**Приложение № 1 к объявлению**

Результатами предоставления субсидии являются:

1) производство информационных материалов по социально значимым темам, материалов социальной рекламы и их публикация на сайте сетевого издания, странице сетевого издания в социальной сети;

2) производство информационных материалов, материалов социальной рекламы, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций, осуществляющих деятельность на территории Ленинградской области, и их публикация на сайте сетевого издания, странице сетевого издания в социальной сети;

3) 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 информационных материалов по социально значимым темам, материалов социальной рекламы, опубликованных на сайте сетевого издания, странице сетевого издания в социальной сети;

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

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

4) рост числа участников сообщества сетевого издания в социальной сети по отношению к числу участников сообщества сетевого издания по состоянию на месяц, предшествующий конкурсному отбору (процент).

Количественные и качественные характеристики показателей, необходимых для достижения результатов, и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода материалов (информационных материалов, аудио-, видео- и фотоконтента, визуализированного и текстового контента, мультимедийного контента по социально значимым темам, материалов социальной рекламы) на соответствующий год утверждаются правовым актом Комитета не позднее чем за пять рабочих дней до даты размещения объявления о проведении конкурсного отбора. (см. приложение №12 к объявлению)

Значения показателей, необходимых для достижения результата предоставления субсидии, устанавливаются в договоре.

**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) наличие у соискателя действующего свидетельства о регистрации СМИ или выписка из реестра зарегистрированных СМИ, выданная не менее чем за шесть месяцев до дня подачи заявки на участие в конкурсном отборе (далее - заявка);

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

4) количество размещенных на сайте СМИ информационных материалов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам, актуальным как для муниципального района, так и для Ленинградской области в целом, должно составлять не менее 50 единиц в неделю;

5) наличие открытого для просмотра статистического счетчика посещений: Яндекс.Метрика, Гугл.Аналитикс, ЛайвИнтернет, Рамблер/Топ100, Рейтинг.Мэйл.Ру и т.д. (далее - статистический счетчик);

6) среднемесячная посещаемость сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате проведения конкурсного отбора, должна составлять не менее четырех тысяч уникальных посетителей сайта в месяц (по данным статистического счетчика);

7) фиксирование новостными агрегаторами (Яндекс.Новости, Гугл.Новости) обновлений сайта сетевого издания;

8) наличие сообществ СМИ не менее чем в двух российских социальных сетях;

9) количество размещенных на странице СМИ в социальной сети собственных информационных материалов, представляющих общественный интерес, посвященных социально значимым вопросам, актуальным для Ленинградской области, должно составлять не менее 20 единиц в неделю;

10) общий объем сообщений и материалов рекламного характера должен соответствовать положениям статей 14 и 15 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе».

 Информация о предоставлении субсидии подлежит размещению на едином портале бюджетной системы Российской Федерации в сети «Интернет» (далее - единый портал) (в разделе единого портала) при формировании проекта областного закона об областном бюджете Ленинградской области (проекта областного закона о внесении изменений в областной закон об областном бюджете Ленинградской области).

**Приложение № 3 к объявлению**

Соискатель должен соответствовать на день подачи заявки следующим требованиям:

1) 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;

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

3) 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;

4) 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»;

5) 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, должны отсутствовать в реестре дисквалифицированных лиц;

6) 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 Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции районными телерадиокомпаниями Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области от 25 марта 2019 года № 117;

7) соискатель не должен являться юридическим лицом, учрежденным юридическим лицом, осуществляющим деятельность в качестве политической партии, политического и общественного движения;

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

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

10) 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) смета прогнозируемых расходов, которые подлежат субсидированию в 2022 году по форме согласно [приложению № 7](#Смета) к объявлению;

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

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

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

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

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

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

10) справка, содержащая данные о среднем количестве материалов СМИ, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам, актуальным как для муниципального района, так и в целом для Ленинградской области, опубликованных на сайте СМИ за неделю, предшествующую дате проведения конкурсного отбора, составленная по форме, установленной в объявлении о проведении конкурсного отбора;

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

12) справка, содержащая данные о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных на сайте СМИ (при наличии) 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;

13) справка, содержащая данные 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;

14) справка, содержащая данные о среднем охвате просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора;

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

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

17) 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*).

