

Положение о Премии InterComm-2025

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение регулирует порядок организации и проведения Международной премии в сфере корпоративных коммуникаций InterComm-2025 (далее — Премии).

1.2. Премия учреждена в 2010 году и вручается ежегодно. Главным организатором Премии с 2018 года является Коммуникационная группа «МедиаЛайн».

1.3. Настоящее Положение утверждается Организационным комитетом Премии (далее — Оргкомитет).

1.4. Цели Премии:

- Поощрение профессиональных коллективов и персонально — менеджеров компаний, внедряющих лучшие практики в сфере корпоративных коммуникаций;
- Повышение профессионального уровня специалистов по корпоративным коммуникациям и корпоративной культуре российских и международных компаний;
- Продвижение профессиональных стандартов работы специалистов по корпоративным коммуникациям и корпоративной культуре
- Популяризация практических инструментов повышения эффективности корпоративных коммуникаций;
- Внедрение лучших кейсов по мотивации и обучению персонала, развитию корпоративной культуры, формированию и укреплению бренда работодателя, корпоративной социальной ответственности, корпоративной стратегии и маркетингу в практику российских и международных компаний в целях повышения эффективности бизнеса.

1.5. Основные термины и понятия:

- Корпоративные коммуникации — это коммуникации с внешней и внутренней целевыми аудиториями с целью формирования благоприятного имиджа компании на рынке, укрепления лояльности персонала, разделения сотрудниками общих целей, норм и правил работы в компании;
- InterComm — премия, в рамках которой присуждаются награды представителям юридических лиц за лучшие проекты в сфере корпоративных коммуникаций, а также лучшим менеджерам и коллективам, являющимся авторами и исполнителями проектов по развитию коммуникаций;
- Оргкомитет — организаторы Премии;
- Претендент — представитель юридического лица или физическое лицо, подавшее заявку на участие в Премии;
- Участник — представитель юридического лица или физическое лицо, заявка которого на участие в Премии принята Оргкомитетом;
- Жюри (экспертный совет) — группа лиц, уполномоченная давать профессиональную оценку заявок участников, принятых Оргкомитетом, и определяющая победителей и лауреатов Премии;
- Награды — дипломы, статуэтки и другие призы, вручаемые лауреатам и победителю Премии;
- Спонсоры и партнеры — государственные и общественные организации, коммерческие предприятия всех форм собственности, оказывающие материальную и организационную поддержку Премии;
- Информационные партнеры освещают проведение Премии на всех ее этапах на своих ресурсах (СМИ, интернет-сайты, социальные сети);
- Технологические спонсоры обеспечивают техническую поддержку Премии, предоставляют необходимое оборудование.

2. ОРГКОМИТЕТ ПРЕМИИ

2.1. Функции Оргкомитета:

- Ежегодная разработка Положения о Премии и пакета документов, необходимых для проведения Премии;
- Определение условий проведения Премии (правила проведения, сроки, критерии оценки, этапы и т. д.);
- Формирование Жюри (экспертного совета);

- Сбор заявок на участие в Премии;
- Оценка собранных заявок с точки зрения их соответствия требованиям к содержанию и уровню предоставляемых на Премию материалов;
- Координация работы с информационными партнерами;
- Координация работы Жюри (экспертного совета), предоставление всех необходимых материалов и информации;
- Обеспечение прозрачной и эффективной системы голосования за проекты Премии членами Жюри (экспертного совета);
- Организация процедуры открытой защиты проектов, попавших в шорт-лист Премии;
- Организация церемонии награждения победителей и лауреатов Премии;
- Решение иных организационных задач.

2.2. Оргкомитет имеет право:

- Отказать претенденту в участии в Премии на основании несоответствия поданной заявки требованиям «Положения о Премии».
- Во время проведения первого этапа голосования перенести проект в более подходящую номинацию без согласования данного действия с номинантом.
- Использовать название компании и проекта, указанные в заявке, в наградах и публикациях без согласования с участником.

2.3. Обязанности Оргкомитета:

- Создать равные условия для всех участников Премии;
- Обеспечить гласность и публичность процедуры проведения Премии;
- Не допустить разглашения сведений о результатах работы Жюри (экспертного совета) ранее оговоренного срока.
- Согласовывать с номинантами публикацию их проектов на сайте vnutricom.ru и в соцсетях InterComm, если в материалах, поданных на Премию, есть данные, находящиеся под NDA.

