

WWW.ROMERO.BARCELONA

ROMERO

PREMIUM NETWORKING

MAGAZINE

LASARTIE

Martín Berasategui

· RESTAURANT ·



DUVAN LOPEZ ■ PILAR LATORRE ■ ARTY FOX ■ NINA KHALATYAN ■ THOMAS KUNAMBI ■ ZOLTAN NAGY
■ CASA ALFONSO ■ DILETTA PARENTE ■ BERND ALDER ■ MAITE ESTEVE

SUMARIO #5

EDITA
ROMERO Premium Networking
Avda/ Sant Ramon Nonat, 32
08028 Barcelona

EDITOR
Israel Romero CEO & Founder
israel@romero.barcelona

DIRECTORA
Svetlana Krolivetskaya
svetlana@romero.barcelona

DIRECCIÓN DE MARKETING/
COMERCIAL
Carles Tremoleda
carles@romero.barcelona

JEFE DE REDACCIÓN
Antonio Molina
antonio@romero.barcelona

DIRECCIÓN DE ARTE
Joan Alonso

MARKETING DIGITAL
Kilian Romero
kilian@romero.barcelona

DIRECCIÓN DE FOTOGRAFÍA
La Masia Studio
xavier@lamasiastudio.com

COLABORADORES
Duvan Lopez, Pilar Latorre,
Arty Fox, Nina Khalatyan,
Thomas Kunambi, Zoltan Nagy,
Casa Alfonso, Diletta Parente,
Bernd Alder, Maite Esteve

Editorial

Creer es siempre poder

4.



ROMERO
PREMIUM NETWORKING

BMGExperience: una nueva manera de hacer
Premium Networking

11.



5.

Duvan
López

La Guinda para los
BMGExperience
Awards.



19.

Maite Esteve

La pasión por los
vinos y por el cava de
alta calidad.



25.

Pilar Latorre

15 años de World
Cuisine.



29.

Art Fox

Es un club social femenino y elitista.



35.

Thomas Kunanbi

“Barcelona es el epítome de una ciudad ‘glocal’ inclusiva.”



39.

Nina Khalatyan

“Barcelona destaca por su dinamismo. Es la ciudad del todo en uno.”



45.

Zoltan Nagy

Rl wine coinnaisseur de Romero Premium Networking.



50.

Casa Alfonso

85 años después sigue siendo un lugar “cool”.



56.

Diletta Parente

La sostenibilidad por bandera.



61.

Bern Alder

“Barcelona es una ciudad que no está hecha para cualquiera.”



Crear es siempre poder

Este 2019 se ha convertido por méritos propios en el mejor año de Romero Premium Networking. Y lo hemos conseguido gracias a que perseveramos y perseveramos. Seguimos nuestros propios designios, y alcanzamos el lugar donde queríamos llegar. Hemos creado nuestra comunidad propia de personas que piensan como nosotros, o viceversa. Donde prevalecen los valores humanos por encima de cualquier negocio o interés personal o profesional.

Y lo hemos conseguido gracias a una palabra que puede definirlo todo:

Convicción.

Convicción en que Barcelona era el lugar adecuado para hacer este proyecto.

Convicción en que teníamos las personas y las para llevarlo a cabo.

Y convicción para liderar, social y profesionalmente a Barcelona, Catalunya y a España a través de la gastronomía, la cultura, el conocimiento y los negocios.

Somos unos privilegiados de vivir en una zona del mundo, que lo tiene todo para ser feliz, y por ello, nos sentimos responsables de cuidar y mantener que siga siendo así, por muchos años.

Es preciso generar mecanismos para que las empresas puedan acceder, más y mejor a la internacionalización.

Uno de los retos más importantes, es mejorar ostensiblemente el valor de marca de las empresas, y aquí, me paro para resaltar que Romero Premium Networking está absolutamente comprometido con esa causa. Impulsamos, a través del conocimiento, el talento, el esfuerzo, la constancia y los contactos clave, para conseguir ser reconocidos como el país referente en el binomio de la gastronomía y el arte.

Romero es la plataforma a través de la cual, desarrollar esos conceptos que nos deben caracterizar para alcanzar el éxito: Excelencia, Profesionalidad, Honestidad, Transparencia y sobretodo, Compartición. Esos son nuestros valores humanos que humildemente pretendemos promulgar, y hacer partícipes de cuantos quieran formar parte.

Necesitamos creer más en nosotros.

Por otro lado, no podemos desaprovechar el gran número de personas internacionales que deciden establecerse para vivir en nuestro país. Y nuevamente Barcelona y Catalunya son los elegidos respecto a otros lugares. Si ellos son capaces de ver lo mejor de nuestra tierra, nosotros debemos ser más proactivos con estas incipientes comunidades internacionales. Ellos son el puente estratégico hacia una mayor aceleración de las relaciones internacionales, tanto culturales como económicas, y debemos ser conscientes de este privilegio para liderar también este modelo relaciones internacionales.

¡A por un 2020 apasionante! ■

Israel Romero

www.romero.barcelona

Pintor, escultor y poeta colombiano



Duван López

La Guinda para los BMGExperience Awards

Gracias a su talento y su inspiración divina, este colombiano afincado en Besalú (Girona) nos creó los premios para el BMGE, una pieza maravillosa y llena de valor emocional para los premiados, que le llamó “la cirereta” (la guinda), como colofón a una semana de ensueño gastronómico como fue el BMGExperience 2019.

El arte siempre está en las actividades de Romero, y unirlo con la gastronomía que es para nosotros también un arte, una obligación. Y la posibilidad de tener a Duván López como creador de los Premios BMGExperience, fue todo un acierto de Josep Félix Bentz, Presidente del Real Círculo Artístico, que nos lo recomendó sin ninguna duda.

Duván López (Quimbaya, Colombia 1954), pintor, escultor y poeta, inicia su actividad artística en Colombia y a partir de 1993 emprende un periodo de viajes que le llevan exponer en Nueva York, París y Barcelona donde a partir de 1998 fija su residencia. En 2008 instala su casa taller en Besalú, un pueblo medieval de la comarca de la Garrotxa, provincia de Girona. Y un año más tarde, promueve el MAQUI (Museo de Arte de Armenia y del Quindío) en Colombia, donde se expone una colección de su obra. En 2012 edita su primer libro “Una mirada que incide” que recogen sus poemas inspirados en los parques naturales de Colombia.”

Ello le impulsa a crear el proyecto “Concientizarte, Colombia un Parque Natural para el Mundo”. Este proyecto de arte relacional se crea con el objetivo de recoger fondos para la reforestación y conservación de la Sierra Nevada de Santa Marta, en colaboración con el mamo Menjabin de la fundación Fund.amar.in (website: www.concientizarte.co).

En 2016, tras ocho años establecido en Girona, realiza una intervención artística permanente en la Capilla de Sant Martí de Capellada, Besalú (románica del siglo XII) actualmente sin culto, creando un espacio de reflexión, una capilla laica, donde cada año se programa un festival de música clásica y eventos culturales.

La Shenguen Peace Foundation en 2017, selecciona su escultura “Silla por la Paz” como su nuevo emblema de los Luxembourg Peace





Prize, que se entregan anualmente en la sede histórica del Parlamento Europeo en Luxemburgo.

La obra de Duván, no es una obra hecha a partir del ingenio, sino del toque del genio que a muy pocos artistas es concedido.

Duván es uno de los pocos artistas colombianos que pasará no solo a la historia de la pintura sino a la pintura misma, con Eduardo Ramírez Villamizar y Luis Caballero.

La obra de Duván, es un espacio habitado, por una forma particular de lenguaje, por una sensibilidad convertida en símbolos.

Monumentos Públicos

Homenaje a Matisse, Aeropuerto de Armenia, Colombia.

Perfiles, Museo de Arte Contemporáneo de Bogotá, Colombia.

Silla de la Paz, esculturas de hierro. Museo Can Mario-Fundació Vilacasa, Barcelona. Ayuntamiento de Besalú, Girona. Plaza de la Alcaldía, Quimbaya, Colombia.

Danzantes, nueve esculturas de aluminio. Edificio Codensa FECSA-ENDESA, Bogotá, Colombia.

Casa Quindiana y Réquiem por el río Magdalena, hierro, Armenia, Colombia.

Bodegón Leybano y Fósil, hierro, plaza de esculturas Antonio Nariño, Villa de Leyva, Colombia.

Nube Pajaro y Pasillo, hierro, Besalú, España.

“El cel és al cor de l'ésser que viu en pau”, escultura en piedra, Besalú, España

“La pregunta” escultura en piedra, Cervià de Ter, España.

Espacios Duván

MAQUI, Museo de Armenia y el Quindío, Armenia Colombia, Sala Duván Pintura, Esculturas Hierro, Cristal y madera.

Instalacion de Danzantes.

Capella de Sant Martí, Besalú, instalación permanente, Pintura, Esculturas Hierro y metacrilato, Avartar concientizarte.

Sala Duván, Quimbaya, Colombia. Villa natal de Duván. Exposicion de Pintura y Escultura GAL E R I A DUVÁN P A S S A T G E V I L A - R O B A U , 3 • 1 7 8 5 0 G I R O N A WWW.DU VANE L A R T I S T A . C O M - A R T D U V A N @ G M A I L . C O M



Próximas Exposiciones y Eventos

Galeria Espai 59, Sant Feliu de Guixols, "Twenty years Duván. 1999-2019" Pintura, escultura, dibujo y objetos de arte.

Inauguracion 25 Oct hasta el 30 de enero 2020

EXPOSICIONES ACTUALES

Exposiciones realizadas 2019

Gimhae Biennale International Art Festival, GBAF 2019, GimHae, Corea del Sur "Calidoscopios" 11.10 al 3.11.2019, pintura.

Primer premio Biennale "Artist Award 2019"

Art Gwangju19, Corea del Sur, 19.09 al 22.09.2019, Galeria Duván, Pintura, escultura y dibujo.

Monasteri de Santa María, Cervià de Ter, Girona, "Fet a Catalunya" 03.08 to 11.09.2019.

Pintura y Escultura

Fundació Josep Irla, Sant Feliu de Guixols, Girona, 13.07 to 6.09.2019 "Diàlegs" Dibujo, pintura y esculturas

Galería Art al Set, Principat d'Andorra, 16.05 al 13.06.2019, "Dibuixos i escultures" de Duván Dibujo y Esculturas. Inauguracion 18 mayo.

GAL E R I A DUVÁN P A S S A T G E V I L A - R O B A U , 3 • 1 7 8 5 0 G I R O N A WWW.DU VANE L A R T I S T A . C O M - A R T D U V A N @ G M A I L . C O M



Parque de Esculturas ALMA. Almacelles, Lleida. Inauguración 23.02.2019 Instalación

“La pregunta” Escultura en Granito

ArtBusan19, Corea del Sur, 30.05 al

02.06.2019, Galerie ArtsKoco, Pintura, escultura y dibujo.

Galería Art al Set. Principat d’Andorra.

Inauguración nuevo espacio. 30.03 al

30.04.2019 Exposición de Escultura

MAQUI – Museo de Armenia y el Quindío,

Armenia, Colombia, “Signos y Símbolos”. 14.03

al 14.05.2019 Exposición “Signos y Símbolos”

Obra digital sobre papel (giclée), lonas y esculturas.

Universidad Nacional de las Artes, Argentina.