**Приложение № 5 к объявлению**

(Форма)

ЗАЯВЛЕНИЕ

о предоставлении субсидии

Прошу предоставить субсидию в целях финансового обеспечения затрат
в связи с производством продукции сетевым средством массовой информации Ленинградской области \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

 (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 продукции сетевыми средствами массовой информации в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области от 25 марта 2019 года № 117;

– 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, связанных с производством продукции сетевыми средствами массовой информации 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 сетевого средства массовой информации**

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

наименование юридического лица/индивидуального предпринимателя - соискателя

Сведения о сетевом средстве массовой информации

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Наименование средства массовой информации |  |
|  | Наименование организации издателя соответствующего средства массовой информации |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Учредители (соучредители) |  |
|  | Адрес фактический /юридический  |  |
|  | Телефон, факс, действующий и постоянно просматриваемый e-mail редакции |  |
|  | Наличие счетчиков открытой метрики посетителей интернет ресурса  | да/нет *(выбрать нужное)* |
|  | Среднее количество уникальных посетителей сетевого средства массовой информации за три месяца, предшествующих конкурсному отбору |  |
|  | Ссылки на публичные (официальные) страницы/ группы/аккаунты издания в социальной сети Интернет, с указанием количества подписчиков/участников |  |
|  | 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. |  |
|  | Среднее количество материалов средства массовой информации, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально-значимым темам муниципального района/городского округа Ленинградской области и для Ленинградской области в целом, опубликованных на сайте средства массовой информации в неделю |  |
|  | Среднее количество собственных материалов средства массовой информации, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально-значимым темам муниципального района Ленинградской области и Ленинградской области, опубликованных в социальной сети в неделю |  |
|  | Получение субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году |  |
|  | 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) |  |
|  | День рождения средства массовой информации |  |
|  | День рождения главного редактора |  |

Подпись руководителя

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

 *(фамилия, имя, отчество) (подпись)*

Место печати

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

**Приложение № 7 к объявлению**

**Смета прогнозируемых расходов на 2022 год**

**для сетевого средства массовой информации**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(название СМИ)

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование юридического лица/индивидуального предпринимателя)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п./п. | Наименование статьи расходов | Сумма( руб.) |
| 1 | - оплата труда двух штатных или внештатных сотрудников, расходы на оплату страховых взносов, начисляемых в пользу штатных и внештатных сотрудников, задействованных для выполнения работ, по которым в плане мероприятий установлены результаты предоставления субсидии с раздельным учетом затрат |  |
| 2 | - регистрация или продление регистрации доменного имени сайта СМИ в сети «Интернет» |  |
| 3 | - техническое поддержание сайта СМИ в сети «Интернет», техническое администрирование ресурса, в том числе обеспечение его безопасности и постоянной работоспособности, услуги хостинга, аренда серверного оборудования |  |
| 4 | - поисковая оптимизация и социальное продвижение сайта СМИ в сети «Интернет», услуги (работы) по модернизации и(или) редизайну сайта; |  |
| 5 | - оплата услуг связи, в том числе сети «Интернет» |  |
| 6 | - оплата трафика, необходимого для работы сайта СМИ в сети «Интернет» |  |
| 7 | - приобретение архивных материалов и прав на использование информации |  |
| 8 | - приобретение лицензионного программного обеспечения и оплата лицензии (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) |  |
| 9 | - приобретение компьютерного оборудования и оргтехники |  |
|  | Всего прогнозируемых расходов: |  |

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 среднем количестве материалов СМИ, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам, актуальным как для муниципального района, так и в целом для Ленинградской области, опубликованных на сайте СМИ
с \_\_ по \_\_ (неделя) 20\_\_ года\*.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование материала | Дата | Ссылка |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Итого материалов:

Подпись руководителя

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

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

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

\*за неделю, предшествующую дате проведения конкурсного отбора.

