

Положение о Премии ИнтерКомм-2026

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение регулирует порядок организации и проведения Международной премии в сфере корпоративных коммуникаций ИнтерКомм-2026 (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 работы 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, объединения сотрудников вокруг общих целей, норм и правил работы в компании;
 - ИнтерКомм – 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 настоящего «Положения о Премии»;
- Во время проведения первого этапа голосования рекомендовать перенос проекта в более подходящую номинацию. Перенос осуществляется только с согласия участника;
- 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 социальных сетях ИнтерКомм, 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 участникам 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 ресурсы, 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;
- Участники обязаны указывать актуальный мобильный номер контактного лица для связи с Оргкомитетом Премии по проекту, защите 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;
- 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 award.intercomm.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.

4.5. Кураторы номинаций

- Среди членов жюри выделена отдельная функция – кураторы номинаций. Кураторы приглашаются из числа опытных членов жюри. Распределение кураторов по номинациям осуществляется Оргкомитетом с учётом профессионального опыта куратора и объёма поданных заявок. У каждой номинации может быть от двух до трёх кураторов исходя из распределения: не более 15 проектов на одного куратора.

4.6. Кураторы номинаций обязаны:

- Проводить предварительный просмотр проектов и модерировать обсуждение на первом этапе голосования: подсвечивать сильные элементы заявки, предупреждать о дублировании материала, помогать членам жюри быстрее оценить суть проекта.
- Давать рекомендации по переносу проекта в более подходящую номинацию до начала голосования. Перенос осуществляется только с согласия участника.
- Выдвигать кандидатов на Гран-при от курируемых номинаций при наличии сильных кандидатов или сообщать об отсутствии таковых.

5. ПАРТНЕРЫ ПРЕМИИ

5.1. Партнеры Премии: помимо коммерческих партнеров (спонсоров), Премию 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 award.intercomm.media. 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:

Номинации, посвященные большим темам и бизнес-задачам

- **«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.
- **«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.
- **«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.

Номинации, проводящие нас по пути сотрудника

- **«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.
 - **«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.
 - **«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.
-

Номинации, посвященные каналам и инструментам внутренних коммуникаций

- **«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.
- **«Принт»** – Номинация охватывает печатные издания, ориентированные на различные аудитории 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.
- **«Цифровые медиа»** – Номинация охватывает диджитал 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.
- **«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.
- **«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».
- **«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.
- **«Лучший блог на Хабре»** – В номинации рассматриваются корпоративные блоги, созданные в поддержку IT-бренда работодателя. Приглашаются проекты от компаний из любых сфер деятельности.
- **«Мерч»** – Номинация посвящена проектам, в которых главным инструментом коммуникации с сотрудниками является корпоративный мерч. В рамках премии оценивается не только качество и яркость продукции, но и ее роль в решении конкретной бизнес-задачи, будь то адаптация персонала, трансляция ценностей или создание сообществ. Приоритет получают проекты, в которых мерч встроен в экосистему – то есть интегрирован с обучением, геймификацией, событиями, digital-платформами. Большое значение имеет социальный импакт и влияние на бизнес-метрики.

Номинации, посвященные фокусным целевым аудиториям

- **«Женское дело»** – Номинация включает проекты, направленные на поддержание гендерного баланса и развитие женского лидерства. Рассматриваются комплексные программы, специализированные инициативы, подкасты, образовательные проекты, женские сообщества, а также кампании по привлечению женщин в традиционно 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.

Номинации, посвященные фокусным темам

- **«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.
- **«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.
- **«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.

Непроектные номинации: многоуровневая система признания

• Номинация «Вдохновляющий лидер»

Основная персональная номинация для руководителей функции внутрикомпа, корпкультуры или бренда работодателя. Кандидат должен иметь стаж в индустрии от 10 лет, обладать личным брендом, выстраивать систему, руководить командой и выполнять роль наставника. Выдвижение – самовыдвижение с рекомендациями от жюри.