Sede Rectorado. 20.02 – 30.03.2019 Exposición

“Signos y Símbolos” Obra digital sobre papel (giclée)

Parque de Esculturas ALMA. Almacelles,

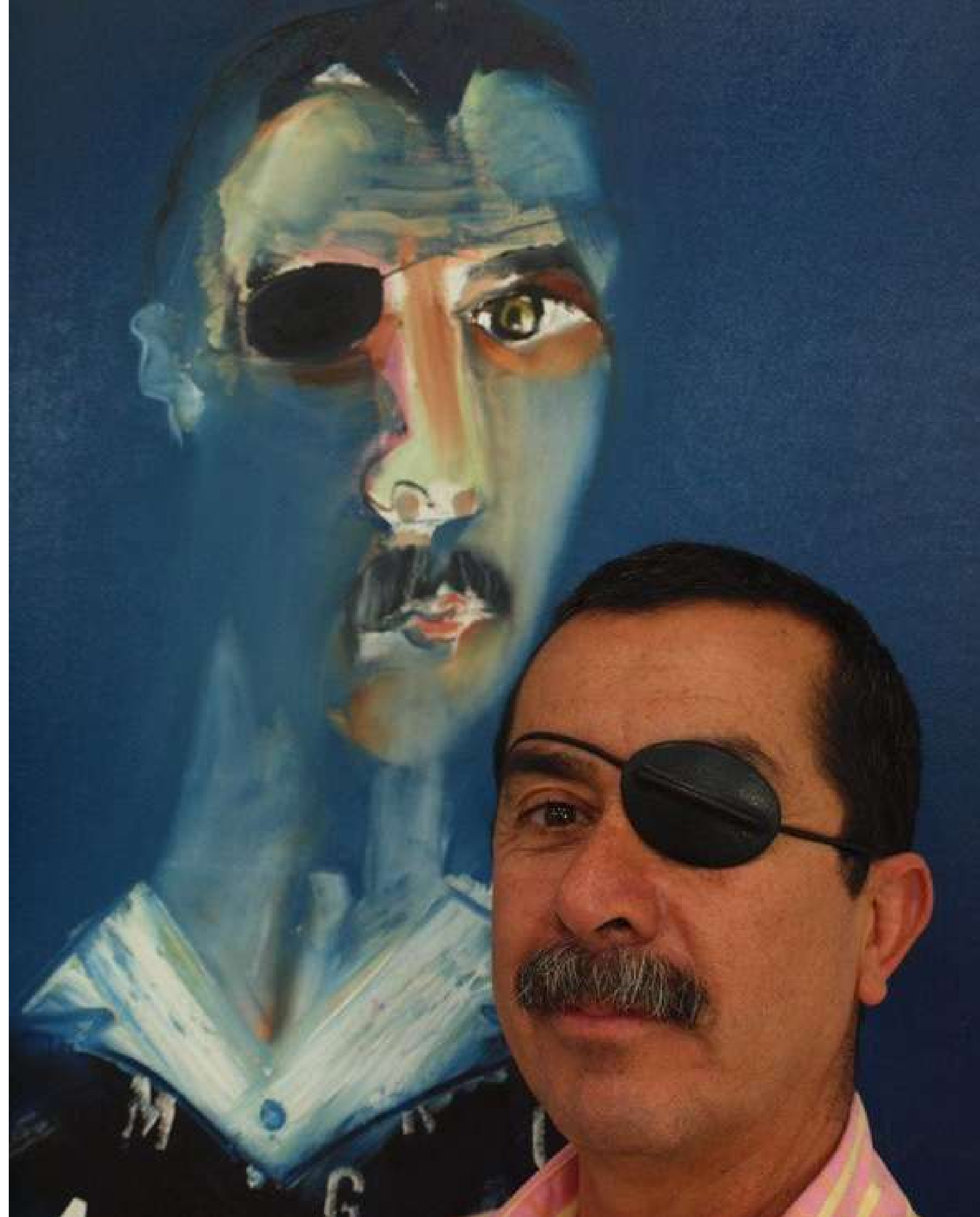
Lleida. Inauguración 23.02.2019 Instalación

“La pregunta” Escultura en Granito

Premio Biennale Gimhae

Serie CALIDOSCOPIOS

El pasado 12 de Octubre, DUVAN recibió el premio “Artist Award GBAF 2019” en la primera





edición de la Gimhae Biennale International Art Festival que se celebró en la ciudad de Gimhae Corea del Sur.

El Comité organizador valoró como excelente la serie CALIDOSCOPIOS. El presidente de la Biennale Sr Jung Won Jo, hizo entrega del premio en la ceremonia de apertura.

Calidoscopios es un proyecto de pintura a partir de los estudios de Carl Jung y Sigmund Freud sobre imágenes arquetípicas.

La composición de las obras se plantea como un movimiento rotatorio que nos empuja

a una multivisión del cuadro a partir de composiciones en cruz o espiral. Es una pintura holística.

Al hacer girar los cuadros obligamos a nuestro cerebro a construir múltiples puzles a partir de rostros y fragmentos como ojos, manos, labios, objetos como un sombrero, un zapato, una flor o animales como un caballo o un pájaro.

Para más información:

<https://www.duvanelartista.com/es>



#BLOG

ROMERO
PREMIUM NETWORKING



BMGEXPERIENCE: UNA NUEVA MANERA DE HACER PREMIUM NETWORKING

Ea creación de este certamen basado en la gastronomía y en el arte como piedras angulares de las relaciones humanas, consolidaron a Romero como empresa que desarrolla su marca a través de acciones que mezclan personas, empresas y emociones: una experiencia única.

Xavier Lahuerta Chef Executive de Mercer Hoteles, Josep Félix Bentz Presidente del Reial Cercle Artístic de Barcelona e Israel Romero CEO & Founder de Romero Premium Networking nos unimos para crear un evento High End con la Cocina Catalana como referencia gastronómica. Cuando pensamos crear algo que proyectara todo lo que estábamos haciendo en los últimos 24-30 meses, tuvimos claro que debíamos enfocarnos hacia el conector por excelencia: la gastronomía.

La experiencia de Romero de crear momentos mágicos, con su comunidad de personas, su bien máspreciado, hizo el resto, y creamos el Barcelona's Mediterranean Gastronomy Experience que tuvo lugar del 23 al 26 de octubre.

La apuesta era arriesgada para una ciudad que está faltada de liderazgo privado para hacer acciones de este nivel, y para cliente con visión internacional. Y que tenía como misión proyectar a Barcelona, Catalunya y a España al nivel que se merecen.

Este primer evento se centró en la cocina catalana, y más concretamente, tenía como objetivo, proyectar la

cocina más tradicional que ha sido la referencia de los chefs actuales, sumando la interpretación de la misma que algunos de esos chefs han hecho, y que refuerzan sin duda, que la cocina catalana es en la actualidad, una de las más reconocidas cocinas del mundo.

Unimos nuestras fuerzas para canalizar toda esa energía, con un objetivo común: difundir nuestra gastronomía y el arte, con personas que tienen





esos mismos anhelos en la vida, y donde los valores humanos como compartir, toman una dimensión diferente, siendo el verdadero motor de la sociedad, que necesita iniciativas de este tipo para ser consciente del tamaño y el potencial que tenemos.

Y conseguimos el éxito, sin precedentes para compararlo eso sí, pero en 3 meses de arduo trabajo, generamos en cuatro días, seis eventos, convocamos a más de 370 personas de hasta 21 nacionalidades. Más de 20 patrocinadores nos empujaron, pero sobretudo nuestra convicción en que hacíamos lo que debíamos, nos ha llevado a alcanzar el éxito que todos nos han dicho haber obtenido.

Muchas anécdotas, muchos momentos muy especiales y emotivos, y sobretudo relaciones humanas. Esas que crean posteriormente relaciones más estables y que desembocan en negocios: puro Premium Networking. Muchos negocios se han forjado en estos seis eventos. Porque ello también era un objetivo marcado en Romero. Cuando hemos explicado que el impacto del evento va muchos más allá de lo ingresado por el ticketing y los patrocinadores, la cara de incrédulos de muchas personas, nos hace pensar que seguimos haciendo una gestión muy singular y con poca competencia a la vista. Y eso, ¿por qué?, aquí se juntan muchas cosas. No las enumeraremos porque desvelaríamos nuestros puntos fuertes y únicos









en Romero, pero sí diré que la desgana general y la cobardía por creer en nuestro país nos ayudan mucho a sobresalir.

Grandes como los hermanos Roca, Nuria e Isidre Gironés, Raúl Balam, Paco Pérez o Carles Gaig, apoyaron el proyecto desde el principio. Por ello, nos dimos cuenta que Barcelona tiene, además de un millón de fortalezas más, una que Romero seguirá desarrollando en los próximos años: unir con el arte y la gastronomía española, a nuestro Premium

Networking. La siguiente edición de 2020 nos espera. Con el reto de mejorar la del 2019 y con la misma ilusión: compartir nuestra gastronomía con quien la valora.

Muchos negocios se han forjado en estos seis eventos. Porque ello también era un objetivo marcado en Romero. Cuando hemos explicado que el impacto del evento va muchos más allá de lo ingresado por el ticketing y los patrocinadores, la cara de incrédulos de muchas personas, nos hace pensar que seguimos





haciendo una gestión muy singular y con poca competencia a la vista. Y eso, ¿por qué?, aquí se juntan muchas cosas. No las enumeraremos porque desvelaríamos nuestros puntos fuertes y únicos en Romero, pero sí diré que la desgana general y la

cobardía por creer en nuestro país nos ayudan mucho a sobresalir.

Grandes como los hermanos Roca, Nuria e Isidre Gironés, Raúl Balam, Paco Pérez o Carles Gaig,





apoyaron el proyecto desde el principio. Por ello, nos dimos cuenta que Barcelona tiene, además de un millón de fortalezas más, una que Romero seguirá desarrollando en los próximos años: unir con el arte y la gastronomía española, a nuestro

Premium Networking. La siguiente edición de 2020 nos espera. Con el reto de mejorar la del 2019 y con la misma ilusión: compartir nuestra gastronomía con quien la valora.



Si te ha gustado este artículo puedes encontrar este y otros en:
www.premiumnetworkingtimes.com/blog/



Directora General de Vins El Cep

Maite Esteve: “La pasión por los vinos y por el cava de alta calidad”

En 1980 las familias del Penedès Carreras, Esteve, Masana y Parera emprendieron el camino para elaborar vinos y cavas creando la bodega Vins El Cep, en Sant Sadurní d'Anoia. Elaboradoras de caldos desde 1980, pusieron en común sus conocimientos para elaborar y comercializar vinos y cavas de terruño. La experiencia y unión de estas cuatro familias –el próximo año cumplen 40 años– han dado sus frutos.

Situados en un lugar privilegiado que he tenido la suerte de conocer a través de nuestro Wine Coinneseur, Zoltan Nagy, a caballo de Sant Sadurní d'Anoia, Gelida y Sant Llorenç d'Hortons, Vins El Cep ha sido un gran descubrimiento para mí. En un entorno precioso, idílico y escondido entre bosques, encuentras la bodega en la L'Alzinar. Muy coqueta y con un encanto irreprochable. Minimalista y hasta con reminiscencias nórdicas (quizás por ello a los nór-

dicos les encanta), la bodega transmite mucho amor por lo que se hace, y mucha pasión por trabajar como siempre se hizo, cuidando el campo y todo el proceso de creación de los vinos y cavas.

Y a diferencia de otras empresas del sector, sus productos son más conocidos internacionalmente que en España. En países como EE.UU., Suecia, Ucrania, Reino Unido, Suiza, Japón son ejemplos donde Vins El Cep es conocido.

“Desde su creación han tenido como objetivo priorizar el respeto por el medio ambiente, y así mismo elaborar cavas de la más alta calidad y singularidad.”



Exportan más del 80% de su producción. También a otros países como Canadá, México, Brasil, Bélgica, Holanda y Dinamarca. El 20% restante, distribuye en Catalunya y el resto de España a través de tiendas especializadas y en restaurantes de alta categoría.

Fueron pioneros de la agricultura biodinámica en el Penedés y uno de los primeros en la agricultura ecológica. Entre todos suman unas 200 hectáreas y son una de las propiedades vitícolas más grandes del Penedés.

El 100 % de sus vinos y cavas son creados con uvas propias y elaboran vinos de

base de máxima calidad practicando una agricultura de precisión y cosecha selectiva en cada viña.

Afortunadamente, con la amplia presencia en el extranjero, el consumo del cava se está desestacionalizando. Se bebe cava todo el año, como aperitivo, para acompañar toda una comida, entre horas, para hacer celebraciones ... El consumo de cava en Navidad siempre será más elevado, por tradición, las fiestas, los obsequios ... pero, cada vez más, y no sólo aquí, sino también en muchos países consumidores, el cava se consume todo el año.



“Lo que me apasiona de Maite Esteve es que su visión se asemeja a la de Romero en todo.”

Vins El Cep le gusta innovar a la hora de hacer sus vinos y cavas, por tanto, no solo utiliza uvas como la Macabeo, Xarel.lo o Parellada, autóctonas del Penedés, también se atreve con Pinot Noir, Chardonnay o Tempranillo.

Porque se pueden hacer excelentes cavas utilizando variedades autóctonas junto con otras variedades que se han adaptado muy bien a nuestro territorio, y que pueden aportar otras características.

Los vinos tranquilos y espumosos muy gastronómicos para disfrutar de la mesa y la sobremesa. Y desde su creación han

tenido como objetivo priorizar el respeto por el medio ambiente, y así mismo elaborar cavas de la más alta calidad y singularidad.

Desde 2003 empezaron a aplicar las técnicas de la agricultura biodinámica, seleccionando las viñas más idóneas de cepas viejos.

Están ubicadas en el Alt Penedès entre los 200 y 400 metros, las viñas de Vins El Cep disfrutan de temperaturas moderadas, propias del mediterráneo prelitoral, con inviernos suaves favorecidos por las cordilleras de Montserrat y Ordal. Así

como veranos calurosos y secos, donde la oscilación térmica son suavizadas por la proximidad del mar. Con 200 hectáreas de viña en diferentes orientaciones y sobre un suelo mayoritariamente calcáreo-arcilloso, que permite obtener la máxima expresión, calidad y personalidad de las diferentes variedades de uva.

Entre sus marcas más importantes están Claror, el producto estrella (Cava de Paraje Calificado de «Can Prats», MIM Natura, Marquès de Gelida, L'Alzinar y GR5 Senders.

La Directora General de la bodega, Maite Esteve, es quien lidera con fuerza e intuición femenina esta magnífica realidad, un caso único donde 4 familias de viticultores, que tenían viñas desde 1448, amigas desde siempre iniciaron el proyecto hace 40 años. Y es de las pocas empresas del sector del cava, menos de un 20%, que están dirigidas por mujeres.

Cada vez más la mujer está avanzando en el mundo del vino, aportando entre otras cosas, sensibilidad y buen gusto, aunque todavía no es nada relevante su presencia en el sector. Y lo que veo que aporta una mujer al mando de una empresa de vinos

es orden, constancia y profesionalidad. Además, las mujeres tienen más sensibilidad y valoran más las cualidades de los cavas. Por ello, en Vins El Cep, la imagen y la presentación del producto está muy bien cuidada. Eso se nota.