2.4. Ответственность Оргкомитета:

Оргкомитет несет ответственность за соблюдение пунктов настоящего Положения, правил и процедур подготовки и проведения Премии.

3. УЧАСТНИКИ ПРЕМИИ

3.1. Участники Премии имеют право:

- Получить полную и достоверную информацию об условиях проведения Премии;
- Обратиться в Оргкомитет за разъяснением пунктов настоящего Положения;
- Направить и зарегистрировать заявку на участие в Премии;
- Отозвать заявку путем подачи в Оргкомитет официального уведомления не менее чем за две недели до дня подведения итогов Премии;
- Участвовать в церемонии награждения лауреатов Премии;
- Получить электронный дайджест с лучшими проектами, представленными на соискание Премии;
- В случае признания победителем и лауреатами Премии получить соответствующую награду.

3.2. Участники Премии обязаны:

- Предварительно ознакомиться с правилами проведения Премии, изучить требования, предъявляемые к участнику Премии;
- Своевременно предоставить заявку и описание проекта, оформленные в соответствии с требованиями настоящего Положения;
- Использовать для размещения материалов только источники с открытым доступом, а также разрешенные на территории РФ;
- Указывать в заявке на Премию только достоверную информацию согласно правилам, установленным настоящим Положением;
- Соблюдать иные правила и процедуры, предусмотренные настоящим Положением.

3.3. Ответственность участников Премии:

- Отправкой заявки участники подтверждают свое согласие на использование материалов заявки в информационных материалах Премии;
- Указывать актуальный мобильный номер контактного лица для связи с Оргкомитетом Премии по проекту, защитам и награждению;
- В случае умышленного нарушения правил Премии, перечисленных в данном Положении, Оргкомитет имеет право исключить участника из списка соискателей Премии. Уведомление участнику о лишении его права на участие в Премии направляется по электронной почте.

4. ЖЮРИ (ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ) ПРЕМИИ

4.1. Жюри (экспертный совет Премии) формируется из авторитетных представителей отраслевого сообщества, специалистов по стратегическим интегрированным коммуникациям, управлению человеческим капиталом, развитию бренда работодателя российских и международных компаний, а также независимых экспертов, представителей отраслевых и общественных организаций. Состав Жюри (экспертного совета) публикуется на официальном сайте Премии в разделе «Жюри».

4.2. Функции Жюри (экспертного совета):

- Изучение проектов, поданных на соискание Премии (заочное);
- Оценка проектов на этапе открытых защит;
- Голосование по выбору лучших проектов в каждой номинации;
- Участие в церемонии награждения лауреатов Премии и обоснование результатов.

4.3. Члены Жюри (экспертного совета) имеют право:

- Получить в полном объеме информацию о проектах, поданных на соискание Премии, включая заявку, сопроводительный текст и дополнительные материалы;
- Запросить в Оргкомитете дополнительную информацию по проектам, поданным на соискание Премии, в случае необходимости;
- Оценивать проекты, поданные на соискание Премии, основываясь на собственных профессиональных знаниях и опыте, и не учитывать позицию других членов Жюри;
- Комментировать результаты Премии в СМИ (по согласованию с Оргкомитетом).

4.4. Члены Жюри (экспертного совета) обязаны:

- В установленные сроки ознакомиться с проектами, допущенными к участию в Премии, и произвести оценку в личном кабинете на сайте intercom.media, тем самым выбрав лучшие проекты в каждой номинации;
- Участвовать в обсуждении и повторном голосовании по выбору победителей и лауреатов в каждой номинации (в случае если лауреаты Премии не определены простым большинством голосов);
- Не разглашать информацию о составе и количестве проектов, поданных на соискание Премии, а также о результатах Премии ранее оговоренного срока.

5. ПАРТНЕРЫ ПРЕМИИ

5.1. Партнеры Премии: помимо коммерческих партнеров (спонсоров), Премии поддерживают организационные, информационные, креативные, технологические партнеры. Права и обязанности партнеров Премии определяются соответствующими партнерскими пакетами, утвержденными Оргкомитетом Премии.

