

Comienza el FIAP 2008

Del 14 al 18 de abril se llevará a cabo el encuentro publicitario más importante de la región. El evento tendrá lugar en el Hotel Sheraton de la Ciudad de Buenos Aires y contará con la presencia de la comunidad publicitaria de la región.



Festival Iberoamericano de la Publicidad

Creado en 1969, el FIAP es el festival de publicidad más importante de habla hispana y portuguesa y en él compiten anualmente más de 8.500 piezas de diferentes categorías y participan más de 2000 delegados de Iberoamérica, Estados Unidos de Norteamérica y Europa. Durante una semana se realizarán las exhibiciones de televisión, radio, innovación en medios, Internet, la muestra gráfica más grande del mundo, la Maratón Jóvenes Creativos, conferencias, workshops, entregas de premios, deliberaciones de jurados, reuniones de prensa, cócteles y cena de clausura. Las múltiples actividades programadas para este año se distribuirán en espaciados salones, equipados con la más alta tecnología audiovisual, preparados para brindar videoconferencias y servicios de traducción simultánea.

¿Qué es el FIAP y cuáles son sus objetivos?

El FIAP fue creado en 1969 por Alberto Gollán, titular de Canal 3 de Rosario, con el objetivo de integrar la comunicación de la región. Desde entonces el FIAP se ha transformado en el lugar de encuentro, para que agencias de publicidad, productoras, anunciantes, medios y estudiantes de toda la región, inter-



Asistentes y cóctel de apertura en el FIAP 2007.

cambien experiencias, comparen sus trabajos y, fundamentalmente, compitan entre sí. Porque el FIAP entiende que la competencia es uno de los caminos más directos al éxito, ya que incentiva y moviliza a la superación y el crecimiento constante. Los Soles de Iberoamérica del FIAP se han posicionado como los trofeos más importantes de la región por la seriedad y profesionalismo del jurado y la transparencia de su trabajo. Convocándose año a año a más de 2000 delegados de Iberoamérica y del mundo, congregando a las mejores producciones de los publicitarios de toda la región y transformándose en un espacio abierto a la cultura y al arte. En el FIAP se brindan múltiples exposiciones, exhibiciones y conferencias de reconocidos profesionales de la comunicación y el marketing durante los cinco días del Festival.

Una vidriera al mundo

Cada edición del Festival no culmina con la cena de clausura y entrega de premios, sino que esa noche comienza, ya que a partir de ese momento se pone en marcha un verdadero road show, con más de 60 Post FIAP en los 23 países que compiten en el Festival, y en presentaciones que incluyen mercados tan distantes y disímiles como Tailandia, Rusia, Singapur, Rumania, Australia, Alemania, Eslovenia, República Checa e Inglaterra, entre otros. El Post FIAP representa un aporte a la difusión y posicionamiento mundial de la creatividad y la cultura iberoamericana.

THE CUP

En los festivales de publicidad más importantes del mundo hay un amplio dominio, y hasta quizás cierto favoritismo, de una determinada cultura sobre las demás. Por la estructura de sus jurados y por el peso de los mercados que representan.



En dichas competencias, además, se premia y distingue exclusivamente a la publicidad global. Algo que no da lugar ni otorga entidad a la publicidad "real", la que está pensada para un target específico y no para que sea entendida por alguien proveniente de una cultura con la que no se tiene nada en común. El mundo se ha globalizado, pero a la hora de crear un comercial para un producto como la yerba mate en nuestro mercado, ¿es importante pensar que también lo tiene que entender un jurado alemán?

Con la premisa de crear un festival que valore las culturas locales, algo inexistente hasta el año pasado, se unieron los tres festivales regionales más



Daniel Marcet, Director General Creativo de Marcet y Asociados y Director del FIAP (Festival Iberoamericano de la Publicidad).

importantes del mundo, el ADFEST (Asia Pacífico), el FIAP (Iberoamérica), y el Golden Drum (Europa Central y del Este), a los que se sumó el Art Directors Club of Europe como festival invitado y organizaron, en Valencia, España, la primera edición de THE CUP, la InterContinental Advertising Cup. Que contó con un verdadero "dream team" de publicitarios como jurados, que incluyó a Marcello Serpa de Brasil, a Carlos Baccetti de Argentina, Toni Segarra de España, Akira Kagami de Japón, Piyush Pandey de la India y a Michael Conrad de Alemania, entre otros. Evento llevado a cabo durante tres días en Valencia, con conferencias y mesas redondas que contaron con algunos los más altos exponentes de la publicidad, el arte, y los negocios de todo el mundo, entregándose las Copas a las piezas más destacadas, sobresaliendo Barrio Bonito, creado para Nike por BBDO Argentina, que se llevó la Grand Cup, máximo galardón que entrega THE CUP.