Lo que me apasiona de Maite Esteve es que su visión se asemeja a la de Romero en todo, no tiene miedo a nada, quiere proyectar el Penedés al mundo a través de sus vinos y cavas, y lo quiere hacer con los mejores productos posibles. La cantidad no es relevante y sí la calidad. Es un salmón en un río revuelto y nada unido, el Penedés, que, en mi opinión, necesitaría una misma luz un mismo objetivo, generar la marca única de Cava de máxima calidad y proyectar juntos más, ¡¡mucho más y mejor, mucho mejor!! Pero además tenemos la oportunidad inigualable del turismo, y el enoturismo, tampoco acaba de arrancar, también por falta de coordinación y confianza en que unidos podría ser una fuente de ingresos constante y considerable. Maite, siempre avanzándose a todos, ya tiene ideas que ayudarían a todos, pero como no hay el quorum necesario, será Romero que apostará con ella por atraer al turismo de más calidad y ávido de conocimiento, además de la



figura que casi todos se olvidan, el residente internacional. Donde Romero, como líder del perfil internacional residente High End, canalizará en una serie de eventos en su propia bodega para el 2020.

Planes 2020

Y precisamente el año bisiesto y olímpico, es visto sólo de una manera por Vins El Cep: crecer en el extranjero. Conocedores de la atomización del mercado nacional, y que internacionalmente el producto

tiene mejor precio y aceptación por sus características sostenibles y de alta calidad, quiere llegar a mercados más lejanos, donde se empieza a despertar el gusto europeo y sus espumosos. Mercados asiáticos están en el punto de mira para este nuevo año. Y para ello, Romero también estará ahí presente para acelerar ese proceso de crecimiento internacional, con eventos, contactos estratégicos y comunicación inteligente, la receta magistral de Romero: Premium Networking.



Nuestra elección

Claror Cava de Paratge

Tipo: brut nature

Variedades: Xarel·lo, Macabeo y Parellada.

Crianza: 60 meses en botella.

Bodega: Vins el Cep

www.vinselcep.com

Con el interés por recuperar la tradición y las técnicas de antaño, a finales del 2003 Vins el Cep comenzó a aplicar las técnicas de la agricultura biodinámica, seleccionando los viñedos más idóneas de macabeo, xarel·lo y parellada: cepas viejas, terrenos calcáreos y situación privilegiada. En total, 5 ha de viña situadas en las propiedades de Can Prats, Can Miquel de les Planes y Can Castany, en el Alt Penedés.

Claror es sinónimo de pureza, es la esencia del cava, la expresión del Mediterráneo, la mineralidad de los calcáreos del Penedés y la intensidad de las viñas viejas. Un cava de añada, embotellado en febrero de 2007 con vino de la cosecha de 2006

CLAROR
PARATGE QUALIFICAT
Can Prats
CAVA
BRUT NATURE
2012



Pilar Latorre

15 años de World Cuisine

La cocinera y organizadora de viajes gastroculturales prepara su libro sobre la World Cuisine y que saldrá a la luz en la segunda mitad del 2020.

Y ahora toca el libro. Después de 15 años viajando por el mundo, recogiendo innumerables anécdotas y recuerdos, compartiendo esas experiencias con centenares de personas que se acercan al millar, y descubriendo nuevas recetas gastronómicas que posteriormente ofrecería en sus cursos de cocina en Madrid y Barcelona. Pilar Latorre, la creadora del concepto World Cuisine ha decidido recopilar esos viajes en una publicación que tendrá su aparición el próximo año, hacia la segunda mitad del 2020.

La idea de este libro, surgió de la relación de amistad desde hace años con la escritora y periodista Cristina Morató. A ésta le parecía que era una excelente oportunidad utilizar el amplio material fotográfico y de gran valor, por cierto, que Pilar Latorre había ido recopilando en estos últimos 15 años de viajes por el mundo. Pilar Latorre ha viajado desde muy joven por el mundo, y colgada de una cámara fotográfica, ha captado las imágenes de su vida





Hablando y madurando la idea, se les ocurrió hacer un libro basado en los viajes de Pilar Latorre por el mundo, y también explicar más profundamente sus experiencias junto a Cristina Morató, que en estos años le ha acompañado en varios de esos destinos. Para ello, realizarían un viaje que relatara una vuelta al mundo a través de la gastronomía, los mercados, sus gentes, etc.

Cristina Morató (Barcelona, 1961) estudió periodismo y fotografía. Desde muy joven ha recorrido el mundo como reportera, realizando numerosos artículos y reportajes. Tras pasar largas temporadas en países de América Latina, Asia y África donde trabajó para la Cooperación Sanitaria Española en la actual República Democrática del Congo, en 2005 viajó por primera vez a Oriente Próximo visitando Siria y más tarde Jordania. Durante estos años alternó sus viajes con la dirección de programas de televisión, trabajo que decidió abandonar para dedicarse a escribir sobre la vida de las grandes viajeras y exploradoras olvidadas por la historia. En busca de sus rastros, recorrió más de cuarenta países. Los documentos, libros y datos encontrados durante el camino le permitieron escribir *Viajeras intrépidas y aventureras* (2001), *Las Reinas de África* (2003), *Las Damas de*

Oriente (2005) y *Cautiva en Arabia* (2009). Su última obra, *Diosas de Hollywood* (2019), recoge la azarosa biografía de cuatro grandes escenas del celuloide: Ava Gardner, Liz Taylor, Grace Kelly y Rita Hayworth. Además, Cristina Morató es miembro fundador de la Sociedad Geográfica Española (www.sge.org), y pertenece a la Royal Geographic Society de Londres.

SABORES DEL MUNDO: el libro

De la mano de la chef Pilar Latorre, formada en las más prestigiosas escuelas de cocina del mundo junto a los mejores chefs del momento, nos adentramos en un apasionante viaje gastronómico y cultural por siete grandes destinos culinarios: Japón, Perú, India, Vietnam, Tailandia, Myanmar y Marruecos.

A través de magníficas fotografías y con textos de la escritora y periodista Cristina Morató, reconocida periodista y escritora de viajes, miembro fundador de la Sociedad Geográfica Española y autora de libros best sellers sobre las grandes viajeras de la historia, el libro pretende compartir los viajes y las experiencias gastronómicas únicas en estos países de la mano de Pilar Latorre.



Un libro muy visual, con fotografías de coloristas mercados, productos exóticos, paisajes, monumentos y platos típicos, además de un hotel legendario en cada país. En cada capítulo también conoceremos a los chefs más reconocidos de cada destino como el peruano Virgilio Martínez cuyo restaurante El Central de Lima, es el nº 6 del mundo, Gaggan Anand chef del restaurante Gaggan nº 5 del mundo en Bangkok, el restaurante Kikunoi en Kyoto con tres estrellas Michelin.

El libro también cuenta con cuatro sabrosas recetas por cada capítulo creadas especialmente por la chef Pilar Latorre, e inspiradas en sus viajes por el mundo.

Éste, será un libro que entrará por los ojos e invitará al lector a descubrir los aromas y las texturas de las cocinas más exóticas y renombradas del mundo, a través de los evocadores textos de una de las más renombradas periodistas de viajes como es Cristina Morató.



www.cristinamorato.com

www.pilarlatorre.com



Arty Fox es un club social femenino y elitista

Ksenia Kozlova & Natalia Varzakova,
propietarias de Artyfox

Rusas, y moscovitas para ser exactos. Son dos mujeres a las que admiramos en Romero por su amor por Barcelona y España. Y también por sus iniciativas como Arty Fox, un club de alto standing de mujeres rusas con sede en Barcelona.



“Nuestra actividad se centra en preparar cócteles mezclando diferentes ámbitos de la cultura.”

Romero: Buenos días Ksenia y Natalia. Y muchas gracias por recibir a Romero para haceros esta entrevista.

¿Cuánto tiempo lleváis viviendo en Barcelona Ksenia y Natalia?

Ksenia: Yo llevo aquí 19 años. Natalia lleva ...

Romero: ¿Por qué creastéis Arty Fox?

K & N: Este proyecto vino por una parte de forma espontánea, y por otro lado, y casi a la vez de forma evolutiva. Empezamos con la organización de eventos benéficos de alto standing, con rusos. Y tuvieron mucho éxito. Y allí descubrimos que existía una clara necesidad en nuestra comunidad ruso hablante High End de acudir a eventos chic, confeccionados a medida, donde no solo

podrían deleitar su paladar sibarita sino también ampliar sus horizontes culturales. No obstante, el concepto de beneficencia es muy subjetivo y no todos lo comparten por lo que hemos decidido crear un producto de calidad y más profesionalizado.

Romero: Arty Fox está enfocado en la cultura, ¿en qué exactamente, en el arte, en temas gastronómicos o en la cultura global?

K & N: Nuestra actividad se centra en preparar cócteles mezclando diferentes ámbitos de la cultura. Los ingredientes utilizados son los que resultan importantes en el día a día de nuestra clientela, tales como música, arte, cine, belleza, gastronomía, literatura, crecimiento personal, moda, etc.



Romero: ¿Cuál es la idea principal de Arty Fox?

K & N: El Club femenino “Arty Fox” es un club social femenino y elitista, que reúne mujeres con un alto nivel intelectual, cultural y adquisitivo desde luego.

Romero ¿Qué objetivos queréis alcanzar con Arty Fox?

K & N: Tenemos varios. Desde el objetivo muy básico y material - lograr crear un club femenino privado con una amplia base de miembros, que contemple diferentes niveles/ tipos de membresía con sus correspondientes cuotas y beneficios.

Hasta los objetivos de más amplio espectro, como la consolidación de la comunidad femenina ruso hablante, semejante en sus intereses, capacidades y características.

Romero ¿Arty Fox solamente está proyectado para comunidad rusa residente?

K & N: Sí, de momento nos enfocamos en el público ruso residente en Barcelona y sus alrededores. Con el tiempo, nos gustaría ampliar el número de nacionalidades claro que sí. Porque queremos ampliar espectros apoyando a artistas y artesanos o empresas de moda con gran potencial, y eso significa crear negocio, profesionalizar nuestro club.

Romero. ¿Habéis planteado alcanzar acuerdos con otros clubes para tener mayor difusión para Arty Fox?

K & N: ¡Sería genial poder realizar este sueño un día! Ahora mismo estamos atravesando la fase inicial del proyecto, por lo que hemos de centrar todos los esfuerzos en hacer que

la semilla brote primero. Y luego podemos ser atractivos para otros clubes y generar sinergias.

Romero: ¿Qué deben tener los clubs o las personas con las que pueden plantear convenios para difundir más la idea Arty Fox?

K & N: No ser de izquierda sobretodo... Bromas aparte, simplemente tienen que identificarse con la filosofía que promovemos y responder al perfil de cliente que buscamos.

Romero: Romero es una empresa que tiene su propio club de personas, ¿veis compatible y compatible proyectar juntos lo que es la idea Arty Fox para generar más personas asociadas a vuestra idea, a vuestro club?

K & N: ¡Sería un honor para nosotras seguir colaborando con la empresa Romero!

Tenemos en común la promoción de la filosofía del “savoir-vivre” que impulsa nuestros proyectos y el perfil del cliente.

Romero ¿Habéis planteado actividades fuera de Barcelona? ¿Resto de España? ¿Y con qué propósito?

K & N: Seguramente en un futuro no muy lejano vamos a ofrecer a nuestras clientas actividades fuera de Barcelona. La socia de Arty Fox es muy exigente y hemos de ofrecerle una diversificada cartera de valores. De momento solo hablaríamos de Cataluña. Por una sencilla razón, ¡¡¡Aquí hay tantas gemas gastronómicas y culturales por descubrir!!!



*“Con el tiempo,
nos gustaría ampliar
el número
de nacionalidades,
claro que sí.”*

Romero: Por cierto, ¿por qué nombre de Arty Fox?

K & N: Este nombre nos ha cayó del cielo :)). Nos lo susurró el sexto sentido. Hay cosas que no tienen explicación alguna. Seguiremos con el misterio. por lo menos un año más.

Romero: ¿Qué tiene que tener en común Ksenia y Natalia en común para haber generado Arty Fox? ¿Que valores compartáis?

En común...la sintonía energética, que es primordial. Después, sin duda, el hedonismo y el amor por el arte, en sus diferentes manifestaciones.

Romero: Nosotros estamos creciendo gracias a las personas internacionales. Y sería un honor unirnos a Arty Fox para hacer eventos juntos. ¿Lo veis factible en un futuro inminente?

K & N: Para nosotras sería un honor compartir con Romero crear acciones culturales para proyectar más y mejor nuestra filosofía.

Romero: ¿Por qué os vienen las personas a vuestros eventos?

K & N: Las personas vienen por nosotras, porque nos conocen y saben quién somos. ¡Y son rusas!! Como hacemos eventos más pequeños, queremos filtrar minuciosamente para que no entre nadie que no comparta valores con el resto de las mujeres. Y así mantener la armonía siempre entre las miembros de Arty Fox.

Romero: ¿Para vosotras qué es Romero?

K & N: Para nosotras se relaciona Romero con alto Standing. Y que genera eventos interesantes de alta calidad en gestión y organización.

Romero: ¿El club será sólo para mujeres?

