



# Diez ciudades disputan a Donostia ser la sede del festival de publicidad El Sol

El nombre de la elegida se conocerá durante la segunda quincena de noviembre

En la oferta donostiarra se mantiene la subvención de 20.000 euros, se facilitan habitaciones y se financia la inauguración

■ TERESA FLAÑO

**SAN SEBASTIÁN.** Diez son las ciudades que rivalizarán con Donostia para albergar el festival de publicidad el Sol. Desde ayer por la mañana el Comité Ejecutivo de la Asociación Española de Agencias de la Comunicación Publicitaria abre las propuestas enviadas por Alicante, Bilbao, Cartagena, Girona, Málaga, Marbella, -ciudad en donde se realizó la primera edición del certamen en 1986-, Pamplona, Santander, Sevilla y Valencia, además de la de San Sebastián. Al parecer Zaragoza había solicitado información para también realizar una propuesta, pero finalmente desestimó presentarse.

El equipo encargado de valorar estos documentos trabajará en ellos a lo largo de esta semana. Enric Pujadas, director del certamen, explicaba ayer que «de momento no podemos adelantar gran cosa porque se trata de una documentación muy extensa. El plazo para presentar las propuestas terminó en el medianoche del viernes. Las candidatas han hecho un importante trabajo y las propuestas están muy elaboradas, de forma que tenemos una compleja labor. Además, las candidatas han enviado también una extensa presentación de la propia ciudad, aunque en el caso de San Sebastián no ha hecho falta porque la conocemos muy bien, no en vano ahí hemos organizado 25 de las 26 ediciones del festival. Así que hay mucho que leer. Todavía no podemos adelantar ninguna información».

Pujadas se declaró ayer «gratamente sorprendido por el número de presentados. En la situación actual que vive nuestro país, que once ciudades quieran acogernos es muy



Enric Pujadas, director de El Sol, en la exposición que el certamen instaló el año pasado en el Kursaal. ■ usoz

gratificante. Demuestra que somos un atractivo bastante apetecible y que no nos hemos confundido al anunciar que íbamos a escuchar otras ofertas. Como lado negativo, por llamarlo de algún modo, es que vamos a tener más trabajo a la hora de decidir».

En el momento de convocar esta especie de concurso, El Sol justificó esta decisión por «la situación económica y los intereses del propio festival» y advirtió de que «en ningún caso se trata de una decisión política, sino meramente económica y de atención a las necesidades del festival. El Sol no es aje-

no a la crisis que impera en el sector, pero está muy satisfecho y volcado con San Sebastián». El Sol es un festival «en constante crecimiento y a la vanguardia del sector», que demuestra un «gran éxito de inscripciones tanto de piezas como de delegados» que le han convertido en el referente de la creatividad iberoamericana, «por lo que requiere valorar las distintas posibilidades existentes».

En principio, los planes de la AEACP eran que a mediados de noviembre se conociera la decisión definitiva, «porque el festival se va a realizar la segunda quincena de mayo del año que viene y no nos podemos dormir», pero el hecho de que finalmente sean once las candidatas, algunas más de las que imaginaban, puede hacer «que las fechas se nos alarguen un poco más».

El equipo ha realizado una tabla con los distintos aspectos a tener en cuenta para que la comparación entre las ofertas resulte más sencilla. Además de la propuesta económica que haya realizado cada ciudad hay otra técnica en la que, en opinión de Pujadas, «San Sebastián parte con cierta 'ventaja' porque ya conocemos como funcionan y la ciudad también nos conoce mejor que nadie».

El Ayuntamiento de San Sebas-

**Bilbao ofrece el Palacio Euskalduna, la Alhóndiga, el Pabellón Bilbao Arena, y el Guggenheim**

**El director de El Sol Enric Pujadas, satisfecho «por el elevado número de ofertas»**

**En la edición del pasado mayo participaron 1.800 personas con 2.434 trabajos inscritos**

tían lleva tiempo concediendo una subvención anual de 20.000 euros, la misma cifra que aporta la Diputación Foral al evento. Desde el consistorio se considera que estas cantidades son suficientes, más teniendo en cuenta la precaria situación de las arcas municipales, de forma que en la propuesta presentada a los organizadores de El Sol no han incrementado la partida.

La apuesta donostiarra se centra

en aspectos técnicos. Para ello se han puesto en contacto con la Asociación de Hoteles y la Asociación de Hostelería y han acordado apoyar el certamen aportando un número determinado de habitaciones y financiando la fiesta de inauguración del festival en un lugar emblemático de la ciudad como el Kursaal o el Museo San Telmo.