• Номинация «Открытие года»

Номинация для руководителей отделов и практиков с опытом от 5 лет. Личный бренд не обязателен. Механика: самовыдвижение с рекомендациями от жюри и руководителей.

команда

• Номинация «Команда года»

«Команда года» – номинация для инхаус-команд, отвечающих за внутренние коммуникации, корпоративную культуру или бренд работодателя. Команда должна доказать свою ценность для бизнеса, пройти через реальный вызов и действовать слаженно. Механика – самовыдвижение, минимальный состав – два человека. Допускаются кросс-функциональные участники. Агентства и подрядчики не могут заменять ядро команды.

Специальные награды:

Специальные награды могут присуждаться и вручаться организационным комитетом по своему усмотрению. Такие награды носят дополнительный характер и не являются обязательными.

• «Проект года»

Гран-При Премии ИнтерКомм. 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.

• «Легенда индустрии»

Признание исключительного вклада в развитие профессии. Присуждается без самовыдвижения, моделью Нобелевского комитета — закрытое решение узкого круга экспертов (до 5 человек). Требования к номинанту отсутствуют; решение не выносится на голосование. Награда отмечает тех, чей масштаб вышел за пределы одной функции и компании.

• «За креатив»

Вручается за оригинальные, нестандартные решения в области внутренних коммуникаций, демонстрирующие высокий уровень творческого подхода, инноваций и креативного воздействия на аудиторию сотрудников.

• «За системность»

Вручается за построение устойчивых, комплексных систем внутренних коммуникаций, обеспечивающих долгосрочную эффективность, последовательность и масштабируемость процессов на уровне компании.

• «Специальные награды от партнеров»

Вручаются по решению партнеров премии за достижения, соответствующие их профессиональным приоритетам (например, за вклад в digital-коммуникации, HR-проекты или ESG-инициативы). Конкретные критерии определяются партнерами.

• «До 1000 человек»

Вручается за выдающиеся достижения в области внутренних коммуникаций в компаниях численностью до 1000 сотрудников.

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

График работы Премии ИнтерКомм-2026 *

• 1 апреля

Начало приема заявок на Премию

• 21 сентября

Окончание приема заявок

• 13 и 14 октября

Онлайн-голосование Жюри

• 16 октября

Публикация шорт-листа

• 27, 28, 29 и 30 октября

Онлайн-защиты проектов

• 12 ноября

Церемония награждения победителей Премии ИнтерКомм-2026

** 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;
- В персональных номинациях «Вдохновляющий лидер» и «Открытие года» участие осуществляется путём самовыдвижения. Члены жюри также вправе рекомендовать кандидатов. В номинации «Команда года» участие осуществляется путём самовыдвижения с институтом рекомендаций от членов жюри и оргкомитета. Специальная награда «Легенда индустрии» присуждается без самовыдвижения решением Экспертного комитета;
- На Премию могут быть выдвинуты проекты в сфере корпоративных коммуникаций, реализованные в период с 15 сентября 2025 года по 15 сентября 2026 года;
- Участие в Премии носит заявительный характер.

7.2. Таймлайн цен*:

- **С 17 марта по 31 мая 2026 года** стоимость первой заявки **45 990 руб.**, второй и последующих заявок **40 990 руб.**;
- **С 01 июня до 31 июля:** стоимость первой заявки **55 990 руб.**; второй и последующих заявок **50 990 руб.**;
- **С 01 августа до 21 сентября** (до закрытия приема заявок): стоимость первой заявки **75 990 руб.**; второй и последующих заявок **70 990 руб.**

**Все цены уже включают НДС 5%*

7.3. Заявка на участие подается в электронной форме в личном кабинете участника, в разделе сайта <https://award.intercomm.media/>;

7.4. Участник Премии должен своевременно заполнить на сайте Премии регистрационную форму, включая 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 и/или видеоспич лидера проекта;

7.5. Заявка считается принятой после предварительной проверки Оргкомитетом Премии, а также после появления статуса в личном кабинете "проект принят оргкомитетом" с 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;
- Общее описание проекта (до 1000 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 <https://award.intercomm.media>.

