Приложение № 1 к объявлению

**ПЕРЕЧЕНЬ**

**социально значимых тем,**

**предлагаемых для разработки медиапроектов в 2023 году**

Гранты предоставляются юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением государственных (муниципальных) учреждений), в целях финансового обеспечения затрат в связи с реализацией медиапроектов, разработанных по следующему ряду тем:

1. Пропаганда соблюдения антикоррупционного законодательства как одобряемой в Ленинградской области нормы поведения.
2. Противодействие терроризму и экстремизму.
3. Социально-экономическое развитие Ленинградской области: потенциал, проблемы и решения, успехи и достижения
4. Экологическое образование и просвещение, пропаганда бережного отношения к природным богатствам Ленинградской области, экологические маршруты.
5. Формирование культуры обращения с бытовыми отходами.
6. Формирование комфортной городской среды в Ленинградской области, в том числе участие граждан в решении вопросов развития городской среды.
7. Поддержка и повышение качества жизни граждан старшего поколения.
8. Популяризация в Ленинградской области возможностей социальной интеграции людей с ограниченными возможностями, в том числе успешных примеров преодоления инвалидами социальных, экономических барьеров, ограничений среды проживания.
9. Программы «Земский доктор», «Земский учитель»: цели, условия, возможности.
10. Конкурсы профессионального мастерства как средство повышения квалификации и карьерного роста, популяризация
в Ленинградской области рабочих профессий, продвижение образа рабочего человека как успешного и уважаемого члена общества.
11. Предприниматель Ленинградской области: истории успеха семейного, молодежного и женского бизнеса.
12. Социальное предпринимательство.
13. Развитие фермерства в Ленинградской области: инициативные предприниматели, новаторство и применение современных технологий.
14. Развитие добровольческого (волонтерского) движения Ленинградской области. Продвижение ценности добровольческой деятельности в обществе. Социально ориентированные некоммерческие организации Ленинградской области, работающие на основе бюджетного финансирования.
15. Популяризация службы в Вооруженных силах РФ.
16. Формирование неприятия в обществе таких социальных проблем, как наркомания
17. Популяризация в Ленинградской области здорового образа жизни, физической культуры, спорта.
18. Повышение мотивации женщин к ведению здорового образа жизни, вовлечение в занятие физической культурой и спортом.
19. Безопасное поведение детей (в повседневной жизни; в информационной среде и кибербезопасность).
20. Пропаганда патриотизма и традиционных духовно-нравственных ценностей.
21. Популяризация темы любви к родному краю и его истории.
22. Год педагога и наставника.
23. Подготовка населения в области гражданской обороны, защиты от чрезвычайных ситуаций и пожарной безопасности
24. Журналисты и журналистика. Популяризация профессии журналиста среди молодежи Ленинградской области.

Приложение № 2 к объявлению

**Соискатель должен соответствовать на день подачи заявки следующим требованиям**:

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

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

соискатель - юридическое лицо не находится в процессе ликвидации, реорганизации (за исключением реорганизации в форме присоединения к юридическому лицу, являющемуся участником конкурсного отбора, другого юридического лица), в отношении его не введена процедура банкротства, его деятельность не приостановлена в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации, а соискатель - индивидуальный предприниматель не прекратил деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

соискатель не является иностранным юридическим лицом, а также российским юридическим лицом, в уставном (складочном) капитале которого доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство или территория, включенные в 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;

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

соискатель не получает средства из областного бюджета в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели и виды затрат, указанные в пунктах 1.2 и 1.7 настоящего Порядка;

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

соискатель не имеет задолженности по выплате заработной платы работникам;

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

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

соискатель в случае принятия решения о предоставлении гранта дает согласие на осуществление Комитетом в отношении его проверок соблюдения порядка и условий предоставления грантов, в том числе в части достижения результатов предоставления гранта, а также проверки органами государственного финансового контроля Ленинградской области (далее - орган финансового контроля) соблюдения получателем грантов порядка и условий предоставления грантов в соответствии со статьями 268.1 и 269.2 Бюджетного кодекса Российской Федерации;

отсутствуют факты, свидетельствующие о нецелевом использовании соискателем ранее предоставленных средств областного бюджета;

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

у соискателя имеются в наличии документы, подтверждающие партнерство организаций (редакций СМИ Ленинградской области), указанных в медиапроекте (договор, соглашение, письмо о намерениях), в случае если в медиапроекте задействовано несколько СМИ;

сведения о соискателе должны отсутствовать в перечне организаций и физических лиц, в отношении которых имеются сведения об их причастности к экстремистской деятельности или терроризму, либо в перечне организаций и физических лиц, в отношении которых имеются сведения об их причастности к распространению оружия массового уничтожения.

Приложение № 3 к объявлению

**Требования
к медиапроекту, на реализацию которого запрашивается грант в форме субсидий из областного бюджета Ленинградской области**

