



**Фара**

**ТВОРЧЕСКИ ФЕСТИВАЛ  
2023**

**РЕГЛАМЕНТ**

# СЪДЪРЖАНИЕ

<b>СРОКОВЕ</b>	<b>3</b>
<b>РЕГЛАМЕНТ</b>	<b>5</b>
<b>СЕКЦИЯ STORYTELING</b>	
КАТЕГОРИЯ <b>FILM &amp; AUDIO</b>	<b>6</b>
КАТЕГОРИЯ <b>STORYTELLING &amp; FILM CRAFT</b>	<b>10</b>
КАТЕГОРИЯ <b>BRAND ACTIVATION</b>	<b>13</b>
<b>СЕКЦИЯ CRAFT</b>	
КАТЕГОРИЯ <b>CRAFT</b>	<b>16</b>
КАТЕГОРИЯ <b>ИДЕНТИЧНОСТ</b>	<b>21</b>
КАТЕГОРИЯ <b>ПРИНТ</b>	<b>27</b>
<b>СЕКЦИЯ TACTICS</b>	
КАТЕГОРИЯ <b>DIGITAL</b>	<b>28</b>
КАТЕГОРИЯ <b>КРЕАТИВНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИЯ</b>	<b>33</b>
КАТЕГОРИЯ <b>TOPICAL AND REAL TIME MARKETING</b>	<b>36</b>
<b>СЕКЦИЯ GRAND JURY</b>	
КАТЕГОРИЯ <b>INNOVATION</b>	<b>37</b>
КАТЕГОРИЯ <b>КАМПАНИЯ</b>	<b>38</b>
<b>ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ</b>	<b>44</b>
<b>ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ</b>	<b>46</b>
<b>ТОЧКИ</b>	<b>50</b>



## СРОКОВЕ

**ПЕРИОД НА КАМПАНИИТЕ**

**01.01.2022 – 20.04.2023**

**РАНЕН СРОК ЗА  
ПОДАВАНЕ НА ЗАЯВКИ**

**12 април 2023**

**КРАЕН СРОК ЗА  
ПОДАВАНЕ НА ЗАЯВКИ**

**20 април 2023**

**ФАРА 2023**

**8 – 10 юни 2023**

**ЦЕРЕМОНИЯ**

**10 юни 2023**

**МЯСТО ИССВ – Международен конгресен център Бургас**

# ВАЖНО!

Оценяването на заявките в конкурсната програма на ФАРА ще се проведе в два кръга.

В първи кръг журито разглежда **онлайн** всички заявки, с изключение на заявките за участие в секция GRAND JURY.

Заявките в секция GRAND JURY ще се журират **на живо** по време на Фестивала.

Заявките се представят пред журито на конкурса с един или някои от следните материали, съгласно категорията:

- (1) Видео материал
- (2) Аудио материал
- (3) Презентационен борд в дигитален формат
- (4) Дигитализирана версия на рекламната форма, точно както е била реализирана / публикувана.

Заявка може да бъде представена с ограничен брой файлове, съгласно категорията.

## **Моля, запознайте се с регламента за конкретната категория.**

Заявките, участващи в конкурсната програма, ще бъдат представени по време на Фестивала от 8 до 10 юни със следните материали, съгласно категорията:

### **На физическа изложба\*:**

- (1) Разпечатки на презентационен борд и/или визия на рекламната форма, както е била реализирана / публикувана.
- (2) Мостри, пригодени за експозиция (за категориите, за които е приложимо)

## **Моля, запознайте се с регламента за допустимия брой табла, с който може да бъде представена заявката в зависимост от категорията, в която участва.**

Заявки в категории, изискващи видео или аудио материал, ще бъдат представени в програмата на Фестивала с излъчване в специални сесии.

