**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.

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.

**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, выданного не менее чем за год до дня подачи заявки;

3) соответствие районного периодического печатного издания следующим требованиям:

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

б) тираж печатного издания: не менее 2000 экземпляров в неделю; периодичность: не реже одного раза в неделю.

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 электронной версии печатного издания (веб-страница, сайт) с постоянным адресом в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет") и 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.Мэйл.Ру или других (далее - статистический счетчик);

е) объем собственной продукции, измеряемый количеством полос с подготовленными редакцией информационными материалами (контентом): не менее 30 процентов (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);

ж) объем материалов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни Ленинградской области: в каждом номере не менее одной полосы формата A3;

з) среднее количество размещенных на сайте электронной версии печатного издания собственных информационных материалов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни Ленинградской области: не менее 21 единицы в неделю;

и) среднее количество размещенных на странице СМИ в социальной сети собственных информационных материалов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни Ленинградской области: не менее 21 единицы в неделю;

к) соответствие общего объема сообщений и материалов рекламного характера положениям, установленным статьей 16 Федерального закона от 13 марта 2006 года N 38-ФЗ "О рекламе".

Если редакция СМИ является частью конвергентной редакции, то наличие отдельной электронной версии печатного издания (веб-страница, сайт) с постоянным адресом в сети "Интернет" и отдельной страницы не менее чем в одной российской социальной сети не является обязательным.

**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 Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством районных периодических печатных изданий Ленинградской области;

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 подачи заявки, 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 печатного издания (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, предшествующие 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 в году, предшествующем году обращения за субсидией, по форме, установленной в объявлении, заверенная распространителем;

12) записка с расчетом объема собственной информации по форме, установленной в объявлении, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя.

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). Проверка объема собственной информации осуществляется Комитетом путем произвольного выбора номера печатного издания, вышедшего в свет в квартал до даты размещения объявления;

13) экземпляры двух последних выпусков печатного издания;

14) справка о среднемесячной посещаемости сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате проведения 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, иной информации о соискателе, связанной с соответствующим конкурсным отбором;

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

Указанные документы должны быть прошиты, пронумерованы и скреплены печатью (при наличии) соискателя. Одновременно с пакетом документов на бумажном носителе соискателем представляется пакет документов в электронном виде на электронном носителе.

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 районного периодического печатного издания 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 районных периодических печатных изданий Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области от 25 февраля 2019 года № 73;

– 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 районных периодических печатных изданий Ленинградской области 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 районного периодического печатного издания
Ленинградской области**