|  |  |
| --- | --- |
| Цель | Обеспечение доведения до широкой аудитории жителей Ленинградской области достоверной и оперативной информации по социально значимым вопросам. Содействие развитию гражданского общества.Целевая аудитория проекта должна соответствовать аудитории задействованных в реализации медиапроектах каналах распространения. |
| Качественные технические характеристики  | Медиапроект:- производство продукции печатных и/или электронных средств массовой информации,- производство аудиовизуальной продукции,- комплексное производство продукции печатных и электронных средств массовой информации, созданной в едином концептуальном подходе.В целях привлечения внимания к медиапроекту целевой аудитории его реализацию рекомендуется проанонсировать.Изготовляемая продукция должна отражать следующую информацию по выбранной теме: - состояние и перспективы, динамика изменений в выбранной сфере,- реализуемые социально значимые мероприятия, возможности участия в них,- меры по совершенствованию деятельности в выбранной сфере, в том числе реализация государственных программ,- мнение аудитории,- опыт участников.Содержание материалов медиапроекта должно быть разнообразным: с использованием архивных данных, статистики, исторических фактов, эмоциональных посылов, образовательных элементов.При реализации медиапроекта приветствуется использование следующих форматов: аналитический материал (на основе исследования информационного поля, мнении экспертов, анализа мнений целевых групп по тематике медиапроекта), материал-обзор, материал-консультация, материал – экспертиза, практические советы, производство аудиовизуальной продукции с мероприятий в режиме онлайн/видеотрансляции, тревел-блога для распространения в сети Интернет, а также обеспечение возможности обмена мнениями и(или) обратной связи с аудиторией медиапроекта.В целях повышения информативности, удобства представления и наглядности рекомендуется включать в проект создание инфографических материалов, мультимедийного контента с сопровождением базовыми информационными материалами в текстовом формате раскрывающими суть мультимедийных материалов, в том числе фото с наложением графики, плакаты с подписями, цитаты на фоне фото, анимированные баннеры для сторис.В случае если в рамках медиапроекта освещается деятельность по реализации региональных проектов Ленинградской области, обеспечивающих достижение целей, показателей и результатов федеральных проектов, входящих в состав национальных проектов, утвержденным распоряжением Губернатора Ленинградской области от 17.01.2019 № 11-рг, продукция должна иметь соответствующее указание. Реализация медиапроекта должна осуществляться в соответствии с нормами: - Закона Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 2124-1 «О средствах массовой информации»; - Федерального закона от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»; - Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»;- Федерального закона от 25.07.2002 № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности»; - Федерального закона от 6 марта 2006 г. № 35-ФЗ «О противодействии терроризму»; - Гражданского кодекса Российской Федерации и законодательства в области защиты и охраны авторского права и смежных с ним прав. |
| Количественные характеристики проекта | Минимальный объем производимой продукции (в случае если проектом предусмотрено производство продукции данной категории):а) для «большого гранта»: - общее количество материалов в периодических печатных изданиях / аудиовизуальной продукции распространяемой в теле -/радиоэфире не менее 15 ед.,- общее количество сообщений и материалов, производимого аудио-, видео- и фотоконтента, визуализированного и текстового контента, мультимедийного контента в сети "Интернет"не менее 15 ед.б) для «среднего гранта»: - общее количество материалов в периодических печатных изданиях / аудиовизуальной продукции распространяемой в теле -/радиоэфире не менее 10 ед.,- общее количество сообщений и материалов, производимого аудио-, видео- и фотоконтента, визуализированного и текстового контента, мультимедийного контента в сети "Интернет"не менее 10 ед. |
|  | в) для «малого гранта»: - общее количество материалов в периодических печатных изданиях / аудиовизуальной продукции распространяемой в теле -/радиоэфире не менее 5 ед.,- общее количество сообщений и материалов, производимого аудио-, видео- и фотоконтента, визуализированного и текстового контента, мультимедийного контента в сети "Интернет"не менее 5 ед. |
| Срок реализации  | Медиапроект может быть реализован в период с 01.01.2023-15.12.2023Минимальный срок реализации медиапроекта не может составлять менее двух месяцев. |
| Доля собственных и (или) привлеченных средств соискателя от общей суммы затрат на реализацию медиапроекта | Доля собственных и (или) привлеченных средств соискателя от общей суммы затрат на реализацию медиапроекта составляет не менее двух процентов |

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

1) наличие у СМИ, задействованных в реализации медиапроекта, свидетельства о регистрации СМИ или выписки из реестра зарегистрированных СМИ, выданной не менее чем за шесть месяцев до дня подачи соискателем заявки на участие в конкурсном отборе (далее - заявка);

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

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

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

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

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

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

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

б) наличие открытого для просмотра счетчика посещений;

в) фиксирование новостным агрегатором "Яндекс.Новости";

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

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

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

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

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

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

Приложение № 4 к объявлению

**ПЕРЕЧЕНЬ**

**документов и материалов заявки**

Для участия в конкурсном отборе соискатель представляет в конкурсную комиссию заявку, в состав которой входят следующие документы и материалы:

1) [заявление](#P364) о предоставлении гранта по форме согласно приложению 1 к настоящему Порядку, включающее:

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

согласие на обработку персональных данных (для физического лица);

2) сведения о медиапроекте, на реализацию которого запрашивается грант, по форме, утверждаемой нормативным правовым актом Комитета;

3) смета расходов на реализацию медиапроекта по форме, утверждаемой нормативным правовым актом Комитета;

4) презентация медиапроекта в электронном виде;

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

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

7) копия документа, подтверждающего полномочия главного бухгалтера или иного лица, ответственного за ведение бухгалтерского учета, заверенная соискателем;

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

9) справка о величине средней и минимальной месячной заработной платы работников соискателя, занятых полный рабочий день, в течение трех месяцев, предшествующих дате представления заявки, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

10) в случае если в реализации медиапроекта задействована организация, осуществляющая телевизионное вещание и(или) радиовещание и не обладающая лицензией, - копия договора с организацией, осуществляющей телевизионное вещание и(или) радиовещание, в том числе на территории Ленинградской области, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя;

11) в случае если в медиапроекте задействованы несколько СМИ, - документ (договор, соглашение, письмо о намерениях), подтверждающий партнерство организаций (редакций СМИ Ленинградской области), указанных в медиапроекте.

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

Заявка представляется в Комитет в электронном виде (при наличии технической возможности) посредством государственной информационной системы Ленинградской области с использованием усиленной квалифицированной электронной подписи.

В случае отсутствия технической возможности заявка представляется в письменной форме в одном экземпляре и в электронном виде на электронном носителе, при этом презентация медиапроекта предоставляется только в электронном виде на электронном носителе.

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

Ответственность за подлинность и достоверность представленной информации и документов несет соискатель.

В случае решения соискателя выбрать несколько социально значимых тем для реализации медиапроектов и подачи нескольких заявок, документы и материалы, прилагаемые к заявке, представляются соискателем по каждому тематическому направлению отдельно в виде нескольких томов. При этом документы, предусмотренные [подпунктами 5](#P172) - [9 пункта 2.5](#P176) Порядка, должны быть приложены соискателем к первому тому.

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

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

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

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

Соискатель вправе представить вышеуказанные документы по собственной инициативе. Выписка из Единого государственного реестра юридических лиц (выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей) должна быть выдана не ранее чем за один месяц до даты подачи заявки. Справка об отсутствии неисполненной обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, представляется 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.

Приложения к Перечню документов

и материалов заявки

|  |
| --- |
| Заявлениео предоставлении гранта в форме субсидии на реализациюмедиапроекта |
| от |  |
|  | (наименование соискателя - юридического лица/фамилия, имя, отчество соискателя - физического лица) |
|  |
| Сведения о соискателе |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | Организационно-правовая форма |  |
| 2 | Наименование должности руководителя |  |
| 3 | Фамилия, имя, отчество руководителя |  |
| 4 | Адрес (место нахождения) постоянно действующего органа организации |  |
| 5 | Почтовый адрес |  |
| 6 | Телефон/факс организации |  |
| 7 | Адрес электронной почты |  |
| 8 | Основной государственный регистрационный номер (ОГРН) |  |
| 9 | Код по Общероссийскому классификатору продукции (ОКПО) |  |
| 10 | Индивидуальный номер налогоплательщика (ИНН) |  |
| 11 | Код причины постановки на учет (КПП) |  |
| 12 | Номер расчетного счета |  |
| 13 | Наименование банка |  |
| 14 | Банковский идентификационный код (БИК) |  |
| 15 | Корреспондентский счет |  |
| 16 | Фамилия, имя, отчество бухгалтера, ответственного за подготовку отчетности, контактный телефон, факс, адрес электронной почты |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Настоящей заявкой подтверждаем, что |  |
|  | (наименование соискателя - |
|  |
| юридического лица/фамилия, имя, отчество соискателя - физического лица) |
|  |
| (наименование участника закупок) |
| соответствует следующим требованиям: |

