

ФАРА 2022

ТВОРЧЕСКИ ФЕСТИВАЛ КАТЕГОРИИ

08-11.06.

ПЛОДЦА

гр. Пловдив



БЪЛГАРСКАТА АСОЦИАЦИЯ НА
КОМУНИКАЦИОННИТЕ АГЕНЦИИ

фара

ФАРА 2022

СРОКОВЕ

ПЕРИОД НА
КАМПАНИИТЕ

01.01.2021 - 20.04.2022

КРАЕН СРОК ЗА
ПОДАВАНЕ НА ЗАЯВКИ

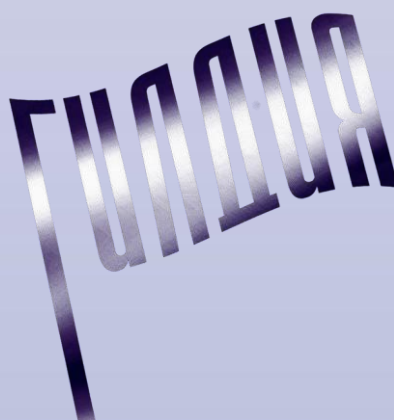
21 април 2022

ФАРА 2022

8 - 11 юни 2022

ЦЕРЕМОНИЯ

11 юни 2022



ФАРА 2022

РЕГЛАМЕНТ

СЕКЦИЯ STORYTELLING

Категория
FILM & AUDIO

Ново!
Категория
STORYTELLING &
FILM CRAFT

Категория
BRAND
ACTIVATION

Категория
БРАНД
АДАПТИВНОСТ

СЕКЦИЯ CRAFT

Категория
CRAFT

Категория
ИДЕНТИЧНОСТ

Категория
ПРИНТ

СЕКЦИЯ TACTICS

Категория
DIGITAL

Категория
КРЕАТИВНО
ИЗПОЛЗВАНЕ
НА МЕДИЯ

Ново!
Категория
TOPICAL AND
REAL TIME
MARKETING

СЕКЦИЯ GRAND JURY

Категория
INNOVATION

Категория
КАМПАНИЯ

GRAND PRIX

СЕКЦИЯ STORYTELLING

КАТЕГОРИЯ: FILM & AUDIO

**Подкатегория:
ТВ реклама и кинореклама – Стоки**

**Подкатегория:
ТВ реклама и кинореклама – Услуги**

**Подкатегория:
Други филмови форми**

**Подкатегория:
ТВ реклама, кинореклама и други филмови
форми - Социална, медийна, политическа**

**Подкатегория:
Радио реклама**

СЕКЦИЯ STORYTELLING

КАТЕГОРИЯ: FILM & AUDIO

Подкатегория: ТВ реклама и кинореклама – Стоки

Подкатегория: ТВ реклама и кинореклама – Услуги

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат рекламни форми (клипове, спонсорства, бъгове, заставки и други подобни), излъчвани в телевизионен ефир и/или в киносалон. Една и съща филмова форма може да участва само веднъж, независимо дали е била излъчвана и в телевизионен ефир, и в киносалон.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журието оценява: (1) творческата идея; (2) степента, в която творческата идея кореспондира с бранда; (3) качество на изпълнение.

[ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ](#)

Задължително: видео файл с рекламния клип с продължителността, с която е бил излъчван.

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: FILM & AUDIO

Подкатегория: Други филмови форми

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат онлайн видео форми, viral видео форми, филмови форми от събития и други подобни, излъчвани с рекламна цел. В категорията могат да се подават заявки за филмови форми без оглед на тяхната дължина, ако не са били излъчвани по ТВ или в киносалон, или филмови форми с дължина над 60", ако са били излъчвани по ТВ или в киносалон.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журието оценява: (1) творческата идея; (2) степента, в която творческата идея кореспондира с бранда; (3) реализацията на творческата идея в конкретната рекламна форма. При оценяването на заявките журието ще даде предимство на форми, специално създадени за съответната платформа.

[ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ](#)

Задължително: видео материал с времетраене до 3 минути;

По желание на агенцията: видео материал с пълното времетраене на филмовата форма.

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ STORYTELLING

КАТЕГОРИЯ: FILM & AUDIO

Подкатегория: ТВ реклама, кинореклама и други филмови форми/ Социална, медийна, политическа

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат рекламни форми, излъчвани в телевизионен ефир и/или в кинозалон, както и онлайн видео форми, viral видео форми, филмови форми от събития и други подобни, излъчвани с рекламна цел. В категорията могат да се подават заявки за филмови форми без оглед на тяхната дължина.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) творческата идея; (2) степента, в която творческата идея кореспондира с бранда; (3) реализацията на творческата идея в конкретната рекламна форма. При оценяването на заявките журито ще даде предимство на форми, специално създадени за съответната платформа.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: (за ТВ реклама и кинореклама) видео файл с рекламния клип с продължителността, с която е бил излъчван; (за други филмови форми) видео материал с времетраене до 3 минути; По желание на агенцията: видео материал с пълното времетраене на филмовата форма.

