(Форма)

ЗАЯВЛЕНИЕ

о предоставлении субсидии

Прошу предоставить субсидию в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством сетевого средства массовой информации \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

(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 участником отбора, 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, в том числе местом регистрации которого является государство или территория, включенные в утверждаемый Министерством финансов Российской Федерации перечень государств и территорий, используемых для промежуточного (офшорного) владения активами в Российской Федерации (далее - офшорные компании), а также российским юридическим лицом, в уставном (складочном) капитале которого доля прямого или косвенного (через третьих лиц) участия офшорных компаний в совокупности превышает 25 процентов (если иное не предусмотрено законодательством Российской Федерации);

– 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 участника отбора, являющегося юридическим лицом/об индивидуальном предпринимателе и о физическом лице - производителе товаров, работ, услуг, являющихся участника отборами 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 1.6 Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции сетевыми средствами массовой информации в рамках государственной программы Ленинградской области "Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области", утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области от 25 марта 2019 № 117;

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

– отсутствует задолженность по выплате заработной платы работникам;

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

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

– соблюдает запрет на приобретение участником отбора 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;

– не находится 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.

Настоящим участник отбора дает согласие:

– на публикацию (размещение) в сети "Интернет" информации об участнике отбора, о подаваемой участником отбора заявке, иной информации об участнике отбора, связанной с соответствующим конкурсным отбором;

– на обработку персональных данных в целях подготовки и проведения конкурсного отбора среди участников на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции сетевого средства массовой информации в 20\_\_ году; в целях осуществления проверок соблюдения целей, условий и порядка предоставления субсидий (для физического лица).

С условиями конкурсного отбора и предоставления субсидий ознакомлен и согласен.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Руководитель организации/  индивидуальный предприниматель |  |  |  |
|  | (подпись) |  | (фамилия, имя, отчество) |
| Место печати (при наличии) | | | |
| "\_\_\_" \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ года | | | |

(Форма)

**Сведения об участнике конкурсного отбора**

**на получение субсидии из областного бюджета Ленинградской области в 2023 году в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции сетевого средства массовой информации**

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

наименование юридического лица/ индивидуального предпринимателя – участника отбора

**Сведения о сетевом средстве массовой информации**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Наименование средства массовой информации |  |
|  | Наименование организации издателя соответствующего средства массовой информации |  |
|  | Регистрационный номер и дата выдачи свидетельства о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Учредители (соучредители) |  |
|  | Адрес фактический /юридический |  |
|  | Телефон, факс, действующий и постоянно просматриваемый e-mail редакции |  |
|  | Наличие счетчиков открытой метрики посетителей интернет ресурса | да/нет *(выбрать нужное)* |
|  | Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца, предшествующих конкурсному отбору |  |
|  | Ссылки на публичные (официальные) страницы/группы/аккаунты СМИ в социальной сети Интернет с указанием количества подписчиков/участников |  |
|  | 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 |  |
|  | 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 |  |
|  | 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, предшествующую опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора |  |
|  | 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 |  |
|  | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет |  |
|  | Получение участником отбора гранта, в предшествующем конкурсному отбору году (с указанием источника его предоставления) |  |
|  | Число сотрудников редакции |  |
|  | Количество 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) |  |
|  | Дата рождения средства массовой информации |  |
|  | Дата рождения главного редактора |  |

Подпись руководителя

Участник отбора \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*(фамилия, имя, отчество) (подпись)*

Место печати (при наличии)

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

(Форма)

**Смета прогнозируемых расходов на 2023 год**

**для сетевого средства массовой информации**

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

(название СМИ)

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

(наименование юридического лица/индивидуального предпринимателя)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п./п. | Наименование статьи расходов | Сумма  ( руб.) |
| 1 | оплата труда штатных и(или) внештатных 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 | регистрация или продление регистрации доменного имени сайта СМИ в сети «Интернет» |  |
| 3 | техническое поддержание сайта СМИ в сети "Интернет", техническое администрирование ресурса, в том числе обеспечение его безопасности и постоянной работоспособности, услуги хостинга, аренда серверного оборудования |  |
| 4 | поисковая оптимизация и социальное продвижение сайта СМИ в сети «Интернет», услуги (работы) по модернизации и(или) редизайну сайта; |  |
| 5 | оплата услуг связи, в том числе сети «Интернет» |  |
| 6 | оплата трафика, необходимого для работы сайта СМИ в сети «Интернет» |  |
| 7 | приобретение архивных материалов и прав на использование информации |  |
| 8 | приобретение лицензионного программного обеспечения и оплата лицензии (расходы, связанные с получением прав по лицензионному соглашению; расходы по адаптации, настройке, внедрению и модификации для нужд конкретной организации программного обеспечения; расходы по сопровождению программного обеспечения) |  |
| 9 | оплата услуг по созданию, распространению и продвижению аудио-, видео- и фотоконтента, визуализированного и текстового контента, мультимедийного контента в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая социальные сети |  |
|  | Всего прогнозируемых расходов: |  |