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

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

соискатель - юридическое лицо не находится в процессе ликвидации, реорганизации (за исключением реорганизации в форме присоединения к юридическому лицу, являющемуся участником конкурсного отбора, другого юридического лица), в отношении его не введена процедура банкротства, его деятельность не приостановлена в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации, а соискатель - индивидуальный предприниматель не прекратил деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

соискатель не является иностранным юридическим лицом, а также российским юридическим лицом, в уставном (складочном) капитале которого доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство или территория, включенные в 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;

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

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

соискатель не имеет задолженности по выплате заработной платы работникам;

размер заработной платы работников соискателя не ниже размера, установленного региональным соглашением о минимальной заработной плате в Ленинградской области;

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

соискатель не получает средства из областного бюджета Ленинградской области в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели и виды затрат, указанные в пунктах 1.2 и 1.7 Порядка предоставления грантов в форме субсидий из областного бюджета Ленинградской области юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям (за исключением государственных (муниципальных) учреждений) на реализацию медиапроектов в рамках государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области", утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области от 29 июля 2019 года N 353;

отсутствуют факты, свидетельствующие о нецелевом использовании соискателем ранее предоставленных средств областного бюджета Ленинградской области;

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

Настоящим соискатель дает согласие:

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

на обработку персональных данных (для физического лица).

С условиями конкурсного отбора и предоставления грантов ознакомлен и согласен.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Руководитель соискателя |  |  |  |
|  | (подпись) |  | (фамилия, имя, отчество) |
| Главный бухгалтер соискателя |  |  |  |
|  | (подпись) |  | (фамилия, имя, отчество) |
| Место печати(при наличии) |
| "\_\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ года |

**Сведения о медиапроекте, на реализацию которого
 запрашивается грант в форме субсидии из областного бюджета Ленинградской области**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Наименование темы |  |
|  | Название медиапроекта |  |
|  | Категория медиапроекта (Большой/Средний/Малый/ грант) |  |
|  | Сроки реализации медиапроекта, для осуществления которых запрашивается грант  | с \_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. |
|  | Общая стоимость медиапроекта, рублей |  |
|  | Запрашиваемые средства гранта на реализацию медиапроекта, рублей |  |
|  | Собственные и/или привлеченные финансовые средства на реализацию медиапроекта, рублей |  |
|  | Расходы соискателя на реализацию медиапроекта, покрываемые из других источников  |  |
|  | География медиапроекта (наименования муниципальных районов Ленинградской области/городского округа, на территории которых будет реализовываться медиапроект) |  |
|  | Наименование СМИ, задействованных в реализации медиапроекта |  |
|  | Наличие у соискателя успешного опыта реализации медиапроектов  |  |
|  |
| Аннотация медиапроекта (не более 1 листа) |
|  |
| Основные цели и задачи |
| Цель: Задачи: |
| Целевая аудитория |
|  |
|  |
| Сведения о технических параметрах и количественных характеристиках, представленной на конкурсный отбор продукции средств массовой информации (объем, формат)  |
|  |
|  |
| Ожидаемые результаты (конкретность и социальная значимость результатов медиапроекта) |
|  |
|  |
| План реализации медиапроекта  |
| Наименование этапов медиапроекта (при наличии) | Сроки начала и окончания(мес., год) | Содержание этапа | Ожидаемые итоги (количественные характеристики) |
| 1 | 1 | 3 | 4 |
|  |  |  |  |

Подпись руководителя соискателя гранта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ф.И.О.

 (подпись)

Подпись главного бухгалтера соискателя гранта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ф.И.О.

 (подпись)

М.П. соискателя гранта

Дата

**Сведения о районном периодическом печатном издании**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Наименование СМИ (с указанием формы периодического распространения) |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Наименование организации издателя соответствующего средства массовой информации |  |
|  | Учредители СМИ |  |
|  | Позиционирование СМИ (общественно-политическое, политическое, информационное, информационно-развлекательное и т.д.) |  |
|  | Адрес фактический /юридический |  |
|  | Телефон, факс, действующий и постоянно просматриваемый e-mail редакции |  |
|  | Число сотрудников редакции, возраст которых не превышает 35 лет (с указанием должности) |  |
|  | Официальный сайт в сети Интернет |  |
|  | Ссылки на публичные (официальные) страницы/ группы/аккаунты издания в социальной сети Интернет, с указанием подписчиков/участников |  |
|  | Территория распространения в соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Типография, осуществляющая печать выпусков издания |  |
|  | Периодичность выхода издания |  |
|  | Формат для печатных изданий: А3, А2, иной |  |
|  | Средний еженедельный объем периодического печатного издания (количество полос)  |  |
|  | Количество подписчиков издания в 2022 году (укажите сведения по 1-му полугодию и второму полугодию 2022 года) |  |
|  | Объем собственной продукции, измеряемый количеством полос, с подготовленными редакцией информационными материалами (контентом) в процентах (за 100 процентов принимается объем печатного издания за вычетом печатных площадей, отведенных под публикацию программ теле- и радиоканалов и объявлений и рекламы) |  |
|  | Среднее количество размещенных на странице СМИ в социальной сети собственных информационных материалов, посвященных событиям, связанным с Ленинградской областью в неделю (подтверждается данными статистики сообщества СМИ, отражающих количество материалов (записей), размещенных за три недели месяца, предшествующего опубликованию Объявления о конкурсе) |  |
|  | Наличие счетчиков открытой метрики посетителей интернет ресурса (да/нет) |  |
|  | Среднее количество размещенных на сайте электронной версии районного периодического печатного издания собственных информационных материалов, посвященных событиям, связанным с Ленинградской областью в неделю (подтверждается скриншотами интернет-страницы панели администратора сайта, отражающих данные об опубликованных материалах за три недели месяца, предшествующего опубликованию Объявления о конкурсе) |  |
|  | 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 журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика) |  |
|  | Объем печатной площади, отведенной под публикацию программ телеканалов (количество полос) |  |
|  | Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (подтверждается справкой, содержащей данные о среднемесячной посещаемости сайта СМИ за 12 месяцев, 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) |  |
|  | Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков  |  |
|  | Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, 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 информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ  |  |
|  | Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два  |  |
|  | Вид распространения (выбрать нужное):- подписка (тираж – более 1 тыс.экз.) и розничная продажа/Подписка, розничная продажа и бесплатное распространение- не более 25 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 25 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан;- подписка (тираж – менее 1 тыс.экз) и бесплатное распространение;- бесплатное распространение. |  |
|  | Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области |  |
|  | Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере (да/нет) |  |
|  | Получение организацией – редакцией СМИ субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году |  |
|  | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет)  |  |

