыми отходами
29. Безопасное поведение детей (в повседневной жизни; в информационной среде и кибербезопасность).

30.Развитие добровольческого (волонтерского) движения Ленинградской области. Продвижение ценности добровольческой деятельности в обществе.

31. 350-летие Петра I (об исторических местах, расположенных на территории региона, связанных с личностью Петра I).

32. Пропаганда основ защиты прав потребителей.

33. Научно-технологическое развитие в Ленинградской области.

**Приложение № 13 к объявлению**

**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 2022 год**

1. Количественные характеристики и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2022 году устанавливаются исходя из размера субсидии в соответствии с таблицей.

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 результатов предоставления субсидии и показателей -
не позднее 31 декабря 2022 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 РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Федеральный 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.

Таблица

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № 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) |
| 1 |  1 500 000 и менее | 204 | Не менее 51 в квартал | В месяц не менее 9 собственных материалов с дублированием на сайт Не менее 4 материалов на сайте с размещением ссылки на материал в группе СМИ социальной сети Не менее 4 материалов в группе социальной сети |
| 2 | От 1 500 001 до 2 500 000 | 240 | Не менее 60 в квартал | В месяц не менее 7 собственных материалов с дублированием на сайт Не менее 7 материалов на сайте с размещением ссылки на материал в группе СМИ социальной сети Не менее 6 материалов в группе социальной сети |
| 3 | От 2 500 001 до 5 000 000 | 276 | Не менее 69 в квартал | 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 7 материалов в группе социальной сети |
| 4 | От 5 000 001 до 7 500 000 | 312 | Не менее 78 в квартал | В месяц не менее 9 собственных материалов с дублированием на сайт Не менее 9 материалов на сайте с размещением ссылки на материал в группе СМИ социальной сети Не менее 8 материалов в группе социальной сети |
| 5 | От 7 500 001 до 10 000 000 | 348 | Не менее 87 в квартал | В месяц не менее 10 собственных материалов с дублированием на сайт Не менее 10 материалов на сайте с размещением ссылки на материал в группе СМИ социальной сети Не менее 9 материалов в группе социальной сети |
| 6 | От 10 000 001 до 11 500 000 | 384 | Не менее 96 в квартал | В месяц не менее 10 собственных материалов с дублированием на сайт Не менее 10 материалов на сайте с размещением ссылки на материал в группе СМИ социальной сети Не менее 12 материалов в группе социальной сети |
| 7 | От 11 500 001 и более | 420 | Не менее 105 в квартал | В месяц не менее 10 собственных материалов с дублированием на сайтНе менее 10 материалов на сайте с размещением  с дублированием дублирование информационных материалов или адаптированных материалов, содержащих гиперссылки на информационные материалы, размещенные на сайте в группе СМИ социальной сетиНе менее 15  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%.