

Положение о Премии InterComm-2024

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Настоящее Положение регулирует порядок организации и проведения Международной премии в сфере корпоративных коммуникаций InterComm-2024 (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.

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;
- 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;
- 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: все 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:

«Точка роста» — проекты в области обучения персонала.

«Работа мечты» — проекты в области развития бренда работодателя.

«Энергия команды» — проекты в области повышения мотивации и лояльности персонала, развития корпоративной культуры и ценностей.

«Общий знаменатель» — проекты в области создания единой коммуникационной среды.

«Образ жизни» — проекты в области well-being и развития Work & life balance персонала.

«Событие» — проекты в области организации корпоративных мероприятий, в том числе для развития корпоративного спорта и популяризации здорового образа жизни.

«Классика коммуникаций» — традиционные корпоративные и отраслевые СМИ на службе внутрикома: газеты, журналы, радио и TV.

«Новые медиа» — подкасты, telegram-каналы, блоги и другие цифровые медиа.

«Люди и технологии» — цифровые технологии на службе корпоративных коммуникаций.

«**Территория добра**» — проекты в области корпоративного волонтерства, благотворительности, КСО и ESG.

«**Спецпроекты**» — самостоятельные проекты, активации и инструменты в корпоративных коммуникациях.

«**Сообщества**» — проекты по развитию внутренних сообществ и амбассадорства.

«**Маршрут в будущее**» — проекты по работе с детьми сотрудников, школьниками и студентами.

Специальные номинации:

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

«**Мастер коммуникаций**» — персональная номинация для лидеров корпоративных коммуникаций.

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

«**Работа без опасности**» — специальная номинация, посвященная коммуникационным проектам по охране труда и промышленной безопасности.

«**Государственные люди**» — специальная номинация, в которой будут дополнительно рассматриваться проекты, созданные государственными структурами.

«**Семейные ценности**» — специальная номинация, в которой будут дополнительно рассматриваться семейно-ориентированные проекты. Номинация создана в поддержку Года семьи.

График работы Премии InterComm-2024 *

- **1 марта**
Начало приема заявок на Премию
- **Июль**
Брифинги с кураторами номинаций
- **14 октября**
Окончание приема заявок
- **29 и 30 октября**
Онлайн-голосование Жюри
- **31 октября**
Публикация шорт-листа
- **5 и 6 ноября**
Онлайн-защиты проектов
- **21 ноября**
Церемония награждения победителей Премии InterComm-2024

* В графике работы Премии возможны изменения.

Основные номинации

«Точка роста» — проекты в области обучения персонала

- Локальные проекты, обучающие мероприятия, тренинги, направленные на повышение профессионального уровня сотрудников, развитие hard- и soft-скиллов;
- Проекты развития корпоративных университетов и образовательных digital-платформ;
- Изменения подходов в организации системы обучения и развития сотрудников компании;
- Внутренние самообучающиеся организации, система внутренних тренеров;
- Проекты, направленные на развитие наставничества;
- Профессиональные конкурсы и соревнования.

«Работа мечты» — проекты в области развития бренда работодателя

- Креативная концепция бренда работодателя;
- Программа (стратегия) продвижения бренда работодателя;
- Проекты по управлению брендом работодателя;
- Проекты, направленные на работу со студентами и выпускниками вузов и колледжей;
- Проекты построения и внедрения employee journey;
- Лучшие проекты talent management.

«Энергия команды» — проекты в области повышения мотивации и лояльности персонала, развития корпоративной культуры и ценностей

- Проекты, направленные на вовлечение сотрудников в корпоративную жизнь;
- Проекты, направленные на построение, поддержание и развитие корпоративной культуры;
- Проекты, направленные на формирование и продвижение корпоративных ценностей;
- Мероприятия в поддержку корпоративного духа, развития командного взаимодействия, повышения сплоченности, уровня доверия в команде;
- Мероприятия с участием первых лиц компании, с возможностью для рядовых сотрудников получить информацию, поддержку, мотивацию из первых рук;
- Таунхоллы, митапы и другие популярные форматы командного взаимодействия и эффективного решения совместных задач;
- Проекты с участием детей и членов семей сотрудников;
- Внутренние конкурсы и Премии в формате «Лучший сотрудник»;
- Проекты и мероприятия к юбилею компании.