**Сведения о региональном периодическом печатном издании**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Наименование СМИ (с указанием формы периодического распространения (наименование периодического печатного издания) |  |
|  | Наименование организации издателя соответствующего средства массовой информации |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Учредители (соучредители) |  |
|  | Позиционирование СМИ (общественно-политическое, информационное, информационно-развлекательное и т.д.) |  |
|  | Адрес фактический /юридический  |  |
|  | Телефон, факс, действующий и постоянно просматриваемый e-mail редакции |  |
|  | Территория распространения в соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Типография, осуществляющая печать выпусков изданий  |  |
|  | Периодичность выхода издания |  |
|  | Среднеразовый тираж (в случае, если СМИ выходит в свет более 1 раза в неделю, под среднеразовым тиражом СМИ понимается еженедельный тираж номера СМИ, содержащего программу телепередач, либо наибольший тираж в неделю) |  |
|  | Средний объем (полосность) в месяц |  |
|  | Формат для печатных изданий:А3, А2, иной |  |
|  | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов местного самоуправления, телевизионной программы и рекламы (в объеме не более 45%), объявлений по отношению к общему объему издания (в процентах) |  |
|  | Среднее количество редакционных материалов в каждом номере |  |
|  | Официальный сайт в сети Интернет |  |
|  | Ссылки на публичные (официальные) страницы/ группы/аккаунты издания в социальной сети Интернет, с указанием подписчиков/участников |  |
|  | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора (подтверждается справкой, содержащей данные о среднемесячной посещаемости сайта СМИ за 3 месяца, предшествующих дате проведения конкурсного отбора, отражающей число уникальных посетителей сайта в месяц, составленной на основании данных статистических счетчиков, с приложением скриншота интернет-страницы с данными статистики, заверенная подписью и печатью (при наличии) соискателя) |  |
|  | 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 информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 3 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 информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ  |  |
|  | Вид распространения (выбрать нужное) Подписка и розничная продажа/подписка, розничная продажа и бесплатное распространение не более 15 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий гражданРозничная продажаПодписка и бесплатное распространениеБесплатное распространение |  |
|  | Получение организацией – редакцией СМИ субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году |  |
|  | Процент снижения среднеразового тиража периодического печатного издания по сравнению с тиражами за два года, предшествующих конкурсному отбору |  |

**Сведения о районной телерадиокомпании**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Наименование СМИ (с указанием формы распространения (телеканал/ радиоканал/ телепрограмма/ радиопрограмма)  |  |
|  | Наименование организации телерадиовещания  |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи лицензии на осуществление радиовещания и(или) телевещания на территории Ленинградской области или реквизиты договора с организацией, осуществляющей радиовещание и(или) телевещание на территории Ленинградской области, на размещение произведенных СМИ материалов и программ в радиоэфире и(или) телевизионном эфире |  |
|  | Территория распространения в соответствии с лицензией на телевизионное вещание или радиовещание |  |
|  | Учредители (соучредители) |  |
|  | Позиционирование СМИ (общественно-политическое, информационное, информационно-развлекательное и т.д.) |  |
|  | Официальный сайт в сети Интернет  |  |
|  | Ссылки на официальные группы в социальных сетях - количество подписчиков/участников в группах и на страницах СМИ представительств в социальных сетях. |  |
|  | Объем (хронометраж) вещания в неделю в соответствии с лицензией на теле- и(или) радиовещание либо договором с организацией, осуществляющей радиовещание, в том числе на территории Ленинградской области, в случае если организация, осуществляющая производство и выпуск телеканала (телепрограммы)/радиоканала (радиопрограммы), не обладает лицензией на радиовещание |  |
|  | Объем (хронометраж) собственного информационного вещания в неделю (подтверждается информацией о выпускаемых программах, их периодичности, хронометраже, тематике (сетка вещания) |  |
|  | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (подтверждается справкой, содержащей данные о среднемесячной посещаемости сайта СМИ за 12 месяцев, 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) |  |
|  | Охват аудитории СМИ, определяемый как (выбрать нужное): для эфирного вещания - отношение численности населения, охваченного таким видом вещания (в соответствии с лицензией на вещание или договором с организацией, осуществляющей радиовещание на территории Ленинградской области), к численности населения муниципального образования (муниципальных образований), на территории которого (которых) осуществляется вещаниедля кабельного вещания - отношение количества абонентов сети кабельного телерадиовещания, установленного на основе заключенных договоров с кабельными операторами, к численности населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии. Под абонентом понимается домохозяйство, средний размер которого составляет 2,5 человека. Число абонентов не может превышать численность населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии |  |
|  | Охват аудитории СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, 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 информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ  |  |
|  | Способ распространения продукции СМИ: для телеканалов (телепрограмм)Кабельное вещаниеЭфирное вещание(для радиоканалов (радиопрограмм):Эфирное вещание в ФМ-диапазонеЭфирное вещание в УКВ-диапазоне |  |
|  | Осуществление освещения мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и(или) трансляции в записи (для телеканалов (телепрограмм) (не менее шести программ/трансляций в году, предшествующем году, в котором проводится конкурсный отбор) |  |
|  | Осуществление интерактивного вещания в формате прямого эфира (для телерадиоканалов (телерадиопрограмм) в году, предшествующем году, в котором проводится конкурсный отбор)  |  |
|  | Производство и размещение в эфире СМИ авторских и(или) разговорных аналитических программ (не менее шести выпусков в году, предшествующем году, в котором проводится конкурсный отбор)  |  |
|  | 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  |  |
|  | Трансляция телерадиопрограммы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"(да/нет) |  |
|  | Получение организацией – редакцией СМИ субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального и регионального бюджетов на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году |  |