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

наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя,

ФИО физического лица – соискателя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Наименование СМИ (с указанием формы периодического распространения (наименование периодического печатного издания) |  |
|  | Наименование организации издателя соответствующего средства массовой информации |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Учредители (соучредители) |  |
|  | Позиционирование СМИ (общественно-политическое, информационное, информационно-развлекательное и т.д.) |  |
|  | Адрес фактический /юридический  |  |
|  | Телефон, факс, действующий и постоянно просматриваемый e-mail редакции |  |
|  | Количество подписчиков издания в 2021 году | 1-ое полугодие 2021 года\_\_\_2-ое полугодие 2021 года\_\_\_ |
|  | Число сотрудников редакции |  |
|  | Число сотрудников редакции, возраст которых не превышает 30 лет (с указанием должности) |  |
|  | Количество и ФИО штатных и внештатных авторов |  |
|  | Директор (ФИО, рабочий телефон, мобильный телефон, e-mail) |  |
|  | Главный редактор (ФИО, рабочий телефон, мобильный телефон, e-mail) |  |
|  | Наличие в штате бухгалтера или наличие договора о ведении бухгалтерского аутсорсинга(ФИО, рабочий телефон, мобильный телефон, e-mail) |  |
|  | Территория распространения в соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Типография, осуществляющая печать выпусков изданий  |  |
|  | Наличие договора с распространителем (с указанием реквизитов и срока действия договора) |  |
|  | Ссылки на публичные (официальные) страницы/ группы/аккаунты издания в социальной сети Интернет, с указанием подписчиков/участников |  |
|  | Периодичность выхода издания |  |
|  | Формат (для печатных изданий:А3, А2, иной |  |
|  | Среднеразовый тираж СМИ, указанный в заявке. В случае если СМИ выходит в свет более одного раза в неделю, под среднеразовым тиражом СМИ понимается еженедельный выход СМИ, содержащий программу телепередач либо имеющий наибольший тираж |  |
|  | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц |  |
|  | Официальный сайт в сети Интернет |  |
|  | Наличие счетчиков открытой метрики посетителей интернет ресурса  | да/нет *(выбрать нужное)* |
|  | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору/количество интернет-подписчиков |  |
|  | Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два |  |
|  | Охват аудитории электронной версии СМИ в сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ |  |
|  | Охват аудитории СМИ в социальных сетях, определяемый как отношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и (или) подписчиков в мессенджерах в сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ |  |
|  | Средний охват просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию извещения о проведении конкурсного отбора. Подтверждается скриншотами Интернет-страницы с сданными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя. |  |
|  | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания |  |
|  | Среднее количество редакционных материалов в неделю |  |
|  | Вид распространения (выбрать нужное):- подписка (тираж – более 1 тыс.экз.) и розничная продажа/Подписка, розничная продажа и бесплатное распространение- не более 10 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан- подписка (тираж – менее 1 тыс.экз.) и розничная продажа/Подписка, розничная продажа и бесплатное распространение - не более 10 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан- подписка (тираж – менее 1 тыс.экз) и бесплатное распространение- бесплатное распространение |  |
|  |
|  |
|  |
|  | Наличие постоянных рубрик/разделов, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально-значимым темам муниципального района/городского округа Ленинградской области |  |
|  | Объем материалов (рубрик/разделов), посвященных актуальным вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области в неделю |  |
|  | День рождения СМИ |  |
|  | День рождения главного редактора |  |
|  | Осуществление деятельности на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области |  |

Подпись руководителя

соискателя субсидии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

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

**Приложение № 7 к объявлению**

(Форма)

СМЕТА

прогнозируемых расходов на производство районного периодического
печатного издания в 2022 году

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

(название СМИ)

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

(наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя)

за период с \_\_.\_\_.2022 по \_\_.\_\_.2022 года

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п./п. | Наименование статьи расходов | Сумма( руб.) |
| 1 | - оплата труда двух штатных сотрудников, расходы на оплату страховых взносов, начисляемых в пользу штатных сотрудников, задействованных для выполнения работ, по которым в плане мероприятий установлены результаты предоставления субсидии с раздельным учетом затрат |  |
| 2 | - оплата работ (услуг) по печати (полиграфические услуги), приобретение газетной бумаги |  |
| 3 | - 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 |  |
| 4 | - 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 |  |
| 5 | - приобретение компьютерного оборудования и оргтехники |  |
| 6 | - оплата услуг по доставке периодических печатных изданий из типографий в редакции |  |
|  | Всего прогнозируемых расходов: |  |

Расчет прогнозируемых расходов на полиграфическое производство

(согласно договору с типографией)

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

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

Расчет прогнозируемого расхода газетной бумаги

(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 |  |  |  |  |  |  |  |

Подпись руководителя

соискателя субсидии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Подпись главного бухгалтера

соискателя субсидии \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати

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

**Приложение № 8 к объявлению**

(Форма 1 к заявке)

Справка

 об общем и среднеразовом тираже районного периодического печатного издания Ленинградской области

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

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

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

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

М.П.

(Форма 2 к заявке)

Справка

о количестве полос газеты «\_\_\_\_\_\_\_\_\_» и общем тираже печатного издания за два года, предшествующие году, в котором проводится конкурсный отбор

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели | Единица измерения | Отчет за 20\_\_ год |
| 1 | Формат (действующий)  | А3 |  |
| 2 | Количество номеров в неделю | шт. |  |
| 3 | Количество номеров за год | шт. |  |
| 4 | Объем издания в полосах в неделю  | кол-во полос |  |
| 5 | Объем 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 3 к заявке)

Справка

 об общем тираже районного 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 4 к заявке)

ЗАПИСКА С РАСЧЕТОМ

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

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

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

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

М.П.

(Форма 5 к заявке)

Справка

справка о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных на сайте электронной версии печатного издания, в неделю\*

с \_\_ по \_\_ (неделя) 20\_\_ года.

