

ФАРА 2022

МЕДИЕН ФЕСТИВАЛ
КАТЕГОРИИ

08-11.06.

ГИЛАДИЯ

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

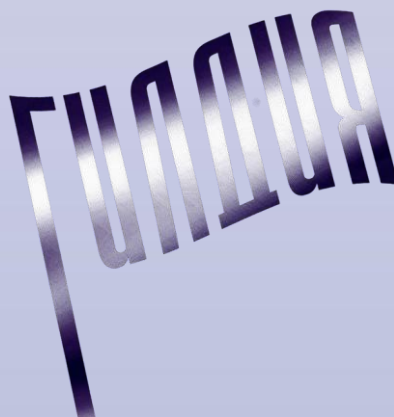
21 април 2022

ФАРА 2022

8 - 11 юни 2022

ЦЕРЕМОНИЯ

11 юни 2022



ФАРА 2022

А. МЕДИЙНА КАМПАНИЯ

I. СТОКИ

II. УСЛУГИ

III. НПО / БЛАГОТВОРИТЕЛНОСТ / ПОЛИТИЧЕСКА КАМПАНИЯ

В сектор «Медийна кампания» могат да участват кампании, включващи използването на поне 2 комуникационни канала от различен вид. Всички предоставени елементи на кампанията трябва да са били излъчени /публикувани, организирани/ до 20.04.2022.

Участниците ще бъдат оценявани на база инсайт и идея, стратегия и целеполагане, релевантен медиа микс и изпълнение. Медиа миксът трябва да демонстрира успешното интегриране на всеки избран медиа канал в кампанията, както и взаимовръзката между отделните канали - как се допълват и надграждат, за да предадат по успешен начин посланието на марката.

ФАРА 2022

В. КАНАЛИ – ТВОРЧЕСКИ ПОДХОД И ИНОВАЦИИ В КОНКРЕТЕН КАНАЛ

I. ИЗПОЛЗВАНЕ НА ТВ И ДРУГ ТИП ЕКРАНИ

Включва ТВ, video-on-demand платформи или други на доставчици на онлайн услуги. Друг тип екрани може да включва, но не само, touchscreen, динамични дигитални екрани, интерактивни екрани и адаптивни дисплеи (responsive displays).

II. ИЗПОЛЗВАНЕ НА АУДИО ПЛАТФОРМИ

Включва радио, подкасти и други аудио технологии.

III. ИЗПОЛЗВАНЕ НА ПРИНТ / ВЪНШНА РЕКЛАМА

Включва вестници, списания, вложки и специализирани издания. Външните канали включват традиционни билборди, ситилайтс, автобусни спирки и транспортна реклама, използваща стандартни рекламни пространства.

IV. ИЗПОЛЗВАНЕ НА АМБИЕНТ

Нестандартна вътрешна и външна реклама в свободен формат.

ФАРА 2022

В. КАНАЛИ – ТВОРЧЕСКИ ПОДХОД И ИНОВАЦИИ В КОНКРЕТЕН КАНАЛ

V. ИЗПОЛЗВАНЕ НА ДИГИТАЛНИ ПЛАТФОРМИ И МОБИЛНИ ТЕХНОЛОГИИ

Онлайн платформи или свързани технологии и използване на дигиталното пространство в медийна кампания. Това може да включва, но не само, уебсайтове, микросайтове, игри, търсачки, банер реклами и съобщения. Мобилни технологии включва смартфони, таблети, Bluetooth, SMS, MMS, WAP, GPS, мобилни игри, приложения и т.н. Кампании, реализирани основно в социални платформи, трябва да бъдат подадени за участие в категория „Използване на социални платформи“.

VI. ИЗПОЛЗВАНЕ НА СОЦИАЛНИ ПЛАТФОРМИ

Работа, която използва социалните медии, блогове, сайтове за видео споделяне, други с цел създаване или подобряване връзките с общност / потребители.

VII. ИЗПОЛЗВАНЕ НА ТЕХНОЛОГИИ

Използване на нови технологии за реализиране или в подкрепа на медийна кампания. Включва, но не само, AI, AR, VR, роботика, преносими и интерактивни технологии, др. НЕ включва прототипи в начален стадий на разработване.

ФАРА 2022

С. БРАНДИРАНО СЪДЪРЖАНИЕ И РАЗВЛЕКАТЕЛНИ ПРОГРАМИ

Заявките в тази категория ще бъдат оценявани на база успешното позициониране на съдържанието за взаимодействие с потребителите и достигането на измерими резултати. Моля, имайте предвид, че заявките в тази категория няма да бъдат оценявани на база съдържанието им, а въз основа на ролята на медията за създаване, подкрепяне и подсилване на съдържанието.