5.2. Информационная поддержка Премии: этапы проведения Премии будут освещаться в СМИ и социальных сетях, а также на официальном сайте Премии vnutricom.ru. На сайте также будет опубликован перечень проектов, вошедших в шорт-лист и ставших лауреатами — победителями Премии.

6. НОМИНАЦИИ ПРЕМИИ

6.1. Проекты, представленные на соискание Премии, оцениваются в следующих номинациях:
Основные номинации:

- **«Цифровые медиа»** - Номинация охватывает диджитальные медиа и современные коммуникационные каналы брендов. В рамках премии рассматриваются электронные версии газет и журналов, бренд-медиа, медиа-платформы, дайджесты, а также корпоративные блоги, группы в соцсетях, чаты и каналы в мессенджерах. Особое внимание уделяется эффективному использованию инструментов социальных сетей и интеграции цифровых технологий в корпоративные коммуникации.
- **«Спецпроекты»** - В данной номинации рассматриваются самостоятельные проекты, приуроченные к определенной теме или информационному событию. Это могут быть онлайн-марафоны, квесты, квизы и другие геймифицированные форматы, арт-проекты, тематический мерч, печатная продукция с оригинальной креативной концепцией, а также инициативы с использованием маскотов.
- **«Сообщества»** - В данной номинации представлены проекты, направленные на формирование и развитие сообществ сотрудников в интересах бизнеса, HR-бренда и корпоративной культуры. Рассматриваются амбассадорские программы, инициативы по созданию внутренних сообществ, а также клубы «выпускников».
- **«Работа без опасности»** - В данной номинации рассматриваются проекты, демонстрирующие изменения в системе охраны труда на предприятии, направленные на защиту жизни и здоровья сотрудников, а также на предотвращение травм и несчастных случаев. Кроме того, принимаются коммуникационные кампании и инициативы, способствующие осознанию мер безопасности и правил поведения, а также программы обучения и повышения квалификации.
- **«Точка роста»** - В данной номинации оцениваются проекты, направленные на обучение, развитие персонала и карьерный рост сотрудников. Рассматриваются образовательные программы, digital-платформы, обучающие мероприятия, включая формат «равный к равному», а также комплексные системы самообучения, такие как проекты talent management, внутренние тренерские системы и программы наставничества.
- **«Работа мечты»** - В данной номинации рассматриваются проекты, направленные на развитие бренда работодателя. Оцениваются как инициативы внешнего HR-бренда, ориентированные на привлечение персонала, так и внутренние программы, способствующие удержанию сотрудников. Принимаются творческие концепции EVP и стратегии их продвижения.
- **«Общий знаменатель»** - Данная номинация посвящена крупным экосистемам внутренних коммуникаций, а также их развитию и популяризации. Здесь рассматриваются проекты, которые из-за своего масштаба и комплексности не могут быть отнесены к специализированным номинациям. Помимо экосистем, принимаются стратегии внутренних коммуникаций, креативный брендинг и нейминг для экосистемных продуктов, а также промо-кампании, поддерживающие их перезапуск.
- **«Образ жизни»** - Данная номинация посвящена корпоративным программам благополучия. Рассматриваются комплексные well-being инициативы, проекты по улучшению рабочей среды, профилактике выгорания, поддержанию физического и ментального здоровья, а также обеспечению work-life balance. Кроме того, принимаются программы, направленные на повышение финансовой грамотности сотрудников.
- **«Событие»** - Номинация охватывает проекты по организации корпоративных мероприятий. Рассматриваются события, приуроченные к календарным и корпоративным праздникам, а также деловые мероприятия, включая встречи с руководством и внутрикорпоративные форумы.
- **«Территория добра»** - Данная номинация охватывает корпоративное волонтерство, благотворительность, КСО и ESG. Рассматриваются благотворительные и волонтерские программы, проекты по развитию социальной инфраструктуры в регионах присутствия компании, а также коммуникационные инициативы, формирующие ответственное отношение к окружающей среде внутри организации.
- **«Люди и технологии»** - Данная номинация охватывает проекты, внедряющие digital-технологии и инновации в корпоративные коммуникации. Рассматриваются инициативы по созданию и модернизации внутренних интранетов, digital-workplace, порталов и приложений, а также самостоятельные решения на основе искусственного интеллекта.
- **«Семейные ценности»** - Данная номинация охватывает проекты, направленные на укрепление семейных ценностей в корпоративной культуре. Рассматриваются инициативы, поддерживающие семейные роли сотрудников, а также программы, ориентированные на их семьи – детей, родителей и партнеров.

