



FERBÁN NADEU

PREMIOS Capital

Por qué Barcelona? Porque en estos tiempos hay que buscar referencias que se apoyen en lo único que puede sacarnos de esta crisis: la imaginación y la innovación, dos aspectos que definen el espíritu de la Ciudad Condal. Antaño ligada al textil tradicional, hoy todavía muy pegada al automóvil, aunque ya se está cocinando un futuro prometedor en biomedicina, tecnología y salud. De la mano de un jurado de lujo, la revista *Capital* se ha acercado a la ciudad para reconocer la labor que multitud de empresas, organismos e instituciones llevan a cabo en ese esfuerzo por continuar innovando y adelantarse a los tiempos. Buen ejemplo son los premiados como embajadores de la ciudad, es decir, los que con su nombre y su actuación llevan cada día más lejos la marca BCN. Los premiados en esta categoría fueron Isak Andic (Mango), Custo Barcelona, el Salón Náutico Internacional y el empresario/mecenas Antonio Vila Casas. El jurado acordó otorgar una mención especial a la persona de José Ferrer, presidente honorifi-

co de Freixenet y, por su labor de formación, al IESE y el Esade, dos escuelas que llevan cada día más lejos la seña de Barcelona como cuna del saber. El premio a la innovación recayó en el Parque de Investigación Biomédica; y el de modernización fue para la sociedad 22@. Como no podía ser de otra manera, la empresa familiar tuvo un lugar destacado en los premios: las galardonadas fueron Agrolimen (por su veterania); Roca y Pronovias (expansión internacional); Puig Beauty & Fashion (transformación) y Almirall (innovación). Una ciudad que presume de ser abierta, integradora, cultural y multicultural, exigía que fuera también premiada esa labor: el galardón recayó en CaixaForum, una de las miles iniciativas culturales y sociales de la Fundación La Caixa. El premio Capital Ciudad de Barcelona tiene por objeto premiar el trabajo de la candidatura que ha logrado que la Ciudad Condal sea la Sede de la Unión para el Mediterráneo, un sueño que se ha hecho realidad. Desde *Capital* sólo podemos desear que sus sueños se sigan cumpliendo.

El Jurado

De izq. a dcha. Sentados: Nuria Chichilla (directora del Centro Internacional Trabajo y Familia del IESE); Miquel Valls i Maseda (presidente de la Cámara de Comercio de Barcelona); Ana Birulés (ex ministra de Ciencia y Tecnología); Josep Lluís Bonet (presidente de la Fira de Barcelona). De pie: Alfonso Vila (vicepresidente de Fomento del Trabajo); Fernando Casado (director del Instituto de la Empresa Familiar); Consuelo Calle (directora de Capital); Joan Ferrer (director de Operaciones de Adecco en Cataluña); Eugenia Bioto (subdirectora general corporativa de Esade); Xavier Ferras (director del Centro de Innovación Empresarial); Vicenç Bosch (director de la Asociación Catalana de la Empresa Familiar) y Carles Vilarrubi (vicepresidente de Rothschild España).





Los Premiados

Embajadores



Isak Andic

Con más de 1.100 tiendas repartidas por 89 países, Mango constituye un escaparate perfecto que muestra al mundo lo que Barcelona es capaz de hacer en el terreno de la moda y el textil. Al frente de este imperio, que factura más de 1.000 millones de euros (76 millones en el exterior), se encuentra su fundador: Isak Andic. Este turco de 55 años ha basado su éxito en un planteamiento diferente a sus rivales: ofrecer un producto exclusivo que la masificación no banalice, primando el diseño y la calidad. Para darlo a conocer, Mango invierte en publicidad unos 30 millones de euros al año, apostando por los catálogos y la cartelería.