K & N: Porque este nicho no está en el mercado cubierto.

Hay un componente intelectual que queremos desarrollar, y con las mujeres rusas, el desarrollo social también es más rápido entre ellas.

Los hombres rusos de nuestra generación son más introvertidos.



“Para nosotras sería un honor compartir con Romero crear acciones culturales para proyectar más y mejor nuestra filosofía.”



Romero: ¿Y los eventos sólo serán para las mujeres?

K & N: No siempre, hay y habrá eventos mixtos para que las parejas puedan venir juntos. Y en los eventos benéficos aprovecharemos para que ellos puedan ayudarnos más económicamente.

Romero: Actualmente no tenéis un espacio físico para el club. ¿En el tiempo, lo contempláis?

K & N: Nos encantaría tenerlo, una especie de hub, es nuestro sueño. Nuestra idea o

sueño es tener un concept store, un espacio muy versátil que también pueda ser una galería, un taller para actividades, un lugar para promociones, y que genere sus propios ingresos.

Romero: Pues esperamos en Romero ayudaron a conseguir ese sueño.

Muchísimas gracias por vuestro tiempo.

“Barcelona es el epítome de una ciudad ‘glocal’ inclusiva”

Thomas Kunanby, emprendedor y empresario.

Una de las “adquisiciones” más recientes en Romero. Este hombre que vino del lejano Singapur, de origen sueco y con un proyecto digital que pretende revolucionar la experiencia VIP a través de su software Pre:Mind. Ha encontrado en Barcelona el lugar adecuado para desarrollar su vida y su proyecto profesional. Persona muy premium networking, es decir, que los valores humanos le definen absolutamente.

I.R. ¿Buenas tardes Thomas, por qué viniste a Barcelona?

T.K. Buenas tardes Israel. Después de un par de años interesantes y exitosos en Singapur, el éxito futuro de PRE: MIND requirió que me mudara de regreso a Europa. Junto con mi familia, observamos una serie de factores para decidir dónde mudarnos; idioma, oportunidades de trabajo en red, acceso a vuelos internacionales, comida y cultura, y de orígenes en la fría Suecia, ¡por supuesto, el clima!

I.R. ¿Era Barcelona la única opción que te planteaste en la vieja Europa?

T.K. Fuera de Barcelona, las otras ciudades contendientes que elegíamos fueron Londres, París, Milán y Madrid. Pero después de investigar durante un par de meses, nos decidimos por Barcelona, y 6 meses después, seguimos muy contentos con nuestra decisión por la capital catalana.

I.R. ¿Qué tenía Barcelona que no tuviera otra ciudad europea?

T.K. Al crecer cerca del Mar Báltico, siempre ha sido muy importante vivir cerca de aguas abiertas. Además, creemos que Barcelona tiene el equilibrio adecuado entre comunidades internacionales de todo el mundo, además del orgullo cultural local: Barcelona es el epítome de una ciudad “glocal” inclusiva.



I.R. ¿Qué te gusta de Barcelona que no tenías en Singapur?

T.K. ¡Estaciones! Cuando llegamos a Singapur desde Suecia, fue un cambio agradable sentir el calor del verano. Pero después de algún tiempo, uno realmente comienza a perder los cambios estacionales a lo largo de los años.

Y hablando más en serio, algunos de los

mayores beneficios que tiene Barcelona, son la cercanía a las principales oficinas centrales de las empresas, un acceso más fácil a los mercados en desarrollo (América del Sur, África) y el hecho de que vivimos cerca de la zona horaria GMT. Colaborar desde Singapur con empresas en los EE. UU. Con una diferencia horaria de 12-17 horas se hacía muy difícil.

I.R. ¿Crees que el mercado Premium en Barcelona está creciendo?

T.K. El mercado premium y de lujo en Barcelona ciertamente está creciendo. No necesariamente debido a un creciente mercado de lujo dentro de Europa, pero cada vez está más claro que más viajeros asiáticos en general, y compradores chinos en particular, han descubierto el atractivo de Barcelona y ahora sienten el impulso de visitarla. Los elementos más valorados de la ciudad son el patrimonio arquitectónico, los elementos culturales y las compras. Un hecho poco conocido es que la mayoría de los hoteles de 5 estrellas Gran Lujo de Europa están en Barcelona, seguidos de Londres y París. Cada vez más personas senior y jubilados, también optan por trasladarse a Barcelona

desde sus respectivos países de la Unión Europea. El clima mediterráneo, la excelencia de la comida y el vino y la cultura vibrante son aspectos que hacen que las personas se instalen aquí.

I.R. ¿Es Barcelona un lugar ideal para la sede de una empresa con visión internacional?

T.K. En el futuro, sí. Actualmente hay demasiada burocracia y la burocracia funciona bastante lenta. He entendido que este es un problema conocido que la región ha comenzado a mejorar. Encontrar la red adecuada de personas (abogados, economistas, etc.) para ayudarle en el establecimiento de la sede es muy importante, y para mi beneficio; la corrupción es baja, la honestidad es alta y las redes sociales y comerciales son fáciles.



**I.R. PRE: MIND, ¿Qué es básicamente?**

T.K. Nuestra solución de software, PRE: MIND, es nuestra visión de cómo podemos usar la tecnología para mejorar la relación de persona a persona. Uno de los problemas actuales que se enfrentan muchas marcas dentro del comercio minorista de lujo, la hospitalidad y los viajes, es que las empresas se enfrentan a un escrutinio creciente en términos de experiencia del cliente. Los clientes más importantes de las marcas, que también son los más valiosos, requieren una relación íntima donde sea que viajen en el mundo.

Un cliente VIP de, por ejemplo, Romero sentiría incomodidad si la relación fuera diferente dependiendo de con quién se encontraran. Lo que PRE: MIND hace es asegurarse de que cada vez que el VIP de una marca ingrese a una tienda / salón / lobby, su presencia sea notificada al personal en el lugar con información sobre los deseos, preferencias y necesidades de las personas, lo que generará poder al personal para crear una experiencia increíble que no se olvidará, sin necesidad de que el VIP “se registre”, todo es magia.

I.R. ¿Qué te ha ofrecido Romero?

T.K. Romero nos ha permitido saltar a la cultura española y las relaciones con los dos pies a la vez. Gracias a las creencias troncales de Romero; Compartir, Transparencia, Honestidad y Profesionalidad, sentimos que estamos

entre las personas adecuadas con los valores humanos correctos. Tanto mi familia como PRE: MIND se han beneficiado enormemente de estas relaciones.

I.R. ¿Crees que la filosofía de Romero se puede globalizar?

T.K. ¡La filosofía de Romero puede, y será, absolutamente globalizada! Es posible que siempre existan personas que sean lobos vestidos de ovejas, pero gracias a las fuertes y firmes creencias del Sr. Israel Romero, estos individuos serán filtrados más pronto que tarde.

Romero también comprende la importancia de reinventarse y el poder de combinar tecnología y valores humanos. Creo que estas combinaciones realmente le permitirán a Romero crecer a través de las fronteras.

I.R. ¿Qué proyectos tienes con Romero para 2020?

T.K. PRE: MIND y Romero están desarrollando un par de proyectos muy interesantes para 2020, desde eventos emocionantes hasta una impresionante aplicación móvil, mejorando las relaciones personales y vinculándolas con varias soluciones tecnológicas. Sin lugar a duda, será un año de crecimiento personal y empresarial que estoy deseando que comience.

Para más información:

PRE:MIND

<https://pre-mind.com/>

“Barcelona destaca por su dinamismo. Es la ciudad del todo en uno.”

Entrevista con NINA KHALATYAN, abogada y empresaria

Nos conocimos hace bien bien cuatro años en una recepción en el Círculo del Liceu de Barcelona. Su cercanía y su profesionalidad no me dejó indiferente. Y desde entonces, nuestra relación personal fue a más, poco a poco, como hacemos las cosas en Romero, pero sin pausa. Licenciada en derecho por la universidad de Barcelona, es una apasionada de las leyes y su especialidad preferida es el Derecho Penal. En la actualidad ejerce en el bufete Soler-Padró, uno de los más distinguidos y reconocidos de la ciudad de Barcelona.

“Desde que estoy
en el mundo
del Derecho
siento que es
una profesión
absolutamente
vocacional.”



I.R. Viniste a Barcelona al inicio de tu adolescencia, 14 años, qué recuerdas de esos primeros momentos en un país tan diferente de Armenia.

N.K. Para mí fue un cambio tremendo, ya que tenía 13 años y estaba inmersa en mis exámenes de lengua alemana e inglesa. Mi educación primaria en Armenia fue bilingüe, y ello sin mencionarte que mi familia es ruso parlante y ya de pequeña me encontré con dificultades de entenderme con el armenio al aprender primero el ruso. Cuando mi familia, ante las dificultades en el ámbito político y económico en el país, decidió trasladarse a España, a Barcelona, al principio no lo entendí. Sin embargo ya había presenciado algunos episodios de violencia e injusticia en las calles de mi ciudad natal, Yerevan, y encontré en mi madre la fuerza para aprender dos nuevas lenguas, el castellano y el catalán, y absorber los valores de bondad y compañerismo que me rodeaban en los primeros años en España. Por tanto, volviendo a tu pregunta, recuerdo a mi madre y recuerdo a los educadores que en aquél momento me hicieron de guía para desenvolverse en una cultura diferente pero llena de bondad.

I.R. ¿Por qué estudiaste Derecho? ¿Y qué objetivos te marcabas después de finalizar la universidad?

N.K. Lo cierto es que toda mi familia proyectaba mi carrera de arquitecta, como fue mi abuela Nina Gaydar. Pero yo finalmente me decanté por el Derecho. No fue si quiera una decisión. Fue algo natural. Ya de pequeña, por lo que me han contado, asumía un papel defensor y me veía involucrada en todas las peleas de niños que te puedes imaginar. Desde que estoy en el mundo del Derecho siento que es una profesión absolutamente vocacional. El Derecho te exige sentir aquello que defiendes, es decir, es preciso, para un buen ejercicio del Derecho, canalizar todas aquellas sensaciones y experiencias por las que el cliente pasa. Y

“Para mí, el mundo de los negocios es la interacción entre personas creativas que tienen un claro afán de mejorar aquello que hacen.”

ello, querido, supone un desgaste emocional importante y no todo el mundo está dispuesto a vivir con los “problemas de los demás”. También es cierto que no todo el mundo que está en el mundo del Derecho vive con ésta intensidad que intento describir. Abreviando, entre mis objetivos al finalizar la carrera, no estaba el sufrir con esto de los “problemas de los demás”, y ni siquiera sabía cómo se siente el jurista que asume la responsabilidad de resolver un problema de un tercero. Por ello, diría que un objetivo general era trabajar en el mundo del Derecho, encontrar un guía para entender el complejo derecho de defensa. Y por supuesto, ello comienza con la abogacía, pero para mí la abogacía no es la última estación. Objetivos, todos ellos, a día de hoy, logrados y sentidos.

I.R. Pero Nina Khalatyan no es una abogada al uso, es decir, que te encantan los negocios y la emprendeduría, no solo ejercer la abogacía. ¿Eso es de origen familiar o bien siempre has tenido el gusanillo en el interior, en eso de hacer negocios?

N.K. Como me conoces de hace un par de años, ya sabes que soy inquieta por naturaleza. Creo que al tener a mi alcance culturas tan diferentes una de otra es una oportunidad. Y creo sinceramente que la creatividad es el único camino para una convivencia y bienestar general. En el mundo de los negocios, por supuesto podemos observar



un primer objetivo de todos que es el ganar dinero, multiplicar los ingresos, pero también podemos encontrar personas que hacen lo suyo con pasión y perseverancia, y es en estas personas que me interesa invertir tiempo y trabajo. Para mí, el mundo de los negocios es la interacción entre personas creativas que tienen un claro afán de mejorar aquello que hacen. Y una vez más, ello tiene origen familiar, pues mi familia materna ha estado inmersa en el mundo del comercio en Armenia y los países del este. Creo que es por ello que a día de hoy cuando me encuentro con algún caso curioso en el mundo del Derecho me pregunto instintivamente cual sería el recorrido que tendría aquello en los negocios.

I.R. Hablemos de Armenia. ¿Por qué nos recomendarías hacer negocios con tu país de origen? ¿Tiene tantas oportunidades como siempre me recomiendas?

N.K. Armenia es un país bello. La bondad, hospitalidad de los armenios es conocida en el mundo. Es un país que ha pasado por diversas dificultades pero está en constante crecimiento. Es un país en el que un empresario puede encontrar facilidades para establecerse y para consolidarse. Muchas empresas del sector textil y pieles lo tienen en el punto de mira. Es un buen momento para el comercio, pues todavía no hay una “sobrepoblación de empresas”. Además se tiene acceso al mercado ruso y otros países del este, y desde una perspectiva de la logística Armenia tiene muy buena ubicación.

“Es un buen momento para el comercio con Armenia, pues todavía no hay una “sobrepoblación de empresas.”

I.R. Y te estás incluso planteando crear, de manera privada, una Cámara de Comercio Hispano-Armenia. ¿Con qué objetivos pretendes vehicular el desarrollo de esta entidad privada? ¿Y qué sectores son los que pueden impulsar la relación hispano-armenia?