«Общий знаменатель» — проекты в области создания единой коммуникационной среды

- Проекты по созданию экосистем коммуникаций;
- Проекты по созданию digital work place;
- Коммуникационные проекты с применением agile-технологий;
- Проекты по созданию, запуску, рестайлингу, обновлению корпоративного интранета, внутреннего портала;
- Информационные доски, стенды и другие классические и новые каналы/платформы коммуникаций, в том числе для каскадирования информации;
- Специальные информационные кампании и проекты, направленные на поддержку комплексных программ развития компании: например, в поддержку внедрения инноваций, культуры техники безопасности и прочего.

«Образ жизни» — проекты в области well-being и развития work & life balance персонала

- Комплексные проекты well-being;
- Успешные проекты внедрения гибридных и удаленных форматов работы;
- Проекты по обустройству рабочих мест и офисов;
- Комплексные проекты против выгорания сотрудников;
- Коучинг в системе внутренних коммуникаций;
- Комплексные проекты по мониторингу здоровья, психологического состояния сотрудников, поддержке здорового образа жизни.

«Территория добра» — проекты в области корпоративного волонтерства, благотворительности, КСО и ESG.

- Экологические проекты компаний;
- Проекты поддержки социальной инфраструктуры городов присутствия компаний;
- Благотворительные проекты в области культуры;
- Проекты взаимодействия с детскими благотворительными фондами, фондами поддержки людей с тяжелыми заболеваниями, инвалидов;
- Локальные проекты помощи детским домам, больницам, ветеранам труда и ВОВ, инвалидам, животным;
- Создание и развитие волонтерских проектов, сообществ волонтеров;
- Проекты, продвигающие ответственное отношение к окружающей среде внутри компании;
- Социальные проекты и программы;
- Проекты из области HR-брендинга, направленные на достижение гендерного и культурного баланса.

«Событие» — проекты в области организации корпоративных мероприятий, в том числе для развития корпоративного спорта и популяризации здорового образа жизни

Корпоративные мероприятия, организованные собственными силами сотрудников компании и с привлечением подрядчиков:

- юбилейные мероприятия компаний;
- мероприятия к календарным и корпоративным праздникам;
- стратегические сессии, годовые собрания, встречи с первыми лицами компании и другие деловые мероприятия, рассчитанные на массовое участие сотрудников компании;
- спортивные соревнования и корпоративные олимпиады;
- корпоративные сериалы, ТВ-программы, шоу, мюзиклы и другие форматы массового вовлечения сотрудников в творческое взаимодействие.

«Классика коммуникаций» — традиционные корпоративные и отраслевые СМИ на службе внутрикома.

Каналы коммуникаций, основанные на классическом инструментарии. Важно, чтобы одной из ключевых целевых аудиторий являлись действующие и/или потенциальные сотрудники компании.

- газеты и журналы, направленные на сотрудников компании;
- бренд-медиа для смешанных аудиторий, включающих сотрудников;
- Радио, реализованное на предприятиях;
- Корпоративное TV с физическими экранами на предприятиях/в офисах.

«Новые медиа» — подкасты, telegram-каналы, блоги и другие цифровые медиа.

Каналы коммуникаций, основанные на digital-технологиях. Одной из ключевых целевых аудиторий должны быть действующие и/или потенциальные сотрудники компании.

- корпоративные подкасты
- каналы в мессенджерах, группы в соцсетях, блоги на внутренних и внешних площадках;
- digital-версии газет и журналов, бренд-медиа;
- медиаплатформы брендов.

«Люди и технологии» — цифровые технологии на службе корпоративных коммуникаций

Проекты, имеющие своей ключевой целью применение digital-технологий и инноваций в корпоративных коммуникациях с сотрудниками, потенциальными сотрудниками, аудиториями внутреннего и внешнего бренда работодателя.

«Спецпроекты» — самостоятельные проекты, активации и инструменты в корпоративных коммуникациях.

Специальные проекты для взаимодействия с текущими и потенциальными сотрудниками, имеющие ярко выраженную креативную составляющую и не являющиеся выделенными каналами коммуникаций.