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: FILM & AUDIO

Подкатегория: Радио реклама

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат креативни ефирни и онлайн радиоформати.

НАСОКИ

Радио клипове, радио спонсорства, радио игри и други форми, излъчвани в радио ефир или в онлайн разпространявани радиостанции

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) творческата идея; (2) степента, в която творческата идея кореспондира с бранда; (3) реализацията на творческата идея в аудио формат.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: аудио файл

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

Аудио материалът, подаден за конкурсната програма

СЕКЦИЯ STORYTELLING

НОВО!
КАТЕГОРИЯ: STORYTELLING & FILM CRAFT

Ново! Подкатегория:
Copywriting & Storytelling

Ново! Подкатегория:
Кинематография

Ново! Подкатегория:
Музыка и саунд дизайн

СЕКЦИЯ STORYTELLING

КАТЕГОРИЯ: STORYTELLING & FILM CRAFT

Подкатегория: Copywriting & Storytelling

ОПИСАНИЕ

В тази категория влиза всяко използване на текст с рекламна цел, независимо от вида медиа.

НАСОКИ

В тази подкатегория влизат телевизионни и онлайн клипове, дигитални текстове, аудитор реклама, радио реклама, текстове в уебсайт и други типове на кратък текст и сторителинг.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) творческото изпълнение на идеята в рекламен текст и сторителинг; (2) оригиналност; (3) иновативност.

[ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ](#)

Задължително: материал, отговарящ на изискванията за съответния вид медиа: видео материал, аудио файл, цветна разпечатка на публикувания/реализирания материал.

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: STORYTELLING & FILM CRAFT

Подкатегория: Кинематография

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат телевизионни клипове, онлайн клипове и други филмови форми.

НАСОКИ

Взимат се предвид синергията между идея, режисура, осветление, операторско майсторство, художествено оформление, кастинг, кюстюми, актьорско майсторство и други елементи, които обслужват творческото изпълнение.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) творческото изпълнение; (2) релевантността на използваните техники към творческата идея и бранд; (3) иновативност; (4) качеството на изпълнение; (5) оригиналност.

[ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ](#)

Задължително: видео материал с времетраене до 3 минути;

По желание на агенцията: видео материал с пълното времетраене на филмовата форма

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ STORYTELLING

КАТЕГОРИЯ: STORYTELLING & FILM CRAFT

Подкатегория: Музика и саунд дизайн

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат всички рекламни форми, които използват музика, звуци и саунд дизайн като самостоятелна форма, основа или част от творческото изпълнение.

НАСОКИ

Телевизионни клипове, аудио реклама, дигитална реклама, подкасти, аутдор и други.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) творческото изпълнение и оригиналност; (2) релевантността на използваните музика, аудио или звуци към творческата идея и бранд; (3) техническото изпълнение; (4) качеството на изпълнение; (5) оригиналност.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: оригиналният материал на творческото изпълнение и/или видео материал с времетраене до 3 минути

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

Материалът, подаден за конкурсната програма

СЕКЦИЯ STORYTELLING

КАТЕГОРИЯ: BRAND ACTIVATION

**Подкатегория:
Live**

**Подкатегория:
Direct**

**Подкатегория:
Ambient & Guerrilla Marketing**

СЕКЦИЯ STORYTELLING

КАТЕГОРИЯ: BRAND ACTIVATION

Подкатегория: Live

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат всички видове събитиен маркетинг, корпоративни събития, търговски и други конференции и всички видове събития с рекламна цел. LIVE е преживяване, свързано с марката, което се случва на живо, като самостоятелно събитие или като част от друго събитие - фестивал, концерт, спортна проява, B-to-B събитие и др.

НАСОКИ

Промоции, маркетингови събития, корпоративни събития, търговски и други конференции, streaming; в това число влизат инсталации, продуктови демонстрации, търговски презентации, pop-up формати

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) цялостна творческа концепция; (2) степента, в която идеята кореспондира с бранда; (3) пространствено и графично оформление; (4) консистентност на отделните елементи.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: презентация на живо или видео материал с времетраене до 3 минути

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ , НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: BRAND ACTIVATION

Подкатегория: Direct

ОПИСАНИЕ

В подкатегорията се допускат всички форми на директна комуникация или инициативи, които предизвикат моментална реакция и са насочени персонално към конкретен потребител или лимитирана група от хора.