(Форма 2)

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 СМИ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» за три месяца, предшествующих конкурсному отбору | Единиц | Более 60000 | 10 |
| От 40001 до 60000 включительно | 8 |
| От 20001 до 40000 включительно | 6 |
| От 10001 до 20000 включительно | 4 |
| От 5000 до 10000 включительно | 3 |
| Менее 5000 | 2 |
| 2 | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) число подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | Человек | Более 16000 | 5 |
| От 13001 до 16000 включительно | 4 |
| От 10001 до 13000 включительно | 3 |
| От 5000 до 10000 включительно | 2 |
| 3 | 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 объявления о проведении конкурсного отбора (подтверждается скриншотами интернет-страницы с данными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя) <\*> | Просмотров | Более 5000 | 5 |
| От 3001 до 5000 включительно | 4 |
| От 1501 до 3000 включительно | 3 |
| От 1001 до 1500 включительно | 2 |
| От 500 до 1000 включительно | 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 в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в неделю | Единиц | Более 95 | 5 |
| От 81 до 95 включительно | 4 |
| От 66 до 80 включительно | 3 |
| От 50 до 65 включительно | 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 в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора | Единиц | Более 30 | 2 |
| От 20 до 30 включительно | 1 |
| Менее 20 | 0 |
| 6 | Получение соискателем субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году | Да/Нет | Да | 2 |
| Нет | 0 |

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

<\*> 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 объявления о проведении конкурсного отбора.

**Приложение № 11 к объявлению**

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ

количественных и качественных характеристик СМИ

 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование средства массовой информации)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование критерия | Количество баллов |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» за три месяца, предшествующих конкурсному отбору |  |
| 2 | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) число подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» |  |
| 3 | 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 объявления о проведении конкурсного отбора |  |
| 4 | Среднее количество материалов СМИ в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области и муниципальных образований Ленинградской области, опубликованных на сайте СМИ, в неделю |  |
| 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 в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора |  |
| 6 | Получение соискателем субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году |  |
|  | Итого: |  |

**Приложение № 12 к объявлению**

**Количественные и качественные характеристики показателей, необходимых для достижения результатов, и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода материалов (информационных сообщений, фотоизображений, видеосюжетов, 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 № 1.

2. В случае принятия Комитетом по печати Ленинградской области (далее – Комитет) решения о предоставлении дополнительных средств получателям субсидии в соответствии с пунктом 3.19 Постановления Правительства Ленинградской области от 25.03.2019 г. № 117 «Об утверждении Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством и распространением продукции сетевыми средствами массовой информации в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», перерасчет показателей результатов предоставления субсидии 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. Качественные характеристики результатов предоставления субсидии
и показателей:

- 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 информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», 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»);

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

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

5. Требования к материалам социальной рекламы:

- материалы социальной рекламы должны соответствовать действующему законодательству Российской Федерации (Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»), определению социальной рекламы;

- содержание рекламного материала должно соответствовать общепринятым морально-этическим нормам;

- тематика рекламного материала должна быть актуальной и иметь социальную значимость;

- материал социальной рекламы должен соответствовать заявленной тематике, социальной проблеме и основной идее сюжета, а также целевой аудитории, к которой он адресован;

- материал социальной рекламы должен побуждать к совершению позитивных социально-значимых действий или наоборот, вызывать отрицательные эмоции или содержать негативные образы.

Допускается использование материалов социальной рекламы, изготовленной по заказу Комитета или предоставленной органами власти Российской Федерации и предоставляемой редакциям СМИ Ленинградской области для использования.

6. 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 гиперссылке на источник, размещенный на официальном сайте СМИ (сайт СМИ-получателя субсидии, сайт - официальный портал администрации Ленинградской области [www.lenobl.ru](http://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».

