

# EL IBÉRICO

GRATUITO

El periódico en español de Londres

Jueves 12 de julio de 2012



Edición Quincenal

Número 55 / [www.eliberico.com](http://www.eliberico.com)



**CHIMO BAYO** EN LONDRES  
SÁBADO 21 JULIO  
ABACUS BAR  
24, CORNHILL LONDRES EC3V 3ND  
TICKETS A LA VENTA [WWW.CONNECT-AR.COM](http://WWW.CONNECT-AR.COM)  
Online £10 / Puerta £13



## La afición española de Londres CELEBRA LA EUROCOPA

Por si había dudas de quién ganaría la Eurocopa, de si España defendería el título logrado hace cuatro años ante Alemania, ahí queda para el recuerdo el 4-0 que La Roja le endosó a Italia en la final. En Londres se desató la locura y la afición festejó la victoria en el centro de la ciudad, con Piccadilly Circus y Trafalgar Square como núcleo duro de las celebraciones.

> Páginas 2 / Alfonso Montilla

### Presentación de la biografía de Amancio Ortega

La periodista Covadonga O'Shea lanza su libro *The Man from Zara. The story of the genius behind the Inditex Group*, donde se narra la historia más personal del dueño de Inditex, Amancio Ortega. El libro refleja, entre otros aspectos, las dificultades que tuvo que sortear el empresario para llegar a lo más alto.

> Actualidad - Página 5

### España agranda su hazaña, por Rafael Benítez

El Ibérico cuenta esta semana con una firma de lujo para la sección de Deportes, la del entrenador de fútbol y creador de Global-Coach, Rafael Benítez. El madrileño y ex entrenador de equipos como Valencia y Liverpool analiza los detalles más importantes del encuentro que disputaron España e Italia en la final de la Eurocopa.

> Deportes - Página 22

FARANI TAYLOR

**EXPERTOS EN  
LEY DE FAMILIA  
ACCIDENTES Y  
LESIONES**

> Más información página 17



Fly High with Air Europa  
Twice daily from London to Madrid  
with onward connections to  
Latin America, the Caribbean, Mainland Spain,  
Canary Islands and Balearic Islands.

For the latest offers call our  
UK reservations team on  
0871 423 0717  
or email [uksales@air-europa.com](mailto:uksales@air-europa.com)

**AirEuropa**  
[www.aireuropa.com](http://www.aireuropa.com)

# La marca España en el mercado británico

**La agencia Creative Orchestra organiza la jornada 'Made in Spain, make it in Britain', para promover las relaciones comerciales de empresas españolas en Reino Unido**

Paco de la Coba  
El Ibérico

Bajo el título *Made in Spain, making it in Britain* la agencia publicitaria Creative Orchestra congregó a varias empresas españolas el pasado 2 de julio en la embajada de España en Londres. Seat, Estrella Galicia o Agatha Ruiz de la Prada fueron algunas de las empresas que se encargaron de hablar de la importancia de la marca España en Reino Unido. El acto comenzó con una breve intervención de Fidel López Álvarez, ministro consejero para asuntos culturales y científicos de la embajada de España en Londres. Tras su intervención, el turno de palabra fue para Enrique Ruiz de Lera, director de la Oficina Española de Turismo (OET) en Londres. Ruiz de Lera hizo un rápido recorrido sobre la evolución de las campañas de la marca España que se han llevado a cabo para promocionar el país en Reino Unido y que han ayudado a España a posicionarse como el primer destino turístico para los británicos: desde la creación del mítico logo creado por

Miró que recoge la idea de España y el sol, hasta otras campañas como *Bravo Spain* o *Smile you're in Spain*. El director de la Oficina Española de Turismo también habló sobre los embajadores de la marca España como son los equipos nacionales de fútbol y baloncesto, el Real Madrid o el propio Ferrán Adriá.

Para el consejero económico y comercial de la embajada de España en Londres, José Antonio Zamora, uno de los aspectos que han sido más difíciles de cambiar son los denominados 'mitos' sobre España. "Cuando llegué hace tres años, me di cuenta que muchos periodistas no tenían ni idea de la esfera económica española", dijo Zamora. "La verdad es que empresas como Zara, Ferrovial, Iberdrola, Santander, Mango o Roca, están más presentes que nunca en Reino Unido", especificó el consejero.

A través de gráficos, Zamora argumentó que no era cierto que España se basara solamente en el sector de la construcción y que es un país exportador. Para terminar su intervención, el consejero comercial desbancó otro mito aún latente, al

explicar que España no está sobreviviendo la crisis gracias a sus conexiones con Latinoamérica pues, como él mismo explicó, "España exporta más a Reino Unido que a toda Latinoamérica".

