**Результатами предоставления субсидии являются**:

1) обеспечение периодичности выпуска районного периодического печатного издания на территории муниципального образования (городского округа) Ленинградской области в объеме, указанном в договоре;

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

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

4) обеспечение охвата аудитории медиаресурсов районного периодического печатного 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 в районном периодическом печатном издании;

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

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

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

5) охват аудитории медиаресурсов районного периодического печатного издания в социальных сетях и мессенджерах по данным статистических счетчиков медиаресурсов (количество пользователей).

Перечень социально значимых тем для определения результатов предоставления субсидии на соответствующий год утверждается правовым актом Комитета.

Количественные и качественные характеристики показателей результатов предоставления субсидии и порядок их расчета при заключении договора, требования к графику выхода информационных материалов, материалов социальной рекламы на соответствующий год утверждаются правовым актом Комитета не позднее чем за пять дней до даты размещения объявления.

**Критерии отбора соискателей для предоставления субсидий**:

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

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

3) **соответствие районного периодического печатного издания следующим требованиям:**

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

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

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

г) наличие электронной версии районного периодического печатного издания (веб-страница, сайт) с постоянным адресом в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее – «Интернет») страницы не менее чем в одной российской социальной сети.

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

д) наличие открытого для просмотра статистического счетчика посещений электронной версии районного периодического печатного издания;

е) объем собственной продукции, измеряемый количеством полос   
с подготовленными редакцией информационными материалами (контентом): не менее 25 процентов (за 100 процентов принимается объем печатного издания за вычетом печатных площадей, отведенных под публикацию программ теле- и радиоканалов и объявлений и рекламы (в объеме не более 45 процентов);

ж) среднее количество размещенных на сайте электронной версии районного периодического печатного издания и странице СМИ в социальной сети собственных информационных материалов, посвященных событиям, связанным с Ленинградской областью: не менее 21 единицы в неделю;

з) соответствие общего объема сообщений и материалов рекламного характера положениям, установленным статьей 16 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе".

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

**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, а также российскими юридическими лицами, в уставном (складочном) капитале которых доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство или территория, включенные в утвержденный Министерством финансов Российской Федерации перечень государств и территорий, предоставляющих льготный налоговый режим налогообложения и (или) не предусматривающих раскрытия и предоставления информации при проведении финансовых операций (офшорные зоны), в совокупности превышает 50 процентов;

г) сведения 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 настоящего 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 на дату подачи заявки;

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 соискатель представляет в конкурсную комиссию заявку, в состав которой входят следующие документы:**

1. сведения об участнике отбора по форме, утвержденной правовым актом Комитета;
2. заявление о предоставлении субсидии по форме согласно приложению 1 к Порядку;
3. смета расходов;
4. копия документа, подтверждающего полномочия представителя участника отбора, заверенная подписью и печатью (при наличии) 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. экземпляр выпуска районного периодического печатного издания;
10. адресная программа бесплатного распространения районного периодического печатного издания с указанием времени выкладки тиража, в случае если более 30 процентов тиража районного периодического печатного издания распространяется бесплатно;
11. справка о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных в сообществе СМИ в социальной сети   
    с наибольшим количеством подписчиков, с приложением скриншотов интернет-страницы с данными статистики сообщества СМИ, отражающими количество материалов (записей), размещенных за три недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора;
12. справка о среднем количестве собственных информационных материалов, размещенных на сайте электронной версии печатного издания, в неделю с приложением скриншотов интернет-страницы панели администратора сайта, отражающих данные об опубликованных материалах за три недели месяца, предшествующего опубликованию объявления о проведении конкурсного отбора.

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 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.

**Порядок отзыва заявок и внесение изменений в них**

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 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 течение срока установленного в Объявлении для подачи заявок.

Документы и материалы, входящие в состав заявки, участнику отбора не возвращаются, за исключением случая, указанного в пункте 2.10 Порядка.

**Порядок предоставления участникам конкурсного отбора разъяснений положений объявления:**

Участник отбора вправе направить запрос о разъяснении положений объявления на почтовый адрес или на адрес электронной почты Комитета   
в письменной форме или в форме электронного письма с вложением отсканированного запроса не позднее чем за пять дней до дня окончания срока приема заявок.