N.K. La idea de constituir una Cámara de Comercio Hispano-Armenia, mejor dicho una delegación de la Cámara en Barcelona, tiene como principal objetivo generar la oportunidad de promover la inversión y comercio entre ambos países.

I.R. La relación con Romero como empresa cada día está siendo más cercana. ¿Qué percibes en Romero para confiar proyectos conjuntos?

N.K. Romero es Israel y todas las personas que están en el equipo. Es la cercanía, la atención, la perseverancia, en definitiva, la

pasión que percibo en todas las ocasiones que tengo oportunidad de acompañaros.

I.R. Estamos en plena construcción del Romero High End Club, en el que esperamos que seas una miembro muy activa. ¿Piensas que nuestro club, basado exclusivamente en personas que comparten los valores humanos fundamentales, tiene la clave del éxito para desarrollar una mejor sociedad española?

N.K. Creo que sí. Creo que es la clave. Es la clave para desarrollar una mejor sociedad. Un club, un consejo, en definitiva, una comunidad que reúne a personas inquietas, de diferentes culturas, que ejercen sus profesiones con pasión, puede suponer la consolidación de relaciones fructíferas y a la vez la oportunidad de crear algo único, y a mayor velocidad.



“Barcelona destaca por su dinamismo.”

I.R. Háblanos de tus proyectos 2020. ¿En qué te vas a centrar el próximo año a nivel profesional? ¿Tienes uno o varios proyectos profesionales en mente para desarrollar?

N.K. 2020 será un año curioso. Un año del que todos esperamos nuevas experiencias y mejores resultados, espero. Debo centrarme. Debo centrarme en el mundo del Derecho. Ya hace unos meses que vengo planteándome dar un paso más allá en la formación del Derecho, ingresar en la Escuela de Práctica Jurídica o bien la Carrera fiscal. Es algo que no he mencionado mucho, pero lo cierto es que la figura del Fiscal del Estado me emociona, y ratos pienso que es la figura ideal en el mundo del Derecho, al margen a la sombra del juez. Por otro lado, como ya me conoces, tengo varios proyectos, con mi madre en el mundo de la cosmética y cuidado de la piel. Y al margen de todo ello, me resulta imposible no involucrarme en relaciones de import-export que se generan entre los países del este y España. Así, con todo ello, solo espero que sea un año que me depare tiempo y fuerza suficientes para encarar y materializar todo lo que te vengo explicando.

I.R. Siempre me has dicho que ves tu futuro inmediato unido a la ciudad de Barcelona. ¿Qué potencial le ves a la ciudad desde un punto de vista empresarial? ¿El Residente Internacional cada vez es más relevante entre tus clientes?

N.K. Barcelona destaca por su dinamismo. Es la ciudad de todo en uno. La mayor virtud de la ciudad es que a lo largo de las últimas décadas se ha logrado atraer a todo tipo de empresarios y profesionales, y ahora los

nuevos empresarios o emprendedores que deciden poner pie en esta ciudad se ven acogidos por profesionales de sus mismos valores. Los residentes internacionales, y aquí me incluyo, encuentran en Barcelona la calidad de vida que buscan, rodeados de profesionales que comparten sus inquietudes y que les pueden ofrecer herramientas y facilidades para crecer.

I.R. ¿Qué puntos fuertes le ves a la ciudad y qué puntos deberíamos mejorar para seguir siendo una ciudad ideal para vivir y para trabajar?

N.K. Siguiendo con lo anterior, si bien Barcelona es una ciudad dinámica, al contrario de una filosofía de crecimiento y entendimiento, hace un par de años hemos entrado en una espiral de burocratización de todo tipo de procesos, y ello, en la práctica desgasta y cansa, pero tanto al residente nacional como internacional. Pienso que en todo tipo de procesos debe prevalecer el entendimiento, la mediación y, en definitiva, la valentía de saber ceder y velar por el crecimiento conjunto, eso es para mí Barcelona.

Nina Khalatyan es uno de los máximos exponentes en Romero que el residente internacional toma posiciones para el liderazgo en nuestra sociedad. Con 26 años, esta armenia residente desde hace más de 10 en Barcelona, ve su futuro atado a su ciudad de acogida, donde ve oportunidades enormes de negocio bidireccional con su país de origen. Tomemos ejemplo los nacidos aquí, que nuestra tierra es un lugar lleno de oportunidades.

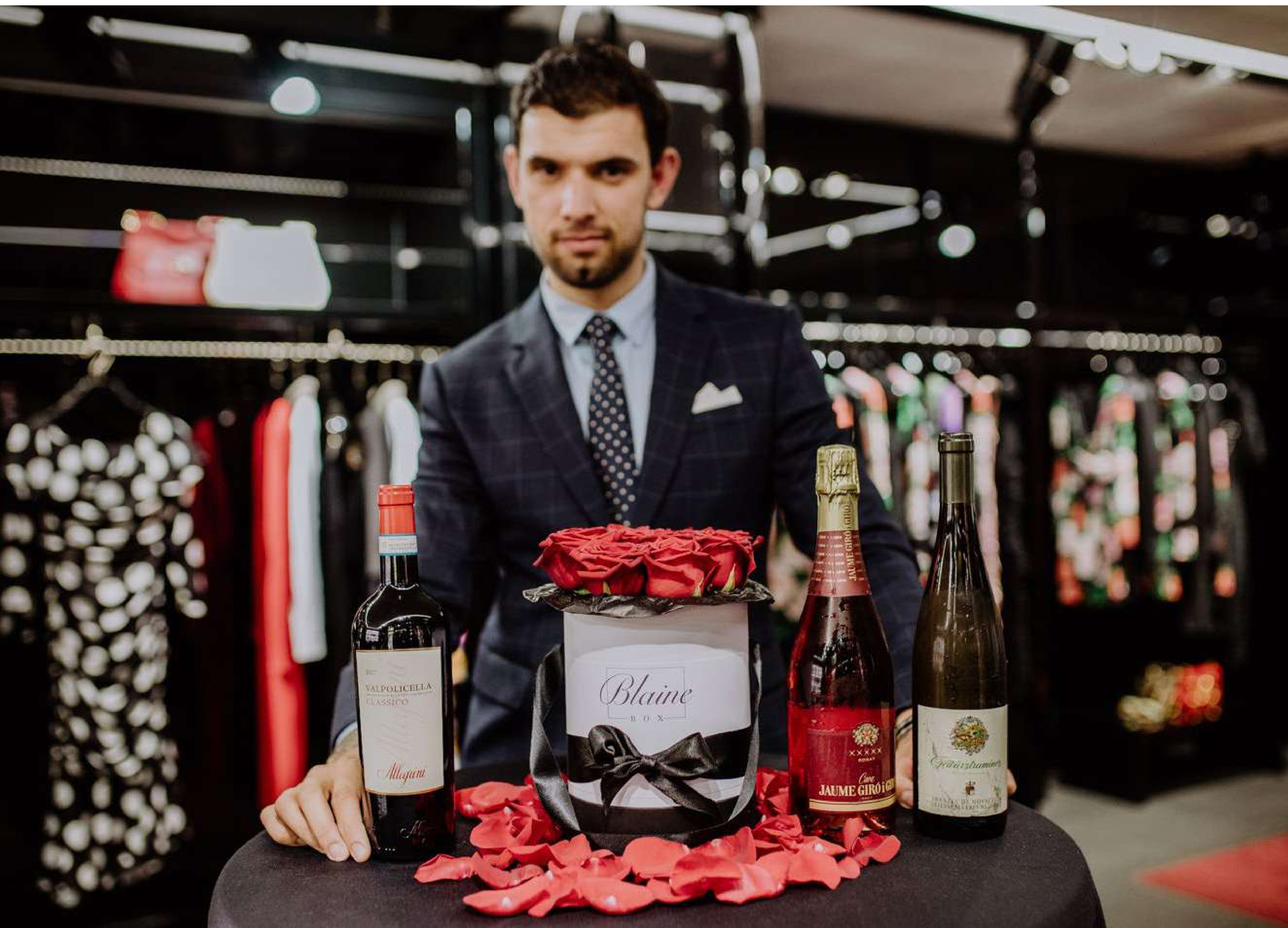
Zoltan Nagy: el wine coinnaisseur de Romero Premium Networking

Comunicador, sumiller de vinos, relaciones públicas... apasionado de la vida en España. Originario de los Cárpatos, es la marca personal de Romero para desarrollar el mundo del vino y potenciar su valor de marca a nivel nacional e internacional.

Me hace especial ilusión escribir sobre Zoltan Nagy. Una excelente persona que va a llegar tan lejos como él se lo plantee. Con un talento enorme, y una pasión todavía mayor, nos faltaba en Romero Premium Networking, una persona que nos pudiera adentrar en el mundo de la enología española, con conocimiento contrastado y además que transmitiera de una manera diferente. Con ese toque internacional/nacional que nos acerque a ese potencial mercado de residentes internacional y las personas que por primera vez conocen nuestro país desde el mundo del vino, uno de nuestros sellos de identidad internacional con más futuro.

Zoltan Nagy nació en la Transilvania rumana, en una familia húngara de cinco hermanos. Cosecha de 1989. Es un hombre inquieto y con ganas de dejar una huella en el mundo. Y que siente la imperiosa necesidad de transmitir la felicidad a través del vino. Habla cinco idiomas y eso le hace ser un privilegiado hacia el mercado emergente: el extranjero high end, cada día más exigente y con más ganas de aprender sobre nuestras singularidades. En formación continua en el Wine & Spirit Education Trust (WSET), el principal proveedor de cualificaciones en vinos y espirituosos en el mundo.

Zoltan Nagy, es nuestro Wine Connaisseur, que nos introducirá en muchos y desconocidos rincones que el mundo del vino español, aún están por conocer o ser descubiertos vox populi.



Zoltan Nagy es escritor de vinos, columnista en diferentes medios digitales e hiperactivo en las redes sociales. Miembro de la Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino (AEPEV).

Y también es experto en experiencias enogastronómicas en España para extranjeros. En una sola frase: vende la felicidad a través del vino.

Ahora con la creación del Romero High End Club, también realizará catas de vino para grupos reducidos, y asesorará a bodegas en las estrategias de marketing nacional e internacional, e incluso en el desarrollo de las marcas a nivel internacional. Y en breve, ya en el 2020 será una de las marcas más relevantes en nuestra plataforma digital de comercio electrónico, uno de los proyectos más ambiciosos de Romero.

Donde su conocimiento será una de los atractivos más relevantes para conocer las de nominaciones de origen de España, diferencias de uvas, maridajes de vino con recetas creadas por Xavier Lahuerta. en fin, Romero prepara el despegue de Zoltan para que sea la persona que mejor comunique sobre los vinos españoles.

Barcelona será el epicentro de las acciones, aunque el salto internacional, si todo va como esperamos, será en breve. El mundo necesita líderes que proyecten nuestra cultura gastronómica y enológica, y Xavier Lahuerta y Zoltan Nagy, respectivamente, son las apuestas indudablemente únicas de Romero Premium Networking.

En Romero, pretendemos proyectar su imagen a nivel nacional e internacional, siendo nuestro referente en el vino en todas





nuestras actividades gastronómicas y en eventos culturales y empresariales de alto nivel.

Como lo fue en el pasado BMGExperience del mes de octubre. Además de aportar a nueve bodegas a los diferentes eventos que

se celebraron, cosa que le agradecemos sobremanera, porque se convirtió en un generador de negocio directo para el certamen, brilló con luz propio en cada uno de las actividades. Aconsejando y explicando en petit comité todas las características de cada vino a quien se lo



preguntaba, trayendo personas de otros países para todo el pack de actividades y ayudando en todo lo que necesitase la organización del certamen. Sin embargo, tuvo dos grandes actuaciones que aún todos los que estuvimos allí recordamos con mucho cariño: la primera en la bodega Llopart, donde hizo una clase magistral de maridaje con lo creado por Xavier Lahuerta; y la segunda, con la entrega de premios en la Gala del sábado 26 de octubre en la Antigua Fábrica de la Damm, embutido en el traje de Dolce Gabbana, cedido para la ocasión, hizo de maestro de ceremonias de la entrega de premios, con una nota bastante alta.

En definitiva, con página web recién estrenada, con cargo de Wine Coinnessur en Romero también de reciente creación, a Zoltan solo le podemos pedir en Romero que siga empujando y remando como uno más de la familia, esta familia que adora su país y que lo quiere catapultar y situar donde se merece: en lo más alto.

Para más información:
<http://zoltanagy.com/>



Casa Alfonso

85 años después sigue siendo un lugar “cool”

El restaurante de la calle Roger de Llúria ha cumplido este 2019 su cuadragésimo quinto aniversario, y sigue en plena forma como uno de los restaurantes tradicionales de la ciudad con más solera.



Este año he tenido el privilegio de conocer a Alfonso García, con quien hemos desarrollado el Barcelona's Mediterranean Gastronomy Experience 2019. La tercera generación de Casa Alfonso, un restaurante que nació en 1934 en Barcelona (Calle Roger de Llúria, 6), gracias al abuelo Alfonso. En ese momento era un almacén de curtidos, y con la visión de empresario que tenía creo un bar que además añadía una charcutería, algo muy innovador en la época. Con esa visión tan privilegiada, ofrecía productos de máxima calidad, como embutidos, marisco, pescado, como la exclusiva del bonito de Ondarroa, que fue el primero en traerlo a Barcelona, jamones de bellota de Guijuelo y de Huelva. vamos algo que ahora

es lo más habitual en las tiendas de productos delicatessen en la ciudad.