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

- Значимость проекта
- Выбранное решение
- Полученные результаты
- Эмоциональный посыл
- Новизна
- Качество презентации

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 – 21 сентября 2026 года. Прием заявок от участников Премии ИнтерКомм.
-

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

- **21 сентября – 14 октября 2026 года. Рассмотрение и оценка поданных проектов Жюри.**

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

- **16 октября 2026 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;

- **27-30 октября 2026 года. Второй этап голосования, онлайн-защиты проектов.**

- **12 ноября 2026 года. Торжественная церемония награждения победителей Премии ИнтерКомм-2026.**

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 проекта, прошедшего в шорт-лист). 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

10.1. Механика оценки проектных номинаций

10.1.1. Ознакомление членов Жюри (экспертного совета Премии) с поданными на соискание Премии проектами на специальном – закрытом – разделе сайта <https://award.intercomm.media>.

10.1.2. Первый этап оценки

На первом этапе рассмотрения проекта жюри принимает решение о допущении/недопущении проекта к защитам на основании соответствия следующим обязательным критериям:

- Соответствие тематике премии и выбранной номинации;
- Наличие подтвержденных результатов проекта;
- Структурное описание заявки, соответствие логике проблема-цель-результат;
- Наличие отличительных характеристик проекта в части новизны для компании и отрасли и/или уровня креатива и эмпатии и/или системности и масштаба проекта.
- Грамотный копирайтинг и высокое качество презентационных материалов, соответствующее уровню профильной премии по коммуникациям;

При несоответствии хотя бы одному обязательному критерию проект не может быть допущен к защитам.

10.1.3. Второй этап оценки

Второй этап голосования проходит в формате публичных онлайн-защит. Номинанту предоставляется 7 минут на защиту проекта и еще 3 на ответы на вопросы жюри. В рамках второго этапа жюри оценивает как сам проект, так и качество его презентации. Критерии имеют разный вес, то есть дают разное количество баллов к итоговому результату.

Критерии оценки:

• Значимость проекта

Любой коммуникационный проект должен в первую очередь решать задачи бизнеса. В этом пункте жюри оценивает выявленную проблематику и уровень влияния поставленных целей и задач в масштабе компании и рынка.

Значимость представленного проекта оценивается по следующей шкале:

- 1-2 – проблематика слабо выражена или не выражена вовсе, цели бизнеса подменены задачами подразделения
- 3-5 – проект направлен на решение узко-специализированной задачи, не имеющую прямой корреляции с эффективностью бизнеса
- 6-8 – проект направлен на решение значимой, масштабной задачи, влияющей на эффективность процессов и бизнес-показатели компании
- 9-10 – проект решает проблему, соответствующую стратегии развития компании и/или поднимает вопросы масштаба индустрии

• Выбранное решение

Здесь жюри оценивает грамотность технологии реализации проекта. Оцениваются интеллектуальные и временные ресурсы команды, выбранные инструменты, стоимость проекта. Важную роль играет соизмеримость поставленной задачи и затраченных ресурсов.

- 1-2 – Решение не соответствует поставленной задаче
- 3-5 – Решение соответствует поставленной задаче, но является избыточным, сложным на фоне аналогов или слишком дорогим
- 6-8 – Решение соответствует поставленной задаче, но не является комплексным и имеет низкий уровень адаптируемости к схожим задачам
- 9-10 – Решение полностью соответствует поставленной задаче, является эффективным, целесообразным, системным и хорошо масштабируемым

• Полученные результаты

Здесь оцениваются реальные результаты – в соответствии с поставленной проблематикой, целями и задачами. Учитываются количественные и качественные показатели. Охватные метрики (просмотры в социальных сетях и медиа, количество участников мероприятий и пр.) имеют более низкий приоритет, чем HR показатели (влияние на текучесть, eNPS, вовлеченность) и показатели эффективности/конкретные результаты в части влияния на продукт.