VINYL PLOT S.R.L.

Impresoras Solventes

INSUMOS PARA IMPRESION AL SOLVENTE

PORTA-BANNERS

Insumos para cartelera

- Linea completa en vinilos ORACAL
- Papel posicionador Poli-Tape
- Termoflock y flex para prendas
- Bandas Perimetrales Reglamentarias 3M
- Telas (Backlight - Frontlight - Black Out - Banner)
- Films polarizados y espejados (p/ oficinas, bancos)
- P.V.C. Espumado - Foam - Alto Impacto - Corrugado Plastico
- Vinilos para tuning (Efecto 3D - Holograficos - Fibra de Carbono)

ORACAL®
Un vinilo para cada necesidad

PLOTTER DE CORTE OMEGA

ITALIA 916 - 2000 ROSARIO - (SANTA FE)
TEL./FAX (0341) 4266248 (lineas rotativas)
e-mail: vinylplot@ciudad.

De Rosario al país.....



Logo y Estatuilla del FIAP

Tanta fue la trascendencia del festival, que Donald Gunn, responsable del ranking de publicidad más importante del mundo, ha decidido otorgarle el mismo puntaje que al Festival de Cannes. Esto les permite a las agencias ganadoras del FIAP, sumar puntos a nivel regional y luego tener chances de volver a sumar puntos a nivel mundial.

FIAP 2008

Debido al crecimiento que ha tenido el FIAP en los últimos años -cantidad de inscripciones y de delegados participantes- la edición 2008 muda su sede al Sheraton de Buenos Aires. Un lugar que permitirá desarrollar, durante una semana, conferencias y presentaciones de exponentes de la talla Joakim Borgström (Suecia), Director Creativo Interactivo de Wieden + Kennedy Ámsterdam; Marcello Serpa (Brasil), Socio y Director General Creativo de AlmapBBDO; Toni Segarra (España), Socio y Director General Creativo de S,C,P,F; Carlos Baccetti (Argentina), Socio de El Cielo A&B; Rui Porto (Brasil), Director de Comunicación y Medios de Sao Paulo Alpagatas Havaianas; Aldo Quevedo (México), Director Creativo de Dieste, Harmel & Partners; Frank Cooper (EE.UU.), Vicepresidente de promociones y marketing interactivo de Pepsi Cola; Pancho Gonzalez (Chile), Director General Creativo de Unitas RNL y Jérôme de Chaunac (Francia), Director Mundial de Havas Sports, entre otros.

Asimismo, el festival contará con múltiples actividades, como la proyección de todos los comerciales de televisión inscriptos y la exhibición de la muestra gráfica más grande del mundo. La Maratón Jóvenes Creativos en la que duplas de creativos profesionales de hasta 28 años de toda Iberoamérica concursan durante 24 horas. Exhibición de Cortometrajes: un espacio que reconoce y valora la obra de los nuevos directores. Presentación de ExpoToons: proyección del material inscripto en el festival de animación más importante de la región. Presentación de los trabajos ganadores en la primera edición de la Copa Intercontinental de Publicidad y la entrega de los codiciados Soles de Oro, entre muchísimas actividades más, en un marco de fiestas y cócteles a los que asistirán más de 2000 participantes de todo el mundo.



Muestra Gráfica FIAP 2007, una exhibición de la muestra gráfica más grande del mundo.

El desempeño argentino

Históricamente Argentina ha ocupado un lugar entre los tres países más fuertes de la región, creativamente hablando. Y desde hace ya varios años su publicidad ocupa el primer lugar en el ranking, por su capacidad de contar historias, sus ideas impactantes, simples y transgresoras, y por su manera de sorprender con conceptos fuertes y pertinentes. Todo esto ha creado una **identidad argentina**, la cual es reconocida y admirada en todo el mundo. Esas mismas características son las que la han llevado a brillar los festivales internacionales y las que la ubicaron como el país más premiado en la primera edición de THE CUP, con nueve Copas y la Grand Cup para BBDO. ■

Agradecemos la colaboración del Sr. Daniel Marcet, Director General Creativo de Marcet y Asociados y Director del FIAP (Festival Iberoamericano de la Publicidad).