IESE - ESADE

La globalización ha sido el caldo de cultivo que necesitaban las escuelas de negocios para crecer y expandirse por el mundo. A partir de ahora, muchas ciudades podrán ser también cunas del saber, aunque será difícil que alcancen el nivel de Barcelona. La Ciudad Condal parte con muchos años de ventaja en el terreno de la formación para directivos, gracias a pioneros como IESE y ESADE, dos de las más prestigiosas escuelas de negocios de Europa, que acaban de cumplir sus bodas de oro.



Custo Dalmau

La empresa del diseñador Custo Dalmau lleva asociada a su marca la palabra Barcelona. Pero ese no es el motivo que le ha llevado a ser considerado un embajador de Barcelona, sino su simbiosis con una ciudad con la que comparte muchas señas de identidad. Ambos son modernos, creativos y exclusivos. Ambos van a contracorriente, y han sufrido decepciones. Pero ambos se han levantado y han triunfado. Si no, que le pregunten a Custo lo que le costó convencer a los americanos de que sus camisetas no eran estridentes, sino modernas. Hoy, medio mundo se rinde a sus pies.

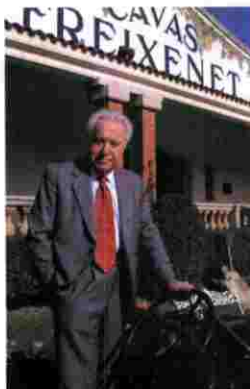
Antonio Vila Casas

Desde que en 1986 creara la fundación que lleva su nombre, Antonio Vila Casas no ha parado de apoyar la sanidad, campo de donde procede (fue el fundador de Prodesfarma), y la cultura, su verdadera afición. Su colección de obras de arte comprende cerca de 1.000 pinturas y más de 250 esculturas y otras tantas fotografías. Todas ellas de artistas catalanes que no son suficientemente reconocidos. Gracias a él ahora sí lo son.



Salón náutico

Durante la primera semana de noviembre la ciudad de Barcelona se convierte en el puerto más grande del mundo. El motivo no es otro que la celebración del Salón Náutico, una feria que congrega a 686 expositores, que representan a más de 30 países. En cuanto a público, 180.000 visitantes traspasaron las puertas de la Fira para recrearse con los más de 2.100 barcos expuestos. De esta forma, la ciudad se hace un hueco en el sector a nivel europeo, rivalizando con Génova.



José Ferrer

Nació entre cepas pero pensó en dedicarse a tocar el trombón en una banda de música. Por suerte para el mundo de la empresa, su madre le convenció para que se hiciera cargo de Freixenet. A base de trabajo y de arriesgarse más que nadie, José Ferrer ha convertido aquella pequeña empresa familiar de Sant Sadurn d'Anoia en una de las mayores bodegas del mundo, con una facturación de más de 500 millones de euros. Sus grandes logros fueron los de adelantarse a los demás, vendiendo cava en el extranjero, y utilizar como nadie el arma de la publicidad navideña.



Empresa familiar



CORPORACIÓN ROCA

Existen pocas marcas que estén tan presentes en la vida de todos como Roca. Desde la invención del primer radiador español en 1917, esta empresa familiar tenía muy claro que la clave de su éxito era el diseño y la innovación. Por eso fueron los primeros que lo introdujeron en los cuartos de baño y, también, rompieron moldes cuando en la década de los 90 afrontaron su expansión internacional, que ha colocado la marca Roca en más de 80 países, que suponen el 50% de las ventas. ¿Futuro? Convertirse también en instaladores.



E. FIGUEROA

ALMIRALL

Siempre a contracorriente. Así se resume la historia de Antonio Gallardo, fundador del laboratorio Almirall, y padre de los actuales propietarios. En 1943, cuando Barcelona era una ciudad manufacturera, Gallardo crea Almirall, aunque no fue hasta los 60 cuando comenzó su actividad investigadora, la clave del éxito de la compañía, a la que dedica un 15% de las ventas. De sus tubos de ensayo han salido *best-sellers* como Ebastina (alergia), Aceciofenaco (dolor), Almotriptán (migrañas) o Almagato (antiácido). Ahora trabajan en otros desarrollos, aunque tienen muy avanzado un remedio para los problemas respiratorios.