**Сведения о сетевом СМИ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 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 |  |
|  | Официальный сайт в сети Интернет |  |
|  | Фиксация сайта СМИ новостными агрегаторами «Яндекс.Новости» и «Google.Новости» (да/нет) |  |
|  | Наличие счетчиков открытой метрики посетителей интернет ресурса (да/нет) |  |
|  | Ссылки на публичные (официальные) страницы/ группы/аккаунты издания в социальной сети Интернет, с указанием количества подписчиков/участников |  |
|  | Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца, предшествующих конкурсному отбору (подтверждается справкой, содержащей данные о среднемесячной посещаемости сайта СМИ за 12 месяцев, 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) |  |
|  | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) число подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |  |
|  | Охват аудитории сайта, определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения муниципального образования (района), в котором осуществляет свою деятельность редакция СМИ (подтверждается справкой, содержащей данные о среднемесячной посещаемости сайта СМИ за 12 месяцев, 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) |  |
|  | 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 муниципального образования (района), в котором осуществляет свою деятельность редакция 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 объявления о проведении конкурсного отбора (подтверждается скриншотами интернет-страницы с данными статистики сообщества, заверенными подписью и печатью (при наличии) соискателя) |  |
|  | 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  |  |
|  | 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 |  |
|  | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет |  |
|  | Получение организацией – редакцией СМИ субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году |  |

**Сведения о региональном телеканале**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Наименование СМИ (с указанием формы распространения (телеканал/ радиоканал/ телепрограмма/ радиопрограмма)  |  |
|  | Наименование организации телерадиовещания  |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи лицензии на осуществление радиовещания и(или) телевещания на территории Ленинградской области или реквизиты договора с организацией, осуществляющей радиовещание и(или) телевещание на территории Ленинградской области, на размещение произведенных СМИ материалов и программ в радиоэфире и(или) телевизионном эфире |  |
|  | Территория распространения в соответствии с лицензией на телевизионное вещание или радиовещание |  |
|  | Учредители (соучредители) |  |
|  | Позиционирование СМИ (общественно-политическое, информационное, информационно-развлекательное и т.д.) |  |
|  | Официальный сайт в сети Интернет  |  |
|  | Ссылки на официальные группы в социальных сетях - количество подписчиков/участников в группах и на страницах СМИ представительств в социальных сетях. |  |
|  | Объем программ и(или) информационных материалов собственного производства от общего объема вещания в неделю (подтверждается информацией о выпускаемых программах, их периодичности и хронометраже, тематике (сетка вещания)) |  |
|  | Охват аудитории регионального телеканала (в процентах):для эфирного/цифрового вещания - отношение численности населения, охваченного таким видом вещания (в соответствии с лицензией на вещание или в соответствии с договором с организацией, осуществляющей телевещание на территории Ленинградской области), к численности населения муниципальных образований, на территории которых осуществляется вещание;для кабельного/спутникового вещания - отношение количества абонентов услуг сети кабельного телевещания, установленного на основе заключенных договоров с кабельными операторами, к численности населения, охваченного таким видом вещания, в рамках территории, указанной в лицензии (абонент - домохозяйство, средний размер которого составляет 2,5 человека). Число абонентов не может превышать численности населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии |  |
|  | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору (подтверждается справкой, содержащей 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) |  |
|  | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) число подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |  |
|  | Охват аудитории в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (определяется как отношение среднемесячного количества уникальных посетителей сайта за три месяца, предшествующих конкурсному отбору, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ) |  |
|  | Охват аудитории СМИ в социальных сетях (определяется 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)  |  |
|  | Средний охват просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" 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)  |  |
|  | Наличие статуса обязательного общедоступного телеканала Ленинградской области (в соответствии с решением Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию)  |  |
|  | Тип вещания (выбрать нужное):Цифровое, спутниковое, кабельное вещание, онлайн-вещаниеКабельное, спутниковое вещание, онлайн-вещаниеКабельное и спутниковое вещаниеЦифровое вещание (вставка в эфире обязательного общедоступного телеканала)Спутниковое вещаниеКабельное вещаниеЭфирное вещание |  |
|  | Осуществление освещения наиболее важных областных мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и(или) трансляции в записи |  |
|  | Производство и размещение в эфире СМИ авторских и(или) аналитических программ (не менее 24 выпусков в году, предшествующем году конкурсного отбора) |  |

**СМЕТА**

расходов медиапроекта, на реализацию которого запрашивается грант в форме субсидии из областного бюджета Ленинградской области