Otro de los saltos que hizo Casa Alfonso fue en los años 70, donde la segunda generación, el padre del actual Alfonso, cambió el pan para los bocadillos, introduciendo la clásica baguette. ¡¡Hizo furor!! Se creaban colas y colas para comprar y degustar los bocadillos que allí se ofrecían. Una auténtica ceremonia, tanto por la mañana como al mediodía. Y como cada vez la demanda crecía, se fue introduciendo la cocina poco a poco, como la barra, que también fue creciendo paulatinamente. En la primera se apostó, y sigue siendo así, por la cocina tradicional, con platos como los callos, y otros platos tradicionales.

El local siempre ha sido un lugar de encuentro entre clientes y la familia que compone Casa Alfonso, por ello, y tras 85 años, se ha podido observar en sus comedores a padres y abuelos con hijos y nietos, haciendo lo mismo que los primeros habían experimentado con sus padres, compartir la esencia del local: la calidad de nuestros productos y el servicio excepcional. Para Alfonso es tan importante un joven, quien se deja 5 euros en un bocadillo de calidad, y que cuando sea adulto recuerde la calidad del lugar y se deje 40€ en una comida.

La educación en la gastronomía se debería introducir desde bien pequeños -me decía un día Alfonso desayunando en su restaurante. Y de esa manera se podría introducir muchos de nuestros maravillosos productos de kilómetro

0 que a la juventud parece ser que no va con ellos: verduras, pescados, carnes, y un sinfín de maravillas que la gastronomía española posee.

Porque creo, al igual que Alfonso que hay que comer lo auténtico en cada país, lo autóctono, y erradicar la globalización, que hace que todo sea igual. Y se pierda la esencia y el alma de cada país.

En una ciudad tan cosmopolita y cambiante como es Barcelona, Casa Alfono sigue en pie y vivito y coleando. Pero ¿cómo aguantado 85 años? Le pregunté un día a “Alfonsito”, y él me contestó que son un cúmulo de cosas las que se deben mantener para tener éxito: la comida debe ser de máxima calidad, eso por supuesto, pero además todo debe estar impecable, las



salas y el servicio del personal. Pero eso hay que trabajarlo cada día e impregnarlo del alma de cada uno. Sin olvidarnos de escuchar al cliente, porque si se tiene su confianza, siempre nos proporcionará su opinión. Y de esa manera, mejorar o rectificar para alcanzar la excelencia. ¡Menudo consejo! Muchos jóvenes en la universidad deberían escuchar esas sabias palabras, básicas para fidelizar a un cliente en cualquier sector.

Y hoy fidelizar en la gastronomía barcelonesa significa que tienes que tener una excelente reputación entre el público internacional. Porque si no es así, estando en el centro de la ciudad, pierdes dramáticamente clientela nacional día tras día. Pero Casa Alfonso, ha sabido adaptarse a los tiempos gracias a seguir apostando por la calidad del producto nacional, sumándole el servicio al cliente. Es

un público que se interesa mucho por nuestra cocina, es muy curioso y disfruta de nuestros platos tradicionales. Pero es que además es un cliente muy entendido y exigente, ya que Incluso muchos de ellos vienen muy bien documentados de lo que van a degustar, y además, vienen expresamente a Casa Alfonso (¡¡bendita la comunicación digital!!)

Actualmente, ya alcanza el 50% de los clientes el internacional, y seguirá en aumento, eso lo puedo asegurar.

Con pequeños y sutiles cambios en los últimos cinco años en el establecimiento, poco a poco se ha creado un ambiente espectacular para conseguir precisamente que sea un lugar de felicidad a través de la gastronomía. Cuando entras en Casa Alfonso, sabes que es un lugar muy personalizado, único, y te hace sentir en un lugar muy especial. Y Alfonso, una persona







que ha triunfado siendo un openminded, ha sabido adaptar a nuestro mercado cosas que ha visto por el mundo, para seguir siendo innovador y estar delante de la competencia.

Pero Casa Alfonso no solamente es el lugar para degustar su maravillosa comida, también desarrolla su propio catering y tiene sus propias marcas de jamón de bellota y su vino de Priorat. Y Romero espera contribuir

a comercializar sus productos a nivel internacional, gracias a su plataforma digital que en breve verá la luz.

Con personas como Alfonso García, optimista y feliz de “mena”, Barcelona tiene un futuro mucho más alentador, y comparte con Romero esos valores humanos que tanto nos unen y protegen de los que no los aprecian.





Diletta Parente

La sostenibilidad por bandera.

Cada día está más en nuestras mentes que la sostenibilidad no es solo una palabra que quede bien en nuestras conversaciones. Y en la gastronomía, resulta imprescindible tomar hábitos sostenibles para preservar nuestra sociedad y nuestra agricultura por muchos más años. A través de su organización Valueloops, Diletta Parente nos enseña cómo todos podemos contribuir a mejorar y mantener nuestro amado mundo.

Diletta es italiana, y de convicciones rotundas. También es una ambientalista y ferviente defensora de los criterios de desarrollo sostenible en la cadena alimentaria. Tiene un firme compromiso personal y profesional con el cambio en el sector agroalimentario verso la circularidad.

También es una emprendedora social, diseñadora de eventos especializados en innovación sostenible. Y gracias a su formación y a su experiencia, ha desarrollado habilidades de comunicación, negociación y gestión de equipos. Actualmente coordina el Green Committe de Benjamin Franklin International School. Y para ellos, está creando e implementando la estrategia de Eco Transición del colegio.

En 2013 confundó La PAA (plataforma aprovechamos los alimentos), una iniciativa de acción social enfocada a la sensibilización contra el desperdicio alimentario. Pionera en España en este sector, la PAA se proponía estimular la creación de alianzas transectoriales contra el desperdicio. Y colaboró en la creación, establecimiento de objetivos y organización de eventos de esta organización. Se llegó a dar comida a más de 4.000 personas a través de alimentos recuperados.

Periodista, autora, corresponsal y productora para varios medios de comunicación audiovisual y de prensa escrita. Durante 12 años acumuló una consistente experiencia en el sector comunicación de medios y también una relevante experiencia en la producción de eventos y productos audiovisuales.





Valueloops: la organización

Valueloops (www.valueloops.org) es una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es contribuir a una más rápida transición a modelos circulares en la cadena alimentaria a través de una acción de ayuda a organizaciones y empresas a encontrar y activar su identidad de impacto positivo. Diletta diseñó y desarrolló la visión, el propósito y la marca de la organización tanto como sus formatos de eventos originales, como Food Waste Hackathon y Rescue Dinner.

Food Waste Hackathon

En junio 2018 convocó a más de 60 profesionales provenientes de diversos bagajes, desde el design thinking, la gestión de residuos, expertos medioambientales, creativos de publicidad, web developers, expertos de sostenibilidad alimentaria y gastronomía para que nos dieron respuestas





originales a los retos del desperdicio alimentario. Allí nació, entre otras, la idea de reinventar las cenas de alta gastronomía con ingredientes recuperados, de proximidad y temporada para ofrecer una experiencia que fuera más que una cena deliciosa.

(FOTO 5)

Rescue Dinner: Cenas con una historia que contar

El Rescue Dinner es una experiencia gastronómica itinerante con el claro objetivo de fomentar los hábitos alimenticios sostenibles. Es una cena, un show cooking y un momento para aprender sobre los miles posibilidades de comer de manera sostenible.

(FOTO 6 EVENTOS GRUPO)

Valueloops elige chefs que destaquen por su compromiso con los productos que más cuidan de nuestra salud y del medio ambiente. La dieta mediterránea es un poderoso aliado, no sólo de una vida saludable si no también la de preservar los recursos medio ambientales de los que todos dependemos. Comiendo alimentos de proximidad y temporada y no desperdiciando, se puede contribuir de manera sustancial al desarrollo sostenible.

Además, con la popularización de las dietas a base de vegetales y los deliciosos ingredientes de la dieta mediterránea, se hace más agradable y rico cuidar del planeta. Los menús que se crean para estos eventos son cinco platos con muchas historias que contar. Cada plato se estudia con el chef meticulosamente. Y es él quien lo preparará en frente de los comensales, destacando todas sus características y su preparación. Si es un producto de algún productor local, un alimento recuperado o un plato vegano, el chef resalta su valor en el momento de su preparación. Se procura que, gracias a una experiencia gastronómica única, el público se ponga en la perspectiva de conocer mejor lo que come y elegir más allá de la conveniencia, viendo el valor intrínseco de los alimentos y su potencial en la lucha al deterioro medioambiental.

Gracias a que se cuenta con partners de valor para recuperar alimentos en perfectas condiciones para ser consumidos, pero ya no comercializables y que se hubieran ido a la basura.

En la actualidad se colabora con supermercados, distribuidoras, mercados



de barrio y comercio local para detectar las excedencias en la zona del restaurante y poderlas aprovechar. También hay productores que les proporciona productos que no han encontrado salida comercial.

Rescue Dinner
Contacto: Diletta Parente
rescuedinner@gmail.com
www.valueloops.org





“Barcelona es una ciudad
que no está hecha para
cualquiera”

BERND ALDER, artista suizo afinzado en Barcelona

Bernd Alder nació en 1971 en Rapperswil, estudió en las Escuelas de Bellas Artes de París y Montpellier en Francia. Actualmente vive y trabaja en entre Barcelona, Zurich y el sur de Francia.

Es una persona muy singular, porque su positivismo y energía son características muy poco habituales en los centroeuropeos. Artista y sobretodo, buena persona, en Romero nos cautivó por su personalidad desbordante y su proyecto Alder Studio, un espacio multifuncional para el arte, la gastronomía, la publicidad y lo que sea menester.

Hace 3 años que vives en Barcelona, explícanos un poco tu biografía Bernd como artista

Sí, ciertamente hace ya 3 años que vivo en Barcelona.

Empecé mi carrera profesional como director de películas de documentales en París. Y poco después, como me sentía artista, me volqué en la pintura en París, y empecé a estudiar allí en la Escuela de Bellas Artes. Y muy rápidamente ya pude hacer mis propias exposiciones de arte, y pude en consecuencia, vivir de mi arte. Soy una persona muy afortunada.

¿Te llegó la inspiración por la pintura de repente!!

