**Богата програма от лекции и интригуващи дискусии през втория ден на ФАРА**

*Престижният фестивал се провежда от 5 до 7 юни в Международния конгресен център в Бургас*

Вторият ден от най-престижния форум на комуникационната индустрия в България – ФАРА 2025, премина с богата програма от лекции и дискусионни панели с експерти от цял свят. Вдъхновяващите разговори събраха на едно място различни гледни точки и предизвикаха аудиторията да мисли извън кутията.

Специален гост през ден втори от Фестивала беше и Кевин Суонепул – главен изпълнителен директор на The One Club for Creativity, който проведе лекция на тема „***Inside the Jury Room: Creative Trends from The One Show & ADC Awards***“. Разполагайки с достъп до задкулисни дискусии на журито и на най-награждаваните проекти за годината, Кевин представи ключови идеи от The One Show и ADC Awards, както и акценти от току-що публикувания Глобален доклад за тенденциите, подготвен от световно признатите професионалисти в журито на двата конкурса.

Във вълнуващ разговор за емпатията, модериран от Радослав Бимбалов, участие взе Георги Господинов – първият български писател, носител на Международен Букър с романа си “Времеубежище”. Георги акцентира на това колко важна е емпатията не само за творческата индустрия, но и за света като цяло, и заключи, че „*без емпатия няма как да напишеш рекламно послание или книга, когато изпитваш емпатия, ти живееш животите на всички около теб.“*

Като гост лектор на сцената на ФАРА през втория ден се качи и Ненад Лозович, за да разкаже има ли науката почва в рекламната индустрия и как можем да я използваме. Ненад е съосновател и собственик на рекламна агенция New Moment София и е бил дългогодишен член на Управителния съвет на Българската асоциация на комуникационните агенции (БАКА), както и неин председател и заместник-председател.

Д-р Карл У. Джоунс - един от най-награждаваните арт директори в мексиканската реклама и част от топ 20 творчески директори в Канада, сложи фокус върху AI революцията в рекламата и сподели как да намерим баланса между креативност и технология чрез релевантни примери и анализи.

*“Тези рекламни кампании демонстрират как изкуственият интелект може да се използва творчески, за да подобри персонализацията, да генерира уникално съдържание и да създаде запомнящи се преживявания с марката, които резонират с аудиторията. Бъдещето на изкуствения интелект обаче ще бъде етично, а не техническо.”,* сподели д-р Джоунс.

Проведе се ексклузивен двучасов уъркшоп на тема **„Decoding New Frontiers of Storytelling“,** воден от Равид Купърбърг – експерт и обучител в областта на творческото мислене и бранд комуникациите, работил с множество рекламни агенции и брандове по целия свят. Той е професионалист с богат опит както в стратегическото планиране, така и в ролите на творческото насочване, което му помага да придобие уникална гледна точка за креативността и ръководенето на процесите, свързани с нея. По време на уъркшопа Равид представи някои от най-иновативните и награждавани кампании от цял свят и ги анализира, извеждайки полезни модели на мислене за отключване на нови и креативни решения.

*„Понякога най-смелият, най-креативният начин да подобрим нещо е като започнем да се оглеждаме как можем да саботираме или премахнем съществуващ компонент, релевантен за бранда.“,* посъветва Равид аудиторията.

Многократно награждаваният творчески лидер и президент на ADC\*UA, Коста Шнайдер, преведе аудиторията през някои от най-въздействащите реклами в Украйна, осъществени през периода от старта на войната и развълнува всички със своите оптимизъм и откровеност.

В разговор за автентичността публиката се впусна с Милена Хаджииванова – професионалист с над 20 години опит в подпомагането за израстването на хора и организации, основател на консултантска компания Ейч Вижън, водещ и продуцент на подкаст за менталното здраве Mindset Power Talk.

Радослав Неделчев, Chief Client Officer на dentsu за Централна и Източна Европа, представи тенденции и очаквания за това „Как „Алгоритмичната ера“ променя маркетинга“, а телевизионният продуцент и режисьор Кирил Киров – Кико сподели своите разсъждения и професионално мнение на актуална тема за българската ТВ аудитория - „Капките - финалът на стадион Васил Левски. Магия или добър маркетингов продукт?“.