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

\*с приложением скриншотов интернет-страницы панели администратора сайта, отражающих данные об опубликованных материалах за три недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора

Итого материалов:

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

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

 М.П.

(Форма 6 к заявке)

Справка

о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков\*

с \_\_ по \_\_ (неделя) 20\_\_ года.

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

\*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

Итого материалов:

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

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

 М.П.

(Форма 7 к заявке)

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 | Еженедельный тираж СМИ | Экземпляров | Более 8000 | 7 |
| От 3001 до 8000 | 5 |
| Менее 3000 | 2 |
| 2 | Количество полос издания в неделю | Единиц | От 32 и более | 7 |
| От 24 до 30 | 5 |
| От 14 до 22 | 3 |
| 12 и менее | 1 |
| 3 | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания | Процентов | Более 70 | 6 |
| От 51 до 70 | 4 |
| От 41 до 50 | 2 |
| Менее 40 | 0 |
| 4 | Среднее количество редакционных материалов в неделю | Единиц | Более 9 | 6 |
| От 6 до 9 | 4 |
| Менее 6 | 0 |
| 5 | Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов | Единиц | Менее 3 полос для периодических печатных изданий объемом до 16 полос | 0 |
| Более 3 полос для периодических печатных изданий объемом до 16 полос | -5 |
| Менее 4 полос для периодических печатных изданий объемом более 16 полос | 0 |
| Более 4 полос для периодических печатных изданий объемом более 16 полос | -5 |
| 6 | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением свыше 100 тыс. человек) | Человек | Более 50000 | 7 |
| От 30001 до 50000 | 5 |
| От 10001 до 30000 | 3 |
| Менее 10000 | 0 |
| 7 | Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением свыше 100 тыс. человек) | Человек | Более 15000 | 4 |
| От 10001 до 15000 | 3 |
| От 7001 до 10000 | 2 |
| От 5001 до 7000 | 1 |
| Менее 5000 | 0 |
| 8 | Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной 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 (для муниципальных образований с населением меньше 100 тыс. человек) | Процентов | Более 15 | 5 |
| От 11 до 15 | 4 |
| От 4 до 10 | 3 |
| Менее 4 | 0 |
| 9 | Охват аудитории СМИ в социальных сетях, определяемый как отношение количества участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением меньше 100 тыс. человек) <1> | Процентов | Более 15 | 5 |
| От 11 до 15 | 4 |
| От 5 до 10 | 3 |
| Менее 5 | 0 |
| 10 | Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением свыше 100 тыс. человек) | Процентов | 15 и более | 7 |
| От 8 до 14 | 5 |
| От 2 до 7 | 3 |
| Менее 2 | 0 |
| 11 | Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением меньше 100 тыс. человек) | Процентов | Более 20 | 7 |
| От 13 до 20 | 5 |
| От 5 до 12 | 3 |
| Менее 5 | 0 |
| 12 | Вид распространения |  | Подписка более 1 тыс. экз., розничная продажа, бесплатное распространение не более 15 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан | 8 |
| Подписка менее 1 тыс. экз., розничная продажа, бесплатное распространение не более 15 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан | 6 |
| Подписка, розничная продажа, бесплатное распространение более 15 процентов тиража | 4 |
| Бесплатное распространение | 2 |
| 13 | Осуществление деятельности на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области <2> | Да/Нет | Да | 2 |
| Нет | 0 |
| 14 | Позиция в рейтинге изданий в районе (по данным социологического исследования, проведенного по заказу Комитета в предшествующем конкурсному отбору году) |  | 1 | 5 |
| 2 | 3 |
| 3 | 1 |
| Ниже 3 | 0 |
| 15 | 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 |
| 16 | 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 | 2 | 3 |
| 1 | Еженедельный тираж СМИ |  |
| 2 | Количество полос издания в неделю |  |
| 3 | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц, за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания |  |
| 4 | Среднее количество редакционных материалов в неделю |  |
| 5 | Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов |  |
| 6 | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением свыше 100 тыс. человек) |  |
| 7 | Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением свыше 100 тыс. человек) |  |
| 8 | Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (для муниципальных образований с населением меньше 100 тыс. человек) |  |
| 9 | Охват аудитории СМИ в социальных сетях (для муниципальных образований с населением меньше 100 тыс. человек) |  |
| 10 | Охват аудитории СМИ (для муниципальных образований с населением свыше 100 тыс. человек) |  |
| 11 | Охват аудитории СМИ (для муниципальных образований с населением меньше 100 тыс. человек) |  |
| 12 | Вид распространения |  |
| 13 | Осуществление деятельности на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области |  |
| 14 | Позиция в рейтинге изданий в районе |  |
| 15 | 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 |  |
| 16 | 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 #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).

