



Audiencia: 100.000

Difusión: 17.096

Valor Pub: 178,2 €



Sección: Portada

Pág.: 1



03-Dic-2011

ESPACIO: 51 cm2

PORCENTAJE: 4%

PERIODICIDAD: Diario

Bilbao consigue hacerse con la sede de los 'Oscar de la Publicidad'

BILBAO. El prestigioso Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria El Sol, cuyos premios son considerados los *Oscar de la Publicidad*, tendrá su sede en Bilbao los cinco próximos años. La capital vizcaina arrebató así a Donostia -lugar en el que se ha celebrado los últimos 25 años- el honor de acoger el festival, así como el importante impulso social y económico que el evento supone. **P.8-9**



Iñaki Azkuna

Alcalde de Bilbao



La conjunción de fuerzas de BI², Ayuntamiento de Bilbao y Diputación de Bizkaia, ha vuelto a sumar un éxito. Azkuna puede añadir a los logros de su Alcaldía el de traer a Bilbao el principal evento publicitario, el Festival El Sol, auténticos 'Oscar de la Publicidad' entre el 31 de mayo y el 3 de junio de 2012.



Los 'Oscar de la Publicidad', para Bilbao

La villa acogerá el Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria El Sol los cinco próximos años El evento se ha celebrado los 25 últimos años en Donostia Odón Elorza arremete contra Bildu

OLGA SÁEZ

BILBAO. La sede del Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria El Sol durante los próximos cinco años será Bilbao, que toma el testigo de Donostia en donde se ha celebrado los últimos 25 años. La decisión fue recibida con júbilo por las instituciones vizcainas y con desánimo por las guipuzcoanas. La celebración de este even-

to supone un importante impulso económico y social para la ciudad que lo acoge por la cantidad de visitantes que atrae.

El festival El Sol, organizado por la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP), congrega anualmente a más de 1.800 personas y registra 2.500 trabajos y campañas, que compiten en doce secciones diferentes,

que incluyen todas las expresiones de la comunicación comercial y la publicidad. En la edición del próximo año, el certamen estará presente en la vida de la ciudad, entre el 31 de mayo y el 3 de junio. El Sol cuenta con la participación de dieciocho países, entre los que destacan por el número de inscripcio-

nes el Estado español, Brasil, México y Argentina. Esto supone que la capital vizcaína será una hervidero de visitantes durante la primera semana de junio de 2012 con el impacto económico y social que supondrá para la ciudad. De hecho, mientras se ha celebrado en Donostia, hoteles, restaurantes y

comercios se han visto beneficiados de las sinergias del festival publicitario.

Este es uno de los motivos por los que la capital guipuzcoana no se ha tomado con mucha deportividad haber perdido la celebración del festival.

En todo caso, Bilbao se ha impuesto a otras diez candidatas, entre las que se incluía Donostia. El Comité



El impacto económico y social de este festival activará al economía de la ciudad con más de 1.800 visitantes. FOTO: DEIA

El sol de medianoche sale en Bilbao

El sacacorchos



POR JON MUJIKA

El sol, capitán redondo. Lleva un chaleco de raso", escribió Federico García Lorca, a quien tantos soles le mataron aquella madrugada en que le dieron matarile, desbarran-

cándole después en una fosa común. Jamás un poeta hizo mejor publicidad de las palabras y los sentimientos (es una cuestión de gustos y los míos derivan por la trilogía que forman el propio Federico, Miguel Hernández y el chileno Pablo Neruda...), jamás dijo tanto con tan pocas palabras. Hay otro rimador, el rumano Butulescu, que dejó una hermosa reflexión escrita en los muros: "No pidas al Sol que explique el misterio de la noche". Y así hay toda marabunta de pensamientos alrededor del astro rey

Viene al caso esta revisión ahora que acaba de conocerse la decisión de conceder a Bilbao la organización del Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria El Sol, un certamen que había anidado con fuerza en Donostia, donde había puesto sus huevos, con perdón, durante los últimos 25 años. "No queremos caer en la rutina", han señalado desde la organización. Es cosa bien sabida que si algo teme un publicista es el bostezo y el mando a distancia, dos armas de destrucción masiva para un spot.

Tan buena nueva es esta que puede decirse que el sol de medianoche sale en Bilbao. Se trata, ¿recuerdan?, de un fenómeno natural observable al norte del círculo polar ártico y al sur del círculo polar antártico y que consiste en que el sol es visible las 24 horas del día. A

Apenas quedan bosques vírgenes que no haya colonizado la publicidad

su paso desaparecen la oscuridad y las tinieblas. Hay quien piensa, eso sí, que esto de la publicidad no es cosa seria: no en vano algunos entienden que se trata de un impuesto que hay que pagar por no tener un producto memorable. Tal vez sea así, pero apenas quedan bosques vírgenes que no haya colonizado la larga marcha de la publicidad, un arte curioso si se considera que lo más arriesgado de la disciplina es no arriesgar. Bilbao lo ha hecho, a apostado fuerte con un *all in* y el montón engorda en su mesa.