НАСОКИ

Директен мейлинг, употреба на интерактивни технологии, гласови активации и всякакви други форми на директен контакт с потребителя

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява (1) степента, в която творческата идея ангажира целевата аудитория и допринася за получаването на обратна връзка; (2) степента, в която конкретната реализация на идеята предизвиква желаната реакция.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: презентация на живо или видео материал с времетраене до 3 минути

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ , НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ STORYTELLING

КАТЕГОРИЯ: BRAND ACTIVATION

Подкатегория: Ambient & Guerilla Marketing

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат всички рекламни форми, които са специално проектирани и създадени за конкретната среда и момент (т.е. за които не са използвани стандартно съществуващи и възможни за наемане медиа канали) и всички форми на герила маркетинг. В тази категория не се допускат стандартно съществуващи и възможни за наемане рекламни форми.

НАСОКИ

Конструкции, носители, инсталации, изложби, знаци, табелки, балони, мини модели, подаръци, гравирани на нестандартни повърхности и всички форми на герила маркетинг

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) как творческата идея кореспондира с използваната среда/момент за достигане до целевата аудитория; (2) как избраният подход и конкретна реализация комуникира посланията на бранда.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: презентационно табло (до 3 табла за една заявка);

Препоръчително: видео материал с времетраене до 3 минути

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

Ключова визия на материала към заявката

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

Изображения в GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела.

СЕКЦИЯ STORYTELLING

КАТЕГОРИЯ: БРАНД АДАПТИВНОСТ

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат всички рекламни форми, които променят образа, дейността или продукт на бранда в отговор на непредвидена социална/пазарна ситуация.

НАСОКИ

Кампании, активации или самостоятелни комуникационни продукти, които свидетелстват за промяна на бранда в имиджово, продуктово или бизнес отношение. Допустими са всички комуникационни канали и техники, включително видео, социални медии, digital и др.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) Творческата идея; (2) Бранд релевантност; (3) Степента на социално/институционално/пазарно взаимодействие на идеята с представената ситуация; (4) Гъвкавост на бранда/компанията.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: видео материал с времетраене до 3 минути

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

Ключова визия на материала към заявката

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

(1) видео материалът, подаден за конкурсната програма. (2) изображения в GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела.

СЕКЦИЯ CRAFT

КАТЕГОРИЯ: CRAFT

Подкатегория:
Art Direction

Ново! Подкатегория:
Илюстрация

Ново! Подкатегория:
Типография

Ново! Подкатегория:
Фотография

Ново! Подкатегория:
Анимация

Ново! Подкатегория:
Пространствен дизайн (събития, изложби)

СЕКЦИЯ CRAFT

КАТЕГОРИЯ: CRAFT

Подкатегория: Art Direction

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат всички видове статични (печатни и дигитални) материали, единични или в серии. Не се допускат заявки, които включват анимационни филмови форми или скрийн шотове от анимационни филмови форми илюстрации.

НАСОКИ

Заявка, подадена в категория "Art Direction", не може да участва в категория "Бранд материали".

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: концепция, почерк, техника и как те допринасят за марката, за която е създадена. Друг критерий е новаторство и естетическа различност. Оценката не е формален сбор от всички критерии, но водещите два са оригиналност, отнесена към целта на марката, и естетическа отличимост.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: презентационен борд и цветни разпечатки на публикувания/реализирания материал (общо до 6 табла за една заявка);

препоръчително: екземпляр от материала, пригоден за експозиция;

по желание на агенцията: видео материал с времетраене до 3 минути

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: CRAFT

Подкатегория: Илюстрация

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат една или серия илюстрации, създадени с комуникационна цел (стока, услуга или социална кауза).

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: концепция, почерк, техника и как те допринасят за марката, за която е създадена. Друг критерий е новаторство и естетическа различност. Оценката не е формален сбор от всички критерии, но водещите два са оригиналност, отнесена към целта на марката, и естетическа отличимост.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: цветна разпечатка на публикувания/реализирания материал или серия (до 6 табла за една заявка)

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ CRAFT

КАТЕГОРИЯ: CRAFT

Подкатегория: Типография

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат една или серии летъринг, шрифт и други разнообразни типографски решения, включително анимирани.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: типографската концепция, почерк и как те допринасят за марката, за която са създадени. Друг критерий е новаторство и естетическа различност. Оценката не е формален сбор от всички критерии, но водещите два са оригиналност, отнесена към целта на марката, и естетическа отличимост.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: цветна разпечатка на публикувания/реализирания материал или серия (до 6 табла за една заявка)

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: CRAFT

Подкатегория: Фотография

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат една или серия рекламни фотографии, създадени за стока, услуга или социална кауза.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: фотографската концепция, почерк, техника и как те допринасят за марката, за която са създадени. Друг критерий е новаторство и естетическа различност. Оценката не е формален сбор от всички критерии, но водещите два са оригиналност, отнесена към целта на марката, и естетическа отличимост.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: цветна разпечатка на публикувания/реализирания материал или серия (до 6 табла за една заявка)