- 1-2 – результаты не соответствуют проблематике и поставленным задачам и/или результаты не были оцифрованы
- 3-5 – проект имеет только охватные/субъективные метрики, не позволяющие оценить влияние на бизнес
- 6-8 – проект имеет доказанное влияние на HR/PR метрики, коррелирующие с бизнес-эффективностью
- 9-10 – проект имеет доказанную и оцифрованную эффективность для бизнеса в части операционной эффективности, продаж, создания продукта

• Эмоциональный посыл

В этом критерии оценивается креатив и эмпатия, заложенные в проект. Нестандартный нейминг, нетипичный дизайн, яркие метафоры, нестандартные режиссерские ходы, трогательные маски и все то, что сложно оцифровать в бизнес-эффективность но вызывает живой отклик, ощущение тепла, веселья и приятного удивления.

1-2 – проект “сухой”, формальный, с минимумом креативных подходов

3-5 – встречаются точечные креативные элементы

6-8 – у проекта есть полноценная креативная концепция, выдержанная на уровне визуального и текстового наполнения, поддержанная форматами коммуникаций

9-10 – теплый, душевный проект, который говорит о человекоцентричной корпоративной культуре. Креативные решения поддерживают общий посыл бренда, апеллируют к ценностям, делают проект аутентичным.

• Новизна

Этот критерий оценивает уникальность проекта для вашей компании и для коммуникационной отрасли в целом. Учитывается новизна используемых технических решений, наличие ноу-хау, злободневность поднятой повестки.

1 – проект достаточно типовой, качественно сделанный, но без нововведений

2 – проект достаточно типовой, но в нем собраны лучшие практики и решения рынка

3 – впервые делается в компании и является серьезным шагом вперед для команды

4 – в проекте по-новому используются традиционные коммуникационные инструменты

5 – новое слово для рынка и двигает индустрии вперед

• Качество презентации

Данный критерий оценивает не сам проект, а качество его защиты. Учитывается мастерство оратора, подготовка презентационных материалов, привлечение внутренних заказчиков/представителей ЦА, соблюдение тайминга, креативные решения в защитах.

1 – проект презентован посредственно, достоинства не раскрыты.

2 – стандартная, но незапоминающаяся защита, понятной презентацией и грамотной речью

3 – качественная защита, но спикер значительно не выдержал тайминг

4 – проект защищался амбассадорами, чья любовь к проекту передалась аудитории

5 – был использован нестандартный подход на защитах, что помогло жюри почувствовать эмоциональный посыл проекта и глубоко вникнуть

Рекомендуемые критерии не имеют объективной и применимой ко всем проектам шкалы оценки, поэтому применяются для сравнения проектов между собой и сильно зависят от общего качества проектов, поданных в номинацию в рамках годового цикла.

10.1.4 Обратная связь

При выставлении оценки члены жюри заполняют обязательное окно обратной связи для номинанта, объясняя свой выбор. По результатам голосования те проекты, которые не были допущены к защитах, получают консолидированную обратную связь, которая призвана помочь номинанту сделать работу над ошибками и стать более успешным при дальнейшем участии в профессиональных премиях. Обратная связь направляется номинантам в течение недели после объявления шорт-листа. Также номинант в праве обратиться за развернутой обратной связью от кураторов номинации и/или оргкомитета, встреча будет назначена и согласована.

10.1.5. По сумме баллов, набранных в ходе защит, составляется рейтинг проектов. В каждой номинации определяются три финалиста, а среди них – обладатель первого места.

10.2 Механика оценки непроектных номинаций

10.2.1 Номинация «Вдохновляющий лидер»

Первый этап – отбор в шорт-лист

Жюри оценивает заявки по формальным критериям. Для включения в шорт-лист номинант должен соответствовать всем пунктам «Профессионального профиля» и не менее двум из трех пунктов в разделах «Профессиональные достижения и внутреннее признание», «Проявленность в сообществе и внешнее признание». Оценка бинарная («шорт / не шорт»), в шорт-лист проходят номинанты по простому большинству голосов.