Подпись руководителя

Участника отбора \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество) (подпись)

Подпись главного   
бухгалтера

Участника отбора \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати (при наличии)

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

**Результатами предоставления субсидии являются:**

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

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

3) увеличение охвата аудитории медиаресурсов сетевого издания в социальных сетях и мессенджерах по данным статистических счетчиков медиаресурсов (количество пользователей).

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

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

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

3) охват аудитории медиаресурсов сетевого издания в социальных сетях и мессенджерах по данным статистических счетчиков медиаресурсов (количество пользователей).

**Критерии отбора получателей субсидий, имеющих право на получение субсидий:**

а) наличие регистрации на территории Ленинградской области;

б) наличие у участника отбора действующего свидетельства о регистрации СМИ, выданного не менее чем за 3 месяца до дня подачи заявки/ выписки из реестра зарегистрированных СМИ, дата принятия решения о регистрации которого не менее чем за 3 месяца до дня подачи заявки;

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

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

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

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

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

з) наличие сообществ СМИ не менее чем в одной российской социальной сети;

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

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

**Участник отбора должен соответствовать на день подачи заявки следующим требованиям:**

а) у участника отбора 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) участники отбора - 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 участники отбора - индивидуальные предприниматели не должны прекратить деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

в) участники отбора не должны являться иностранными юридическими лицами, в том числе местом регистрации которых является государство или территория, включенные в утверждаемый Министерством финансов Российской Федерации перечень государств и территорий, используемых для промежуточного (офшорного) владения активами в Российской Федерации (далее - офшорные компании), а также российскими юридическими лицами, в уставном (складочном) капитале которых доля прямого или косвенного (через третьих лиц) участия офшорных компаний в совокупности превышает 25 процентов (если иное не предусмотрено законодательством Российской Федерации);

г) сведения об участнике отбора 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) участник отбора не должен получать средства из федерального, областного или местного бюджетов в соответствии с иными нормативными правовыми актами на цели и направления, указанные в пунктах 1.4 и 1.6 Порядка;

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

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

з) размер заработной платы работников участника отбора должен быть   
не ниже размера, установленного региональным соглашением   
о минимальной заработной плате в Ленинградской области;

и) у участника отбора 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;

к) сведения об участнике отбора должны отсутствовать в реестре дисквалифицированных лиц: руководителе, членах коллегиального исполнительного органа, лице, исполняющем функции единоличного исполнительного органа/или главном бухгалтере участника отбора, являющегося юридическим лицом/об индивидуальном предпринимателе и о физическом лице - производителе товаров, работ, услуг;

л) участники отбора не должны находиться 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.

**Для участия в конкурсном отборе участники отбора представляют   
в Комитет одну заявку, в состав которой входят следующие документы:**

1. сведения об участнике отбора по форме, утвержденной правовым актом Комитета;
2. заявление о предоставлении;
3. смета расходов для достижения результатов предоставления субсидии;
4. копия документа, подтверждающего полномочия представителя участника отбора, заверенная подписью и печатью (при наличии) участника отбора (в случае если заявление подается представителем участника отбора);
5. копия документа, подтверждающего полномочия главного бухгалтера или иного лица, ответственного за ведение бухгалтерского учета, заверенная подписью и печатью (при наличии) участника отбора;
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) участника отбора;
7. копия штатного расписания участника отбора, заверенная подписью   
   и печатью (при наличии) участника отбора;
8. справка об отсутствии просроченной задолженности   
   по заработной плате, заверенная подписью и печатью (при наличии) участника отбора;

9) справка, содержащая данные о среднем количестве материалов СМИ, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам, актуальным как для муниципального района, так и в целом для Ленинградской области, опубликованных на сайте СМИ за неделю, предшествующую опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора (скриншот интернет-страницы панели администратора сайта), заверенная подписью и печатью (при наличии) участника отбора;

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

1. справка о среднем количестве собственных информационных материалов в неделю, размещенных в сообществе СМИ в социальной сети   
   с наибольшим количеством подписчиков, с приложением данных статистики сообщества СМИ, отражающими количество материалов (записей), размещенных за неделю, предшествующую опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора;
2. справка, содержащая данные о среднем охвате просмотров информационных материалов (записей) в день, опубликованных в сообществе СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков в течение любой недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора.