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ CRAFT

КАТЕГОРИЯ: CRAFT

Подкатегория: Анимация

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат една или серии анимации, 2D или 3D, създадени с рекламна цел.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: художествената концепция, почерк, техника и как те допринасят за марката, за която са създадени. Друг критерий е новаторство и естетическа различност. Оценката не е формален сбор от всички критерии, но водещите два са оригиналност, отнесена към целта на марката, и естетическа отличимост.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: видео материал с времетраене до 3 минути; по желание на агенцията: видео материал с пълното времетраене на филмовата форма

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: CRAFT

Подкатегория: Пространствен дизайн

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат дизайн на събития, изложби и други пространствени решения, създадени с рекламна цел.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: художествената концепция, отнесена към марката или кампанията, за която е създадена по отношение на пространственото и визуално решение. Друг критерий е новаторство и естетическа различност. Оценката не е формален сбор от всички критерии, но водещите два са оригиналност, отнесена към целта на марката, и естетическа отличимост.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: презентационно табло (до 3 табла за една заявка); препоръчително: видео материал с времетраене до 3 минути

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ CRAFT

КАТЕГОРИЯ: ИДЕНТИЧНОСТ

**Подкатегория:
Бранд идентичност**

**Ново! Подкатегория:
Лого**

**Ново! Подкатегория:
Ребрандинг**

**Ново! Подкатегория:
Бранд материали**

**Подкатегория:
Дизайн на опаковки**

СЕКЦИЯ CRAFT

КАТЕГОРИЯ: ИДЕНТИЧНОСТ

Подкатегория: Бранд идентичност

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат цялостни концепции за изграждане на марка без ограничение на елементите ѝ и каналите на марката. Могат да участват принт, дигитални, видео и интерактивни елементи.

НАСОКИ

В категорията могат да участва разнообразни по състав на графични и текстове елементи. Например - концепции, които включват създаване на име, лого и графично поведение на марката или такива, които развиват идентичността ѝ.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: цялостния подход на графичната система, разбиране и интерпретация на марката, как концепцията прави тази марка различна, хомогенност и логичност на концепцията, оригиналност, интерпретация на маркетинговия контекст.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: презентационен борд и цветни разпечатки на публикувания/реализирания материал (общо до 6 табла за една заявка); препоръчително: мостри, пригодени за експозиция; по желание на агенцията: видео материал с времетраене до 3 минути

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: ИДЕНТИЧНОСТ

Подкатегория: Лого

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат лога и логотипи, единично или в серия, представящи даден бранд.

НАСОКИ

В категорията могат да участва лога и логотипи, придружени от слоган по желание и анимация на лого/логотипа.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: посланието, въздействието на символа и графичната му интерпретация, синтеза на идея и графика и крайния резултат, неговата адекватност към бизнеса, за който е създаден, различното или новото в подхода.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: презентационен борд и цветни разпечатки на публикувания/реализирания материал (общо до 6 табла за една заявка)

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ CRAFT

КАТЕГОРИЯ: ИДЕНТИЧНОСТ

Подкатегория: Ребрандинг

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат логота и логотипи, бранд идентичности и други бранд материали, показващи качествено развитие и приемственост в промяната на марката.

НАСОКИ

В категорията могат да участват както име и/или лого, така и цялостни концепции за бранд идентичност.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: контекст и графичната интерпретация на марката на базата на преди и след. Как марката става графично по-съвременна. Смеслова адекватност спрямо заявения контекст. Развитието на елементите на марката, ако става дума за графична система.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: презентационен борд и цветни разпечатки на публикувания/реализирания материал (общо до 6 табла за една заявка).

***Необходимо да има информация за контекста и бранд целите на редизайна.**

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: ИДЕНТИЧНОСТ

Подкатегория: Бранд материали

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат самостоятелни бранд материали.

НАСОКИ

Корпоративни материали като визитка, бланка, папка, брошура, каталози, бранд бук, плакати типографски решения и други.

Заявка, подадена в категория "Бранд материали", не може да участва в категория "Art Direction".

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: графичното постижение на конкретния материал в рамката на идентичността, за която е създаден.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: 1) презентационен борд и цветни разпечатки на публикувания/реализирания материал (общо до 6 табла за една заявка); (2) мостри, пригодени за експозиция.

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ CRAFT

КАТЕГОРИЯ: ИДЕНТИЧНОСТ

Подкатегория: Дизайн на опаковки

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат опаковка или серии опаковки.

НАСОКИ

Опаковки от всякакъв характер, например масови, нишови или бутикови опаковки.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: контекст, цел, къде и как аудиторията вижда опаковката. Графичен дизайн и/или структурен дизайн и функционалност. Графичното постижение в рамката на контекста и целите на марката. Как опаковката комуникира с аудиторията си: на рафта и в дома. Друг критерий е новаторство и естетическа различност. Оценката не е формален сбор от всички критерии.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: (1) презентационен борд и цветни разпечатки на публикувания/реализирания материал (общо до 6 табла за една заявка); (2) мостри, пригодени за експозиция.