### **\*Физическата изложба включва следните категории:**

- Секция **STORYTELLING** / Категория **STORYTELLING & FILM CRAFT** / Подкатегория **Copywriting & Storytelling**
- Секция **STORYTELLING** / Категория **BRAND ACTIVATION** / Подкатегория **Ambient & Guerrilla Marketing**
- Секция **CRAFT** / Категория **CRAFT** / Подкатегория **Art Direction**
- Секция **CRAFT** / Категория **CRAFT** / Подкатегория **Илюстрация**
- Секция **CRAFT** / Категория **CRAFT** / Подкатегория **Типография**
- Секция **CRAFT** / Категория **CRAFT** / Подкатегория **Фотография**
- Секция **CRAFT** / Категория **CRAFT** / Подкатегория **Пространствен дизайн**
- Секция **CRAFT** / Категория **ИДЕНТИЧНОСТ** / Подкатегория **Бранд идентичност**
- Секция **CRAFT** / Категория **ИДЕНТИЧНОСТ** / Подкатегория **Лого**
- Секция **CRAFT** / Категория **ИДЕНТИЧНОСТ** / Подкатегория **Ребрандинг**
- Секция **CRAFT** / Категория **ИДЕНТИЧНОСТ** / Подкатегория **Бранд материали**
- Секция **CRAFT** / Категория **ИДЕНТИЧНОСТ** / Подкатегория **Дизайн на опаковки**
- Секция **CRAFT** / Категория **ПРИНТ**
- Секция **TACTICS** / Категория **КРЕАТИВНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИЯ** / Подкатегория **Креативно използване на съществуващи формати**
- Секция **TACTICS** / Категория **КРЕАТИВНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИЯ** / Подкатегория **Брандирано съдържание в медиите**

# РЕГЛАМЕНТ

## СЕКЦИЯ **STORYTELLING**

Категория  
**FILM & AUDIO**

Категория  
**STORYTELLING &  
FILM CRAFT**

Категория  
**BRAND  
ACTIVATION**

## СЕКЦИЯ **CRAFT**

Категория  
**CRAFT**

Категория  
**ИДЕНТИЧНОСТ**

Категория  
**ПРИНТ**

## СЕКЦИЯ **TACTICS**

Категория  
**DIGITAL**

Категория  
**КРЕАТИВНО  
ИЗПОЛЗВАНЕ НА  
МЕДИЯ**

Категория  
**TOPICAL & 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 кинозалон. Една и съща филмова форма може да участва само веднъж, независимо дали е била излъчвана и в телевизионен ефир, или в кинозалон.

### КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито оценява:

- (1) творческата идея
- (2) степента, в която творческата идея кореспондира с бранда
- (3) качество на изпълнение.

### ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

**Задължително за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

видео файл с рекламния клип с продължителността, с която е бил излъчван, съгласно техническите изисквания

**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 кинозалон, или филмови форми с дължина над 60", ако са били излъчвани по ТВ или в кинозалон.

### 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 представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** видео материал с времетраене до 3 минути, съгласно техническите изисквания

**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

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 за представяне пред журието на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

- (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\*

\*Материалите следва да отговарят на [техническите изисквания](#).

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



# СЕКЦИЯ **STORYTELLING**

## 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**

Журието оценява:

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

#### **ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ**

**Задължително за представяне пред журието на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** аудио файл, съгласно техническите изисквания

СЕКЦИЯ **STORYTELLING**

КАТЕГОРИЯ **STORYTELLING & FILM CRAFT**

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Copywriting & Storytelling**

---

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Кинематография**

---

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Музика 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 медия.

#### 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

материал, отговарящ на изискванията за съответния вид медия:

— видео материал

— аудио файл

— визуализации на публикувания/реализирания материал, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд, представящ рекламната форма

Материалите следва да отговарят на техническите изисквания.

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

## СЕКЦИЯ STORYTELLING

### 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, костюми, актьорско майсторство и други елементи, които обслужват творческото изпълнение.

##### КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журието оценява

- |   |                              |
|---|------------------------------|
| (1) творческото изпълнение  | (4) качеството на изпълнение |
| (2) релевантността на използваните техники към творческата идея и бранд | (5) оригиналност.            |
| (3) иновативност  |                              |

##### ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

**Задължително за представяне пред журието на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** видео материал с времетраене до 3 минути, съгласно [техническите изисквания](#)

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

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

### 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

Журието 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 за представяне пред журието на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

оригиналният материал на творческото изпълнение и/или видео материал с времетраене до 3 минути, съгласно [техническите изисквания](#)

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

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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** видео материал с времетраене до 3 минути, съгласно [техническите изисквания](#)

**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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** видео материал с времетраене до 3 минути, съгласно [техническите изисквания](#)

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

# СЕКЦИЯ STORYTELLING

## КАТЕГОРИЯ BRAND ACTIVATION

### Подкатегория Ambient & Guerrilla 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 медия 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, гравирание 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

**Препоръчително:** видео материал с времетраене до 3 минути

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журито) – до **2** броя общо за една заявка

Материалите следва да отговарят на [техническите изисквания](#).

#### МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНОТО ИЗДАНИЕ ФАРА

Ключова визия на материала към заявката

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

СЕКЦИЯ **CRAFT**

КАТЕГОРИЯ **CRAFT**

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Art Direction**

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Илюстрация**

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Типография**

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Фотография**

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Анимация**

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 илюстрации от анимационни филмови форми или илюстрации от скрийн шотове от анимационни филмови форми.

#### 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

**Препоръчително:** мостра на материала, пригоден за експозиция

**По желание на агенцията:** видео материал с времетраене до 3 минути

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журито) – до **4** броя общо за една заявка

Материалите следва да отговарят на техническите изисквания.

**ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ ТУК.**

## СЕКЦИЯ CRAFT

### 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журито) – до **4** броя общо за една заявка

Материалите следва да отговарят на техническите изисквания.

**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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журито) – до **4** броя общо за една заявка

Материалите следва да отговарят на техническите изисквания.

**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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журито) – до **4** броя общо за една заявка

Материалите следва да отговарят на техническите изисквания.

**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

Журието 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 за представяне пред журието на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** видео материал с времетраене до 3 минути, съгласно [техническите изисквания](#)

**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

Журието 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 за представяне пред журието на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журието) – до **2** броя общо за една заявка

**Препоръчително:** видео материал с времетраене до 3 минути

Материалите следва да отговарят на [техническите изисквания](#).

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

СЕКЦИЯ **CRAFT**

КАТЕГОРИЯ **ИДЕНТИЧНОСТ**

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Бранд идентичност**

---

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Лого**

---

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Ребрандинг**

---

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 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 и.

**КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА**

Журието 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

**По желание на агенцията:** видео материал с времетраене до 3 минути

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журито) – до **4** броя общо за една заявка.

**Препоръчително:** мостри, пригодени за експозиция

Материалите следва да отговарят на техническите изисквания.

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

# СЕКЦИЯ CRAFT

## КАТЕГОРИЯ ИДЕНТИЧНОСТ

### Подкатегория Лого

#### ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат логата и логотипите, единично или в серия, представящи даден бранд.

#### НАСОКИ

В категорията могат да участват логата и логотипите, придружени от слоган по желание и анимация на лого/логотипа.

#### КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журието 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 за представяне пред журието на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журието) – до **4** броя общо за една заявка.

Материалите следва да отговарят на техническите изисквания.

**ЗА ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ, НАТИСНЕТЕ ТУК.**

## СЕКЦИЯ CRAFT

### КАТЕГОРИЯ ИДЕНТИЧНОСТ

#### Подкатегория Ребрандинг

#### ОПИСАНИЕ

В тази категория влизат лога 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)\*

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журито) – до **4** броя общо за една заявка.

Материалите следва да отговарят на техническите изисквания.

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

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



## СЕКЦИЯ CRAFT

### 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

(1) Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

(2) мостри, пригодени за експозиция

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журито) – до **4** броя общо за една заявка.

Материалите следва да отговарят на техническите изисквания.

**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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

(1) Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

(2) мостри, пригодени за експозиция

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журито) – до **4** броя общо за една заявка.

Материалите следва да отговарят на техническите изисквания.