Las ciudades candidatas se han cuidado bastante de no dar pistas sobre su oferta para que las rivales no conozcan por dónde van sus intenciones. En algunos casos confesaron que estaban un tanto desorientados porque aunque se concretaba las necesidades técnicas del festival no sucedía lo mismo en el aspecto monetario donde se indicaba que «las ciudades deberán hacer una propuesta económica. Podrá ser una aportación económica directa y/o medidas que supongan una asunción de costes o una reducción de gastos, o bien, mediante ayudas de promoción del festival en el mercado nacional e internacional».

Solo Bilbao se atrevió a desvelar la su oferta, al menos parcialmente. En el documento que se envió a la Asociación Española de Agencias de la Comunicación Publicitaria, el Ayuntamiento y la Diputación Foral de Bizkaia, con el apoyo

«El proyecto de otro festival no es competencia»

Enric Pujadas se desayunó ayer leyendo en [diariovasco.com](http://diariovasco.com) la información sobre el proyecto de crear en San Sebastián un nuevo festival de cine publicitario complementario de El Sol. El director del certamen ya existente afirmaba que «no tenía ni

idea, vosotros sabéis más que yo. Por lo que he leído se centraría más en la parte de películas, nosotros nos ocupamos de toda la comunicación y no sólo los spots publicitarios. Además, al ser una extensión del Zinemaldia también sería abierto a todo el público. No tiene nada que ver con El Sol. Me parece buena idea que un festival de cine tenga un apartado sobre la publicidad y no nos parece competencia. Al contrario, que se hable de publicidad siempre es bueno».



Audiencia: 250.000

Difusión: 69.082

Valor Pub: 632,0 €

DIARIO DE LA PRENSA GIPUZKOANA www.eldiariovasco.com

# EL DIARIO VASCO

Sección: Cultura

Pág.: 49



25-Oct-2011

ESPACIO: 176 cm2

PORCENTAJE: 14%

PERIODICIDAD: Diario

de varias asociaciones e instituciones, realizaba una propuesta para cinco años, es decir desde 2012 a 2016, y ponían al servicio de los organizadores de El Sol el Palacio Euskalduna, donde tendrían lugar la inauguración, las proyecciones y las exposiciones, el Museo Guggenheim, escenario de un acto de bienvenida, el Pabellón Bilbao Arena, donde se celebraría la clausura, y Alhóndiga Bilbao, que albergaría la jornada de puertas abiertas a la ciudad.

Se trata de una de las apuestas más atractivas para los organizadores de El Sol por varias razones. Por un lado seguiría teniendo la sede en el País Vasco de forma que las acusaciones de marchar por razones políticas quedarían un tanto diluidas. La capital vizcaina cuenta con muy buenas infraestructuras tanto en plazas hoteleras, -una de las carencias de Donostia, que en mayo del año que viene se verá acrecentada porque el María Cristina estará todavía cerrado para su rehabilitación-, y los vuelos resultan mucho más baratos a Loiu. Además, en el apartado gastronómico también tiene ciertas similitudes con la oferta donostiarra.

### Especie de subasta

En el Ayuntamiento donostiarra no son demasiado optimistas con la posibilidad de mantener la sede de El Sol. «Es una especie de subasta para ver cuál es el mejor postor» y aunque se ha intentado mejorar ciertos aspectos técnicos se considera que «no se puede tirar la casa por la venta y que el año que viene vuelvan con el mismo juego y así de ahora en adelante».

Desde el año 1986 hasta 2002, el festival, que por entonces se denominaba Festival Publicitario de San Sebastián, limitaba su participación a empresas con sede social en España. A partir del año 2003, el certamen abrió sus puertas a todos los países de habla hispana y portuguesa cambiando su denominación por El Sol. El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria. En la actualidad, son 18 países los que participan cada año.

Es un festival multimedia que comenzó su andadura siendo un certamen publicitario que solo albergaba la sección de televisión. En la actualidad, siguiendo la evolución del mercado se han incorporado distintas secciones, dado cabida a todas las expresiones de la comunicación comercial y la publicidad en todos los ámbitos y medios. A la 26 edición de El Sol del pasado mayo asistieron 1.800 personas y se inscribieron 2.434 trabajos, aunque hace tres años las inscripciones ascendieron a 3.700 y los asistentes fueron 2.200.