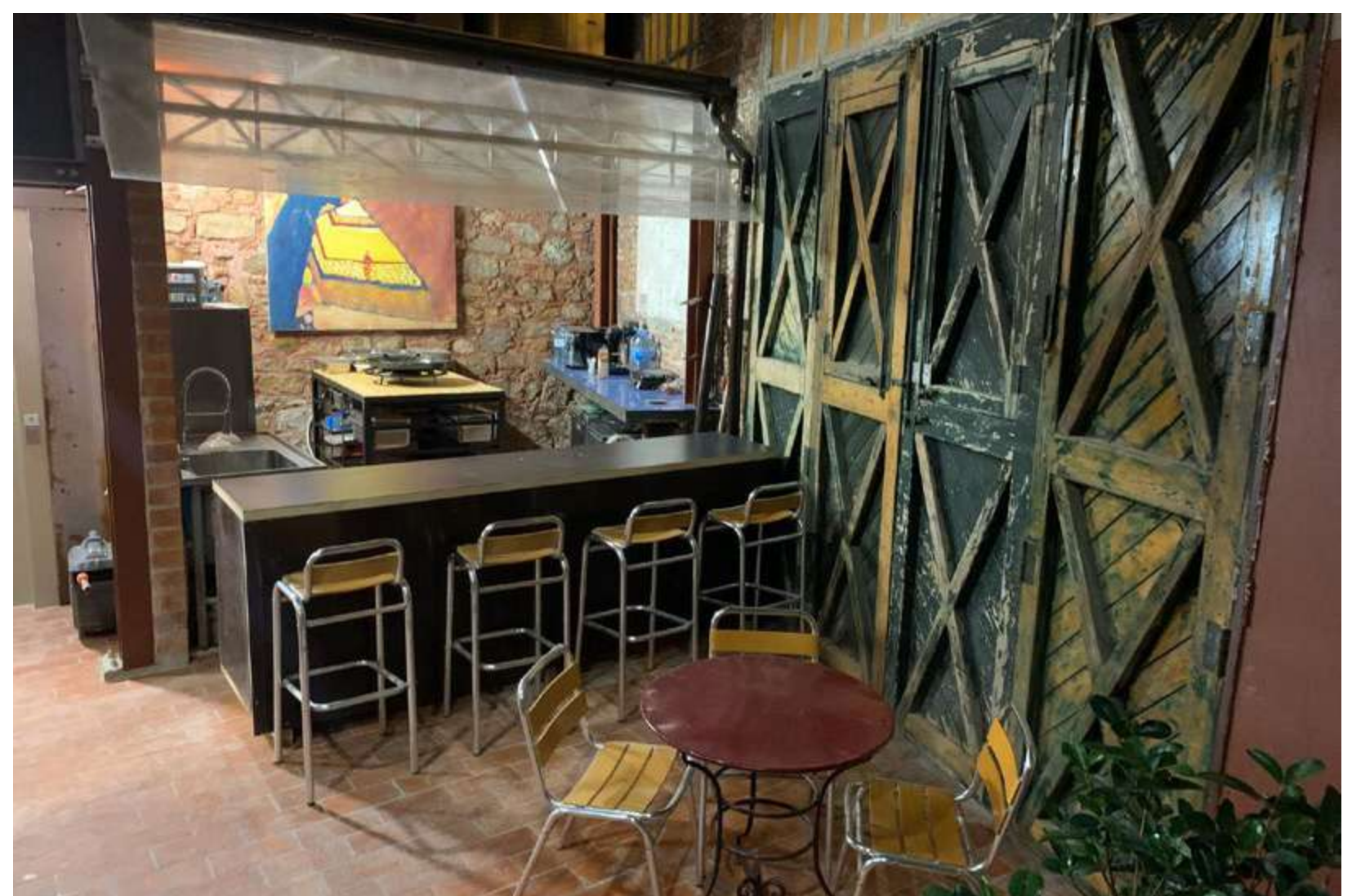
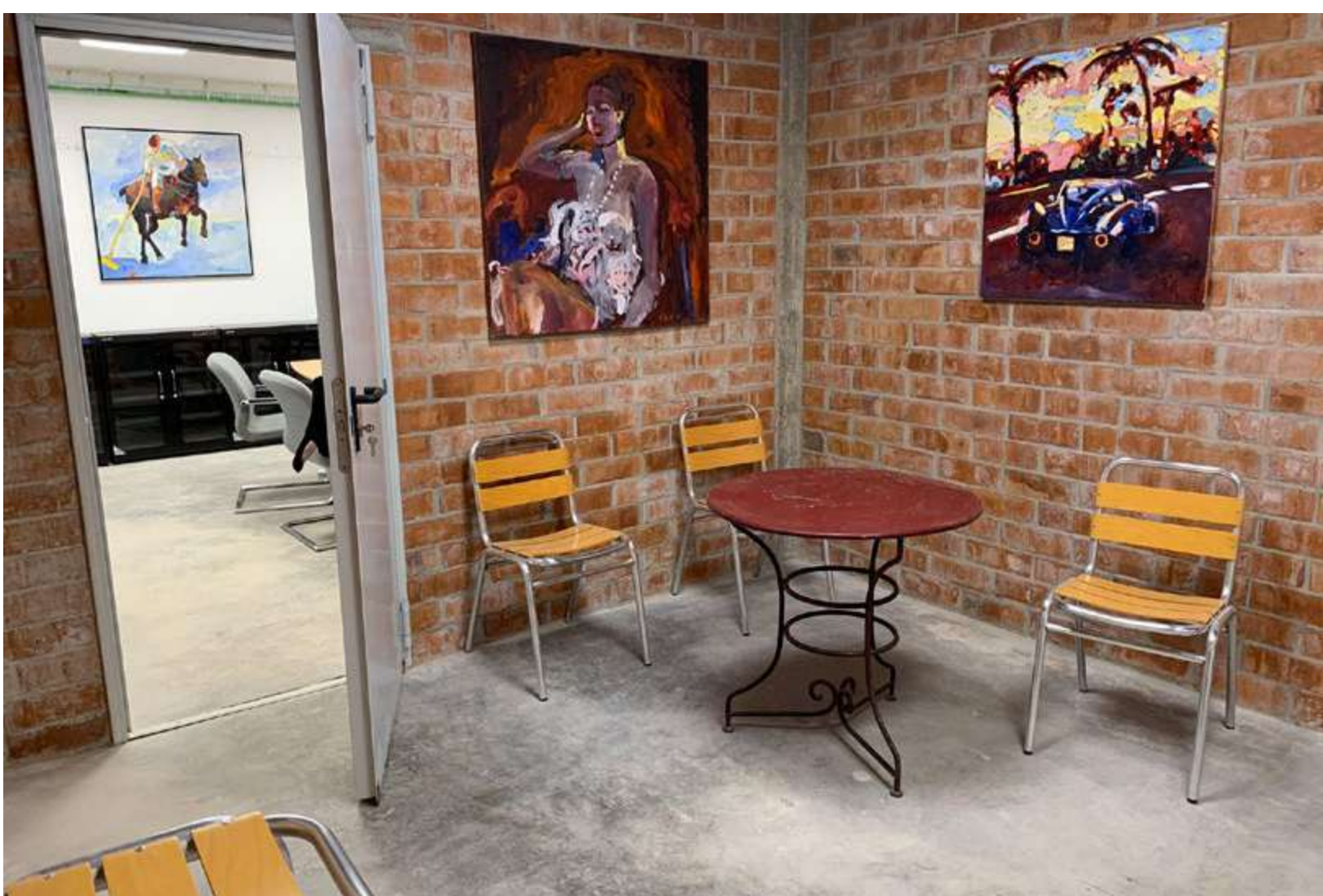
Sí exacto, mi inspiración me viene en Zurich, poco más tarde en el Sur de Francia y luego me vino en Barcelona.

Para mí, Barcelona es como una perla por descubrir, es mi hogar. Es mi ciudad. Está protegida por su concha, y como decía, está todavía por descubrir. No se puede comparar con Londres o New York, es muy diferente.

Aquí la gente también es muy cosmopolita y practica el networking, los artistas la están utilizando para crear sus obras, y quizás, en unos 5 años, estará más desarrollada y podrá pelear con las ciudades que comenté antes, pero todavía no.

¿Por qué es Barcelona es tu hogar?

Es una ciudad muy abierta al mundo porque está muy enfocada al mar, y con la gente que vas conociendo, puedes ser introducido fácilmente a través del networking, y gracias a la gente creativa que te puedes encontrar, te facilitan tu integración en la ciudad.





Entonces, como Romero, que desarrolla su negocio a través de las personas, nos puedes confirmar Bernd que ese el verdadero secreto de Barcelona, las personas.

Sí, las personas, pero las que son de talante creativo.

Pero no solo por el arte, sino también por los negocios, o ideas de negocios, también son creativos en eso.

Por ejemplo, a mí me fue muy fácil encontrar este edificio para hacer mi proyecto. Que quizás en otra ciudad hubiera sido muy complicado.

Barcelona entiendo para tí Bernd que es el lugar ideal para realizar los proyectos que uno quiere y con la gente que uno desea.

Si así lo creo. Barcelona es una plataforma para encontrar gente también de carácter internacional

¿Cuáles fueron tus dificultades para conseguir tu desarrollo?

Barcelona es una ciudad que no está preparada para todo el mundo, es una jungla donde sobrevivir, no está hecho para cualquier persona. Tú tienes que ser muy positivo para vivir en Barcelona.

Las relaciones que tienes que hacer en la ciudad tienen que ser excelentes para que los negocios se puedan llevar a cabo.

Por ejemplo, el tiempo para llevar a cabo los proyectos, cuestan más porque la gente no tiene el mismo ritmo que en Zurich, por ejemplo. Los tiempos no se cumplen, simplemente porque la gente se toma las cosas con mucha más calma. Y hay que acostumbrarse a ello para no volverse loco. Por tanto Barcelona no es una ciudad para cualquiera.

¿Tienes que ser un superviviente en Barcelona!!



Veo que has comprendido nuestros defectos

Sí pero los acepto siempre que la gente acabe haciendo bien las cosas. Por ejemplo, Romero me ha ayudado a encontrar a las personas adecuadas para que se aceleren los procesos de confianza en la gente adecuada. Porque me ha transmitido profesionalidad desde el primer momento

Entonces Bernd, ¿cómo resumirías lo que es Romero para ti?

Es en principio imagen, después, relaciones personales. Muy rápidamente me ofrece personas e ideas para recibir en Alder Studio a las adecuadas, y generar conjuntamente negocios.

Porque las personas afines con la relación alrededor del arte y la gastronomía crean conjuntamente ideas de negocio muy interesante.

¿Es cómo un oasis?

Si un oasis o una isla, donde las personas que solo pueden estar en este espacio son las

que son positivas y que valoran a las otras, y comparten valores e inquietudes para desarrollar conjuntamente.

Creo que las personas están miedosas

¿Miedosas de qué?

Pues que han tenido malas experiencias en sus trabajos, pero en nuestro oasis pueden sentirse arropadas y protegidas.

Pero tú eres muy valiente Bernd, la gente de aquí le cuesta crear negocios como el tuyo. Si es cierto, pero la gente quizás no tuvo la opción anteriormente. Yo entiendo que mi Studio es como un regalo para estimular a personas que no tuvieron la oportunidad en el pasado.

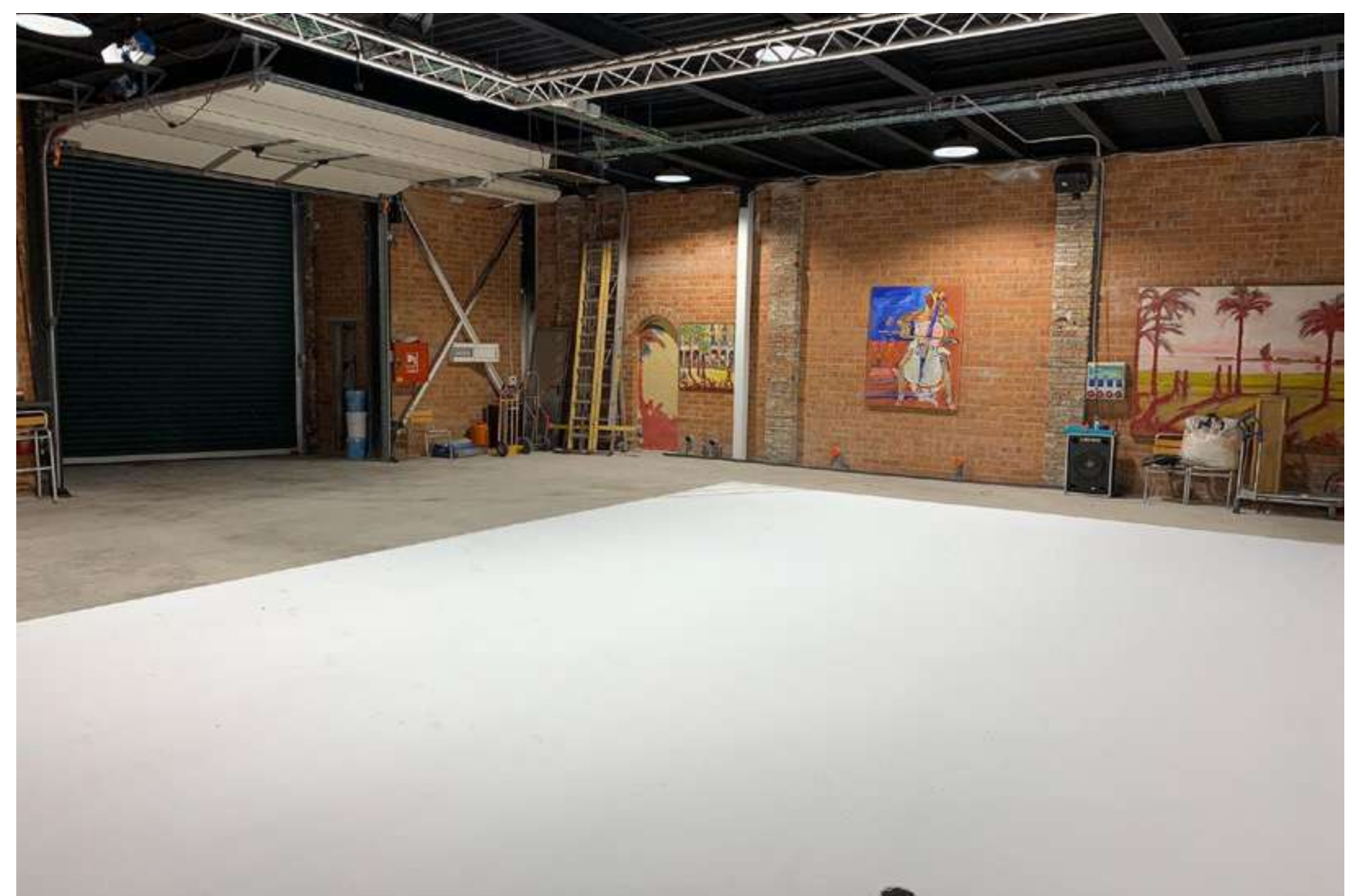
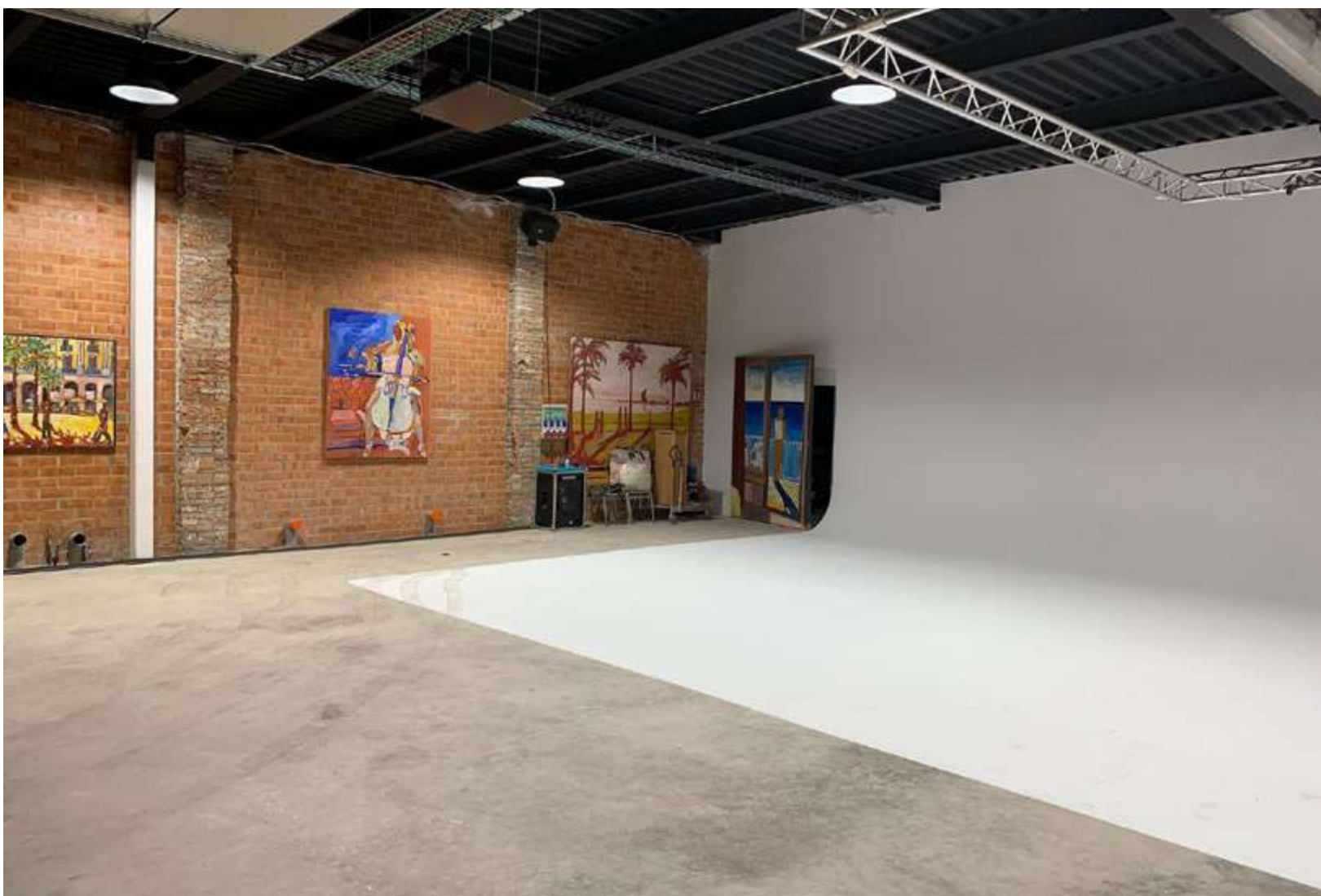
Planes del 2020 para el Alder Studio