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

# СЕКЦИЯ CRAFT

## 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

Презентационен борд и визуализации, представящи рекламната форма – на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела (**до 8 файла**)

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА:**

Цветна разпечатка на презентационния борд и визуализации, представящи рекламната форма (по избор от материалите, представени пред журито) – до **4** броя общо за една заявка.

Материалите следва да отговарят на техническите изисквания.

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

## СЕКЦИЯ **TACTICS**

### КАТЕГОРИЯ **DIGITAL**

#### ПОДКАТЕГОРИЯ

#### **Уебсайтове, мобилни приложения и онлайн реклама**

#### ПОДКАТЕГОРИЯ

#### **Социални медии**

#### ПОДКАТЕГОРИЯ

#### **Инфлуенсър маркетинг**

#### ПОДКАТЕГОРИЯ

#### **Engagement**

#### ПОДКАТЕГОРИЯ

#### **Digital Craft**

#### ПОДКАТЕГОРИЯ

#### **Други аудио форми на реклама**

## СЕКЦИЯ TACTICS

### КАТЕГОРИЯ DIGITAL

#### Подкатегория **Уебсайтове, мобилни приложения и онлайн реклама**

##### ОПИСАНИЕ

В тази подкатегория влизат всички:

- собствено принадлежащи дигитални форми и формати (owned media);
- всички стандартно наети дигитални форми и формати (bought media).

##### НАСОКИ

В тази подкатегория влизат:

- уебсайтове, микросайтове, блогове, лендинг страници, промоционални сайтове, приложения и игри за мобилни устройства и други подобни;
- банери, брандиране 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, мобилни приложения и онлайн реклама и Социални медии**

##### КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

Журито 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** видео материал с времетраене до 3 минути, съгласно [техническите изисквания](#)

#### **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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** видео материал с времетраене до 3 минути, съгласно [техническите изисквания](#)

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

# СЕКЦИЯ TACTICS

## 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. Основната цел на кампаниите трябва да цели 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

Журието 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** видео материал с времетраене до 3 минути, съгласно [техническите изисквания](#)

**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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** видео материал с времетраене до 3 минути, съгласно [техническите изисквания](#)

**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

Журиито оценява

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

#### ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

**Задължително за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** аудио файл, съгласно [техническите изисквания](#)

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



## СЕКЦИЯ **TACTICS**

### КАТЕГОРИЯ **КРЕАТИВНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИЯ**

#### ПОДКАТЕГОРИЯ

#### **Креативно използване на съществуващи формати**

---

#### ПОДКАТЕГОРИЯ

#### **Брандирано съдържание в медиите**

# СЕКЦИЯ TACTICS

## КАТЕГОРИЯ КРЕАТИВНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИЯ

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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

- (1) \*Презентационен борд на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела
- (2) видео материал с времетраене до 3 минути

\*Бордът 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
- (3) използвани канали, като се описва и взаимодействието между тях

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА**

Цветна разпечатка на презентационния борд съгласно [техническите изисквания](#).

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

# СЕКЦИЯ TACTICS

## КАТЕГОРИЯ КРЕАТИВНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИЯ

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 медиа за създаване на конкретното брандирано съдържание
- (2) Творческата идея
- (3) Степента, в която брандираното съдържание допринася за ангажирането на целевата аудитория

### ПРЕЗЕНТАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

**Задължително за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

- (1) \*Презентационен борд на дигитален носител: GIF, PNG или JPG формат с ширина, не по-голяма от 980 пиксела, и височина, не по-голяма от 600 пиксела
- (2) видео материал с времетраене до 3 минути

\*Бордът 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
- (3) използвани канали, като се описва и взаимодействието между тях

**Задължително за представяне на изложбата на ФАРА**

Цветна разпечатка на презентационния борд съгласно [техническите изисквания](#).