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

(наименование соискателя гранта)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование статьи затрат** | **Ед. изм.** | **Коли-чество**  | **Общая стоимость медиа-проекта (руб.)** | **В т.ч. за счет средств Гранта (руб.)** | **В т.ч. за счет собственных и/или привле-ченных финансовых средств (руб.)** |
| 1 | Численность сотрудников необходимых для реализации медиапроекта – всего, в том числе: |  |  |  |  |  |
| 1.1 | *указываются категории штатных и внештатных сотрудников, задействованных в реализации медиапроекта* |  |  |  |  |  |
| 2 | **Затраты** – всего, \*в том числе: |  |  |  |  |  |
| 2.1. | расходы на оплату труда штатных и внештатных сотрудников, задействованных в реализации медиапроекта (за исключением выплат по временной нетрудоспособности, в связи с предоставлением отпуска, в связи с увольнением), расходы на оплату страховых взносов, начисляемых в пользу штатных и внештатных сотрудников, задействованных в реализации медиапроекта по трудовым и гражданско-правовым договорам, предметом которых является выполнение работ, оказание услуг, а также авторским договорам |  |  |  |  |  |
| 2.2. | расходы на служебные командировки штатных и внештатных сотрудников, задействованных в реализации медиапроекта  |  |  |  |  |  |
| 2.3. | расходы на оплату аренды нежилых помещений (с целью размещения штатных и внештатных сотрудников, студий), используемых в производственном процессе при реализации медиапроекта |  |  |  |  |  |
| 2.3.1 | *указываются детализированные данные по видам арендованного имущества* |  |  |  |  |  |
| 2.4. | расходы на оплату услуг связи, в том числе информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |  |  |  |  |  |
| 2.4.1 | *указываются детализированные данные о каждом конкретном виде распределяемых затрат* |  |  |  |  |  |
| 2.5. | расходы на оплату арендной платы за оборудование, приборы, устройства, организационную технику, инвентарь производственного назначения (в том числе фото-, видеокамеры, репортажный комплекс для журналиста, съемочная, осветительная и звукозаписывающая техника, необходимая для осуществления субсидируемой деятельности, включая распространение и доведение соответствующей информации и продукции до целевой аудитории) и материалы |  |  |  |  |  |
| 2.5.1 | *указываются детализированные данные по видам арендованного имущества производственного назначения* |  |  |  |  |  |
| 2.6. | расходы на приобретение прав на использование информации, печатных, архивных аудио-, видеоматериалов, фотоматериалов, произведений, иных объектов авторского права и смежных прав |  |  |  |  |  |
| 2.6.1 | *указываются детализированные данные по видам прав* |  |  |  |  |  |
| 2.7. | расходы на оплату видео-, фотоуслуг и печатно-множительных работ |  |  |  |  |  |
| 2.7.1 | *указываются детализированные данные о каждом конкретном виде распределяемых затрат* |  |  |  |  |  |
| 2.8. | расходы на оплату типографских работ, полиграфических услуг, в том числе: |  |  |  |  |  |
| 2.8.1 | *затраты на подготовку к печати*  |  |  |  |  |  |
| 2.8.2. | *затраты на печать* |  |  |  |  |  |
| 2.9. | расходы на компьютерную и иную обработку исходных материалов, изготовление специальных эффектов, анимацию, изготовление компьютерной графики, организацию и обеспечение комбинированных съемок, создание титров, субтитрирование, обеспечение по звуко-, фонозаписи и исполнению музыки, речевому и иному озвучиванию, перезаписи. |  |  |  |  |  |
| 2.9.1 | *указываются конкретные наименования (значимые группы) выполняемых работ (оказываемых услуг)* |  |  |  |  |  |
| 2.10. | Расходы на декорационно-техническое оформление, изготовление (прокат) реквизита, их монтаж, демонтаж и хранение |  |  |  |  |  |
| 2.10.1 | *указываются конкретные наименования (значимые группы) выполняемых работ (оказываемых услуг)* |  |  |  |  |  |
| 2.11. | Расходы на приобретение (прокат) костюмов |  |  |  |  |  |
| 2.11.1 | *указываются конкретные виды (наименования)*  |  |  |  |  |  |
| 2.12. | расходы на доведение произведенной в рамках медиапроекта продукции до целевой аудитории, ее распространение, тиражирование (экспедирование; услуги по распространению в радио-и телеэфире; в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет") |  |  |  |  |  |
| 2.12.1 | *указываются конкретные наименования (значимые группы) выполняемых работ (оказываемых услуг)* |  |  |  |  |  |
| 2.13. | расходы на оплату трафика, необходимого для работы портала (сайта) в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |  |  |  |  |  |
| 2.13.1 | *указываются конкретные наименования (значимые группы) выполняемых работ (оказываемых услуг)* |  |  |  |  |  |
| 2.14. | Расходы на оплату услуг по созданию, технической поддержке, наполнению, развитию и продвижению сайта СМИ и мобильных ресурсов (услуги хостинга, расходы на регистрацию доменных имен в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и продления регистрации, расходы на поисковую оптимизацию, услуги/работы по модернизации и (или) редизайну сайта);  |  |  |  |  |  |
| 2.14.1 | *указываются конкретные наименования (значимые группы) выполняемых работ (оказываемых услуг)* |  |  |  |  |  |
| 2.15. | Расходы на приобретение программного обеспечения и неисключительных прав на программное обеспечение (расходы, связанные с получением прав по лицензионному соглашению; расходы по адаптации, настройке, внедрению и модификации для нужд конкретной организации программного обеспечения; расходы по сопровождению программного обеспечения). |  |  |  |  |  |
| 2.15.1  | *указываются конкретные виды (наименования)* |  |  |  |  |  |
| **ИТОГО:** |  |  |  |

*\*Статьи (подстатьи) планируемых затрат, которые подлежат обеспечению за счет средств гранта и иных источников подлежат раскрытию (расшифровке) в обязательном порядке. Структура сметы не изменяется, если по какой-либо статье (подстатье) расходы не предусмотрены, ставится «0,00»*

Подпись руководителя соискателя гранта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ф.И.О.

 (подпись)

Подпись главного бухгалтера соискателя гранта \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Ф.И.О. (подпись)

М.П. соискателя гранта

Дата

Приложение № 5 к объявлению

**РЕГЛАМЕНТ**

**защиты медиапроектов в рамках конкурсного отбора среди соискателей по предоставлению грантов в форме субсидий из областного бюджета Ленинградской области на реализацию медиапроектов**

1. Соискатели, чьи заявки были признаны соответствующими утвержденным требованиям, приглашаются на открытое заседание Конкурсной комиссии для участия во втором этапе конкурсного отбора, который проводится в форме защиты медиапроектов.

2. В случае невозможности заслушать всех соискателей на получение гранта в ходе одного открытого заседания Конкурсной комиссии – проводятся дополнительные заседания.

3. Перед началом защиты медиапроектов секретарь Конкурсной комиссии оглашает состав конкурсной комиссии, порядок проведения открытого заседания, перечень соискателей на получение гранта в порядке очередности
их выступлений.

4. При защите медиапроекта соискателю или его представителю предоставляется время для выступления, в ходе которого разъясняются цели и задачи медиапроекта, сведения о количественных и качественных характеристиках, сроках реализации и ожидаемых результатах, наличии ресурсов для его реализации, сведения о целевой аудитории, оригинальности и социальной значимости реализации медиапроекта.

5. Защита медиапроекта проходит в режиме презентации с использованием программ и технических средств визуализации данных (электронная презентация).

6. После выступления члены Конкурсной комиссии могут задать дополнительные вопросы соискателю или его представителю о реализации медиапроекта.

7. Соискатель отвечает на вопросы и замечания комиссии.

8. Время рассмотрения одного медиапроекта не должно превышать 10 минут, в том числе не более 5 минут на презентацию и не более 5 минут
на вопросы Конкурсной комиссии.

9. После завершения защиты медиапроектов члены Конкурсной комиссии

оценивают представленные медиапроекты по каждому критерию оценки медиопроектов, утвержденных правовым актом Комитета.

Конкурсная комиссия обобщает и анализирует результаты рассмотрения
и оценки медиапроектов, формирует рейтинг соискателей, соотносит итоговые оценка медиапроекта с минимальным значением итоговой оценки, утвержденным правовым актом Комитета, определяет победителей конкурсного отбора (получателей грантов).

Приложение № 6 к объявлению

**Правила рассмотрения и оценки заявок**

Комитет принимает и регистрирует заявки соискателей в журнале регистрации заявок в день подачи заявки.

Принятые заявки представляются на рассмотрение конкурсной комиссии.

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

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

а) соответствия требованиям, установленным пунктами 2.5 - 2.8 Порядка, в том числе в части комплектности и достоверности;

б) соответствия соискателей критериям отбора, установленным пунктом 1.5 Порядка;

в) соответствия соискателей на день подачи заявки требованиям, установленным пунктом 2.3 Порядка;

г) соответствия медиапроекта и задействованных в реализации медиапроекта СМИ условиям, установленным подпунктами 1.5.2 и 1.5.3 пункта 1.5 Порядка.

Основания для отклонения заявки:

1) несоответствие соискателя, медиапроекта и СМИ, задействованного в реализации медиапроекта, критериям и требованиям, установленным пунктами 1.5 и 2.3 Порядка;

2) несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям, установленным пунктами 2.5 - 2.8 Порядка, или непредставление (представление не в полном объеме) указанных документов;

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

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

5) подача соискателем заявки после даты и(или) времени, определенных для подачи заявок;

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

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

Комитет на основании протокола принимает решение о допуске соискателя к участию во втором этапе конкурсного отбора или об отклонении заявки.

