



## Pamplona se postula como sede del festival El Sol

**Once ciudades se presentan para albergar el certamen publicitario hasta ahora afincado en San Sebastián**

I.S.B. Pamplona

Pamplona es una de las once ciudades que aspiran a suceder a San Sebastián como sede del Festival Publicitario El Sol, el más importante de España.

El sector publicitario no es ajeno a la crisis y ha motivado que la Asociación Española de Agencias de la Comunicación Publicitaria (AEACP), organizadora del certamen, abra un concurso para elegir nueva sede. No porque San Sebastián se les quede grande, sino por todo lo contrario. "En vez

de ir a menos, el festival va a más y necesita un nivel mayor de ayuda", explica Ana Zumalacárregui, del gabinete organizador del festival.

Entre las necesidades que deben cubrir las ciudades candidatas figuran requisitos objetivos como el disponer de una capacidad hotelera de al menos 2.000 camas, disponer de buenas conexiones de comunicaciones y que el palacio de congresos que albergue el evento disponga de una zona de exposiciones y al menos tres salas de proyección, de las que una tenga por lo menos 500 plazas.

El periodo de recepción de propuestas concluyó el pasado viernes. Las once ciudades aspirantes son Alicante, Bilbao, Cartagena, Gerona, Málaga, Marbella, Pamplona, Santander, Sevilla

y Valencia. La sede actual, San Sebastián, también aspira a seguir siéndolo.

Ahora, el comité ejecutivo del festival se reunirá y "en las próximas semanas", hará pública su decisión.

El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria El Sol ha celebrado 26 ediciones. Excepto la primera, que tuvo lugar en Marbella, el resto se han llevado a cabo en San Sebastián.

Se suele celebrar durante tres días en la segunda quincena de mayo. El certamen se denominaba Festival Publicitario de San Sebastián y tenía carácter nacional hasta que en 2003 abrió sus puertas a los países de habla hispana y portuguesa y adoptó el nombre de El Sol. El año pasado compitieron trabajos de 16 países. En la última edición, la de



El Kursaal de San Sebastián durante la última edición del certamen.

2011, las agencias presentaron un total de 2.434 trabajos, además de 68 campañas presentadas por jóvenes creativos.

Entre 243 soles (premios) que se concedieron estaba el Sol de Platino obtenido por la campaña Pastillas contra el dolor ajeno,

que Germinal Comunicación hizo para Médicos Sin Fronteras.

El certamen evoluciona con las nuevas tecnologías y va sumando nuevas secciones, como la de Campañas, la de Publicidad y Comunicación Digital o Marketing Directo, entre otras.