Разъяснение положений объявления осуществляется Комитетом в течение трех дней со дня получения запроса. Запросы, поступившие позднее чем за пять рабочих дней до дня окончания срока приема заявок, не рассматриваются.

**Срок подписания договора:**

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

**Условие признания победителя конкурсного отбора уклонившимся   
от заключения договора:**

В случае если победитель конкурсного отбора получил проект договора в порядке, установленном с пунктом 3.4. 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 конкурсного отбора уклонившимся от заключения договора победителям конкурсного отбора, признанным уклонившимися от заключения договора, не позднее третьего рабочего дня со дня принятия решения о признании победителя конкурсного отбора уклонившимся от заключения договора.

Дата размещения результатов конкурсного отбора на официальном сайте Комитета и на едином портале бюджетной системы Российской Федерации в сети «Интернет»:

– в срок не позднее 14 календарных дней со дня принятия решения о признании соискателей победителями конкурсного отбора и объемах предоставляемых им субсидий.

(Форма)

**ЗАЯВЛЕНИЕ**

о предоставлении субсидии

Прошу предоставить субсидию в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции районного периодического печатного издания Ленинградской области \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_.

(наименование СМИ)

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

(наименование организации/индивидуального предпринимателя)

– отсутствует просроченная задолженность по возврату в областной бюджет Ленинградской области субсидий, бюджетных инвестиций, предоставленных в том числе в соответствии с иными правовыми актами, а также иная просроченная (неурегулированная) задолженность перед Ленинградской областью;

– 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 не приостановлена в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации/не прекратил деятельность в качестве индивидуального предпринимателя;

– не является иностранным юридическим лицом, а также российским юридическим лицом, в уставном (складочном) капитале которого доля участия иностранных юридических лиц, местом регистрации которых является государство или территория, включенные в утверждаемый Министерством финансов Российской Федерации перечень государств и территорий, предоставляющих льготный налоговый режим налогообложения и(или) не предусматривающих раскрытия и предоставления информации при проведении финансовых операций (офшорные зоны) в отношении таких юридических лиц, в совокупности превышает 50 процентов;

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

– отсутствуют сведения о дисквалифицированных руководителе, членах коллегиального исполнительного органа, лице, исполняющем функции единоличного исполнительного органа или главном бухгалтере 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 районных периодических печатных изданий Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области от \_\_.\_\_ 20\_\_ года № \_\_;

– 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;

– 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 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 на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции районного периодического печатного издания Ленинградской области в 20\_\_ году, в целях осуществления проверок соблюдения 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 районного периодического печатного издания Ленинградской области**

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

наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя,

ФИО физического лица – соискателя

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 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 |  |
|  | ИНН организации издателя |  |
|  | Учредители (соучредители) СМИ |  |
|  | Позиционирование СМИ (общественно-политическое, информационное, информационно-развлекательное и т.д.) |  |
|  | Адрес фактический /юридический |  |
|  | Телефон |  |
|  | Действующий и постоянно просматриваемый  e-mail редакции |  |
|  | Число сотрудников редакции |  |
|  | Число сотрудников редакции, возраст которых не превышает 35 лет (с указанием должности) |  |
|  | 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) |  |
|  | День рождения СМИ |  |
|  | День рождения главного редактора |  |
|  | Территория распространения в соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации |  |
|  | Типография, осуществляющая печать выпусков изданий |  |
|  | Периодичность выхода издания |  |
|  | Формат (А3, А2…) |  |
|  | Тираж |  |
|  | Средний еженедельный объем периодического печатного издания (количество полос) |  |
|  | Количество подписчиков издания в 2023 году | 1-ое полугодие 2023 года\_\_\_  2-ое полугодие 2023 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 |  |
|  | Ссылки на публичные (официальные) страницы/ группы/аккаунты издания в социальной сети Интернет, с указанием подписчиков/участников |  |
|  | Среднее количество размещенных на странице СМИ в социальной сети собственных информационных материалов, посвященных событиям, связанным с Ленинградской областью в неделю |  |
|  | Официальный сайт в сети Интернет |  |
|  | 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 |  |
|  | 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 (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек) |  |
|  | Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек) |  |
|  | 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) |  |
|  | 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) |  |
|  | 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 10 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан  - подписка (тираж – менее 1 тыс.экз.) и розничная продажа/Подписка, розничная продажа и бесплатное распространение - не более 10 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан  - подписка (тираж – менее 1 тыс.экз) и бесплатное распространение  - бесплатное распространение |  |
|  |
|  |
|  |
|  | 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 | Да/нет |
|  | Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере | Да/нет |
|  | Получение участником отбора 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 | Да/нет |
|  | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет) | да/номинант/нет |