BILBAO SEDE PUBLICITARIA

Ejecutivo de la AFACP ha valorado que era la mejor propuesta entre Alicante, Cartagena, Gerona, Málaga, Marbella, Irún, Santander, Sevilla y Valencia.

En la toma de decisión, tras estudiar todas las propuestas detenidamente, se ha determinado que Bilbao aporta las mejores condiciones para acoger el festival.

DIFERENTES ESCENARIOS En el Palacio Euskalduna tendrá lugar el 31 de mayo el acto de inauguración del festival y sus instalaciones albergarán los pases audiovisuales, una zona específica de exposiciones, salas de reuniones para el jurado y conferencias de prensa. La gala de clausura, en la que se hará entrega de los premios, se celebrará en el pabellón Bilbao Arena la tarde del 2 de junio.

En el Museo Guggenheim se llevará a cabo una recepción a los asistentes al certamen y Alhóndiga Bilbao acogerá el día 3 de junio una jornada de puertas abiertas, en la que se emitirá la *Bobina Histórica El Sol*, que contiene los anuncios y campañas ganadoras de este certamen desde el año 1985.

Entre los principales motivos argumentados para justificar la elección se encuentran el crecimiento en infraestructuras, las conexiones con ciudades como Madrid o Barcelona o la planta hotelera. También se ha valorado que Bilbao ha experimentado un cambio impresionante, se ha reinventado en los últimos años y esta fuerza y vitalidad, unido a su capacidad para proyectarse hacia el futuro, lo convierten en algo importante. Los organizadores destacan que Bilbao ha presentado una gran propuesta técnica junto con una buena oferta económica, "si bien todas las candidaturas podrían haber sido una acertada elección para celebrar el festival".

El director del certamen, Enrique Pujadas, a pesar de que los motivos

económicos fueron señalados como la razón para este concurso, no reveló el presupuesto que tendrá el festival el año que viene ni el ahorro para el certamen gracias a la nueva sede.

"Se trata de un acuerdo entre El Sol y Bilbao, que son privados. Lo que sí se puede decir es que el festival estará en mejor disposición económica y que se necesita el dinero para potenciar el festival, algo que hasta ahora no se podía hacer", apuntó. En este sentido, reiteró la necesidad de crecimiento del certamen y apuntó a los países iberoamericanos como motor del impulso, debido a la crisis en el Estado. "Dudo mucho que podamos crecer con las agencias del Estado, que están sufriendo, y por ello es probable que el crecimiento venga de las inscripciones con Iberoamérica, con una economía más boyante", dijo.

Respecto a la decisión de abandonar Donostia, Pujadas calificó de "doloroso" este hecho, pero reiteró que "no siempre se puede seguir con la misma rutina". Tras revelar que la capital donostiarra hizo una oferta "muy buena", ha reiterado que la decisión final no se ha tomado por un motivo económico.

REACCIONES En un nota, el Ayuntamiento donostiarra explicó que su propuesta "técnica y económica" fue "elaborada en un innegable contexto de recesión económica" y que resulta "proporcional al retorno real, dimensión actual y proyección de futuro del festival". El comunicado destaca además la "coherencia" de la propuesta donostiarra respecto a los "modos y prácticas" que el Ayuntamiento mantiene en "este ámbito", así como "la equanimidad hacia el resto de eventos de similares características que alberga la ciudad". Añaden que "Donostia cuenta con numerosos eventos de gran calado, importancia y renombre, que eligen situar su sede en la ciudad por las interesantes candidaturas que realiza, y resulta de capital importancia mantener una línea congruente y equitativa en materia de presentación de candidaturas para seguir creciendo como destino de referencia dentro del sector de congresos y eventos", concluye el escrito municipal.

Sin embargo, el PSE y el PP del Ayuntamiento donostiarra criticaron la gestión del gobierno municipal de Bildu en el caso de la marcha del festival publicitario El Sol a Bilbao. La crítica más dura del portavoz municipal del PP, Ramón Gómez Ugalde, se dirigieron no obstante hacia la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitarias (AAEP), cuya actuación a la hora de decidir dónde se celebraría la próxima edición del Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria calificó de "mercadeo".