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: ПРИНТ

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат ключови визии, създадени за принт издания, външна, вътрешна и онлайн реклама.

НАСОКИ

- В тази подкатегория влизат:
1. Ключови визии, създадени за външна реклама като: билборди, ракети, мешове, калкани, плакати, спирки, градски транспорт, други.
 2. Ключови визии, създадени за публикуване във вестници, списания и/или други тиражни печатни издания.
 3. Ключови визии, създадени за вътрешна реклама като free cards, табели, ескалатори, асансьори и други подобни.
 4. Ключови визии, създадени за онлайн реклама като уебсайтове, онлайн списания, социални медии, стрийминг платформи и други.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) творческата идея; (2) степента, в която творческата идея кореспондира с посланията на бранда; (3) реализацията на идеята в конкретната рекламна форма; (4) степента, в която творческата идея ангажира вниманието на аудиторията в конкретната среда.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: цветна разпечатка на публикувания/реализирания материал или серия (до 6 табла за една заявка)

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ TACTICS

КАТЕГОРИЯ: DIGITAL

Подкатегория:
Уебсайтове и мобилни приложения

Подкатегория:
Онлайн реклама

Подкатегория:
Социални медии

Ново! Подкатегория:
Инфлуенсър маркетинг

Ново! Подкатегория:
Engagement

Подкатегория:
Digital Craft

Подкатегория:
Други аудио форми на реклама

СЕКЦИЯ TACTICS

КАТЕГОРИЯ: DIGITAL

Подкатегория: Уебсайтове и мобилни приложения

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат всички собствено принадлежащи дигитални форми и формати (owned media).

НАСОКИ

В тази подкатегория влизат уебсайтове, микросайтове, блогове, лендинг страници, промоционални сайтове, приложения и игри за мобилни устройства и други подобни.

КАТЕГОРИЯ: DIGITAL

Подкатегория: Онлайн реклама

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат всички стандартно наети дигитални форми и формати (bought media).

НАСОКИ

В тази подкатегория влизат банери, брендиране на сайтове, мобилен маркетинг и други подобни.

КАТЕГОРИЯ: DIGITAL

Подкатегория: Социални медии

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат всички дигитални форми и формати, използващи социалните мрежи (earned media).

НАСОКИ

В тази подкатегория влизат социални медии (включително еднократни постове), онлайн PR и други подобни.

За Уебсайтове и мобилни приложения, Онлайн реклама и Социални медии

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журието оценява: (1) творческата идея; (2) степента, в която творческата идея кореспондира с посланията на бранда; (3) реализацията на творческата идея в конкретна рекламна форма; (4) постигнатите резултати. Заявките в тази категория задължително трябва да съдържат информация от релевантна за съответната форма метрика като, но не само: уникални посетители, брой гледания, брой кликове, брой лайкове/коментари/реакции, обхват и други подобни.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: видео материал с времетраене до 3 минути

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ TACTICS

КАТЕГОРИЯ: DIGITAL

Подкатегория: Инфлуенсър маркетинг

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат всички рекламни кампании, които използват изключително или основно influencer marketing. Кандидатурите следва да включват приоритетно използване на техните дигитални канали като основа за развитие на творческата идея. В подкатегорията не попадат кампании, които използват известни личности.

НАСОКИ

В тази подкатегория влизат всички дигитални кампании, които използват изключително дигиталните канали на инфлуенсъри.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) Творческата идея; (2) Степента, в която творческата идея кореспондира с посланието на бранда; (3) Реализацията на творческата идея чрез използване на инфлуенсъри; (4) Постигнати резултати. Заявките в тази категория задължително трябва да съдържат информация от релевантна за съответната форма метрика като, но не само: уникални посетители, брой гледания, брой кликове, брой лайкове/коментари/реакции, обхват и други подобни.

[ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ](#)

Задължително: видео материал с времетраене до 3 минути

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: DIGITAL

Подкатегория: Engagement

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат всички рекламни форми, които имат за цел ангажираност на потребителите в дигитална среда по стойностен за бранда или организацията начин. Основна цел на кампаниите трябва да целят създаване на съдържание или друг тип ангажираност от крайния потребител.

НАСОКИ

В тази подкатегория влизат всички дигитални форми и формати, които имат за цел ангажираност.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) Творческата идея; (2) Степента на бранд релевантност при ангажираността ; (3) Художествено и текстово оформление; (4) Постигнати резултати Заявките в тази категория задължително трябва да съдържат информация от релевантна за съответната ангажираност, но не само: уникални посетители, брой гледания, брой създадени клипове, брой лайкове/коментари/реакции и други.

[ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ](#)

Задължително: видео материал с времетраене до 3 минути

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ TACTICS

КАТЕГОРИЯ: DIGITAL

Подкатегория: Digital Craft

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат всички уебсайтове и мобилни приложения, като фокусът е върху визуалното изпълнение и потребителското изживяване.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Основните елементи, по които журито оценява: (1) Потребителско изживяване и навигация (2) Естетическо качество на отделните елементи на изпълнение (графичен интерфейс и дизайн, илюстрация, видео и анимация, типография) ВАЖНО: Журирането става индивидуално, след което резултатите са обсъждани на живо.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: видео материал с времетраене до 3 минути

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: DIGITAL

Подкатегория: Други аудио форми на реклама

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат други онлайн аудио форми.

НАСОКИ

В тази подкатегория влизат: подкасти, spotify formats, audio signatures, и др.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява; (1) творческата идея; (2) степента, в която творческата идея кореспондира с бранда; (3) реализацията на творческата идея в аудио формат.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: аудио файл

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

Аудио материалът, подаден за конкурсната програма

СЕКЦИЯ TACTICS

КРЕАТИВНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИА

**Подкатегория:
Креативно използване на
съществуващи формати**

**Подкатегория:
Брандирано съдържание в медиите**

СЕКЦИЯ TACTICS

КАТЕГОРИЯ: КРЕАТИВНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИА

Подкатегория: Креативно използване на съществуващи формати

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат всички рекламни форми, които могат да бъдат използвани по различен от общоприетия начин в стандартно съществуващи и възможни за стандартно наемане медии.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) Как творческата идея кореспондира с използваната медия; (2) Как използваната медия кореспондира с посланията на бранда. При равни други условия, журито ще даде предимство на тези заявки, при които са демонстрирани измерими резултати от комуникацията.

[ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ](#)

Задължително: (1) презентационно табло (1 табло за една заявка); (2) видео материал с времетраене до 3 минути.

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

КАТЕГОРИЯ: КРЕАТИВНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИА

Подкатегория: Брандирано съдържание в медиите

ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат всички рекламни форми, в които е налице интегриране на бранд в програмно съдържание или платформа: спонсорство на предаване (без спонсорските заставки/опашки), продуктово позициониране, native реклама, дигитално съдържание и други подобни.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) Избора на адекватна медия за създаване на конкретното брандирано съдържание; (2) Творческата идея; (3) Степента, в която брандираното съдържание допринася за ангажирането на целевата аудитория.

[ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ](#)

Задължително: (1) презентационно табло (1 табло за една заявка); (2) видео материал с времетраене до 3 минути.

ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ [ТУК](#).

СЕКЦИЯ TACTICS

Ново! КАТЕГОРИЯ: TOPICAL AND REAL TIME MARKETING

ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат всички рекламни форми в социални медии, които реагират на значимо събитие за обществото или определена целева група в реално време. Кампаниите трябва да представляват добри практики за влизане в разговора на момента и въвличането на бранда по адекватен и ефективен начин.

НАСОКИ

В тази подкатегория влизат всички дигитални форми и формати, използващи социалните мрежи. **Заявки, подадени в тази категория, не могат да участват в подкатегория Социални медии.**

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) Творческата идея; (2) Степента на бранд релевантност ; (3) Художествено и текстово оформление; (4) Постигнати резултати. Заявките в тази категория задължително трябва да съдържат информация от релевантна за съответната форма метрика като, но не само: уникални посетители, брой гледания, брой кликове, брой лайкове/коментари/реакции, обхват и други подобни.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: видео материал с времетраене до 3 минути

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

Ключова визия на материала към заявката

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

Видео материалът, представен в конкурсната програма

СЕКЦИЯ GRAND JURY

КАТЕГОРИЯ: INNOVATION

ОПИСАНИЕ

Тази категория обединява /1/ иновативни приложения на технологии, /2/ продуктови иновации, създадени като отговор на бизнес или потребителски потребности, както и /3/ технологични нововъведения, които самостоятелно, или като част от кампания се асоциират с бранд комуникация. Оценяват се иновативността в подхода и реализацията, които надхвърлят разбирането за класическа рекламна идея и добавят стойност към бранда, благодарение на уместна употреба на иновация, функционалност, послание или ефект.

НАСОКИ

Иновативни приложения на технологии – работа с вече съществуващи технологии, които се прилагат по иновативен и съобразен с нуждите на бранд комуникацията начин.
Продуктови иновации, създадени като отговор на бизнес или потребителски потребности – тип “промяна в продукта в резултат на потребителско поведение“, не говорим за класическа продуктова иновация. Технологични нововъведения, които самостоятелно, или като част от кампания се асоциират с бранд комуникация – тук влизат всички по-радикални или дъсърптив иновации, създадени като прототипии внедрени чрез бранд комуникация; технологичната страна на иновацията.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) Иновативност и оригиналност на подхода; (2) Адекватност спрямо посланията на бранда; (3) Реализация и качество на изпълнение.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: (1) видео презентация до 3 минути;
(2) (по възможност) мостра, прототип или демонстрация.

