



**Фара**

**МЕДИЕН ФЕСТИВАЛ  
2023**

**РЕГЛАМЕНТ**



## 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!

Първи кръг журиране на заявките, участващи в раздел А. **МЕДИЙНА КАМПАНИЯ** ще се проведе **на живо** пред публиката на ФАРА 2023.

## A. МЕДИЙНА КАМПАНИЯ

### I. СТОКИ

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

### II. УСЛУГИ

В тази категория 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.

### III. НПО / БЛАГОТВОРИТЕЛНОСТ / ПОЛИТИЧЕСКА КАМПАНИЯ / НОВО! ПОЛОЖИТЕЛНА ПРОМЯНА – ТЪРГОВСКИ МАРКИ

В тази категория 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 и други активности.

В категорията могат да 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.

В сектор „Медийна кампания“ може да участва работа, която представя успешния избор и интегрирането на избраните медийни канали и демонстрира как различните медии се допълват и надграждат една друга, за да се постигнат резултати при ясни цели на марката.

Заявките в тази категория трябва да представят използването на различни видове медии (минимум 2) в кампанията, като напр. телевизия и друг тип екрани, аудио платформи, социални платформи, външна реклама, печатни медии, нови реалности и т.н. Всички представени елементи на кампанията трябва да са били излъчени /публикувани, организирани/ **до 20.04.2023.**

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

## **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 AMBIENT**

Нестандартна вътрешна и външна реклама в свободен формат.

## **V. 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.

## C. 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.

### EXCELLENCE IN MEDIA (специална награда)

Журието 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 журието.

Заявката не получава допълнителни точки в класацията „Медия агенция на годината“. Ако журието 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.

# КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

**ПРИ ОЦЕНЯВАНЕТО НА ЗАЯВКИТЕ, ПОДАДЕНИ ЗА УЧАСТИЕ В МЕДИЙНИЯ ФЕСТИВАЛ, ЖУРИТО ДА СЕ РЪКОВОДИ ОТ СЛЕДНИТЕ КРИТЕРИИ:**

**30% ИНСАЙТ И ИДЕЯ**

**30% МЕДИЙНА СТРАТЕГИЯ И ЦЕЛЕПОЛАГАНЕ**

**20% МЕДИЙНО ИЗПЪЛНЕНИЕ**

**20% ВЪЗДЕЙСТВИЕ И РЕЗУЛТАТИ**

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 на изпълнението.

Всяка заявка следва да бъде придружена от следните материали:

За раздел А. **МЕДИЙНА КАМПАНИЯ**

**Задължително:**

(1) Презентационен борд\*, представящ заявката. Бордът следва да бъде представен:

— в дигитален вариант, презентационен борд, представящ 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, съгласно [техническите изисквания](#)

— на физически носител – цветна разпечатка на презентационния борд, представящ рекламната форма, съгласно [техническите изисквания](#)

(2) Видео презентация\*\* (кейс) на заявката до 3 минути

(3) Ключова визия от кампанията за публикуване в специалното издание за Фестивала

(4) Ключова визия за сайта [www.fara.bg](http://www.fara.bg)

За раздели В. **КАНАЛИ – ТВОРЧЕСКИ ПОДХОД И ИНОВАЦИИ В КОНКРЕТЕН КАНАЛ** и С. **БРАНДИРАНО СЪДЪРЖАНИЕ И РАЗВЛЕКАТЕЛНИ ПРОГРАМИ**

**Задължително:**

(1) Презентационен борд\*, представящ заявката. Бордът следва да бъде представен в:

— в дигитален вариант, презентационен борд, представящ 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, съгласно [техническите изисквания](#)

— на физически носител – цветна разпечатка на презентационния борд, представящ рекламната форма, съгласно [техническите изисквания](#)

(2) Ключова визия от кампанията за публикуване в специалното издание за Фестивала

(3) Ключова визия за сайта [www.fara.bg](http://www.fara.bg)