Подпись руководителя

участника отбора \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(фамилия, имя, отчество) (подпись)

Место печати (при наличии)

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

(Форма)

**СМЕТА**

прогнозируемых расходов на производство продукции районного периодического   
печатного издания в 2024 году

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

(название СМИ)

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

(наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя)

за период с \_\_.\_\_.2024 по \_\_.\_\_.2024 года

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| №  п./п. | Наименование статьи расходов | Сумма  ( руб.) |
| 1 | - оплата труда штатных сотрудников, расходы на оплату страховых взносов, начисляемых в пользу штатных сотрудников, задействованных для выполнения работ, по которым в плане мероприятий установлены результаты предоставления субсидии с раздельным учетом затрат |  |
| 2 | - оплата работ (услуг) по печати (полиграфические услуги) |  |
| 3 | - оплата работ (услуг) по технической поддержке, наполнению, развитию и продвижению электронной версии издания (услуги хостинга, аренда сервера для размещения сайта), расходов на регистрацию доменных имен, на поисковую оптимизацию, по модернизации и (или) редизайну сайта, за исключением случаев, когда электронная версия районного периодического печатного издания  (веб-страница, сайт) с постоянным адресом в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет») зарегистрирована в качестве сетевого средства массовой информации |  |
| 4 | - оплата работ (услуг) по распространению и продвижению контента в социальных сетях |  |
|  | Всего прогнозируемых расходов: |  |

**Правила рассмотрения и оценки заявки участника отбора**

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

1. соответствия заявки требованиям, установленным пунктом 2.5. Порядка, в том числе в части комплектности и достоверности;
2. соответствия участников отбора категории и критериям, установленным пунктом 1.5. Порядка;
3. соответствия участников отбора требованиям, установленным пунктами 2.3., 2.4. Порядка.

Первый этап конкурсного отбора проводится в срок не позднее 15 календарных дней с даты окончания приема заявок. Даты проведения заседаний конкурсной комиссии устанавливаются правовым актом Комитета.

**Основаниями для отклонения заявки являются:**

1. несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям, установленным пунктом 2.5 Порядка, или непредставление (представление не в полном объеме) указанных документов;
2. несоответствие участника отбора категории и критериям, установленным пунктом 1.5. Порядка;
3. несоответствие участника отбора требованиям, установленным пунктами 2.3., 2.4. Порядка;
4. недостоверность представленной участником отбора информации;
5. наличие фактов, свидетельствующих о нецелевом использовании ранее предоставленных Комитетом средств областного бюджета Ленинградской области;
6. подача участником отбора заявки после даты и (или) времени, определенных для подачи заявок.

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

В ходе второго этапа конкурсного отбора конкурсная комиссия оценивает заявки участников отбора, 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 2 к Порядку.

В случае если участник отбора осуществляет производство и выпуск нескольких районных периодических печатных изданий, заявка подается на финансовое обеспечение затрат на одно районное периодическое печатное издание по выбору участника отбора.

В случае если на участие в конкурсном отборе подано две и более заявок от участников, осуществляющих деятельность на территории одного муниципального района (городского округа) Ленинградской области:

победителем конкурсного отбора является один участник отбора, СМИ которого присвоено наибольшее значение итоговой оценки СМИ (для муниципального района (городского округа) с населением менее 70 000 жителей);

победителями конкурсного отбора являются два районных периодических печатных издания, СМИ которых присвоены наибольшие значения итоговой оценки СМИ (для муниципального района (городского округа) с населением от 70 000 и более жителей).

Результаты рассмотрения заявок в течение трех рабочих дней с даты заседания конкурсной комиссии 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 заседания конкурсной комиссии на основании протокола заседания конкурсной комиссии и оформляется правовым актом Комитета с указанием получателей субсидий и размера предоставляемых им субсидий.