**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 № 1.

2. В случае принятия Комитетом по печати Ленинградской области (далее – Комитет) решения о предоставлении дополнительных средств получателям субсидии в соответствии с пунктом 3.20 Постановления Правительства Ленинградской области от 25.02.2019 г. № 73 «Об утверждении Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством районных периодических печатных изданий Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», перерасчет значений результатов предоставления субсидии и показателей осуществляется с первого числа месяца, следующего за датой подписания дополнительного соглашения об увеличении размера предоставляемой субсидии.

3. Срок достижения показателей результатов предоставления субсидии - не позднее 31 декабря 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 от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»).

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

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

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

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

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

5. Требования к формату материалов.

Материалы районных 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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Размер субсидии (руб.)** | **Значение показателя результатов предоставления субсидии (ед.)** | **Требование к графику выхода материалов** |
| 700 000 и менее | не менее 568 | 1) не менее 40 материалов в квартал. В год не менее 160 материалов.2) не менее 4 материалов, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО), в год.3) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 150 материалов в год. 4) размещение материалов в группе в социальной сети - публикации от 200 знаков, не менее 250 публикаций в год5) размещение материалов на сайте СМИ с дублированием в группе в социальной сети, посвященных СОНКО, не менее 4 в год. |
| От 700 001 до 1 400 000 | не менее 608 | 1) не менее 45 материалов в квартал. В год не менее 180 материалов.2) не менее 4 материалов, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО), в год.3) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 160 материалов в год. 4) размещение материалов в группе в социальной сети - публикации от 200 знаков, не менее 260 публикаций в год5) размещение материалов на сайте СМИ с дублированием в группе в социальной сети, посвященных СОНКО, не менее 4 в год. |
| От 1 400 001 до 2 100 000 | не менее 640 | 1) не менее 50 материалов в квартал. В год не менее 200 материалов.2) не менее 5 материалов, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО), в год.3) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 170 материалов в год. 4) размещение материалов в группе в социальной сети - публикации от 200 знаков, не менее 260 публикаций в год5) размещение материалов на сайте СМИ с дублированием в группе в социальной сети, посвященных СОНКО, не менее 5 в год.. |
| От 2 100 001 до 2 800 000 | не менее 750 | 1) не менее 60 материалов в квартал. В год не менее 240 материалов.2) не менее 5 материалов, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО), в год.3) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 200 материалов в год. 4) размещение материалов в группе в социальной сети - публикации от 200 знаков, не менее 300 публикаций в год5) размещение материалов на сайте СМИ с дублированием в группе в социальной сети, посвященных СОНКО, не менее 5 в год. |
| От 2 800 001 до 3 500 000 | не менее 862 | 1) не менее 70 материалов в квартал. В год не менее 280 материалов.2) не менее 6 материалов, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО), в год.3) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 220 материалов в год. 4) размещение материалов в группе в социальной сети - публикации от 200 знаков, не менее 350 публикаций в год5) размещение материалов на сайте СМИ с дублированием в группе в социальной сети, посвященных СОНКО, не менее 6 в год. |
| От 3 500 001 и более | не менее 962 | 1) не менее 80 материалов в квартал. В год не менее 320 материалов.2) не менее 6 материалов, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО), в год.3) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 250 материалов в год. 4) размещение материалов в группе в социальной сети - публикации от 200 знаков, не менее 380 публикаций в год5) размещение материалов на сайте СМИ с дублированием в группе в социальной сети, посвященных СОНКО, не менее 6 в год. |

Кроме того, показателем результатов предоставления субсидии является обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов печатного издания
в социальных сетях и мессенджерах по данным статистических счетчиков медиаресурсов (количество пользователей). Необходимо обеспечить рост на 5%.