- Фильмы, сериалы и видео;
- Онлайн-марафоны, квесты, квизы и прочие проекты с геймификацией;
- Арт-проекты;
- Мерч, решающий конкретную коммуникационную задачу;
- Печатная продукция с нестандартной креативной концепцией;
- Проекты с использованием маскотов

«Сообщества» — проекты по развитию внутренних сообществ и амбассадорства.

Проекты, посвященные созданию комьюнити среди сотрудников для различных целей бизнеса, HR-бренда и корпоративной культуры.

- Амбассадорские программы
- Проекты по развитию внутренних сообществ сотрудников
- Клубы “выпускников”
- Сообщества студентов и школьников

«Маршрут в будущее» — проекты по работе со школьниками и студентами.

Проекты, связанные с:

- профориентацией;
- формированием престижа профессии;
- популяризацией программ стажировок/практик;
- формированием долгосрочного кадрового резерва из молодых специалистов.

Специальные 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.

«Мастер коммуникаций» — персональная номинация для лидеров корпоративных коммуникаций

Специальная награда для профессионалов, внесших значительный вклад в развитие отрасли коммуникаций в России или странах СНГ.

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

- 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.

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.

Лонг-лист номинации формируется из числа кандидатов, выдвинутых членами Жюри, в период с 15 октября по 28 октября 2024 года.

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 проставляют баллы в номинации «Мастер коммуникаций». Члены жюри должны учитывать, что Оргкомитет для демонстрации прозрачности голосования публикует на сайте Премии их оценки за номинантов шорт-листа «Мастера коммуникаций».

Номинация предусматривает одно призовое место. Участие в номинации — бесплатное.

На звание «Мастер коммуникаций» *не может претендовать* действующий член Жюри Премии InterComm.

Оргкомитет Международной премии в области корпоративных коммуникаций InterComm 2024 проводит рекламную кампанию номинации «Мастер коммуникаций» и финалистов номинации, прошедших в шорт-лист.

«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.

«Работа без опасности» — специальная номинация, посвященная коммуникационным проектам по охране труда и промышленной безопасности.

Проекты для этой номинации выбираются из всего списка поданных на премию проектов в основных номинациях. Участвовать в этой номинации могут только проекты, поданные компаниями, связанные с охраной труда и промышленной безопасностью.

Участие в номинации бесплатное (стоимость заявки в основной проектной номинации при этом не меняется). Чтобы проект был рассмотрен в данной номинации, при заполнении анкеты необходимо поставить галочку в номинации "Работа без опасности".

«Государственные люди» — специальная номинация, в которой будут дополнительно рассматриваться проекты, созданные с государственными структурами.

Проекты для этой номинации выбираются из всего списка поданных на премию проектов в основных номинациях. Участвовать в этой номинации могут только проекты, поданные компаниями, связанными с государственными структурами.

Участие в номинации бесплатное (стоимость заявки в основной проектной номинации при этом не меняется). Чтобы проект был рассмотрен в данной номинации, при заполнении анкеты необходимо поставить галочку в номинации "Государственные люди".

«Семейные ценности» — специальная номинация, в которой будут дополнительно рассматриваться семейно-ориентированные проекты. Номинация создана в поддержку Года семьи.

В контексте премии под «семейными ценностями» понимается способность соблюдать баланс между бизнес-интересами компании и интересами семьи каждого сотрудника.

Проекты для этой номинации выбираются из всего списка поданных на премию проектов в основных (то есть проектных) номинациях. При заполнении заявки необходимо поставить галочку напротив слов «Семейные ценности» в разделе «Специальные номинации».

6.2. 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».