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

## СЕКЦИЯ TACTICS

### 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** видео материал с времетраене до 3 минути, съгласно техническите изисквания

#### МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

Ключова визия на материала към заявката

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

# 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
- (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 дисръптив иновации, създадени като прототипи 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:**

- (1) видео презентация до 3 минути, съгласно техническите изисквания
- (2) мостра, прототип или демонстрация (по възможност)

### МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

Ключова визия на материала към заявката

СЕКЦИЯ **GRAND JURY**

КАТЕГОРИЯ **КАМПАНИЯ**

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Кампания – Стоки**

---

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Кампания – Услуги**

---

ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Кампания – Социална, медийна, политическа**

---

**Ново!** ПОДКАТЕГОРИЯ  
**Кампания – Положителна промяна**

СЕКЦИЯ **GRAND JURY**КАТЕГОРИЯ **Кампания – Стоки**

В тази подкатегория участват комуникационни кампании за потребителски стоки, като основен фокус на комуникацията е промотиране на конкретни продуктови характеристики или препозициониране на потребителски марки.

КАТЕГОРИЯ **Кампания – Услуги**

В тази подкатегория участват комуникационни кампании за бизнес услуги и услуги за бита, като основен фокус на комуникацията е промотиране на конкретни услуги или препозициониране на марки за услуги.

КАТЕГОРИЯ **Кампания – Социална, медийна, политическа**

В тази подкатегория участват комуникационни кампании на държавни институции, политически и предизборни кампании, кампании от създатели на печатно, аудио, видео и софтуерно съдържание (телевизионни канали/ групи, услуги за стрийминг, уебсайтове (развлечения, начин на живот, новини, търговия и т.н.), списания, вестници, потребителски или търговски медии, радиостанции, разпространители), както и кампании и маркетингови активности за организации с нестопанска цел от всякакъв вид – благотворителни, социални, граждански, застъпнически, религиозни, други; активности, насочени към стимулиране на членство, набиране на персонал, набиране на средства за организации и субекти в нестопанския сектор; образователни инициативи с нетърговска цел.

**Важно!** Активности на търговски компании трябва да участват в подкатегория „Положителна промяна“.

**НОВА!** КАТЕГОРИЯ **Кампания – Положителна промяна**

В тази подкатегория „Положителна промяна“ се състезават кампании, които демонстрират ангажимент на бизнеса в полза на обществото в области като позитивно социално въздействие, устойчиво развитие и корпоративна социална отговорност. Успешните кампании ефективно комуникират ценностите на марката и вдъхновяват желание за действия и положителна социална промяна.

## СЕКЦИЯ GRAND JURY

### ОПИСАНИЕ

В категория „Кампания“ могат да участват всички комуникационни кампании, чиито елементи са излъчени, публикувани и/или организирани до **20.04.2023** 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 за представяне пред журито на конкурса и за представяне на заявката на уебсайта на ФАРА:** видео материал с времетраене **до 8 минути**, съгласно техническите изисквания

### МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

Визии на материала към заявката (до **2** визии)



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.



## 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](http://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.

## ПЕЧАТНИ МАТЕРИАЛИ

### (1) 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!

### (2) ВИЗУАЛИЗАЦИИ, ПРЕДСТАВЯЩИ РЕКЛАМНАТА ФОРМА

- 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!



примерна схема на презентационен борд

# ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ

## ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ МАТЕРИАЛИТЕ ЗА ОТПЕЧАТВАНЕ В СПЕЦИАЛНОТО ХАРТИЕНО ИЗДАНИЕ НА ФЕСТИВАЛА:

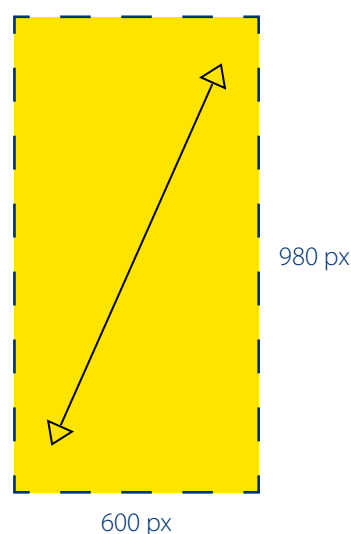
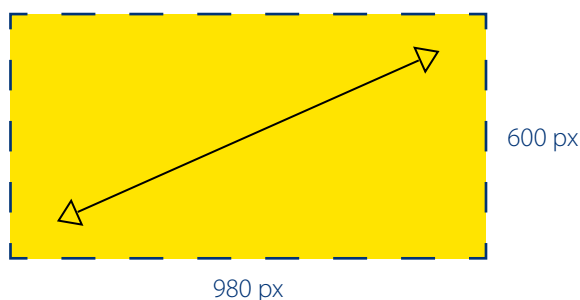
- (1) минимален размер на основата на изображението – 50 мм
- (2) минимална резолюция – 250 dpi
- (3) формат TIFF – задължително изискване
- (4) цветовете в CMYK – задължително изискване

## ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ МАТЕРИАЛИТЕ ЗА ПУБЛИКУВАНЕ НА ИНТЕРНЕТ САЙТА [WWW.FARA.BG](http://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.



# ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ

## 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**

#### **МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА**

скрийншот от рекламната форма

#### **МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG**

видео материалът, подаден за конкурсната програма

### КАТЕГОРИЯ **STORYTELLING & FILM CRAFT**

Подкатегория **Copywriting & Storytelling**

#### **МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА**

ключова визия на материала към заявката

#### **МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG**

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

Подкатегория **Кинематография**

#### **МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА**

скрийншот от рекламната форма

#### **МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG**

видео материалът, подаден за конкурсната програма

Подкатегория **Музика и саунд дизайн**

#### **МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG**

видео материалът, подаден за конкурсната програма

# ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ

## СЕКЦИЯ **STORYTELLING**

### КАТЕГОРИЯ **BRAND ACTIVATION**

Подкатегория **Live**

Подкатегория **Direct**

Подкатегория **Ambient & Guerrilla 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

## СЕКЦИЯ **CRAFT**

### КАТЕГОРИЯ **CRAFT**

Подкатегория **Art Direction**

Подкатегория **Илюстрация**

Подкатегория **Типография**

Подкатегория **Фотография**

Подкатегория **Пространствен дизайн**

#### **МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА**

визии на материала към заявката (до **2** 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

Подкатегория: **Анимация**

#### **МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА**

скрийншот от рекламната форма

#### **МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG**

видео материалът, подаден за конкурсната програма

# ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ

## СЕКЦИЯ CRAFT

### КАТЕГОРИЯ CRAFT

Подкатегория **Бранд идентичност**

Подкатегория **Лого**

Подкатегория **Ребрандинг**

Подкатегория **Бранд материали**

Подкатегория **Дизайн на опаковки**

Категория **Принт**

#### МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

визии на материала към заявката (до **2** 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 TACTICS

### КАТЕГОРИЯ DIGITAL

Подкатегория **Уебсайтове, мобилни приложения и онлайн реклама**

Подкатегория **Социални медии**

Подкатегория **Инфлуенсър маркетинг**

Подкатегория **Engagement**

Подкатегория **Digital Craft**

#### МАТЕРИАЛИ ЗА СПЕЦИАЛНО ИЗДАНИЕ ФАРА

ключова визия на материала към заявката

#### МАТЕРИАЛИ ЗА FARA.BG

видео материалът, представен в конкурсната програма



# ДОПЪЛНИТЕЛНИ МАТЕРИАЛИ

## СЕКЦИЯ TACTICS

### КАТЕГОРИЯ КРЕАТИВНО ИЗПОЛЗВАНЕ НА МЕДИЯ

Подкатегория **Креативно използване на съществуващи формати**

Подкатегория **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

### КАТЕГОРИЯ 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



## ТОЧКИ

Отличие

**Точки**

**Злато в категория**

**15**

**Сребро в категория**

**7**

**Бронз в категория**

**3**

**Финалист в категория**

**1**

Отличие

**Точки**

**Злато в категория „Кампания“**

**20**

**Сребро в категория „Кампания“**

**10**

**Бронз в категория „Кампания“**

**5**

**Финалист в категория  
„Кампания“**

**2**