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

Ключова визия на материала към заявката

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

(1) видео материалът, подаден за конкурсната програма. (2) изображения в GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела

СЕКЦИЯ GRAND JURY

КАТЕГОРИЯ: КАМПАНИЯ

**Подкатегория:
Кампания - Стоки**

**Подкатегория:
Кампания - Услуги**

**Подкатегория:
Кампания - Социална, медийна, политическа**

СЕКЦИЯ GRAND JURY

КАТЕГОРИЯ: КАМПАНИЯ

Подкатегория: Кампания – Стоки

Подкатегория: Кампания – Услуги

Подкатегория:
Кампания - Социална, медийна, политическа

ОПИСАНИЕ

В тези категории влизат всички комуникационни кампании, чиито елементи са излъчени, публикувани и/или организирани до **20.04.2022** год. Под "кампания", за целите на ФАРА, се разбира набор от координирани помежду си творчески разработки, подчинени на една маркетингова стратегия и една идея и реализирани в поне 2 комуникационни канала от различен вид.

НАСОКИ

Допуска се участие на кампания, проведена изцяло онлайн - например във Facebook, Instagram, с чатбот, Spotify, etc. стига да включва повече от един отделен канал и да може да демонстрира специално разработени за формата творчески разработки.

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява: (1) Творческата концепция; (2) Степента, в която различните канали се допълват един друг при комуникиране посланията на бранда; (3) Качество на изпълнение, на отделните елементи за социални кампании журито се отнася с особено внимание.

ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

Задължително: видео материал с времетраене до 8 минути

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

Визии на материала към заявката (до 3 визии)

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

Изображения в GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела

СЕКЦИЯ GRAND JURY

GRAND PRIX (специална награда)

Журито по свое усмотрение може да определи и една рекламна форма или комуникационна кампания без оглед на категорията, която да бъде отличена с Голямата награда – „Grand Prix за най-добро постижение в българската реклама за годината и пример за подражание за гилдията“.

Връчването на Grand Prix не е задължително, а е пожелателно. Grand Prix се присъжда само и единствено, ако дадена заявка получи най-малко 80% (осемдесет на сто) одобрение от членовете на журито. Заявката не получава допълнителни точки в класацията „Творческа агенция на годината“.

Ако журито присъди Grand Prix, то съответната заявка ще бъде подадена за участие в международния фестивал Eurobest, а разходите за участието ще бъдат поети от Българската асоциация на комуникационните агенции.

ФАРА 2022

ВАЖНО!

* Заявка, подадена в категория "Art Direction", не може да участва в категория „Бранд материали“ (и обратно).

** Заявка, подадена в категория "Topical and Real Time Marketing", не може да участва в подкатегория „Социални медии“ (и обратно).

ВАЖНО!

Материалите не трябва да съдържат лого или информация за участника. Наличието на такива ще доведе до дисквалификация на заявката!

- Материалите се предават през онлайн система за подаване на заявки, с изключение на презентационни табла за изложбата на Фестивала.
- При качване на материали за участие в онлайн системата за подаване на заявки на ФАРА всеки материал трябва да бъде записан с име, съдържащо конкурсна категория, заглавие на рекламна форма / комуникационна кампания и име на участника.
- Всеки презентационен борд/табло/екземпляр на цветна разпечатка трябва да има етикет на обратната страна, съдържащ категорията, заглавието на рекламната форма и името на участника.

Моля, означете поредността на разпечатките!

- Моля, не поставяйте етикети върху мострите!
- Преди да бъдат представени на журито, заявките се разглеждат от Техническата комисия на Фестивала, която си запазва правото да премества, обединява или дисквалифицира заявки.

!!! Всяка заявка следва да бъде придружена от допълнителни материали съгласно посочените по-долу изисквания.

Допълнителните материали са **3 вида**: (1) **презентационни материали**, с които заявката се представя пред журито на Фестивала; (2) **материали за отпечатване** в специалното хартиено издание за Фестивала; (3) **материали за публикуване** на интернет сайта www.fara.bg.

ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ

➤ **видео материал:**

мин. резолюция 1024x768 при аспект 4:3 или 1280x720 (720p) при аспект 16:9, Quicktime MOV, компресия: h.264 , bitrate max 15Mbps, аудио uncompressed WAV или MP3 (min 128kbit / 44.1 kHz). Видео материалите се предават, записани на USB flash drive или с линк за сваляне от трансферен сървър/FTP сървър.

➤ **аудио файл с радио спот:**

uncompressed WAV или MP3 (min 128kbit / 44.1 kHz). Материалите се предават, записани на USB flash drive или с линк за сваляне от трансферен сървър/FTP сървър.

➤ **цветна разпечатка:**

разпечатка на публикувания/реализирания материал с размери до 420/270 мм, каширана централно на черен картон с размери 500/350 мм, дебелина до 250 гр.