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

7. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В ПРЕМИИ

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 1 сентября 2023 года по 1 сентября 2024 года;
- Участие в Премии носит заявительный характер. Стоимость подачи одной заявки на конкурс до 1 июня 2024 года — 24 990 (двадцать четыре тысячи девятьсот девяносто) рублей. В случае, если одна компания подает две и более заявок, подача каждой последующей заявки стоит 19 990 (девятнадцать тысяч девятьсот девяносто) рублей. При подаче заявок до 1 сентября 2024 года стоимость одной заявки составляет 34 990 (тридцать четыре тысячи девятьсот девяносто) рублей, повторных заявок — 29 990 (двадцать девять тысяч девятьсот девяносто) рублей. При подаче заявок до 14 октября 2024 года стоимость одной заявки составляет 44 990 (сорок четыре тысячи девятьсот девяносто) рублей, повторных заявок — 39 990 (тридцать девять тысяч девятьсот девяносто) рублей;
- Заявка на участие подается в электронной форме в специальном разделе сайта www.intercomm.media;
- 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;
- Заявка считается принятой после предварительной проверки Оргкомитетом Премии и направления соответствующего уведомления на электронную почту участника, указанную в заявке;

- Материалы, поданные на соискание Премии, не комментируются и не возвращаются. Материалы используются для оценки Жюри (экспертного совета) на условиях конфиденциальности;
- Участник Премии гарантирует полноту, достоверность и законность сведений, указанных в заявке;
- 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 vnutricom.ru в интересах продвижения Премии по решению Оргкомитета;
- 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 1500 знаков с пробелами);
- Описание проекта по 5 (пяти) критериям оценки;
- Видеоспич лидера проекта (хронометраж — до 2 минут, опционально);
- Творческая презентация;
- Видеопрезентация проекта (опционально).

8.2. Заявка на участие в Премии загружается в специальном разделе 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 марта — 14 октября 2024 года. Прием заявок от участников Премии InterComm.**

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

- **15 октября — 30 октября 2024 года. Рассмотрение и оценка поданных проектов Жюри.**

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

- **31 октября 2024 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;

- **5 – 6 ноября 2024 года. Второй этап голосования, онлайн-защиты проектов.**

- **21 ноября 2024 года. Торжественная церемония награждения победителей Премии InterComm-2024.**

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. По каждому из критериев член Жюри (Экспертного совета) Премии выставляет на странице голосования на сайте от 1 до 10 баллов. Таким образом, максимальное количество баллов, которое может получить проект от одного члена Экспертного совета, — 50.

10.4. 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.

10.5. По каждому из перечисленных пунктов презентации претендента на персональную премию члены Экспертного совета будут выставлять от 1 до 10 баллов. Таким образом, максимальное количество баллов, которое может получить претендент от одного члена Экспертного совета на данном этапе, — 50.

10.6. Проекты, набравшие максимальное количество баллов в каждой номинации, попадают в шорт-лист Премии, а их авторы приглашаются к защите проектов перед Жюри Премии. При защите проекта участники Премии могут использовать презентацию в формате pdf или ppt/pttx, а также видеоматериалы. На защиту проекта выделяется семь минут, на ответы на вопросы — три минуты.

10.7. 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.

При оценке презентации Жюри обращает внимание на содержание выступления, глубину раскрытия проекта, профессионализм спикера, ответы на вопросы Жюри и соблюдение тайминга.

10.8. 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.

10.9. 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.

10.10. 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 (не более 1 (одной) страницы формата А4);
- 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 1 сентября 2023 года по 1 сентября 2024 года»;
- «Командное кредо: 3 правила нашего успеха».

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

10.12. 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.

10.13. 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.

10.14. 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.

10.15 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.

10.16 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.

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

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

- получить предварительное согласие кандидата на выдвижение;
- обосновать выбор данного кандидата;
- предоставить кандидату на заполнение бланк «Мастера коммуникаций»;
- предоставить заполненный кандидатом бланк и обоснование в Оргкомитет Премии.

10.19 Лонг-лист номинации формируется из числа кандидатов, выдвинутых членами Жюри, с 15 октября по 28 октября 2024 года.

10.20 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 проставляют баллы в номинации «Мастер коммуникаций». Члены жюри должны учитывать, что Оргкомитет для демонстрации прозрачности голосования публикует на сайте Премии их оценки за номинантов шорт-листа «Мастера коммуникаций»

Номинация предусматривает одно призовое место. Участие в номинации бесплатное.

10.21 На звание «Мастер коммуникаций» *не может претендовать* действующий член жюри премии InterComm. Оргкомитет Международной премии в области корпоративных коммуникаций InterComm-2024 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