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

* 1. несоответствие получателей субсидии категории и критериям, установленным пунктом 1.5. настоящего Порядка;
  2. несоответствие получателя субсидии требованиям, установленным пунктами 2.3., 2.4. настоящего Порядка;
  3. несоответствие заявки и прилагаемых к ней документов требованиям, установленным пунктом 2.5. настоящего 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 3.8. настоящего Порядка;
  5. установление факта недостоверности представленной получателем субсидии информации.

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (СМИ),   
НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ КОТОРОГО ЗАПРАШИВАЕТСЯ СУБСИДИЯ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Наименование критерия | Единица измерения | Показатель | Количество баллов |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 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 | Процентов | Более 85 | 8 |
| От 75 до 85 включительно | 6 |
| От 65 до 75 включительно | 4 |
| От 55 до 65 включительно | 2 |
| Менее 55 | 0 |
| 2 | Среднее количество журналистских материалов в неделю (статья, заметка, репортаж, фоторепортаж, инфографика) | Единиц | 15 и более | 6 |
| От 10 до 14 включительно | 4 |
| Менее 10 | 0 |
| 3 | Объем печатной площади (полосность), отведенной под публикацию программ теле- и радиоканалов | Единиц | 3 полосы и менее для периодических печатных изданий объемом до 16 полос: | 0 |
| при условии публикации районных и(или) областных телепрограмм | 2 |
| Более 3 полос для периодических печатных изданий объемом до 16 полос | -5 |
| 4 полосы и менее для периодических печатных изданий объемом более 16 полос: | 0 |
| при условии публикации районных и(или) областных телепрограмм | 2 |
| Более 4 полос для периодических печатных изданий объемом более 16 полос | -5 |
|  |  |  |  |  |
| 4 | Наличие в штате сотрудников, возраст которых не превышает 35 лет |  | да | 2 |
|  |  |  | нет | 0 |
|  |  |  |  |  |
| 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) | Человек | Более 45 000 | 7 |
| От 25 001 до 45 000 включительно | 5 |
| От 10 001 до 25 000 включительно | 3 |
| 10 000 и менее | 0 |
| 6 | Количество участников сообществ СМИ в социальной сети с наибольшим количеством подписчиков (для муниципальных образований с населением от 70 тыс. и более человек) | Человек | Более 25 000 | 5 |
| От 20 001 до 25 000 включительно | 4 |
| От 15 001 до 20 000 включительно | 3 |
| От 10 001 до 15 000 включительно | 2 |
| От 7 001 до 10 000 включительно | 1 |
| 7 000 и менее | 0 |
| 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) | Процентов | Более 15 | 5 |
| Свыше 10 до 15 включительно | 4 |
| От 4 до 10 включительно | 3 |
| Менее 4 | 0 |
| 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) | Процентов | Более 20 | 5 |
| от 15 до 20 включительно | 4 |
| От 11 до 15 включительно | 3 |
| Менее 11 | 0 |
| 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) | Процентов | Более 14 | 7 |
| От 7 до 14 включительно | 5 |
| От 2 до 7 включительно | 3 |
| Менее 2 | 0 |
| 10 | Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднеразового тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два (для муниципальных образований с населением менее 70 тыс. человек) | Процентов | Более 20 | 7 |
| От 13 до 20 включительно | 5 |
| От 5 до 13 включительно | 3 |
| Менее 5 | 0 |
| 11 | Вид распространения |  | Подписка более 1 тыс. экз., розничная продажа, бесплатное распространение не более 25 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан | 8 |
| Подписка менее 1 тыс. экз., розничная продажа, бесплатное распространение не более 25 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан | 6 |
| Подписка, розничная продажа, бесплатное распространение более 25 процентов тиража/Бесплатное распространение | 4 |
| 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 <1> | Да/Нет | Да | 2 |
| Нет | 0 |
| 13 | Публикация нормативных правовых актов в выпусках, на которые запрашивается субсидия, в объеме, превышающем 1 полосу в номере | Да/Нет | Да | 0 |
| Нет | 3 |
| 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 | Да/Нет | Да | 2 |
| Нет | 0 |
| 15 | Победа коллектива/журналиста редакции СМИ в конкурсе на соискание премии Правительства Ленинградской области в сфере журналистики (в течение последних пяти лет) | Да/Нет | Да | 4 |
|  |  |  | Нет, номинант премии | 2 |
|  |  |  | Нет | 0 |

**ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ КОЛИЧЕСТВЕННЫХ И КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ (СМИ),   
НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ КОТОРОГО ЗАПРАШИВАЕТСЯ СУБСИДИЯ**

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

(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) |  |

**Перечень социально значимых тем для определения результатов предоставления субсидии на 2024 год**

1. Освещение реализации демографической политики в Ленинградской области, информирование о мерах социальной поддержки семьи, материнства   
   и детства в Ленинградской области.
2. Популяризация в Ленинградской области здорового образа жизни (отказ от вредных привычек (употребления табака, алкоголя, наркотиков));
   1. Повышение мотивации женщин к ведению здорового образа жизни, вовлечение в занятие физической культурой и спортом.
3. Популяризация в Ленинградской области физической культуры   
   и спорта.
4. Популяризация культурного потенциала Ленинградской области.
5. Освещение деятельности и мер поддержки малого и среднего предпринимательства.
   1. Истории успеха и популяризация женского предпринимательства, информирование о мерах поддержки, возможностях для развития и создания своего дела.
6. Популяризация в Ленинградской области рабочих профессий, продвижение образа рабочего человека как успешного и уважаемого члена общества.
7. Популяризация внутреннего туризма в Ленинградской области, пропаганда историко-культурного наследия области.
8. Популяризация в Ленинградской области института семьи   
   и традиционных семейных ценностей, а также пропаганда многодетности, опекунства, попечительства, усыновления детей-сирот. Укрепление семейных ценностей и привлечение общественного внимания к решению проблем детского неблагополучия.
9. Освещение развития молодежной политики в Ленинградской области.
10. Популяризация в Ленинградской области возможностей социальной интеграции людей с ограниченными возможностями здоровья, в том числе успешных примеров преодоления инвалидами социальных, экономических барьеров, ограничений среды проживания.
11. Популяризация в Ленинградской области возможностей для старшего поколения.
12. Информирование в сфере труда и занятости населения.
13. Информирование в сфере жилищно-коммунального хозяйства   
    и благоустройства, Программа «Формирование комфортной городской среды (ФКГС) в Ленинградской области».
14. Повышение культуры вождения и обеспечение безопасности   
    на дорогах, снижение смертности в ДТП.
15. Пропаганда ценностей правомерного поведения и формирование правовой культуры.
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 предоставления 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. Год заботы
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. #СвоихНеБросаем

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

**Количественные и качественные характеристики**

**показателей результатов предоставления субсидии и порядок их расчета**

**при заключении договора с получателем субсидии,**

**требования к графику выхода информационных материалов,**

**материалов социальной рекламы на 2024 год**

1. Количественные характеристики и порядок их расчета при заключении договора с получателем субсидии, требования к графику выхода в 2024 году устанавливаются исходя из размера субсидии в соответствии с таблицей № 1.

2. В случае принятия Комитетом по печати Ленинградской области (далее – Комитет) решения о предоставлении дополнительных средств получателям субсидии в соответствии с пунктом 3.15 Порядка предоставления субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством районных периодических печатных изданий Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», утвержденного постановлением Правительства Ленинградской области   
от 25.02.2019 г. № 73, перерасчет значений результатов предоставления субсидии и показателей осуществляется с первого числа месяца, следующего за датой подписания дополнительного соглашения об увеличении размера предоставляемой субсидии.

3. Срок достижения показателей результатов предоставления субсидии - не позднее 31 декабря 2024 года.

4. Общие требования к качеству информационных материалов:

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

- изложение информационных материалов должно быть логичным, доступным и понятным для широкой аудитории. Текст материалов, публикуемых в печатных СМИ, не должен содержать орфографических, грамматических, пунктуационных или стилистических ошибок.

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

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

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

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

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

- допускается использование материалов, изготовленных по заказу Комитета, или предоставленной органами власти Российской Федерации.

5. Требования к формату материалов.

Материалы районных периодических печатных изданий Ленинградской области выпускаются в формате:

- рубрик и (или) отдельных статей, цикла статей в средстве массовой информации;

- в виде новостей в составе информационной ленты, и (или) статей (заметок, обзоров), интервью в действующих постоянных рубриках сайта средства массовой информации и (или) иных публикациях в действующих рубриках сайта средства массовой информации;

- материалов, размещаемых в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях;

6. Требования к объему материалов

- объем материалов, размещаемых на сайте СМИ не менее 700 знаков с пробелами;

- объем материалов, размещаемых в составе ленты в действующих публичных (официальных) страницах/ аккаунтов СМИ в социальных сетях не менее 200 знаков с пробелами;

- объем информационных материалов публикуемых в газете должен составлять не менее ¼ полосы формата А3/ 1/8 полосы формата А2. Материалы, подготовленные в рамках договора должны обозначаться графическим символом 47 вместо точки в конце последнего абзаца текста материала.