El diputado socialista y exalcalde de Donostia, Odón Llorza, culpó al gobierno municipal de Bildu de la decisión del Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria El Sol de abandonar la capital donostiarra. "Gracias Bildu. Lo nuestro no tiene precio, ni perdón cívico", afirmó Llorza en un comunicado, en el que asegura que la marcha de El Sol constituye "un detalle más a sumar en la nefasta gestión" de la coalición abertzale. El ex primer edil denunció que Donostia padecerá "un gobierno sin personalidad, sin ideas".



Bilbao y Azkuna, en un acto electoral del PNV. FOT: PABLO VÍÑAS

Ayuntamiento y Diputación celebran un nuevo éxito de BI²

Azkuna y Bilbao creen que la villa y el territorio obtendrán beneficios sociales y económicos

O. SÁEZ

BILBAO El diputado general de Bizkaia, José Luis Bilbao, y el alcalde de la villa, Iñaki Azkuna, coincidieron ayer al destacar que "tanto el Ayuntamiento como la Diputación llevábamos un tiempo detrás de esta iniciativa, ofertando toda nuestra infraestructura que hoy tenemos en la ciudad, como el Palacio Euskalduna o la Alhóndiga, con el apoyo de las asociaciones de comerciantes", con el objetivo de "seguir dando vida a esta ciudad y a este territorio".

El diputado general dijo que "es una gran noticia la celebración de El Sol de 2012 a 2016. Esta iniciativa forma parte de una estrategia conjunta entre el Ayuntamiento y la Diputación, eso que denominamos BI², Bilbao y Bizkaia, para la atracción de eventos para seguir estando en primera línea mundial como un territorio de acogida y de referencia".

En ese sentido, enmarcó la celebración del festival en Bilbao en la estrategia de Diputación y Ayuntamiento de "seguir dando pedales, generar actividad económica y seguir generando empleo en este sector; para ver si dando pedales por un sitio y por otro podemos ir saliendo poco a poco de esta crisis".

"Esta alianza estratégica entre Bilbao y Bizkaia sigue dando sus frutos y no solamente está el Guggenheim, que también lo es, sino que, además de eso, este festival de El Sol los próximos cuatro años que va a ser un hito importante e interesante para la ciudad y para el territorio".

ECHAR EL RESTO En el mismo sentido, Azkuna indicó que poner a disposición de los asistentes infraestructuras como el Guggenheim o el Bilbao Arena "cuesta dinero y ahí es donde las instituciones echamos

el resto y hacernos ese esfuerzo para que se llenen los hoteles, para que venga gente y compren camisetas y calczoncillos en Bilbao, se lleven una buena impresión y el boca a boca, además, nos ayude". No obstante, aseguró que "ya en sí el festival publicitario es muy importante para Bilbao". Respecto al posible "pique" con Donostia, aseguró, en tono de broma, que él "no se pica ya con nadie" y que ha conseguido "estar en el Nirvana" porque con la quioterapia a la que le han sometido con motivo de su enfermedad, está "mucho más suelto de lengua, pero también mucho más tranquilo".

Azkuna apuntó que Bilbao se ha presentado, junto con otras once ciudades, y ha ganado, a la vez que recordó que cuando la villa se presentó al certamen de diseño, ganó Sudáfrica y "se aceptó deportivamente", pese a que, según el primer edil, "Bilbao en diseño ganaba a Ciudad del Cabo, pero "entiendo que a Sudáfrica había que darle un empujón democrática y políticamente, y me alegro; y otros tendrán que aceptar que hemos ganado el partido colorao al igual que nosotros los aceptamos".

"Forma parte de la estrategia conjunta en lo que denominamos BI al cuadrado"

JOSÉ LUIS BILBAO
Diputado General

"La colaboración público-privada ha sido muy importante para que venga el festival"

IÑAKI AZKUNA
Alcalde de Bilbao

LAS FRASES

"Gracias Bildu. Lo nuestro no tiene nombre ni perdón cívico"

ODÓN LLORZA
Exalcalde de Donostia

"La actuación de la AAEP a la hora de decidir la sede ha sido de mercadeo"

RAMÓN GÓMEZ
Concejal del PP de Donostia

EL FESTIVAL

● **Participantes.** Bilbao ha sido elegida entre otras diez propuestas de Alicante, Cartagena, Gerona, Málaga, Irún, Santander, Donostia, Sevilla y Valencia.

● **Anteriores ediciones.** Las últimas 25 ediciones se han celebrado en Donostia.

● **Impacto.** Congrega anualmente a más de 1.800 personas y registra 2.500 trabajos y campañas, que compiten en doce secciones diferentes.

● **Fechas.** Tendrá lugar los días 31 de mayo, 1 y 2 de junio de 2012.

● **Infraestructuras.** Alhóndiga, Museo Guggenheim y Euskalduna.