Таблица № 1

**Количественные характеристики показателей результатов предоставления субсидии и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2022 году**

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет 500 000 рублей и менее,****устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **236** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 14 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений/фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 4 | единиц | в год |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **208** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 9 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 3 | единиц | за месяц |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 500 001 рублей до 1 000 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **296** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 19 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений/фотоизображений: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 4 | единиц | в год |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях\*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **208** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 9 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 3 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 2 | единиц | месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 1 000 001 рублей до 1 500 000 рублей,** **устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее**  | **Количество**  | **Единица измерения** | **Не менее**  | **Количество** | **Единица измерения**  | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |   |   |   |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя**  |  |  |  |  | **406** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений  | Не менее  | 700 | знаков  | Не менее  | 24 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений/фотоизображений: | Не менее  | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа  | Не менее  | 6 | единиц | в год |
| 4) | Количество видеосюжетов:  | Не менее  | 2 | минуты | Не менее  | 4 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа  |   |   |   | Не менее  | 4 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях**  | **Не менее**  |  |  | **Не менее**  | **220** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений  | Не менее  | 200 | знаков | Не менее  | 9 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений: |   |   |   |   | 4 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество видеосюжетов:  | Не менее  | 30 | секунд | Не менее  | 2 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа  |   |   |   | Не менее  | 2 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |   |   |   | Не менее  | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей  | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |   |   |   | Не менее  | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 1 500 001 рублей до 2 000 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **466** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 29 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 6 | единиц | в год |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| **2.** | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **280** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 15 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 4 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 2 000 001 рублей до 2 500 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **576** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 34 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 8 | единиц | в год |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 6 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 6 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **316** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 14 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 5 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 3 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 3 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 2 500 001 рублей до 3 000 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период (в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **636** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 39 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 8 | единиц | в год |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 6 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 6 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **376** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 19 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений/фотоизображений: |  |  |  |  | 5 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 3 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 3 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 3 000 001 рублей до 3 500 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **746** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 44 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 10 | единиц | в год |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 8 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 8 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **472** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 24 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 6 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 3 500 001 рублей до 4 000 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период (в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **806** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 49 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фоторепортажей: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 10 | единиц | в год |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 8 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 8 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| **2.** | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях в период с июля по декабрь 2020 года \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **472** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 24 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений/фотоизображений: |  |  |  |  | 6 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 4 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |

|  |
| --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 4 000 001 рублей до 4 500 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период (в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **916** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков с пробелами | Не менее | 54 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фоторепортажей/фотоизображений: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 12 | единиц | в год |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минут | Не менее | 10 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 10 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| **2.** | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **508** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 24 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений/фоторепортажей: |  |  |  |  | 7 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 5 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 5 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 4 500 001 рублей до 5 000 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | **Количество за период** |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **976** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 59 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фоторепортажей/фотоизображений: | Не менее | 3 | фотографий в рамках фоторепортажа | Не менее | 12 | единиц | в год |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 2 | минуты | Не менее | 10 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 10 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **568** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 29 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество фотоизображений: |  |  |  |  | 7 | единиц | в месяц |
| 4) | Количество видеосюжетов: | Не менее | 30 | секунд | Не менее | 5 | единиц | в месяц |
| 5) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 5 | единиц | в месяц |
| 6) | Количество материалов социальной рекламы, посвященных СОНКО в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в квартал |
| 3. | Обеспечение роста среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ (определенного по состоянию за три месяца, предшествующих конкурсному отбору по данным статистических счетчиков) |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| 4. | Обеспечение роста числа участников сообществ СМИ в социальных сетях |  |  |  | Не менее | 3 | процента от числа на дату подачи заявки на участие в конкурсном отборе | в год |

**Приложение № 13 к объявлению**

**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».
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 #Команды47.
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).