- **«Культурный код»** - Данная номинация включает проекты, направленные на формирование целевой корпоративной культуры, повышение лояльности, вовлеченности и эффективности сотрудников. Рассматриваются инициативы по трансляции миссии и ценностей, развитию культуры обратной связи, доверия, признания, управления ошибками, а также различные мотивационные программы.
- **«Маршрут в будущее»** - Данная номинация охватывает проекты, направленные на работу с молодежной аудиторией — школьниками, студентами колледжей и вузов. Рассматриваются профориентационные инициативы, программы стажировок, производственной практики, трудоустройства выпускников, а также проекты по целевому обучению и системной подготовке кадров.
- **«Коммуникации в найме»** - Данная номинация охватывает кампании и коммуникационные инструменты, направленные на привлечение персонала. Рассматриваются проекты, повышающие эффективность найма, включая рекрутинговые кампании, системы найма по ценностям, использование чат-ботов и ИИ-агентов, а также инициативы по улучшению пути кандидата.
- **«Комфортный онбординг»** - Номинация охватывает коммуникационные проекты и инструменты, направленные на эффективную адаптацию новых сотрудников. Рассматриваются программы адаптации, оригинальные онбординг-ивенты, а также обучающие материалы, включая книги, тренинги, информационные пакеты и специализированные сайты.
- **«Принт»** - Номинация включает печатные издания, ориентированные на сотрудников компании. Это могут быть внутрикорпоративные СМИ и бренд-медиа, рассчитанные на широкий круг читателей. Принимаются к рассмотрению газеты, журналы, спецвыпуски, комиксы, брошюры и корпоративные книги.
- **«Мультимедиа»** - Номинация охватывает коммуникационные проекты в аудио- и видеоформатах. Рассматриваются видеоролики, фильмы, сериалы, видеоблоги, подкасты, интернет-шоу, праздничные эфиры, а также проекты по запуску и перезапуску корпоративного радио и телевидения.
- **«Старт карьеры»** - Номинация охватывает проекты, направленные на коммуникацию с молодыми специалистами внутри компании. Рассматриваются программы развития, акселераторы, молодежные движения, советы и ассоциации. Также сюда входят коммуникационные кампании, ориентированные на молодежную аудиторию, и инициативы по выстраиванию межпоколенческого диалога.
- **«Женское дело»** - Номинация включает проекты, направленные на поддержание гендерного баланса и развитие женского лидерства. Рассматриваются комплексные программы, специализированные инициативы, циклы подкастов, образовательные проекты, женские сообщества, а также кампании по привлечению женщин в traditionally мужские профессии.
- **«Человек труда»** - Номинация охватывает проекты, направленные на популяризацию рабочих профессий. Рассматриваются как внутренние программы компаний, так и инициативы, формирующие положительный образ профессий во внешнем информационном поле. Форматы и инструменты реализации не ограничены.

Непроектные номинации:

- **«Проект года» — Гран-При Премии InterComm. Присуждается проекту, больше всего впечатлившему жюри.**

Проекты для этой номинации выбираются из всего списка поданных на премию проектов в основных номинациях. После проведения защит члены жюри называют проекты, которые впечатлили их больше всего - с точки зрения эффективности, яркости, ценности проекта для индустрии. Из предложенных проектов формируется список для голосования. Победитель определяется простым большинством голосов.

- **«Моя команда — команда года»** - Специальная награда присуждается коллективам, отделам и департаментам, занимающимся управлением корпоративными коммуникациями в компании или агентстве. Номинация направлена на признание наиболее эффективных команд, реализующих значимые проекты и лучшие практики в сфере корпоративных коммуникаций в России и странах СНГ.