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

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

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

Второй этап конкурсного отбора включает:

защиту соискателями медиапроектов на заседании конкурсной комиссии;

оценку представленных медиапроектов членами конкурсной комиссии по критериям оценки медиапроектов в соответствии с приложением 2 к Порядку;

определение размеров предоставляемых грантов в соответствии с пунктами 3.3 и 3.4 Порядка.

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

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

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

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

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

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

Итоговая оценка медиапроекта соотносится с минимальным значением итоговой оценки.

Конкурсная комиссия определяет победителя конкурсного отбора по балльной системе.

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

Результаты рассмотрения конкурсной комиссией медиапроектов оформляются протоколом, в котором указываются значения оценок медиапроекта по критериям оценки медиапроектов и размеры грантов, планируемых к предоставлению Комитетом.

Основаниями для отказа в предоставлении гранта являются:

1) несоответствие соискателя, медиапроекта и СМИ, задействованного в реализации медиапроекта, критериям и требованиям, установленным пунктами 1.5 и 2.3 Порядка;

2) несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям, установленным пунктами 2.5 - 2.8 Порядка, или непредставление (представление не в полном объеме) указанных документов;

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

4) установление факта недостоверности представленной соискателем информации.

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

Решение о признании соискателей получателями грантов и размерах предоставляемых им грантов принимается Комитетом на основании протокола заседания конкурсной комиссии, указанного в [пункте 2.23](#Par33) Порядка, и оформляется правовым актом Комитета в течение пяти рабочих дней с даты заседания конкурсной комиссии.

В течение 20 рабочих дней с даты издания правового акта Комитета, указанного в [пункте 2.26](#Par40) Порядка, Комитет заключает с получателями грантов договоры по типовой форме, утвержденной нормативным правовым актом Комитета финансов Ленинградской области, предусматривающие в том числе:

а) согласие получателя гранта на осуществление Комитетом и органом финансового контроля обязательных проверок соблюдения получателями грантов условий, целей и порядка предоставления грантов;

б) цели и условия предоставления грантов в соответствии с пунктами 1.2 и 1.5 Порядка;

в) размер гранта в соответствии с правовым актом Комитета;

г) показатели, необходимые для достижения результатов предоставления гранта;

д) смету расходов;

е) порядок и сроки перечисления Комитетом гранта получателю гранта;

ж) перечень подтверждающих затраты документов, порядок, сроки и формы представления получателем гранта отчетов об использовании гранта в соответствии со сметой расходов;

з) порядок возврата получателем гранта средств гранта в областной бюджет в случае выявления по итогам проверок, проведенных Комитетом и(или) органом финансового контроля, нарушения условий, целей и порядка использования грантов, а также в случае неустранения нарушений в установленные сроки;

и) порядок возврата получателем гранта в областной бюджет остатка гранта, не использованного в срок, установленный договором;

к) положение о возможности осуществления расходов, источником финансового обеспечения которых являются не использованные в отчетном финансовом году остатки грантов, и включения такого положения в договор при принятии Комитетом по согласованию с Комитетом финансов Ленинградской области решения о наличии потребности в указанных средствах;

л) согласие получателя гранта, а также лиц, получающих средства на основании договоров, заключенных с получателями грантов (за исключением государственных (муниципальных) унитарных предприятий, хозяйственных товариществ и обществ с участием публично-правовых образований в их уставных (складочных) капиталах, а также коммерческих организаций с участием таких товариществ и обществ в их уставных (складочных) капиталах), на осуществление в отношении их проверок Комитетом и органом финансового контроля соблюдения целей, условий и порядка предоставления грантов;

м) положение о включении в договоры в случае уменьшения Комитету ранее доведенных лимитов бюджетных обязательств, указанных в пункте 1.3 Порядка, приводящего к невозможности предоставления гранта в размере, определенном в договоре, условия о согласовании новых условий договора или о расторжении договора при недостижении согласия по новым условиям.

2.28. Комитет не позднее 14 календарных дней со дня принятия решения о признании соискателей победителями конкурсного отбора и объемах предоставляемых грантов размещает на едином портале и на официальном сайте Комитета в сети "Интернет" информацию о результатах конкурсного отбора, включающую следующие сведения:

1) дата, время и место проведения рассмотрения заявок;

2) дата, время и место оценки заявок соискателей;

3) информация о соискателях, заявки которых были рассмотрены;

4) информация о соискателях, заявки которых были отклонены, с указанием причин отклонения, в том числе положений объявления, которым не соответствуют такие заявки;

5) последовательность оценки заявок соискателей, присвоенные заявкам соискателей значения по каждому из предусмотренных критериев оценки заявок соискателей;

6) наименование получателя (получателей) гранта, с которым заключается договор, и размер предоставляемого ему (им) гранта.

Приложения к Правилам рассмотрения и оценки заявок

**Таблица оценки медиапроектов,**
 **на реализацию которых запрашиваются гранты
 в форме субсидий из областного бюджета Ленинградской области**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п. | Наименование организации и медиапроекта  | Категория критерия |  | Итого сумма баллов |
| Содержание медиапроекта | Бюджет медиапроекта | Планируемые результаты медиапроекта | Опыт соискателя | Характеристика медиапроекта |
| Актуальность и социальная значимость темы медиапроекта | Творческие характеристики медиапроекта | Точность определения целевой аудитории | Качество составления медиапроекта | Оценка СМИ, в котором планируется реализация медиапроекта | Экономи-ческая обоснованность запраши-ваемых финансо-вых средств | Доля финансирования за счет собственных (привлеченных) средств соискателя от общей суммы затрат на финансирование медиапроекта | Потенциальный социальный эффект медиапроекта, его мероприятий, в том числе адресность, полнота донесения до заплани-рованной целевой аудитории  | Устойчивость медиа-проекта | Наличие у соискателя успешного опыта реализации медиа-проектов  | **Понижающий коэфициент** наличие факта неосвоения соискателем средств областного бюджета Ленинградской области, полученных в виде субсидий или грантов в форме субсидий в течение трех лет, предшествующих проведению конкурсного отбора | Стадия реализации медиапроекта |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |  | 14 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ

регионального периодического печатного издания,

задействованного в реализации медиапроекта

(наименование средства массовой информации)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п. | Наименование критерия | Количество баллов |
|  | Среднеразовый тираж СМИ |  |
|  | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц |  |
|  | Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов власти, телевизионную программу и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания |  |
|  | Среднее количество редакционных материалов в каждом номере |  |
|  | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца, предшествующих дате конкурсного отбора |  |
|  | 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 информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного количества 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 информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" к численности населения территории, на которой распространяется СМИ <\*> |  |
|  | Вид распространения |  |
|  | Получение соискателем субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального бюджета, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году |  |
|  | Процент снижения среднеразового тиража периодического печатного издания по сравнению с тиражами за два года, предшествующих конкурсному отбору |  |
|  | Итого |  |

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ

районного периодического печатного издания,

задействованного в реализации медиапроекта

(наименование средства массовой информации)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| N п/п | Наименование критерия | Количество баллов |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | 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 |  |
| 2 | Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика) |  |
| 3 | Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов |  |
| 4 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет |  |
| 5 | Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек) |  |
| 6 | Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек) |  |
| 7 | Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек) |  |
| 8 | 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 менее 70 тыс. человек)  |  |
| 9 | 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 от 70 тыс. и более человек) |  |
| 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 менее 70 тыс. человек) |  |
| 11 | Вид распространения |  |
| 12 | Осуществление деятельности (распространение основной части тиража) на территориях муниципальных образований Ленинградской области, отнесенных к категории депрессивных, а также на территории муниципальных образований Бокситогорского, Лодейнопольского и Подпорожского муниципальных районов Ленинградской области  |  |
| 13 | Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере |  |
| 14 | Получение участником отбора субсидий и(или) грантов в форме субсидий из регионального и(или) федерального бюджета на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, предшествующем конкурсному отбору году |  |
| 15 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет) |  |

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ

районного теле-, радиоканала (теле-,радиопрограммы),

задействованного в реализации медиапроекта

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

(наименование средства массовой информации)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| N п/п | Наименование критерия | Количествобаллов |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Объем (хронометраж) вещания в неделю  |  |
| 2 | Объем (хронометраж) собственного информационного вещания в неделю  |  |
| 3 | Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора |  |
| 4 | Охват аудитории СМИ |  |
| 5 | Охват аудитории СМИ в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» |  |
| 6 | Охват аудитории СМИ в социальных сетях |  |
| 7 | Способ распространения продукции СМИ (для телеканалов (телепрограмм)) |  |
|
| Способ распространения продукции СМИ (для радиоканалов (радиопрограмм)) |  |
|
| 8 | Осуществление освещения мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и(или) трансляции в записи (для телеканалов (телепрограмм) (не менее шести программ/трансляций в году, предшествующем году, в котором проводится конкурсный отбор) |  |
|
| 9 | Осуществление интерактивного вещания в формате прямого эфира (для телерадиоканалов (телерадиопрограмм) в году, предшествующем году, в котором проводится конкурсный отбор) |  |
|
| 10 | Производство и размещение в эфире СМИ авторских и(или) разговорных аналитических программ (не менее шести выпусков в году, предшествующем году, в котором проводится конкурсный отбор) |  |
|
| 11 | 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 <3> |  |
|
| 12 | Трансляция телерадиопрограммы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» |  |
|
| 13 | Получение соискателем субсидий и(или) грантов в форме субсидий из федерального и регионального бюджетов на реализацию социально значимых проектов, в достижении результатов которых задействовано СМИ, в предшествующем конкурсному отбору году |  |
|

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ

сетевого средства массовой информации,

задействованного в реализации медиапроекта

(наименование средства массовой информации)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| N п/п | Наименование критерия | Количество баллов |
| 1 | 2 | 3 |
| 1 | Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца, предшествующих конкурсному отбору |  |
| 2 | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |  |
| 3 | Охват аудитории сайта, определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта за 12 месяцев, предшествующих дате конкурсного отбора, к численности населения муниципального образования (района) в котором осуществляет свою деятельность редакция СМИ |  |
| 4 | 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 муниципального образования (района) в котором осуществляет свою деятельность редакция СМИ |  |
| 5 | 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 |  |
| 6 | 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 |  |
| 7 | Среднее количество собственных материалов СМИ, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области и муниципальных образований Ленинградской области, опубликованных в социальной сети за неделю, предшествующую опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора |  |
| 8 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет |  |
| 9 | Получение соискателем 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 |  |
|  | Итого: |  |

ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ

регионального канала, задействованного в реализации медиапроекта

(наименование средства массовой информации)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №п/п | Наименование критерия | Количество баллов |
| 1 | Объем программ и(или) информационных материалов собственного производства от общего объема вещания в неделю  |  |
| 2 | Охват аудитории регионального телеканала (СМИ):для эфирного/цифрового вещания - отношение численности населения, охваченного таким видом вещания (в соответствии с лицензией на вещание или в соответствии с договором с организацией, осуществляющей телевещание на территории Ленинградской области), к численности населения муниципальных образований, на территории которых осуществляется вещание;для кабельного/спутникового вещания - отношение количества абонентов услуг сети кабельного телевещания, установленного на основе заключенных договоров с кабельными операторами, к численности населения, охваченного таким видом вещания, в рамках территории, указанной в лицензии (абонент - домохозяйство, средний размер которого составляет 2,5 человека). Число абонентов не может превышать численности населения, охваченного таким видом вещания в рамках территории, указанной в лицензии |  |
| 3 | Количество социальных сетей в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", в которых созданы сообщества СМИ |  |
| 4 | Среднее количество уникальных посетителей сайта СМИ за три месяца, предшествующих конкурсному отбору |  |
| 5 | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях и(или) число подписчиков в мессенджерах в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" |  |
| 6 | Охват аудитории в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (определяется как отношение среднемесячного количества уникальных посетителей сайта за три месяца, предшествующих конкурсному отбору, к численности населения территории, на которой распространяется СМИ) |  |
| 6.1 | Охват аудитории СМИ в социальных сетях (определяется 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)  |  |
| 7 | Средний охват просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" 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) |  |
| 8 | Наличие статуса обязательного общедоступного телеканала Ленинградской области (в соответствии с решением Федеральной конкурсной комиссии по телерадиовещанию) |  |
| 9 | Тип вещания |  |
| 10 | Осуществление освещения наиболее важных областных мероприятий, а также событий Ленинградской области в формате прямого эфира и(или) трансляции в записи |  |
| 11 | Производство и размещение в эфире СМИ авторских и(или) аналитических программ (не менее 24 выпусков в году, предшествующем году конкурсного отбора) |  |
|  | Итого |  |

Приложение № 7 к объявлению

**Минимальное значение итоговой оценки,**

**которое должно быть присвоено медиапроектам, представленным в заявках соискателей на предоставление гранта в форме субсидий**

Минимальное значение итоговой оценки, которые должно быть присвоено медиапроектам, представленным в заявке соискателей на предоставление гранта в форме субсидий – 90 баллов.