• **Профессиональный профиль (обязательные пункты):**

- Опыт работы в внутренних коммуникациях, корпоративной культуре или бренде работодателя – не менее 10 лет.
- Должность уровня руководителя функции или выше.
- В ответственности – команда, бюджет и стратегия функции.

• **Профессиональные достижения и внутреннее признание (не менее 2 из 3):**

- Значимые достижения за последний год в бизнес-логике.
- Экспертная рекомендация от руководителя или коллеги (опыт совместной работы не менее года).
- Подтверждение репутации среди сотрудников (граммоты, благодарности, победы во внутренних конкурсах и тд)..

• **Проявленность в сообществе и внешнее признание (не менее 2 из 3):**

- Известность в сообществе: награды, публикации, блог, выступления на конференциях.
- Развитие профессии вне компании: менторство, преподавание, участие в ассоциациях, проекты.
- Известность в сообществе ИнтерКомм: член жюри/номинант премии, спикер конференций, преподавание в Центре компетенций.

Второй этап – балльная оценка на защитах

Самопрезентация по трем критериям (по 10 баллов каждый, максимум 30). Итоговый балл – среднее арифметическое от жюри. Победитель – с наивысшим баллом.

• **Лидерство и видение (до 10 баллов):**

Как номинант определяет роль функции внутренних коммуникаций, её настоящее и будущее? Есть ли стратегическое видение? Какую систему он строит? Видна ли долгосрочная логика, а не реакция на запросы? Как номинант развивает свою команду, чтобы вывести функцию на следующий уровень развития внутри компании?

• **Влияние и результаты (до 10 баллов):**

Какой вызов стоял перед номинантом и как он с ним справился? Какими результатами гордится больше всего? Как деятельность номинанта влияет на отрасль? Какой вклад он сделал в развитие индустрии?

• **Качество защиты (до 10 баллов):**

Говорит ли номинант ясно, структурно и по делу? Выдержан ли тайминг? Чувствуется ли увлечённость профессией и энергия лидера? Убедителен ли номинант? Складывается ли цельный образ по итогам выступления?

10.2.2 Номинация «Открытие года»

Первый этап – отбор в шорт-лист

Жюри оценивает заявки по формальным критериям. Для включения в шорт-лист номинант должен соответствовать всем пунктам «Профессионального профиля» и не менее двум из трех пунктов в разделах «Профессиональные достижения и внутреннее признание», «Потенциал и стремление к развитию». Оценка бинарная («шорт / не шорт»), в шорт-лист проходят номинанты по простому большинству голосов.

1. Профессиональный профиль (входной фильтр, все пункты обязательны)

- Опыт работы в индустрии внутренних коммуникаций, корпоративной культуры или бренда работодателя – не менее 5 лет
- Должность уровня руководителя отдела или направления
- В зоне ответственности номинанта – команда или направление работы, за которое он отвечает самостоятельно

2. Профессиональные достижения и внутреннее признание (2 из 3)

- Наличие значимых достижений за последний год в бизнес-логике
- Экспертность номинанта подтверждается его руководителями и/или внутренними заказчиками (приложено рекомендательное письмо или характеристика от руководителя или коллеги с опытом совместной работы от года)
- Подтверждение репутации среди сотрудников (грамоты, благодарности, победы во внутренних конкурсах и тд)..

3. Потенциал и стремление к развитию (2 из 3)

- Номинант активно развивается в профессии: проходит обучение, осваивает новые инструменты, берёт на себя задачи за пределами прямых обязанностей
- Номинант формулирует профессиональные цели и видение своего развития в индустрии
- Номинант готов выходить на профессиональную сцену: подавал заявки на премии, участвовал в профессиональных мероприятиях, проявлял инициативу в сообществе

Второй этап – балльная оценка на защитах

Самопрезентация по трем критериям (по 10 баллов каждый, максимум 30). Итоговый балл – среднее арифметическое от жюри. Победитель – с наивысшим баллом.