118 www.capital.es 03/2009

CORPORACIÓN AGROLIMEN

En 1937, el hambre y las bombas campaban a sus anchas por España. Lluís Carulla buscó una solución al primer problema que asolaba el país, y así nacieron los populares cubitos de caldo de Gallina Blanca. Ése es el germen de una



corporación que engloba a marcas tan dispares como Pans & Company, Bocatta, Ausonia o Affinity y que factura más de 2.000 millones de euros. ¿Último reto? La cadena *On The Way* para competir en la restauración aeroportuaria.

PRONOVIAS

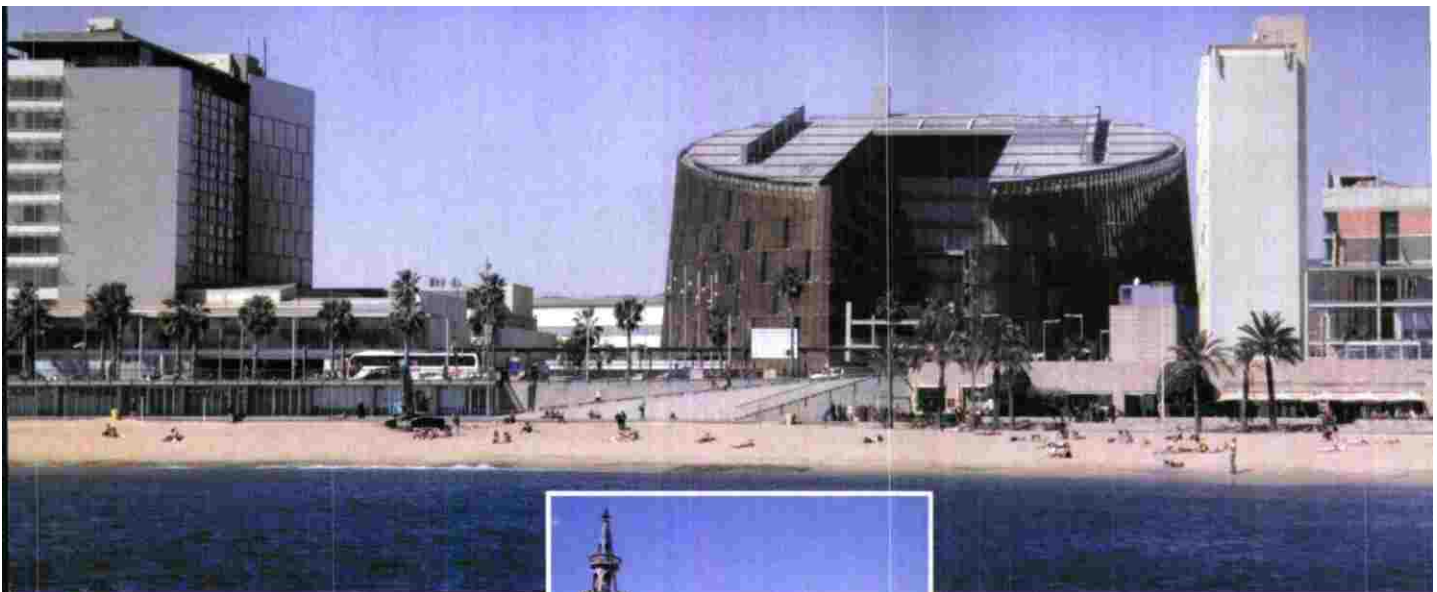
Esta empresa catalana viste en la actualidad a novias de 75 países, lo que la convierte en líder mundial del sector. El artífice de este milagro es Alberto Palatchi, que llegó a la empresa paterna en 1968. Tenía tres meses para cerrar una compañía de vestidos de novia que languidecía, a menos que la hiciera líder. Con el miedo a la ruina como consejero, este barcelonés consiguió transformar las pérdidas en beneficios (42 millones en 2007), gracias a la integración vertical de sus actividades, y a que es una multinacional dentro de un mundo lleno de empresas locales.