«Команда года» — командная номинация для лучшего корпоративного подразделения в области коммуникаций

- Специальная награда для коллективов/отделов/департаментов, отвечающих за управление корпоративными коммуникациями в рамках одной организации — компании или агентства. Номинация призвана отметить наиболее эффективные команды, реализующие проекты и лучшие практики в области корпоративных коммуникаций в России и странах СНГ. Претенденты на победу предоставляют подтверждение своей эффективности: презентацию участников команды, профессиональные награды, описание наиболее ярких совместно реализованных проектов и прочее.
- Для соблюдения паритета в конкурсном соревновании крупного и малого бизнеса в каждой номинации отдельно рассматриваются проекты компаний численностью до 1000 человек и более 1000 человек. Таким образом, в каждой номинации могут быть определены два победителя — в категориях «Компании численностью персонала до 1000 человек» и «Компании численностью персонала более 1000 человек».
- **«Я — мастер коммуникаций»** - Специальная награда присуждается профессионалам, внесшим существенный вклад в развитие сферы коммуникаций в России и странах СНГ. Подача заявки в эту номинацию является бесплатной. Выдвижение на номинацию «Мастер коммуникаций» происходит по инициативе членов жюри премии.

Мастер коммуникаций

Положение о номинации «Мастер коммуникаций»

1. Номинантом «Мастера коммуникаций» может стать профессионал индустрии коммуникаций, отвечающий следующим требованиям:
 - Стаж работы в индустрии корпоративных коммуникаций не менее 10 лет, опыт ведения проектов по внутрикорпоративным коммуникациям и интегрированным коммуникациям;
 - Признание профессионального сообщества (награды, участие в профессиональных премиях и рейтингах, выступления на профильных конференциях, членство в жюри профессиональных премий);
 - Медийность (узнаваемость кандидата в профессиональном сообществе: наличие публикаций на медиаплощадках, активное ведение аккаунтов в социальных сетях, ведение личного телеграм-канала и наличие у него аудитории не менее 300 подписчиков является преимуществом); Наличие актуальных проектов за последний год, заметных на рынке и уже оцененных профессиональным сообществом.
2. Выдвижение на номинацию «Мастер коммуникаций» происходит по инициативе членов жюри премии. Каждый из них может выдвинуть до трех кандидатов. Номинанты должны подтвердить свое согласие участвовать в номинации. Для выдвижения необходимо заполнить анкету номинанта.
3. Анкеты кандидатов обсуждаются на встрече кураторов номинации «Мастер коммуникаций» с участием председателя Оргкомитета премии InterComm. На основании обсуждения формируется шорт-лист из пяти финалистов.
4. На втором этапе голосования за проекты премии InterComm в личных кабинетах на сайте премии члены жюри проставляют баллы в номинации «Мастер коммуникаций». Члены жюри должны учитывать, что Оргкомитет для демонстрации прозрачности голосования вправе опубликовать в открытых источниках их оценки за номинантов «Мастера коммуникаций».
5. Номинация предусматривает одно призовое место.
6. Победителю номинации предоставляется право выступления в формате TED на конференции InterComm_2025.
7. Всем номинантам «Мастера коммуникаций», в том числе не попавшим в шорт-лист, Оргкомитет направляет благодарность за участие и отзыв от членов жюри.

6.2 По решению Оргкомитета в ходе проведения Премии отдельные номинации могут быть добавлены или удалены, о чем участники будут дополнительно проинформированы.

График работы Премии InterComm-2025 *

- **1 апреля**

Начало приема заявок на Премию

- **15 сентября**

Окончание приема заявок

- **7 и 8 октября**

Онлайн-голосование Жюри

- **10 октября**

Публикация шорт-листа

- **14 и 15 октября**

Онлайн-защиты проектов

- **29 октября**

Церемония награждения победителей Премии InterComm-2025

* В графике работы Премии возможны изменения.

7. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В ПРЕМИИ

7.1. Порядок подачи заявок на участие в Премии:

- К участию в Премии приглашаются компании и организации различных форм собственности, работающие на территории России и стран СНГ;
- На персональную премию «Мастер коммуникаций» претенденты могут быть выдвинуты от имени компаний, в которых они работают, или по решению большинства членов Жюри (экспертного совета);
- На Премию могут быть выдвинуты проекты в сфере корпоративных коммуникаций, реализованные в период с 15 сентября 2024 года по 15 сентября 2025 года;
- Участие в Премии носит заявительный характер.