Chris Arnold, fundador de Creative Orchestra, fue el tercer ponente de la tarde quien indicó que a los británicos les encanta España pero que "hay que entender al consumidor inglés, saber posicionar la marca, usar los medios de forma efectiva, contar con una buena red de distribución y focalizarse en la calidad". El director general de SEAT UK, Peter Wyhinny, habló sobre la experiencia de la compañía de automóviles y de la buena sinergia entre "la creatividad, el diseño y el sabor español y la mejor tecnología e ingeniería alemana". Juan Paz, marketing manager de la marca Estrella Galicia hizo un repaso del nacimiento, crecimiento y consolidación de la cervecera hasta el presente año, donde la marca exporta ya a 35 países. Para finalizar la tarde, la diseñadora Agatha Ruiz de la Prada dio su opinión sobre cómo son percibidas las firmas de moda

españolas en Reino Unido y de la importancia de dominar la lengua inglesa para penetrar con éxito en un mercado tan exigente como es el británico. En una entrevista posterior al periódico *Público*, de la Prada arremetió contra el COE (Comité

Olimpico Español) por su apuesta con la empresa Bosco-Sport para la confección de los uniformes olímpicos del equipo español. "En España ha sido una de las mayores cagadas a nivel de imagen que he visto en mi vida" explicó la diseñadora a *Público*.



De izquierda a derecha Juan Paz (Estrella Galicia), José Antonio Zamora (Oficina Comercial), Peter Wyhinny (SEAT UK), Agatha Ruiz de la Prada, Victoria Gallardo y Chris Arnold (Creative Orchestra) y Enrique Ruiz de Lera (Oficina de Turismo). / Pablo Goikoetxea.



Peter Wyhinny (SEAT UK) durante su intervención. / Jesús Cortés.

## El Día Mundial de la Tapa promoverá el turismo gastronómico

**La capital británica homenajeará el binomio tapa-cerveza durante el próximo mes de septiembre**

Redacción  
El Ibérico

La plataforma nacional de turismo gastronómico Saborea España presentó en Madrid, el pasado lunes 2 de julio, su Plan de Promoción Internacional en el que se incluye la celebración del Día Mundial de la Tapa. El día en el que se homenajeará el *tapeo* español será el próximo día 29 de septiembre, enmarcado en rutas organizadas con esta misma temática -del 27 al 30 de septiembre-, coincidiendo con el Día Mundial del Turismo. El Día Mundial de la Tapa se ha puesto en marcha por el Club de Producto Saborea España desde donde se quiere potenciar el turismo gastronómico a nivel internacional y convertir las tapas españolas en un elemento diferenciador con el resto de países.

Saborea España rendirá homenaje a una de las principales

costumbres gastronómicas españolas, el *tapeo*, a través de eventos y actividades en ciudades estratégicas como Londres y Frankfurt.

El atractivo de la gastronomía española ya ha recorrido escenarios internacionales de la mano de Saborea España, como es el caso de las presentaciones y *showcooking*s realizadas en Chicago y Dublín (Taste of Dublín, del 14 al 17 de junio), y puestas en marcha con la acción coordinada de la administración pública y empresas privadas, como Mahou-San Miguel.

En ambas ciudades a través del *tapeo* español, se presentó la variada oferta gastronómica de España de ciudades como Murcia, Segovia, Sevilla o Lleida, de entre los 22 que integra esta plataforma. Saborea España, de la mano de Turespaña, continuará con la promoción internacional y aterrizará en la capital británica el próximo mes de septiembre.

### Experiencias

Con la puesta en marcha del Día Mundial de la Tapa, la costumbre española del binomio tapa-cerveza será la protagonista tanto dentro como fuera de España. Ante esta iniciativa, el secretario general de la plataforma nacional Saborea España, Emilio Gallego, indicó la importancia de "potenciar nuestra oferta de turismo gastronómico con una marca tan potente como Saborea España, ofreciendo experiencias al visitante para posicionar la gastronomía española en los mercados internacionales".

Esta iniciativa supone para Turespaña un modelo a seguir por otros sectores, ya que en la iniciativa del Día Mundial de la Tapa se plasman algunas de las líneas de trabajo del Plan Nacional Integral de Turismo (PNIT) presentado el pasado 22 de junio.

# MESON LOS BARRILES



**BAR DE TAPAS EN SPITALFIELDS MARKET**



**Horarios de apertura:**  
lunes a viernes 11:30a.m. - 10:30pm  
**Domingos:**  
12:00pm - 4:00pm (sábados cerrado)

8ª Lamb Street, E1 Tel: 0207 375 3136  
mesonlosbarriles@btconnect.com