Краят на втория ден бе белязан и от още няколко вълнуващи срещи, сред които представянето на новата книга на Капка Касабова „Анима“, лекциите на Нермин Моллаоолу на тема „**How do you turn the world around?**“ и на Рати Муджири с тема  „**Communication tools in wars and crises“.**

Последният ден от Фестивала ще стартира с десетото юбилейно издание на Saatchi Circle FARA, по време на което отново ще бъдат предизвикани младежите в рекламната индустрия. Заедно със своите ментори участниците ще трябва да защитят креативните си идеи пред журито от световни професионалисти на ФАРА 2025.

В края на деня на 7 юни ще се проведе официалната церемония по награждаване на победителите във ФАРА 2025.

**ФАРА 2025 събира отново заедно рекламната общност благодарение на силната подкрепа от Нова Броудкастинг Груп и НетИнфо.**

**Двадесет и петото издание на Фестивала се осъществява с партньорството на Община Бургас.**

**ФАРА 2025 се осъществява в партньорство с творчески агенции Saatchi & Saatchi Sofia, Publicis Dialog България и агенция за PR и стратегически комуникации MSL Sofia, част от Publicis Groupe България.**

***За ФАРА***

*ФАРА е най-големият рекламен форум и най-престижното събитие на комуникационната индустрия в България. Фестивалът се организира от Българската асоциация на комуникационните агенции. През 2025 година ще се проведе неговото двадесет и пето издание. В лекционната програма на ФАРА през годините са присъствали световноизвестни личности, като Oliviero Toskani, Dave Trott, Hamish McRae, Steve Henry, Oscar Farinetti, Yonathan Dominitz, Jorg Riommi, както и професионалисти – българи с постижения на международно ниво – Антоанета Мечанова, проф. Богдан Драгански, Димитър Караниколов, Александър Калчев и други.*

*Конкурсната програма е отворена за участие на комуникационни агенции, които се състезават в редица категории на Творческия и Медийния конкурси към ФАРА. Агенцията, събрала най-много точки в Творческия конкурс, получава отличието „Творческа агенция на годината“. Отличието „Медийна агенция на годината“ се връчва на агенцията, събрала най-много точки в Медийния конкурс. ФАРА отличава и рекламодателите, като връчва специалната награда „Рекламодател на годината“ на компанията, събрала най-много точки от всички категории в Творческия и Медийния конкурси.*

*БАКА е член на Art Directors Club of Europe, а с това ФАРА е част от системата на конкурси, чийто победители се допускат до участие в ADCE Awards.*

*За повече информация посетете* [*www.fara.bg*](http://www.fara.bg)*.*

***За БАКА***

*Българската асоциация на комуникационните агенции (БАКА) е създадена през 1995 година като независима, доброволна обществена организация. Като браншова организация, БАКА способства за утвърждаването на рекламната дейност като важна и неотменна сфера в модерната пазарната икономика. Асоциацията е пълноправен член на Европейската асоциация на комуникационните агенции (ЕАСА), член на Art Directors Club of Europe. и е съучредител на Националния съвет за саморегулация.*

*БАКА е официален и изключителен представител на „International Festival of Creativity”, обединяващ фестивалите Cannes Lions, Eurobest, Dubai Lynx и Spikes Asia. БАКА организира в България с лиценз наградите за ефективност на маркетинговите комуникации Effie Awards. Асоциацията е организатор на фестивалa ФАРА.*

*Повече за БАКА може да научите на* [*www.baca.bg*](http://www.baca.bg)*.*

***За повече информация:***

*Таня Йорданова*

*Българска асоциация на комуникационните агенции*

*+359 888 061 880;* *fara@baca.bg**;* [*www.fara.bg*](http://www.fara.bg)

*Ива Григорова*

*Директор PR бизнес, MSL Sofia*

*+359 887 917 267;* *iva.grigorova@mslgroup.com*

*Габриела Тодорова*

*PR Consultant, MSL Sofia*

*+359 889 202 517;* *gabriela.todorova@mslgroup.com*