7.2. Таймлайн цен*:

- **С 1 апреля по 31 мая 2025 года** стоимость первой заявки **37 990 руб.**, второй и последующих заявок **33 990 руб.**;
- **С 01 июня до 31 июля:** стоимость первой заявки **47 990 руб.**; второй и последующих заявок **43 990 руб.**;
- **С 01 августа до 15 сентября** (до закрытия приема заявок): стоимость первой заявки **59 990 руб.**; второй и последующих заявок **53 990 руб.**

**Все цены уже включают НДС 5%*

7.3. Заявка на участие подается в электронной форме в личном кабинете участника, в разделе сайта www.intercomm.media;

7.4. Участник Премии должен своевременно заполнить на сайте Премии регистрационную форму, описание проекта, загрузить в данном разделе сайта творческую презентацию проекта, оформленную в соответствии с критериями оценки проектов, требованиями настоящего Положения. Опционально также можно загрузить видеопрезентацию проекта;

7.5. Заявка считается принятой после предварительной проверки Оргкомитетом Премии, а также после появления статуса в личном кабинете «проект принят оргкомитетом» и последующим уведомлением об изменении статуса принятия заявки на электронную почту участника, указанную при регистрации в разделе «Личный кабинет» на сайте Премии;

7.6. Материалы, поданные на соискание Премии, не комментируются и не возвращаются. Материалы используются для оценки Жюри (экспертного совета) на условиях конфиденциальности;

7.7. Участник Премии гарантирует полноту, достоверность и законность сведений, указанных в заявке;

7.8. Отправляя заявку на соискание Премии, участники подтверждают свое согласие на возможность публикации краткой информации о данном проекте в СМИ, социальных сетях и в библиотеке кейсов сайта <https://vnutricom.ru/> в интересах продвижения Премии по решению Оргкомитета;

7.9. Оргкомитет Премии оставляет за собой право перенести окончательную дату приема заявок на более поздний срок, опубликовав соответствующее уведомление на сайте и в социальных сетях Премии.

8. ТРЕБОВАНИЯ К НОМИНАНТАМ ПРЕМИИ

8.1. Заявка проекта, выдвинутого на участие в Премии, готовится по утвержденной форме и должна содержать следующие основные разделы:

- Регистрационная форма;
- Краткое описание проекта (до 2000 знаков с пробелами);
- Описание проекта по 5 (пяти) критериям оценки;
- Творческая презентация (до 15 мб, формат: pdf);
- Видеоспич лидера проекта (опционально, хронометраж — до 2 минут, допустимые форматы: RUTUBE, Яндекс диск, Google диск и VK Видео);
- Видеопрезентация проекта (опционально, допустимые форматы: RUTUBE, Яндекс диск, Google диск и VK Видео)

8.2. Заявка на участие в Премии заполняется в специальном разделе “Личный кабинет” сайта Премии www.intercomm.media.

8.3. Перечень критериев оценки для отбора лучших проектов, поданных на соискание Премии:

- Почему проект достоин Премии (уникальность проекта);
- Постановка проблемы;
- Цели и задачи проекта;
- Креативное решение и технология реализации проекта;
- Результаты проекта и эффективность проекта для бизнеса компании.

9. СРОКИ И ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕМИИ

9.1. В ходе подготовки и проведения Премии проводятся следующие работы:

- Информирование компаний, общественных объединений, СМИ и иных заинтересованных организаций о проведении Премии и об условиях отбора участников;
- Предоставление заинтересованным сторонам необходимых документов по условиям проведения Премии;
- Текущее информирование общественности посредством публикации в сети Интернет и СМИ новостей, пресс-релизов и статей, посвященных Премии;
- Выполнение иных работ, направленных на реализацию основных и дополнительных мероприятий проекта;
- Сбор, обобщение и анализ информации о компаниях-участниках и поступивших от них проектов на соискание Премии.

9.2. Сроки проведения Премии:

- **1 апреля — 15 сентября 2025 года.** Прием заявок от участников Премии InterComm.

Проекты, поступившие позднее указанного срока, к рассмотрению приниматься не будут;

- **15 сентября — 9 октября 2025 года.** Рассмотрение и оценка поданных проектов Жюри.

После рассмотрения поданных на конкурс заявок Жюри определяет шорт-лист проектов;

- **10 октября 2025 года.** Публикация шорт-листа лучших проектов.

Список номинантов Премии, попавших в шорт-лист, будет опубликован на сайте Премии, а также на всех информационных площадках, в СМИ и социальных сетях, осуществляющих информационную поддержку Премии;

- **14 – 15 октября 2025 года.** Второй этап голосования, онлайн-защиты проектов.
- **29 октября 2025 года.** Торжественная церемония награждения победителей Премии InterComm-2025.