Забележка: Моля, не използвайте пенокартон за разпечатките!

➤ **презентационен борд:**

борд, съдържащ ключовите визии на кандидатурата и кратко описание на идеята (до 100 думи). Текстът не трябва да съдържа технически термини. Презентационният борд трябва да е каширан на черен картон с размери 500/350 мм, дебелина до 250 гр.

Забележка: Моля, не използвайте пенокартон за презентационния борд!

➤ **презентационно табло:**

табло, съдържащо ключовите визии на кандидатурата и кратко описание (до 300 думи). Текстът не трябва да съдържа технически термини и трябва да опише (1) инсайт, стратегия и идея; (2) реализация; (3) използвани канали, като се описва и взаимодействието между тях.

Презентационното табло трябва да е каширано на черен картон с размери 500/350 мм, дебелина до 250 гр. **Забележка: Моля, не използвайте пенокартон за презентационното табло!**

ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ

Технически изисквания към материалите за отпечатване в специалното хартиено издание на Фестивала:

- (1) минимален размер на основата на изображението - 50 мм;
- (2) минимална резолюция - 250 dpi;
- (3) формат TIF – задължително изискване;
- (4) цветове в CMYK - задължително изискване.

Технически изисквания към материалите за публикуване на интернет сайта www.fara.bg:

- (1) видео материалите да са качени предварително в YouTube, като в процеса на създаване на заявката се поставя само линк към клипа.
- (2) аудио материалите да са качени в Soundcloud. Във видео материалите не трябва да се включват никакви елементи, за които участникът не притежава права (напр. музика)!

Материалите се предават през онлайн платформата за подаване на заявки

ФАРА 2022

ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ

СЕКЦИЯ: STORYTELLING / КАТЕГОРИЯ: FILM & AUDIO

ТВ реклама и кинореклама – Стоки

ТВ реклама и кинореклама – Услуги

Други филмови форми

ТВ реклама, кинореклама и други филмови форми - Социална, медийна, политическа

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

скрийншот от рекламната форма

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

видео материалът, подаден за конкурсната програма

СЕКЦИЯ: STORYTELLING / КАТЕГОРИЯ: STORYTELLING & FILM CRAFT

Copywriting & Storytelling

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

ключова визия на материала към заявката

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

материал според използваната медиа (видео материал, аудио материал или изображение)

Кинематография

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

скрийншот от рекламната форма

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

видео материалът, подаден за конкурсната програма

Музика и саунд дизайн

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

видео материалът, подаден за конкурсната програма

СЕКЦИЯ: STORYTELLING / КАТЕГОРИЯ: BRAND ACTIVATION

Live; Direct; Ambient & Guerilla Marketing

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА: ключова визия на материала към заявката

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

изображения в GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела

ФАРА 2022

ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ

СЕКЦИЯ: CRAFT / КАТЕГОРИЯ: CRAFT

Art Direction

Илюстрация

Типография

Фотография

Пространствен дизайн

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

визии на материала към заявката (до 3 визии)

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

изображения в GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела

СЕКЦИЯ: CRAFT / КАТЕГОРИЯ: CRAFT

Анимация

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

скрийншот от рекламната форма

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

видео материалът, подаден за конкурсната програма

СЕКЦИЯ: CRAFT / КАТЕГОРИЯ: ИДЕНТИЧНОСТ / ПРИНТ

Бранд идентичност

Лого

Ребрандинг

Бранд материали

Дизайн на опаковки

Принт

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

визии на материала към заявката (до 3 визии)

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

изображения в GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела

ФАРА 2022

ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ

СЕКЦИЯ: TACTICS / КАТЕГОРИЯ: DIGITAL

Уебсайтове и мобилни приложения

Онлайн реклама

Социални медии

Инфлуенсър маркетинг

Engagement

Digital Craft

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

ключова визия на материала към заявката

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

видео материалът, представен в конкурсната програма

СЕКЦИЯ: TACTICS / КАТЕГОРИЯ: КРЕАТИВНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИЯ

Креативно използване на съществуващи формати

Брандирано съдържание в медиите

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

ключова визия на материала към заявката

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

(1) видео материалът, подаден за конкурсната програма. (2) изображения в GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела

СЕКЦИЯ: TACTICS / КАТЕГОРИЯ: TOPICAL AND REAL TIME MARKETING

Topical and Real Time Marketing

МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

ключова визия на материала към заявката

МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

видео материалът, представен в конкурсната програма

ФАРА 2022

ТОЧКИ

| Отличие | Точки |
|------------------------------------|-------|
| Злато в категория | 15 |
| Серебро в категория | 7 |
| Бронз в категория | 3 |
| Финалист в категория | 1 |
| | |
| Злато в категория „Кампания“ | 20 |
| Серебро в категория „Кампания“ | 10 |
| Бронз в категория „Кампания“ | 5 |
| Финалист в категория „Кампания“ | 2 |