- Карьерный трек и амбиции (до 10 баллов):
Что мотивирует номинанта в профессии? Почему он выбирает внутренние коммуникации? Какие профессиональные цели номинант ставит перед собой и какие конкретные шаги предпринимает для их достижения? В чём суперсила номинанта? За что его ценят в команде и что делает его уникальным специалистом?
- Влияние и результаты (до 10 баллов):
Какой вызов стоял перед номинантом в этом году, как он с ним справился и чему научился? В чём он превзошёл «себя вчерашнего»? Как деятельность номинанта влияет на его компанию? Что изменилось благодаря ему? Какую репутацию номинант построил внутри своей компании? Является ли он тем, к кому обращаются коллеги из других подразделений за экспертизой и поддержкой?
- Качество защиты (до 10 баллов):
Говорит ли номинант ясно, структурно и по делу? Выдержан ли тайминг? Чувствуется ли увлечённость профессией и энергия? Убедителен ли номинант? Складывается ли цельный образ по итогам выступления?

10.2.3 Команда года

Первый этап – отбор в шорт-лист

На первом этапе жюри оценивает заявку по формальным признакам. Цель – отобрать в шорт-лист команды, чья зрелость, состав и признание соответствуют позиционированию номинации. Для прохождения в шорт-лист команда должна удовлетворять всем пунктам критерия «Командный состав» и хотя бы двум из трёх пунктов в каждом из критериев «Зрелость функции» и «Признание».

Первый этап оценивается бинарно, «шорт / не шорт», без балльной оценки. В шорт-лист проходят команды, набравшие наибольшее число оценок «шорт» простым большинством голосов по критериям:

Командный состав

- Команда состоит минимум из 2 (двух) человек
 - Представлены участники с разными специализациями и ролями – лидер, профильные специалисты, специалисты из кросс-функций. Состав описан в заявке: личности, специализации, распределение зон ответственности
-

- Ядро команды – инхаус. Агентства и подрядчики могут быть описаны как партнеры, но не заменяют собственную команду

Зрелость функции

- Наличие собственной формализованной стратегии функции, выстроенной от стратегии бизнеса
- Функция описана и легализована внутри компании: есть положение или регламент
- Есть измеримые KPI и зафиксированные цели на год. Команда может показать результаты своей работы в бизнес-логике: влияние на вовлечённость, текучесть, eNPS, бизнес-показатели

Внутреннее и внешнее признание

- Команда имеет сильную репутацию внутри компании. В заявке отражена обратная связь от коллег: руководителей, смежных подразделений и представителей основных целевых аудиторий команды
- Команда известна экспертам отрасли. К заявке приложена рекомендация от члена жюри или оргкомитета Премии ИнтерКомм
- Команда заявлена в профсообществе. В заявке отражены публичные достижения команды или её участников: награды, выступления, экспертные публикации

Второй этап – балльная оценка на защитах

Второй этап – защита, онлайн-встреча, состоящая из трёх обязательных блоков:

- Самопрезентация (7 минут) – команда показывает свою идентичность, ценности, динамику.
- Вопросы жюри (3 минуты).
- Ситуационный тест (5 минут на обсуждение + по 3 минуты на ответ) – единая задача для всех команд, без «правильного» ответа. Оценивается мышление в неопределённости и соответствие заявленным принципам.

Критерии оценки второго этапа Команды года

Критерии оценки второго этапа равны по весу и разделены на три группы:

- Командная идентичность – аутентичность, ценности, динамика.
- Достижения и вызовы – бизнес-результаты, пережитый вызов, уроки.
- Качество защиты – ясность, энергия, мышление в неопределённости.

Баллы выставляются по каждому критерию (максимум 10), итог – среднее арифметическое. Победитель определяется по наивысшему баллу.

10.3 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 <https://award.intercomm.media/>.

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 ИнтерКомм представлена на официальном сайте: award.intercomm.media.
-