Точное время и место торжественной церемонии награждения будут опубликованы на сайте Премии. Представители участников, вошедшие в шорт-лист, приглашаются на церемонию награждения победителей Премии бесплатно (не более двух человек от компании). Участники, приславшие заявку на

соискание Премии, но не вошедшие в шорт-лист, также имеют возможность присутствовать на церемонии при условии приобретения билета.

10. ОЦЕНКА ПРОЕКТОВ ПРЕМИИ

Оценка конкурсных работ происходит следующим образом:

10.1. Ознакомление членов Жюри (экспертного совета Премии) с поданными на соискание Премии проектами на специальном — закрытом — разделе сайта www.intercomm.media.

10.2. Каждый проект оценивается членами Экспертного совета по пяти критериям:

- Уникальность проекта;
- Постановка проблемы;
- Цели и задачи проекта;
- Креативное решение и технология реализации проекта;
- Результаты проекта и эффективность проекта для бизнеса компании.

10.3. На закрытом этапе голосования, по итогу обсуждения, члены жюри выносят индивидуальные решения по каждому проекту, проходят ли они в шорт-лист или нет. Проекты, получившие максимальное количество голосов проходят дальше. Их авторы приглашаются онлайн-защиты перед Жюри Премии. При защите проекта участники Премии могут использовать презентацию в формате pdf или ppt/pptx, а также видеоматериалы. На защиту проекта выделяется семь минут, на ответы на вопросы — три минуты.

10.4. После защиты и ответов на вопросы Жюри Премии заново оценивает проекты. На данном этапе снова учитываются пять критериев и появляется еще один — шестой — оценка защиты/презентации проекта:

- Уникальность проекта;
- Постановка проблемы;
- Цели и задачи проекта;
- Креативное решение и технология реализации проекта;
- Результаты проекта и эффективность проекта для бизнеса компании;
- Презентация проекта (оценка защиты).

10.5. По каждому из критериев член Жюри Премии на втором этапе выставляет на странице голосования на сайте от 1 до 10 баллов. Таким образом, максимальное количество баллов, которое может получить проект от одного члена Жюри на втором этапе голосования, — 60.

10.6. По сумме баллов, набранных в ходе защит, составляется рейтинг проектов. В каждой номинации определяются три финалиста, а среди них — обладатель первого места и главного приза.

10.7. Заявка на соискание Премии в персональной номинации «Мастер коммуникации» также оценивается по пяти критериям в соответствии со следующими пунктами:

- Стаж работы в индустрии корпоративных коммуникаций не менее 10 лет, опыт ведения проектов по внутрикорпоративным коммуникациям и интегрированным коммуникациям;
- Признание профессионального сообщества (награды, участие в профессиональных премиях и рейтингах, выступления на профильных конференциях, членство в жюри профессиональных премий);
- Медийность (узнаваемость кандидата в профессиональном сообществе: наличие публикаций на медиаплощадках, активное ведение аккаунтов в социальных сетях, ведение личного телеграм-канала и наличие у него аудитории не менее 300 подписчиков является преимуществом);
- Наличие актуальных проектов за последний год, заметных на рынке и уже оцененных профессиональным сообществом.

10.8. Заявка на соискание Премии в командной номинации «Команда года» оценивается по пяти критериям. Претенденты на победу в этой номинации — коллективы/отделы/департаменты, отвечающие за управление корпоративными коммуникациями в рамках одной организации, — должны загрузить материалы и творческую презентацию в соответствии со следующими пунктами:

- Презентация команды, выполненная в виде графической презентации или текстового резюме (формат pdf - не более 15 мб, формат word - не более 2 страниц)
- Профессиональные награды участников команды (в том числе грамоты и благодарности от руководства компаний-работодателей);
- Эссе (до 5000 знаков) на тему: «Почему наша коммуникационная команда достойна Премии»;
- «3 наших самых ярких коллективных проекта, реализованных в период с 15 сентября 2024 года по 15 сентября 2025 года»;
- «Командное кредо: 3 правила нашего успеха».

10.9. По каждому из перечисленных пунктов презентации претендента на командную премию члены Жюри будут выставять от 1 до 10 баллов. Таким образом, максимальное количество баллов, которое может получить претендент от одного члена Жюри на данном этапе, — 50.