PUIG BEAUTY & FASHION

Muchos no lo saben pero cuando compran una fragancia de Carolina Herrera, Paco Rabanne, Nina Ricci, Prada, Comme des Garçons, o Adolfo Domínguez están contribuyendo a aumentar los ingresos de la empresa familiar catalana Puig, el mayor imperio de perfumería y cosmética de España. Comandada por Marc Puig, la empresa está presente en 150 países y factura 1.000 millones de euros. Su estrategia para los próximos años pasa por hacer crecer su división de moda (8% de los ingresos). Para ello, utilizarán la fuerza de los diseños y de la marca de Carolina Herrera, Olivier Theyskens de Nina Ricci y Paco Rabanne.

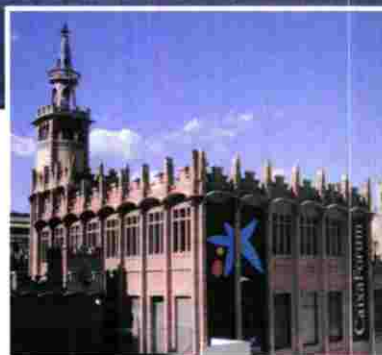




Innovación

Parque de Investigación Biomédica de Barcelona

A orillas del Mediterráneo se levanta un extraño edificio que es uno de los núcleos más grandes de investigación biomédica del sur de Europa. Sus 55.000 metros cuadrados de superficie darán cobijo a las mentes más brillantes de la empresa y de la universidad, que buscarán respuestas a los problemas actuales de la salud. Además, servirá de cantera para las empresas más innovadoras, ya que el centro también tiene el objetivo de formar a las futuras generaciones de investigadores. Todavía es pronto para saber si las vacunas que el planeta espera salen de sus tubos de ensayo, pero lo que nadie discute es que ha colocado a Barcelona a la cabeza de la investigación biomédica de la UE.



Multiculturalidad

Caixa Forum

Parecía imposible de lograr pero en siete años, la propuesta multicultural de Caixa Forum ha acercado la cultura a las personas que no tienen costumbre de frecuentar museos o conciertos. Sus 1,6 millones de visitantes en 2007 ratifican el éxito de esta iniciativa, que es sólo una pequeña muestra de la multitud de proyectos culturales y sociales de la Fundación La Caixa.

Modernización y regeneración

Distrito tecnológico 22@

Modernas construcciones, inmensos parques e innumerables edificios de oficinas se levantan actualmente donde hasta hace menos de 10 años había naves industriales abandonadas, que daban cabida a la delincuencia, mientras añoraban los lejanos tiempos en los que Barcelona era la factoría textil de España. Estamos hablando de Poblenou, una zona que ha sido regenerado por completo para acoger el nuevo distrito tecnológico de la ciudad. Gracias a 22@, la economía catalana ha olvidado los telares para abrirse a la industria del conocimiento. Sus 200 hectáreas y sus infraestructuras son ahora un espacio atractivo para la instalación de empresas de servicios avanzados.

Ciudad de Barcelona



COBBIS - CEDON PRESS

Sede permanente de la Unión para el Mediterráneo

Ayuntamiento, Generalitat y Asuntos Exteriores se unieron al grito de "no podemos fallar" cuando tocó defender la candidatura de Barcelona y de su Palacio de Pedralbes como sede permanente de la Unión para el Mediterráneo. Tras muchas reuniones, la diplomacia española marcó el tanto y colocó a la Ciudad Condal en el mapa de los lugares donde se deciden las acciones que mueven al mundo. En este caso, Barcelona acogerá los programas de cooperación entre la UE, Israel y los países árabes que limitan con el Mediterráneo.