**Порядок подачи заявок участниками отбора:**

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

Имена документов в электронном виде (файлов) должны соответствовать наименованиям документов на бумажном носителе.

В случае отсутствия технической возможности документы представляются на бумажном носителе.

В рамках информационного взаимодействия Комитет в течение пяти календарных дней со дня окончания приема заявок запрашивает следующие документы:

1. выписку из Единого государственного реестра юридических лиц (для участников из числа юридических лиц) или выписку из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (для участников из числа индивидуальных предпринимателей);
2. сведения о наличии (отсутствии) задолженности по уплате налогов, сборов, пеней и штрафов через портал системы межведомственного электронного взаимодействия Ленинградской области.

В случае наличия указанной задолженности секретарь комиссии в течение одного рабочего дня с даты получения ответа на межведомственный запрос уведомляет участника отбора о наличии такой задолженности.

Участники отбора вправе дополнительно к документам, предусмотренным пунктом 2.4. Порядка, представить секретарю комиссии до проведения заседания комиссии или в комиссию копии документов, подтверждающих уплату указанной задолженности или отсутствие задолженности, и (или) копию соглашения о реструктуризации задолженности, заверенные подписью и печатью (при наличии) участника отбора.

Вышеуказанные документы и сведения прикладываются к заявке.

Участник отбора вправе представить документы по собственной инициативе.

Участник отбора имеет право отозвать заявку путем письменного уведомления Комитета не позднее чем за два рабочих дня до даты заседания конкурсной комиссии.

Заявка возвращается участнику конкурсного отбора в течение трех рабочих дней после поступления письменного уведомления об отзыве заявки.

Внесение изменений в заявку осуществляется путем отзыва и подачи новой заявки в установленный для проведения конкурсного отбора срок.

Документы и материалы, входящие в состав заявки, участнику конкурсного отбора не возвращаются, за исключением случая, указанного выше.

**Правила рассмотрения и оценки заявок участников**

Конкурсный отбор проводится в два этапа. Первый этап проводится в срок не позднее 15 календарных дней с даты окончания приема заявок.

В ходе **первого этапа** конкурсного отбора конкурсная комиссия проверяет представленные заявки на предмет:

1. соответствия требованиям, установленным пунктом 2.4., Порядка, в том числе в части комплектности и достоверности;
2. соответствия участников критериям отбора, установленным пунктом 1.5. Порядка;
3. соответствия участников на день подачи заявки требованиям, установленным пунктом 2.3. Порядка.

Дата проведения заседания конкурсной комиссии устанавливается правовым актом Комитета.

**Основаниями для отклонения заявки являются:**

1. несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям, установленным пунктом 2.4 Порядка, или непредставление (представление не в полном объеме) указанных документов;
2. несоответствие участника отбора критериям, установленным пунктом 1.5. Порядка;
3. несоответствие участника отбора требованиям, установленным пунктом 2.3. Порядка;
4. недостоверность представленной участником отбора информации;
5. наличие фактов, свидетельствующих о нецелевом использовании ранее предоставленных Комитетом средств областного бюджета;
6. подача участником отбора 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 участников, признанных по итогам первого этапа конкурсного отбора соответствующими требованиям Порядка.

**Оценка заявок** осуществляется в соответствии с критериями оценки количественных и качественных характеристик СМИ согласно приложению 2 к Порядку. Оценка осуществляется на основании информации, представленной участником отбора в заявке, а также на основании данных мониторинга сети "Интернет".

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

Оценка по каждому критерию заносится в таблицу оценки количественных и качественных характеристик СМИ, на производство которого запрашивается субсидия, согласно приложению 3 к Порядку.

В случае если участник отбора осуществляет производство и выпуск нескольких сетевых средств массовой информации, заявка подается на финансовое обеспечение затрат на одно сетевое средство массовой информации по выбору участника отбора.

**Результаты рассмотрения заявок** в течение трех рабочих дней с даты проведения второго этапа конкурсного отбора оформляются протоколом заседания конкурсной комиссии, который подписывается председателем и секретарем конкурсной комиссии.

**Решение о признании участников победителями** конкурсного отбора принимается Комитетом в течение пяти рабочих дней с даты проведения второго этапа конкурсного отбора на основании протокола заседания конкурсной комиссии и оформляется правовым актом Комитета с указанием получателей субсидий и размера предоставляемых им субсидий.