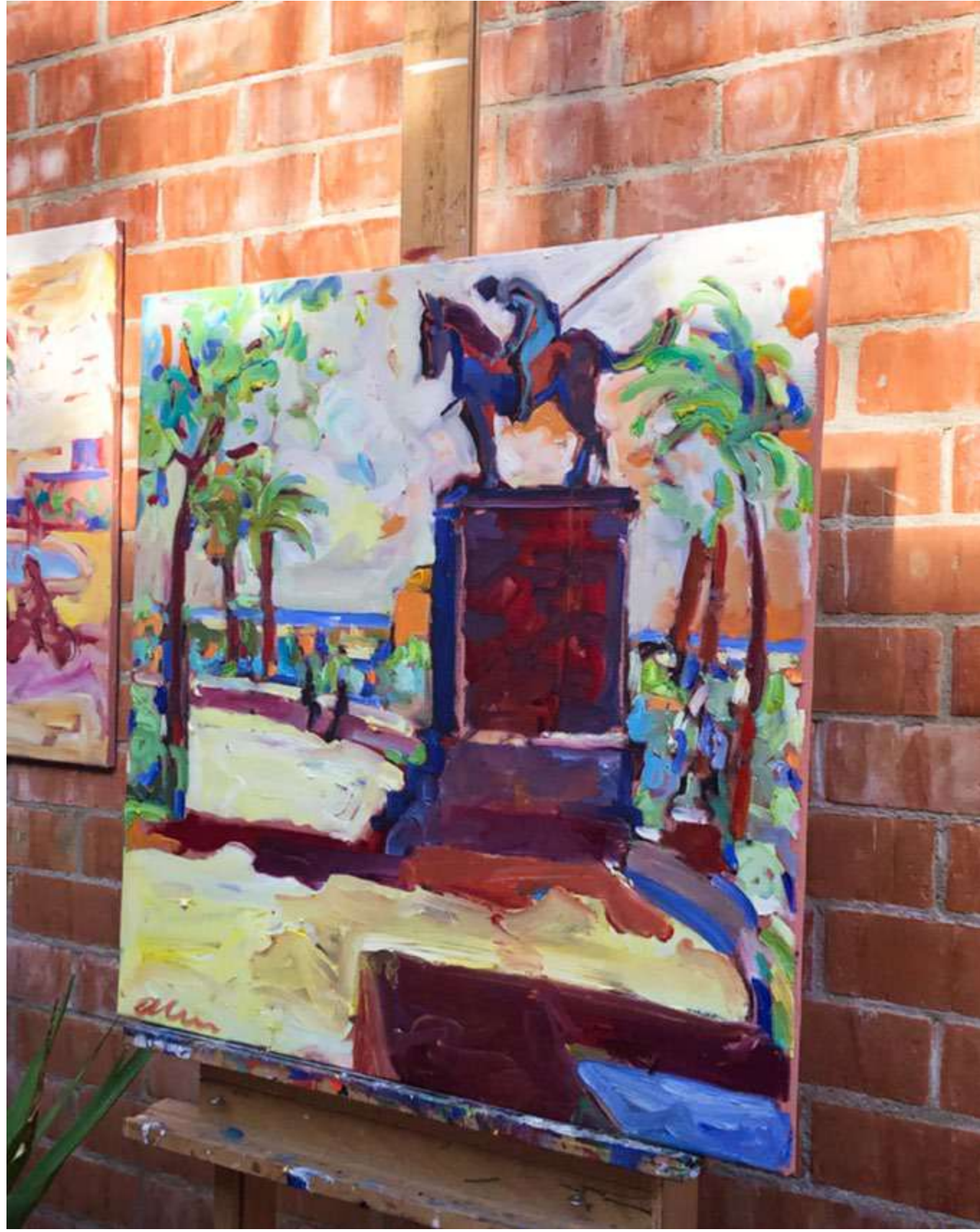
Voy a estar muy enfocado en las personas que tengan ideas locas relacionadas con los negocios y en el arte. Hay personas que tienen

ideas para desarrollar en foto-shootings, eventos, producciones de publicidad, y por otro lado, hay otras personas que son capaces de invertir en esas ideas. Alder Studio quiere ser ese nexo de unión entre esos dos tipos de personas.

Gracias a las relaciones que tengo con personas de estos sectores en Los Ángeles, Nueva York, Londres o Zúrich, nuestro estudio ubicado en Barcelona es muy atractivo para traer sus proyectos a nuestra ciudad. Y esperamos que la producción sea importante. Con Romero esperamos también desarrollar varios eventos High End enfocados en el networking, a través de la gastronomía y el arte.

Para más adelante tengo ganas de desarrollar una o dos películas, ya que tengo varios guiones que me gustaría llevar al cine.





Darte las gracias Bernd, por este ratito tan agradable en su estudio. Ha sido un verdadero placer comprobar que nuestra ciudad tiene un gran futuro gracias a personas como tú. Muchas gracias por tus palabras y aprovecho la ocasión para felicitaros las navidades a Svetlana y a tí.

Para más información:

<https://www.alderartstudio.com/>

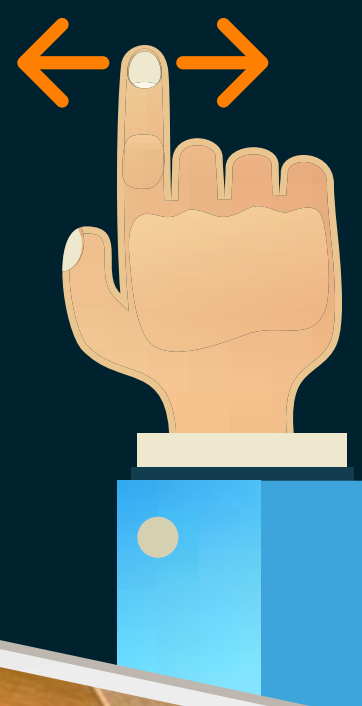
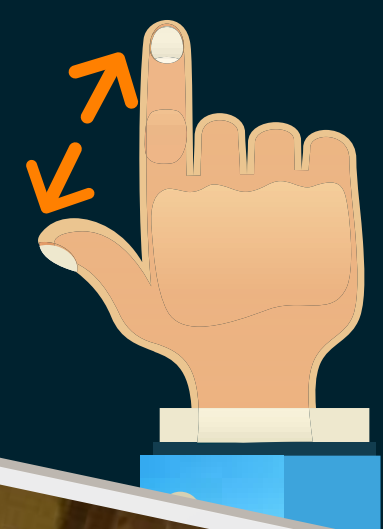
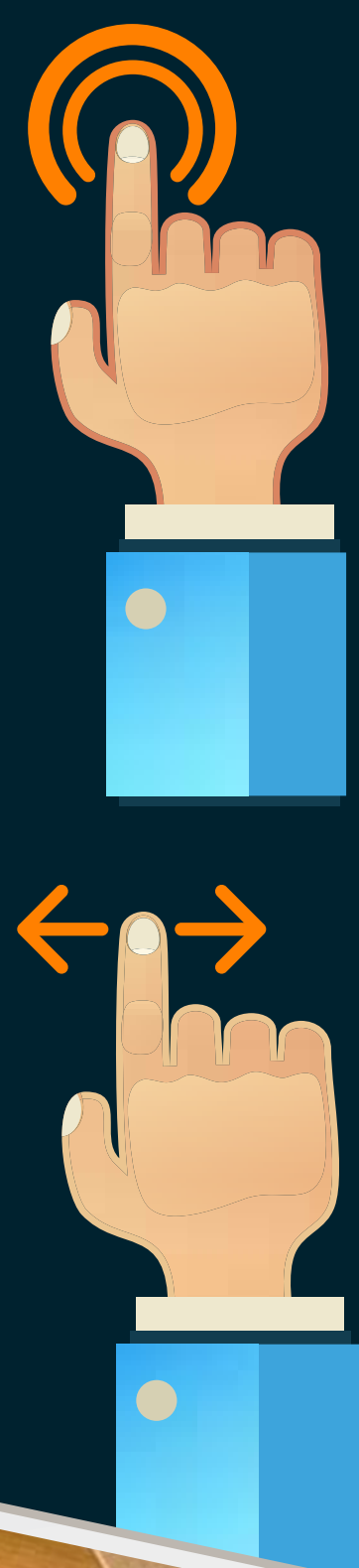
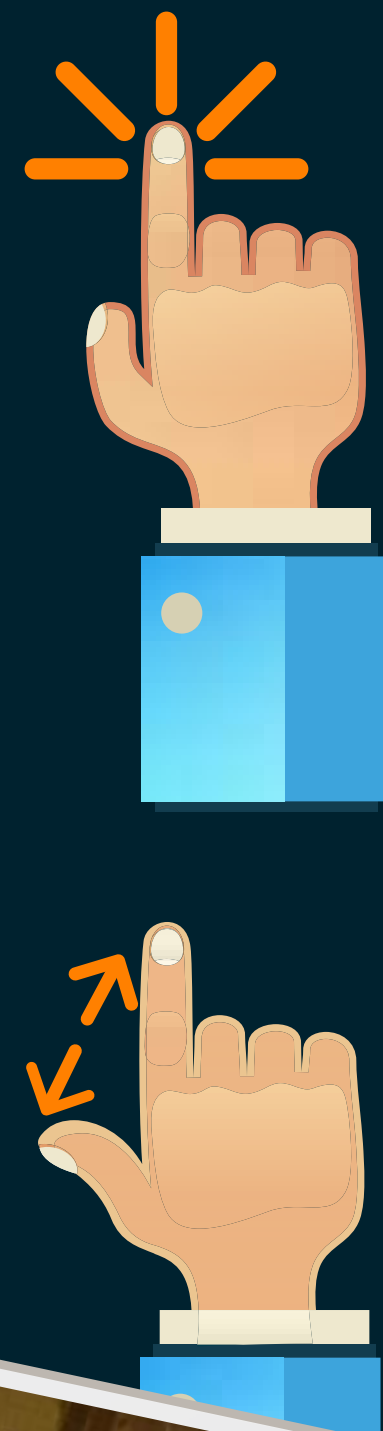




“Si no puedes volar, corre. Si no puedes correr, anda. Si no puedes andar, entonces reptas. Pero hagas lo que hagas nunca pares de seguir adelante.”
Martin Luther King

NO TE PIERDAS EL PRÓXIMO NÚMERO

SÍGUENOS



DISPONIBLE EN:

PREMIUMNETWORKINGTIMES.COM