ФАРА 2022

EXCELLENCE IN MEDIA

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 – „Excellence in Media“.

Връчването на „Excellence in Media“ не е задължително, а е пожелателно. „Excellence in Media“ 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 „Медиа агенция на годината“. Ако журито присъди Голямата награда, 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

КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

40 % инсайт и идея
30% стратегия и целеполагане
30 % изпълнение

При подготовка на заявка за участие в Медийния фестивал акцентът следва да е върху медийното планиране, медийната стратегия и другите аспекти, които водят до медийното изпълнение.

Не е препоръчително да се представят материали, подготвени за участие в Творческия фестивал на ФАРА, в които акцентът е върху креативността за изпълнението.

Всяка заявка следва да бъде придружена от следните материали:

- (1) Писмено изложение за журито*;
- (2) Презентационно табло, визуализиращо заявката;
- (3) Видео презентация на заявката до 3 минути*;
- (4) Ключова визия от кампанията за публикуване в специалното издание за Фестивала*;
- (5) Линк на видео презентацията* и ключова визия* за сайта www.fara.bg

* Материалите се качват в онлайн системата за подаване на заявки.

ФАРА 2022

ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ПРЕЗЕНТАЦИОННИТЕ МАТЕРИАЛИ, С КОИТО ЗАЯВКАТА СЕ ПРЕДСТАВЯ ПРЕД ЖУРИТО НА ФЕСТИВАЛА

➤ Писмено изложение за журито

Изложението трябва да съдържа следните елементи:

- Предистория (до 150 думи):
Ситуация; Задание; Цели
- Опишете творческата идея/инсайта (до 150 думи):
Изследване и събиране на данни
- Опишете стратегията (до 150 думи):
 - ✓ Целева група (демографски данни за потребителите/индивиди/организации)
 - ✓ Подход
 - ✓ Медиа планиране
- Опишете изпълнението (до 150 думи)
 - ✓ Изпълнение
 - ✓ Медиа канали и интеграция
 - ✓ Времева линия
 - ✓ Мащаб
-

ФАРА 2022

ИЗИСКВАНИЯ КЪМ ПРЕЗЕНТАЦИОННИТЕ МАТЕРИАЛИ, С КОИТО ЗАЯВКАТА СЕ ПРЕДСТАВЯ ПРЕД ЖУРИТО НА ФЕСТИВАЛА

- **Презентационно табло** – визуална презентация на работата, включваща изображения и обобщено представяне на заданието, стратегията и изпълнението.

Таблото съдържа 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. 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!

- **Видео презентация на заявката до 3 минути** (за журито)

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 качват заедно със заявката за участие през онлайн платформата за подаване на заявки.

ФАРА 2022

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.
- (3) 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

ВАЖНО!

Заявките трябва да демонстрират креативното изпълнение на идеите чрез използване на медии. Работата трябва да е открояваща се чрез стратегия в използването на медийните канали, която да променя пазара, и да води до измерими резултати.

Една и съща заявка може да бъде подадена само в една категория в съответния сектор.

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 / медийната кампания и име на участника.

Всяко презентационно табло трябва да има етикет на обратната страна, съдържащ категорията, заглавието на рекламната форма и името на участника.

Не поставяйте логото на агенцията и/или етикети с информация за екипа върху лицевата страна на презентационното табло!

Преди да бъдат представени на журито, заявките се разглеждат от Техническата комисия на Фестивала, която си запазва правото да премества, обединява или дисквалифицира заявки.

ФАРА 2022

НАГРАДИ

Всяка рекламна форма или медийна кампания, която бъде селектирана за финалист или класирана на някое от призовите 3 места, носи точки на участника за крайното класиране във Фестивала.

При подаване на заявка от името на повече от една агенция, както и при посочени в заявката повече от една фирми като „Рекламодател” участниците следва предварително да са заявили пред Организатора в какво съотношение ще бъдат поделени спечелените точки.

Наградата „Медиа агенция на годината” се връчва на участника, събрал най-много точки от всички категории.

ФАРА 2022

ТОЧКИ

Отличие	Точки
Злато в категория	15
Сребро в категория	7
Бронз в категория	3
Финалист в категория	1
Злато в категория „Медийна Кампания“	20
Сребро в категория „Медийна Кампания“	10
Бронз в категория „Медийна Кампания“	5
Финалист в категория „Медийна Кампания“	2