В течение 20 рабочих дней с даты издания правового акта Комитета, указанного в пункте 2.16. Порядка, Комитет заключает **договоры** с получателями субсидий.

Комитет в срок не позднее 14 календарных дней со дня принятия решения о признании участников победителями конкурсного отбора и объемах предоставляемых субсидий размещает на едином портале и на официальном сайте Комитета в сети "Интернет" информацию о результатах конкурсного отбора.

**Основаниями для отказа в предоставлении субсидии являются:**

* 1. несоответствие участников отбора критериям, установленным пунктом 1.5. Порядка;
  2. несоответствие участника отбора требованиям, установленным пунктом 2.3. Порядка;
  3. несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям, установленным пунктом 2.4. Порядка, или непредставление (представление не в полном объеме) указанных документов;
  4. значение итоговой оценки СМИ при проведении конкурсного отбора не превышает минимального значения в соответствии с пунктом 3.7. Порядка;
  5. установление факта недостоверности представленной участником отбора информации.

**В случае отказа** в предоставлении субсидии Комитет в срок не позднее пяти рабочих дней с даты проведения второго этапа конкурсного отбора направляет участнику отбора письменное уведомление об отказе в предоставлении субсидии с указанием причин отказа способом, обеспечивающим подтверждение получения такого уведомления.

Комитет в срок не позднее 10 рабочих дней со дня принятия решения о признании участников победителями конкурсного отбора и объемах предоставляемых субсидий направляет победителям **проект договора** по электронной почте, указанной в заявке.

**Победители** в течение пяти рабочих дней со дня получения проекта договора **представляют в Комитет подписанный договор** или мотивированный отказ от заключения договора.

В случае если победитель конкурсного отбора получил проект договора в порядке, установленном пунктом 3.3 Порядка, но в установленный срок не представил в Комитет подписанный договор и не направил мотивированный отказ от заключения договора, победитель конкурсного отбора **признается уклонившимся** от заключения договора.

Решение о признании победителя уклонившимся от заключения договора оформляется правовым актом Комитета.

Комитет направляет уведомление о признании победителя уклонившимся от заключения договора победителям конкурсного отбора, признанным уклонившимися от заключения договора, не позднее третьего рабочего дня со дня принятия решения о признании победителя уклонившимся от заключения договора.

**КРИТЕРИИ**

**ОЦЕНКИ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ   
ХАРАКТЕРИСТИК СМИ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" за три месяца, предшествующих конкурсному отбору | Единиц | Более 60000 | 10 |
| От 40001 до 60000 включительно | 8 |
| От 20001 до 40000 включительно | 6 |
| От 10001 до 20000 включительно | 4 |
| От 5000 до 10000 включительно | 2 |
| Менее 5000 | 0 |
| 2 | Количество участников сообществ СМИ в социальных сетях в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | Человек | Более 25 000 | 10 |
| От 20 001 до 25 000 | 8 |
| От 15001 до 20000 включительно | 6 |
| От 10001 до 15000 включительно | 4 |
| От 5000 до 10000 включительно | 2 |
| 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 | Процентов | Более 15 | 6 |
|  |  |  | Свыше 10 до 15 | 4 |
|  |  |  | От 4 до 10 | 2 |
|  |  |  | Менее 4 | 0 |
| 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 <\*> | Процентов | более 25 | 8 |
|  |  |  | От 21 до 25 | 6 |
|  |  |  | от 16 до 20 | 4 |
|  |  |  | От 11 до 15 | 2 |
|  |  |  | Менее 10 | 0 |
| 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 | Просмотров | Более 5000 | 10 |
| От 3001 до 5000 включительно | 8 |
| От 1501 до 3000 включительно | 6 |
| От 1001 до 1500 включительно | 4 |
| От 500 до 1000 включительно | 2 |
| Менее 500 | 0 |
| 6 | Среднее количество материалов СМИ, посвященных вопросам политической, экономической, общественной, культурной, спортивной жизни и иным социально значимым темам Ленинградской области и муниципальных образований Ленинградской области, опубликованных на сайте СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", в неделю | Единиц | Более 95 | 8 |
| От 81 до 95 включительно | 6 |
| От 66 до 80 включительно | 4 |
| От 50 до 65 включительно | 2 |
| Менее 50 | 0 |
| 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 | Единиц | Более 30 | 4 |
| От 20 до 30 включительно | 2 |
| Менее 20 | 0 |
| 8 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет |  | да | 2 |
|  |  |  | нет | 0 |
| 9 | Получение участника отбора 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 | Да/Нет | Да | 2 |

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

1. Освещение реализации демографической политики в Ленинградской области, информирование о мерах социальной поддержки семьи, материнства

и детства в Ленинградской области.

