

Порядок оценки заявок, включающего критерии оценки, показатели критериев оценки и их весовое значение в общей оценке, необходимую для представления участником отбора информацию по каждому критерию оценки, показателю критерия оценки, сведений, документов и материалов, подтверждающих такую информацию, минимального проходного балла, который необходимо набрать по результатам оценки заявок участникам отбора для признания их победителями конкурсного отбора, сроков оценки заявок, а также информации об участии конкурсной комиссии в оценке заявок.

Конкурсный отбор - отбор получателей субсидий среди участников конкурсного отбора, осуществляемый конкурсной комиссией на основе установленных Порядком получения субсидий критериев отбора получателей субсидий. Конкурсный отбор проводится конкурсной комиссией в два этапа.

Конкурсная комиссия является совещательным коллегиальным органом и осуществляет свою работу на общественных началах. Организационное обеспечение работы конкурсной комиссии осуществляет Комитет по печати Ленинградской области.

Порядок деятельности конкурсной комиссии по проведению конкурсного отбора среди участников конкурсного отбора на право получения ими субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции региональных периодических печатных изданий Ленинградской области устанавливает положение о конкурсной комиссии по проведению конкурсного отбора среди участников конкурсного отбора, претендующих на получение субсидий из областного бюджета Ленинградской области в целях финансового обеспечения затрат в связи с производством продукции региональных периодических печатных изданий Ленинградской области в рамках государственной программы Ленинградской области «Устойчивое общественное развитие в Ленинградской области», утвержденное приказом Комитета по печати Ленинградской области от 11.03.2019 № 10.

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

соответствия участников отбора требованиям, установленным пунктом 1.10 Порядка предоставления субсидий;

соответствия участников отбора требованиям, установленным пунктом 2.3 Порядка предоставления субсидий;

соответствия требованиям, установленным пунктом 2.4 Порядка предоставления субсидий, в том числе в части комплектности и достоверности.

Второй этап конкурсного отбора проводится в срок не позднее 10 рабочих дней с даты завершения первого этапа конкурсного отбора. Отклоненные заявки не допускаются ко второму этапу конкурсного отбора.

В ходе второго этапа конкурсного отбора конкурсная комиссия оценивает заявки участников отбора, признанных по итогам первого этапа конкурсного отбора соответствующими требованиям Порядка предоставления субсидий.

Оценка заявок осуществляется в соответствии с критериями оценки количественных и качественных характеристик СМИ согласно приложению 2 к Порядку предоставления субсидий. 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 предоставления субсидий. Заявки оцениваются конкурсной комиссией в день проведения второго этапа конкурсного отбора.

**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	Весовое значение, %
1	2	3	4	5	6
1	Еженедельный тираж СМИ	Экземпляров	Более 20000	7	13
			От 15001 до 20000	5	
			От 10001 до 15000	3	
			10000 и менее	1	
2	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц (формат А2)	Полос	Более 16	4	8
			От 12 до 16	3	
			10 и менее	2	
3	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов власти, программу теле- и радиоканалов и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по	Процентов	Более 70	7	13
			Свыше 50 до 70	6	
			Свыше 40 до 50	5	
			От 31 до 40	4	
			Менее 31	0	

	отношению к общему объему издания				
4	Среднее количество редакционных материалов в каждом номере	Единиц	Более 16	8	15
			От 11 до 16	6	
			От 7 до 10	4	
			6 и менее	0	
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ	Человек	Более 10000	3	6
			От 7001 до 10000	2	
			От 5001 до 7000	1	
			5000 и менее	0	
6	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднего еженедельного тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два	Процентов	Более 9	5	10
			Свыше 7 до 9	4	
			Свыше 5 до 7	3	
			От 2 до 5	2	
			Менее 2	1	
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ	Процентов	Более 9	5	10
			Свыше 7 до 9	4	
			Свыше 3 до 7	3	
			От 1 до 3	2	
			Менее 1	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-	Процентов	Более 15	5	10
			Свыше 8 до 15	4	
			Свыше 4 до 8	3	
			От 2 до 4	1	
			Менее 2	0	

	телекоммуникационной сети «Интернет» к численности населения территории, на которой распространяется СМИ <*>				
9	Вид распространения		Подписка и розничная продажа	6	11
			Подписка, розничная продажа и бесплатное распространение не более 15 процентов тиража среди организаций социальной сферы, льготных категорий граждан	5	
			Розничная продажа	4	
			Подписка и бесплатное распространение	3	
			Бесплатное распространение	2	
10	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, в предшествующем конкурсному отбору году	Да/нет	Да	2	4
			Нет	0	

<\*> При определении балла к рассмотрению и зачету не принимаются сообщества СМИ в социальных сетях в следующих случаях:

количество участников сообщества составляет менее 5000;

последнее обновление новостной ленты сообщества осуществлялось ранее чем за три дня до даты размещения объявления.

В случае если при оценке СМИ по критерию оценки 7 показатель соответствует 5 баллам, а по критерию оценки 8 - 0, оценка по критерию 7 равна 0.

**ТАБЛИЦА ОЦЕНКИ  
количественных и качественных характеристик средства массовой информации  
(СМИ), на производство которого запрашивается субсидия**

(наименование СМИ)

№ п/п	Наименование критерия	Количество баллов
1	Еженедельный тираж СМИ	
2	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц (формат А2)	
3	Средний объем периодического печатного издания (полосность) в месяц за вычетом полос, содержащих официальные публикации органов власти, программу теле- и радиоканалов и рекламу (в объеме не более 45 процентов), объявления, по отношению к общему объему издания	
4	Среднее количество редакционных материалов в каждом номере	
5	Среднемесячное количество уникальных посетителей сайта СМИ	
6	Охват аудитории СМИ, определяемый как отношение среднего еженедельного тиража СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ, умноженное на два	
7	Охват аудитории электронной версии СМИ в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", определяемый как отношение среднемесячного числа уникальных посетителей сайта СМИ к численности населения территории, на которой распространяется СМИ	
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	
9	Вид распространения	
10	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, в предшествующем конкурсному отбору году	
Итого		

**Информация о минимальном проходном балле, который необходимо набрать по результатам оценки заявки участника конкурсного отбора для признания его победителем конкурсного отбора.**

Размер субсидии, на который может претендовать получатель субсидии, определяется исходя из значения итоговой оценки СМИ, на производство которого запрашивается субсидия, в соответствии с таблицей.

Таблица

**Предельный процент обеспечения затрат,  
на который может претендовать получатель субсидии**

Количество баллов <*>	Процент финансового обеспечения
Более 25	До 95%
От 22 до 25	До 50%
Менее 22	0%