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

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

- текстовый блок может быть сведен к новостному заголовку, лиду и источниковой гиперссылке на уникальный материал, размещенный на официальном сайте СМИ (сайт СМИ-получателя субсидии, сайт - официальный портал Администрации Ленинградской области www.lenobl.ru, где пользователь может прочесть новость целиком);

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

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

- на сайте периодического печатного издания и/или его страницы в социальной сети в течение действия договора должен размещаться баннер/ссылка на портал государственных и муниципальных услуг (функций) Ленинградской области.

Таблица

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Размер субсидии (руб.)** | **Значение показателя результатов предоставления субсидии (ед.)** | **Требование к графику выхода материалов** |
| Менее 1 400 000 | не менее 368 | 1) не менее 30 материалов в квартал. В год не менее 120 материалов.  2) не менее 1 материала, посвященного деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО), в квартал, не менее 4 материалов в год.  3) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 30 материалов в квартал. Не менее 120 материалов в год.  4) размещение материалов в группе в социальной сети - публикации от 200 знаков, не менее 30 в квартал. Не менее 120 публикаций в год.  5) размещение материалов на сайте СМИ с дублированием в группе в социальной сети, посвященных СОНКО, не менее 1 в квартал, не менее 4 в год. |
| От 1 400 001 до 2 100 000 | не менее 496 | 1) не менее 40 материалов в квартал. В год не менее 160 материалов.  2) не менее 2 материалов, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО), в квартал, не менее 8 материалов в год.  3) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 40 в квартал. Не менее 160 материалов в год.  4) размещение материалов в группе в социальной сети - публикации от 200 знаков, не менее 40 в квартал. Не менее 160 публикаций в год.  5) размещение материалов на сайте СМИ с дублированием в группе в социальной сети, посвященных СОНКО, не менее 2 в квартал, не менее 8 в год. |
| От 2 100 001 до 2 800 000 | не менее 616 | 1) не менее 50 материалов в квартал. В год не менее 200 материалов.  2) не менее 2 материалов, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО), в квартал, не менее 8 материалов в год .  3) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 50 в квартал. Не менее 200 материалов в год.  4) размещение материалов в группе в социальной сети - публикации от 200 знаков, не менее 50 в квартал. Не менее 200 публикаций в год  5) размещение материалов на сайте СМИ с дублированием в группе в социальной сети, посвященных СОНКО, не менее 2 в квартал, не менее 8 в год. |
| От 2 800 001 до 3 500 000 | не менее 744 | 1) не менее 60 материалов в квартал. В год не менее 240 материалов.  2) не менее 3 материалов, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО), в квартал, не менее 12 материалов в год .  3) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 60 в квартал. Не менее 240 материалов в год.  4) размещение материалов в группе в социальной сети - публикации от 200 знаков, не менее 60 в квартал. Не менее 240 публикаций в год  5) размещение материалов на сайте СМИ с дублированием в группе в социальной сети, посвященных СОНКО, не менее 3 в квартал, не менее 12 в год |
| От 3 500 001 и более | не менее 864 | 1) не менее 70 материалов в квартал. В год не менее 280 материалов.  2) не менее 3 материалов, посвященных деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО), в квартал, не менее 12 в год.  3) размещение материалов на сайте СМИ – не менее 70 в квартал. Не менее 280 материалов в год.  4) размещение материалов в группе в социальной сети - публикации от 200 знаков, не менее 70 в квартал. Не менее 280 публикаций в год  5) размещение материалов на сайте СМИ с дублированием в группе в социальной сети, посвященных СОНКО, не менее 3 в квартал, не менее 12 в год |

Кроме того, показателем результатов предоставления субсидии является обеспечение роста охвата аудитории медиаресурсов печатного издания   
в социальных сетях и мессенджерах по данным статистических счетчиков медиаресурсов (количество пользователей). Необходимо обеспечить рост на 2%.