# КРИТЕРИИ ЗА ОЦЕНКА

## Препоръчително:

- (1) Видео презентация\*\* (кейс) на заявката до 3 минути
- (2) Линк на видео презентацията за сайта [www.fara.bg](http://www.fara.bg)

## По желание:

Съпътстващи материали, представящи рекламната форма, според използваната медия, като например:

- (1) Видео файлове – 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)
- (2) Печатна / външна реклама – мостра (брой от съответното издание); снимки на рекламата; дигитална версия на рекламната форма, както е била публикувана / реализирана
- (3) Аудио файлове – uncompressed WAV или MP3 (min 128kbit / 44.1 kHz)
- (4) Дигитални медии – видео материалът, представящ рекламната форма, с времетраене до 2 мин.  
— 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)
- (5) Цветна 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.

\*Презентационен борд – визуална презентация на работата, включваща изображения и обобщено представяне на заданието, стратегията и изпълнението.

Таблото съдържа ключовите визии на кандидатурата и описание до **400** думи.

В изложението не трябва да се съдържат технически термини и трябва да опише:

- (1) инсайт и идея
- (2) стратегия и целеполагане
- (3) медийно изпълнение
- (4) въздействие и резултати

\*\*Във видео презентацията журито ще очаква да види, в допълнение на презентационния борд, повече информация по следните елементи:

- (1) Предистория: Ситуация; Задание; Цели
- (2) Творческата идея/инсайта: Изследване и събиране на данни
- (3) Стратегията: Целева група (демографски данни за потребителите/индивиди/организации); Подход; Медия планиране
- (4) Изпълнението: Медия канали и интеграция; Времева линия; Мащаб
- (5) Въздействие и резултати

**Материалите се качват в онлайн системата за подаване на заявки.  
Разпечатката на презентационния борд се подава в офиса на БАКА.**

# ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ

**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 **400** 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 само на заявките в категория Медийна кампания** (за журито)

- (1) до 3 минути
- (2) Мин. резолюция 1024x768 при аспект 4:3 или 1280x720 (720p) при аспект 16:9, Quicktime MOV
- (3) 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.



примерна схема на презентационен борд

# ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ

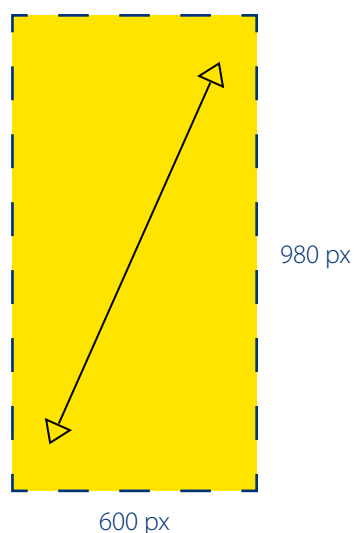
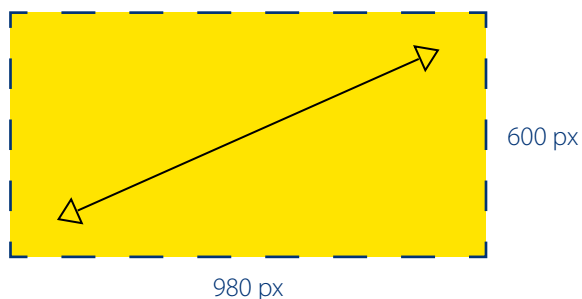
## ТЕХНИЧЕСКИ ИЗИСКВАНИЯ КЪМ МАТЕРИАЛИТЕ ЗА ОТПЕЧАТВАНЕ В СПЕЦИАЛНОТО ХАРТИЕНО ИЗДАНИЕ НА ФЕСТИВАЛА

- (1) минимален размер на основата на изображението – 50 мм
- (2) минимална резолюция – 250 dpi
- (3) формат 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.





## 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.



## 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 „Медия агенция на годината“ се връчва на участника, събрал най-много точки от всички категории.



## 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**