2. Популяризация в Ленинградской области здорового образа жизни (отказ от вредных привычек (употребления табака, алкоголя, наркотиков));

2.1. 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.

5.1. 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.

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. Формирование финансово грамотного поведения населения как необходимого условия повышения уровня и качества жизни граждан.

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. #Команда47.

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. Год педагога и наставника.

32. Позитивный опыт деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций Ленинградской области, работающих на основе бюджетного финансирования.

33. Освещение реализации государственной национальной политики (в том числе в отношении коренных малочисленных народов).

**Количественные и качественные характеристики показателей, необходимых для достижения результатов, и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода материалов (информационных сообщений, фотоизображений, видеосюжетов, материалов социальной рекламы) на 2023 год**

1. Количественные характеристики и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2023 году устанавливаются исходя из размера субсидии в соответствии с таблицей.

2. В случае принятия Комитетом по печати Ленинградской области (далее – Комитет) решения о предоставлении дополнительных средств получателям субсидии – перерасчет показателей результатов предоставления субсидии осуществляется с первого числа месяца, следующего за датой подписания дополнительного соглашения об увеличении размера предоставляемой субсидии.

3. Срок достижения результатов предоставления субсидии и показателей - не позднее 31 декабря 2023 года.

4. Качественные характеристики результатов предоставления субсидии   
и показателей:

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

- изложение информационных материалов должно быть логичным, доступным и понятным для широкой аудитории. Текст материалов, публикуемых в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», не должен содержать орфографических, грамматических, пунктуационных или стилистических ошибок;

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

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

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

5. Требования к материалам социальной рекламы:

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

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

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

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

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

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

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

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

Текстовый блок может быть сведен к новостному заголовку, лиду и гиперссылке на источник, размещенный на официальном сайте СМИ (сайт СМИ-получателя субсидии, сайт - официальный портал администрации Ленинградской области [www.lenobl.ru](http://www.lenobl.ru)), где пользователь может прочесть новость целиком.

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

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

Таблица

**Количественные характеристики показателей результатов предоставления субсидии и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2023 году**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет 1 000 000 рублей и менее,**  **устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | |  | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  | |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **192** | **единиц** | | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 15 | единиц | | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях \*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **204** | **единиц** | | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 15 | единиц | | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | | в месяц |
| 3) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов в сети Интернет |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | | в год |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 1 000 001 рублей до 1 500 000 рублей,  устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **212** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 20 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях\*** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **224** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 20 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов в сети Интернет |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 1 500 001 рублей до 2  000 000 рублей,**  **устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал /полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **312** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 25 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **336** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 25 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов в сети Интернет |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 2 000 001 рублей до 2 500 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| **1.1.** | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **372** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 30 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| **2.** | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **396** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 30 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 2 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов в сети Интернет |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **В случае если размер предоставляемой субсидии составляет от 2 500 001 рублей до 3 000 000 рублей, устанавливаются следующие показатели результатов предоставления субсидии:** | | | | | | | | |
| **№ п/п** | **Наименование показателя** | **Объем** | | | **Количество за период** | | | |
| **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Не менее** | **Количество** | **Единица измерения** | **Период** |
| **(в месяц/квартал/ полугодие/год)** |
| 1. | Наполнение сетевого издания информационными сообщениями по социально значимыми темам: |  |  |  |  |  |  |  |
| 1.1. | **Значение общего показателя** |  |  |  |  | **432** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 35 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 2. | **Наполнение ленты в действующих публичных (официальных) страниц/ аккаунтов СМИ в социальных сетях** | **Не менее** |  |  | **Не менее** | **468** | **единиц** | **в год** |
| 1) | Количество информационных сообщений | Не менее | 200 | знаков | Не менее | 35 | единиц | в месяц |
| 2) | Количество информационных сообщений, посвященных СОНКО | Не менее | 700 | знаков | Не менее | 1 | единиц | в месяц |
| 3) | Количество материалов социальной рекламы в следующих форматах: текст и/или видео и/или аудио и/или мультимедиа |  |  |  | Не менее | 3 | единиц | в месяц |
| 3. | Обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов в сети Интернет |  |  |  | Не менее | 3 | процента от среднемесячного числа уникальных посетителей | в год |