10.10. Команды, попавшие в шорт-лист Премии в номинации «Команда года», на втором этапе — защите проектов — презентуют свою команду. Жюри в этой номинации на втором этапе оценивает номинантов только по критерию «Презентация команды». Оценка производится по 10-балльной шкале.

10.11. Выявление победителя в номинации «Команда года» проводится путем прямого суммирования баллов, выставленных членами Жюри на первом этапе (максимум 50 баллов) и на втором этапе — «Защита проекта / презентация команды» (максимум 10 баллов). Таким образом, максимальное число баллов, которое может набрать один проект в номинации «Команда года» по сумме двух этапов, — 60.

10.12. Члены Жюри проводят оценку проектов самостоятельно, на основе своего экспертного опыта. Присвоенные каждому проекту и претенденту баллы указываются в оценочном листе на специальном — закрытом — разделе сайта www.intercomm.media.

10.13. Выдвижение номинантов на специальную номинацию «Мастер коммуникаций» проводят сами члены Жюри (до трех кандидатов от каждого). На первом этапе формируется лонг-лист, который анализируют кураторы номинации на основе своего экспертного опыта и рекомендаций тех, кто выдвинул номинантов. Таким образом, в шорт-листе остаются пять финалистов.

10.14. Номинантом «Мастера коммуникаций» может стать любой представитель коммуникационной индустрии, отвечающий следующим критериям:

- Стаж работы в индустрии корпоративных коммуникаций не менее 10 лет, опыт ведения проектов по внутрикорпоративным коммуникациям и интегрированным коммуникациям;
- Признание профессионального сообщества (награды, участие в профессиональных премиях и рейтингах, выступления на профильных конференциях, членство в жюри профессиональных премий);
- Медийность (узнаваемость кандидата в профессиональном сообществе: наличие публикаций на медиаплощадках, активное ведение аккаунтов в социальных сетях, ведение личного телеграм-канала и наличие у него аудитории не менее 300 подписчиков является преимуществом);
- Наличие актуальных проектов за последний год, заметных на рынке и уже оцененных профессиональным сообществом.

10.15. Правом выдвижения на участие в номинации обладают члены жюри международной премии InterComm – каждый из них может выдвинуть до трех кандидатов.

10.16. Выдвигающий номинанта на участие в «Мастере коммуникаций» член жюри должен:

- получить предварительное согласие кандидата на выдвижение;

- обосновать выбор данного кандидата;
- предоставить кандидату ссылку для заполнения формы номинации «Мастера коммуникаций» в личном кабинете на сайте премии;

10.17. Лонг-лист номинации формируется из числа кандидатов, выдвинутых членами Жюри, с 16 сентября по 7 октября 2025 года.

10.18. Далее Сформированный на основании предложений от членов жюри и заполненных анкет номинантов список номинантов обсуждается на встрече кураторов номинации «Мастер коммуникаций» с участием председателя Оргкомитета премии InterComm. По итогам обсуждения формируется шорт-лист (не более 5 финалистов).

На втором этапе голосования за проекты премии InterComm проходит специальная встреча членов жюри, на которой обсуждаются кандидатуры топ-5 номинантов на звание «Мастер коммуникаций». После этого в личных кабинетах на сайте премии члены жюри выставляют баллы в номинации «Мастер коммуникаций».

Номинация предусматривает одно призовое место. Участие в номинации бесплатное.

10.19. На звание «Мастер коммуникаций» *не может претендовать* действующий член жюри премии InterComm. Оргкомитет Международной премии в области корпоративных коммуникаций InterComm-2025 проводит рекламную кампанию номинации «Мастер коммуникаций» и финалистов номинации, прошедших в шорт-лист.

11. НАГРАДЫ ПРЕМИИ

Лауреаты и номинанты Премии получают следующие награды:

- Диплом (лауреат Премии — 2-е и 3-е места), диплом и статуэтку (победитель в номинации);
- Почетные награды от организаторов и спонсоров Премии;
- Размещение информации о лауреатах и номинантах Премии в СМИ и социальных сетях, осуществляющих информационную поддержку Премии;
- Подробная информация о Премии InterComm представлена на официальном сайте: www.intercomm.media.