



Audiencia: 459.000

Difusión: 76.353

Valor Pub: 847,8 €

EL CORREO ESPAÑOL: EL PUEBLO VASCO: DESDE 1910 www.elcorreo.com

EL CORREO VIZCAYA

Sección: Sociedad

Pág.: 36



22-Oct-2011

ESPACIO: 233 cm2

PORCENTAJE: 19%

PERIODICIDAD: Diario

Bilbao aspira a ser la sede del festival de publicidad El Sol

El certamen, que se celebra en San Sebastián desde hace 25 años, reúne a 1.800 profesionales de 18 países

■ TERESA ABAJO

BILBAO. Bilbao presentó ayer oficialmente su candidatura como sede del Festival Iberoamericano de Publicidad El Sol, uno de los encuentros de más renombre del sector que cada año reúne a 1.800 profesionales de 18 países. Después de 25 ediciones en San Sebastián, los organizadores han decidido abrirse a otras ciudades para fomentar la rivalidad y lograr la mayor proyección posible. La capital vizcaína ha recogido el guante con una propuesta elaborada por la Diputación y el Ayuntamiento. La Asociación de Agencias de Publicidad de Bizkaia, la de Hostelería, Bilbao Dendak, Destino Bilbao y el Palacio Euskalduna se han adherido a esta iniciativa.

Son varias las ciudades interesadas en el certamen, entre ellas Alicante, Málaga o Pamplona además de San Sebastián. La decisión del comité ejecutivo de la Asociación

Española de Agencias de la Comunicación Publicitaria (AEACP) causó sorpresa y se relacionó con la llegada de Bildu al gobierno municipal, aunque su director, Enric Pujadas, asegura que «en ningún caso obedece a una motivación política, sino económica».

Bilbao aspira a tomar el relevo desde 2012 a 2016 y ofrece cuatro sedes. La inauguración se celebraría en el Palacio Euskalduna, que abriría sus puertas para exposiciones, conferencias y pases audiovisuales. El Guggenheim también acogería un acto de bienvenida. En La Alhóndiga se programaría una jornada de puertas abiertas y la gala de clausura tendría lugar en el Bilbao Arena.

Durante el festival, de cuatro días de duración, se presentan 2.500 trabajos y campañas que compiten en doce secciones diferentes. Además de la participación española, destaca la presencia de Brasil, México y Argentina. Bilbao, que ya es escenario de bastantes anuncios, busca ahora un escaparate con impacto económico. «Es un evento que atrae creatividad, interesante para la ciudad y para sus profesionales», opina Mikel Uriguen, director de la consultoría de marketing y comunicación AGS&B.